



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم التجارية
الشعبة: علوم تجارية
التخصص: تسويق الخدمات

عنوان المذكرة

أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن
لدى مؤسسة اتصالات الجزائر- فرع الطيبات-

من إعداد الطالب: غباش أسامة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 24 ماي 2026
أمام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا	قاصدي مرباح - ورقلة	أستاذ	د / بن تفات عبد الحق
مشرفا ومقررا	قاصدي مرباح - ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	د / بونقاب مختار
مناقشا	قاصدي مرباح - ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	د / غدير أحمد سليمة

الموسم الجامعي: 2025/2026

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني
الميدان: علوم اقتصادية، علوم التسيير وعلوم التجارية
الشعبة: علوم تجارية
التخصص: تسويق الخدمات

عنوان المذكرة

أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات-

من إعداد الطالب: غباش أسامة

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 24 ماي 2026
أمام اللجنة المكونة من السادة:

رئيسا	قاصدي مرباح - ورقلة	أستاذ	د/ بن تفات عبد الحق
مشرفا ومقررا	قاصدي مرباح - ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	د/ بونقاب مختار
مناقشا	قاصدي مرباح - ورقلة	أستاذ محاضر "أ"	د / غدير أحمد سليمة

الموسم الجامعي: 2026/2025

الإهداء

يُهدى هذا العمل المتواضع إلى الوالدين الكريمين، عرفانًا بما قدماه من حب ورعاية ودعم وتشجيع، وإلى كل أم كان دعاؤها مصدرًا للعون والتوفيق، وكل أب غرس قيم الخير والاجتهاد، وكان سندًا في مسيرة الحياة والعلم.

ويُهدى كذلك إلى جميع المعلمين والأساتذة الذين أسهموا في بناء المعرفة وتنمية الفكر، منذ المراحل الأولى من التعليم إلى المرحلة الجامعية، وإلى الإخوة والأخوات، والأهل والأصدقاء، وكل من قدّم يد العون والمساندة وساهم، بقليل أو كثير، في إنجاز هذا العمل.

كما يُهدى إلى كل من غرس قيمة العلم، وشجع على طلبه، وكان سببًا في الاستمرار والمثابرة، وإلى كل من قدّم كلمة طيبة، أو نصيحة صادقة، أو دعوة بظهر الغيب، سائلين الله تعالى أن يجزي الجميع خير الجزاء.

والحمد لله تعالى على نعمة التوفيق، والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم، خير المرسلين وخاتم النبيين.

غباش أسامة

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أنار لنا درب العلم والمعرفة وأعانا على أداء هذا الواجب ووفقنا إلى انجاز هذا العمل. ونتوجه بجزيل الشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو بعيد على إنجاز هذا العمل، ونخص بالذكر أستاذنا المشرف الدكتور بوثقاب مختار، الذي لم يخل علينا بتوجيهاته المفيدة ونصائحه القيمة، فضلا عن استعداده الدائم لتقديم المساعدة متى ما طلب منه ذلك، لهذا نقول له شكرا على تواضعك، شكرا على سعة صدرك وشكرا على تعاونك. وأسأل الله أن يجازيه عنا خير الجزاء وأن يجعل ذلك في ميزان حسناته.

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى تحليل طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، لذلك تم انتهاج المنهج الوصفي التحليلي لكونه ملائماً لعرض مختلف المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمات الرقمية وكذا رضا الزبائن، بالإضافة إلى ذلك قمنا بالاستعانة بالمنهج الاستقرائي من خلال دراسة ميدانية حول علاقة جودة الخدمات الرقمية برضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، بهدف الإجابة على إشكالية الدراسة وتعميم النتائج في الأخير. وتكون مجتمع الدراسة من عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، وشملت العينة التي أجريت الدراسة عليها 100 زبون، وقد تم الاستعانة بمجموعة من الأساليب الإحصائية مثل المتوسط الحسابي ومعامل بيرسون وتحليل الانحدار المتعدد. وخرجت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها:

- أن مستوى جودة الخدمات الرقمية في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، كان منخفضاً، كما بينت النتائج أن مستوى رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - كان منخفضاً.
 - أظهرت النتائج أيضاً وجود علاقة ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -
- الكلمات المفتاحية:** جودة الخدمات الرقمية، رضا الزبون، مؤسسة اتصالات الجزائر.

Abstract:

This study aims to analyze the nature of the relationship between digital service quality and customer satisfaction at Algérie Télécom (El Taibet branch). To achieve this, a descriptive-analytical approach was adopted, as it is well-suited for presenting various concepts related to digital service quality and customer satisfaction. Additionally, an inductive approach was employed through a field study to investigate the impact of digital service quality on customer satisfaction within the organization, ultimately seeking to address the research problem and generalize the findings.

The study population consisted of a sample of Algérie Télécom customers (El Taibet branch), with the study conducted on a sample of 100 customers. Data was analyzed using a set of statistical methods, including the arithmetic mean, Pearson correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The study yielded several key results, most notably:

- The level of digital service quality at Algérie Télécom (El Taibet branch) was found to be low.
- The results indicated that the level of customer satisfaction at Algérie Télécom (El Taibet branch) was low.
- The findings further demonstrated a statistically significant relationship between the dimensions of digital service quality and customer satisfaction at Algérie Télécom (El Taibet branch).

Keywords: Digital Service Quality, Customer Satisfaction, Algeria Telecom Corporation.

قائمة المحتويات:

الصفحة	العنوان
I	الإهداء
II	شكر وتقدير
III	ملخص الدراسة
IV	قائمة المحتويات
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VII	قائمة الملاحق
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: جودة الخدمات الرقمية
8	المبحث الثاني: رضا الزبون
12	المبحث الثالث: دراسات سابقة حول أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبون
19	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات	
21	تمهيد
22	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
35	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها
51	خلاصة الفصل
53	خاتمة عامة
57	قائمة المراجع
60	قائمة الملاحق
67	فهرس المحتويات

قائمة الجداول

قائمة الجداول:

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	يبيّن توزيع عينة الدراسة	23
2	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	23
3	توزيع أفراد العينة حسب السن "العمر"	25
4	توزيع أفراد العينة حسب خاصية نوع الاشتراك	26
5	توزيع أفراد العينة حسب خاصية المستوى التعليمي	28
6	يبيّن الفقرات التي تقيس أبعاد جودة الخدمات الرقمية	31
7	يبيّن الفقرات التي تقيس رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر	32
8	يبيّن مجال المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكارت الخماسي	33
9	يبيّن معامل الثبات باستخدام معامل ألفا كرونباخ	33
10	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيري جودة الخدمات الرقمية ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر	35
11	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لبعد جودة الشبكة والاتصال	36
12	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لبعد جودة أدوات الموقع والدفع	37
13	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لبعد تجربة المستخدم والدعم الفني	39
14	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس جودة الخدمات الرقمية	40
15	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر	42
16	معامل الارتباط الخطي بين جودة الخدمات الرقمية ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر	44
17	معامل الارتباط الخطي بين أبعاد جودة الخدمات الرقمية ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -	45
18	نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتأثير أبعاد جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن	47

قائمة الأشكال:

رقم الشكل	العنوان	رقم الصفحة
1	الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس	24
2	الأعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية السن "العمر"	26
3	الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية نوع الاشتراك	27
4	الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية المستوى التعليمي	29

قائمة الملحق:

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
60	قائمة الأساتذة المحكمين	1
61	استمارة الاستبيان	2
64	مخرجات الـ SPSS	3

مقدمة

توطئة:

إن نجاح أي مؤسسة مرهونٌ بمستوى جودة الخدمات الرقمية المقدمة، وهو شرط أساسي لاستمرارها وتحقيق أهدافها. رغم ذلك، الأهم ليس الأمر في التقنية ولكن كيف تقدّم الخدمة بكيفية سلسلة ومريحة. تبدأ الأمور تتغير عندما تكون الرسائل واضحة، والاستجابة فورية بدون تأخير مبرّر. إن التفوق في الوصول الى المستهلك والقدرة على توفير احتياجاته هما ركيزتا الحضور الطاعي في السوق، فالثقة لا تصان بالهتافات، بل بالجهود الدقيقة والمستمرة.

وقد ازداد الوعي على أهمية وصولهم على خدمات ذات جودة عالية، وان تقييم الزبائن للجودة من شأنه أن يجذب الزبائن نحو التعامل مع المؤسسة، ويجب على المؤسسات التركيز على العناصر التي تثير انتباه الزبائن من أجل توفير احتياجاتهم حتى تتحقق أهداف تلك المؤسسة والتي أهمها جذب الزبائن وكسب رضاهم.

إن توفير خدمات رقمية سريعة وفعالة وموثوقة تترك انطباع إيجابي مستدام لدى الزبائن. رغم هذا، لا تزال المؤسسات تصارع لتواكب التغيرات التقنية السريعة بينما تتعامل مع فئات مختلفة من الزبائن. كل زبون يملك مستوى تقني مختلف، وهذا يجعل الأمور أكثر تعقيداً أحياناً. الجودة في الخدمة ليست مجرد عنصر اختياري بل نقطة محورية في استراتيجيات التسويق اليوم. ما يهم حقاً هو كيف نضيف قيمة حقيقية لكل طرف في العلاقة. هذه القيمة بدورها قد ترفع مكانة المؤسسة في السوق وتدعم أدائها التشغيلي بشكل غير مباشر.

1) إشكالية الدراسة:

رغم أن الجودة في الخدمات الرقمية تبدو أمراً تقنياً، إلا أنها تحكم رضا الزبائن عن مؤسسات الاتصال. مثلاً حين يشعر الزبون بالبطء عند استخدام التطبيق، يتغير موقفه سريعاً ضد المؤسسة. صعوبة التنقل داخل المنصة قد تُفقد ثقة الزبائن حتى لو كانت الأسعار مناسبة. أحياناً يكون الانطباع الأول ضعيفاً بسبب مشكلة بسيطة، ثم لا يعود الزبون للخدمة مجدداً. ردود الفعل السلبية تتزايد عندما لا تعمل الميزات الأساسية كما هو متوقع. السرعة والبساطة في الأداء تصنع فرقاً كبيراً دون الحاجة إلى إضافات معقدة. ما يبدو تفصيلاً صغيراً للمطور قد يكون عائقاً كبيراً بالنسبة لزبون عادي، وهذا لتسليط الضوء على دراسة هذه المتغيرات يعزز من إدراك مفهوم إثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، وانطلاقاً مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

ما مدى تأثير جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية مجموعة من الإشكاليات الجزئية يمكن طرحها كالتالي:

1. ما هو مستوى جودة الخدمات الرقمية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -؟
2. ما هو مستوى رضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -؟
3. هل توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الرقمية (جودة الشبكة والاتصال، تجربة المستخدم، جودة أدوات الموقع والدفع) ومستوى رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - بفرع الطيبات -؟
4. هل يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات الرقمية (جودة الشبكة والاتصال، جودة أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم) ورضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - بفرع الطيبات -؟

(2) فرضيات الدراسة:

انطلاقاً من أسئلة الدراسة واستجابة لمتطلبات أهدافها، فقد تم صياغة الفرضيات التالية:

1. جودة الخدمات الرقمية لدى زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - بفرع الطيبات - كان منخفضاً.
2. الرضا لدى زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - بفرع الطيبات - جاء بدرجة منخفضة.
3. توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الرقمية (جودة الشبكة والاتصال، جودة أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم) ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -.
4. يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية بين أبعاد جودة الخدمات الرقمية (جودة الشبكة والاتصال، جودة أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم) ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - بفرع الطيبات -.

(3) أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في كون جودة الخدمات الرقمية ركيزةً جوهريةً للتحويل الرقمي، وما يترتب عليها من تعزيز رضا الزبائن وولائهم للمؤسسة. كما تبرز قيمتها في تحليل دور الكفاءة التقنية في تحقيق التميز التنافسي وتلبية تطلعات المشتركين، لا سيما في بيئات العمل الميدانية - فرع الطيبات - . وتسعى الدراسة إلى تأصيل المفاهيم والأبعاد المرتبطة بالتواصل الإلكتروني الفعال، وتكتسب الصبغة العلمية من خلال التركيز على المعالجة الفورية للمشكلات التقنية وتأثيرها المباشر على الصورة الذهنية للمؤسسة بعيداً عن الأساليب الدعائية التقليدية. وبذلك، تزود المكتبة البحثية برؤية تطبيقية حول كيفية بناء استقرار نفسي لدى الزبائن من خلال استدامة الأداء الخدمي ومتانة البنية التحتية. ويُعد هذا التوجه ضرورةً ملحة لتقييم كفاءة التفاعل اللحظي في نقاط الخدمة الرقمية، مما يضمن للمؤسسة موقعاً ريادياً في السوق التنافسية.

4) أهداف الدراسة:

يمكن تلخيص أهم أهداف الدراسة فيما يلي:

- التعرف على مستوى جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات.
- التعرف على طبيعة العلاقة بين جودة الخدمات الرقمية بأبعادها الثلاثة (الشبكة والاتصال، أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم) ورضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - بفرع الطيبات.
- التعرف على مدى تأثير كل بعد من أبعاد جودة الخدمات الرقمية بأبعادها الثلاثة (الشبكة والاتصال، أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم) على رضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات.

5) مبررات اختيار الموضوع:

تم اختيار الموضوع بناءً على مجموعة من الاعتبارات الموضوعية والذاتية، يمكن تلخيصها كما يلي:

- إبراز أهمية جودة الخدمات الرقمية في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - ومدى علاقتها برضا الزبائن؛
- قياس أثر جودة الخدمات الرقمية بأبعادها الثلاثة (الشبكة والاتصال، أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم) على رضا الزبائن؛
- الرغبة الشخصية في معالجة موضوع الدراسة لدى زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات.

6) حدود الدراسة:

تتمثل حدود الدراسة في:

- الحدود البشرية والمكانية: اقتصرَت هذه الدراسة على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات.
- الحدود الزمنية: تم إجراء الدراسة الميدانية على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - في الثلاثي الأول من سنة 2026.
- الحدود الموضوعية: هدفت هذه الدراسة للكشف عن العلاقة بين أثر جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن.

7) منهج الدراسة والأدوات المستعملة:

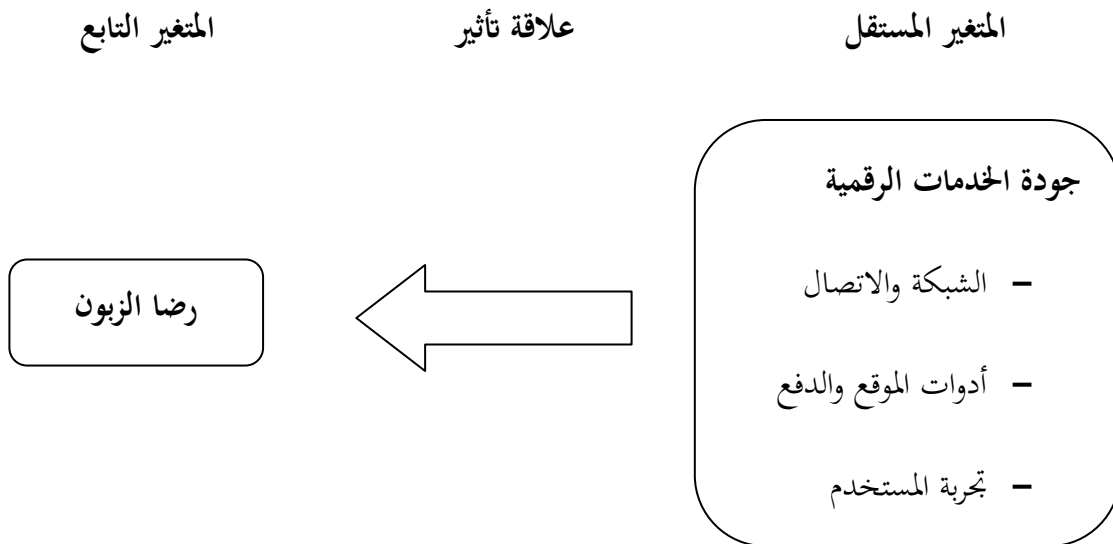
بحكم طبيعة الموضوع المدروس والذي يدور حول تأثير جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، لذلك اعتمدنا المنهج الوصفي التحليلي في تحليل البيانات والمعلومات المحصل عليها من خلال استبيان تم إعداده لهذا الغرض وتحليله باستخدام برنامج إحصائي SPSS. ولمعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال استبيان، صممت خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -. كما قمنا بالاستعانة بالمنهج الاستقرائي، بهدف الإجابة على إشكالية الدراسة، وتعميم النتائج في الأخير.

8) متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: ويتمثل في جودة الخدمات الرقمية.

المتغير التابع: ويتمثل في رضا الزبائن.

الشكل رقم 1: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالب

الفصل الأول:

الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات

الرقمية ورضا الزبائن

تمهيد:

يعد موضوع أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن من المواضيع التي لاقت ولا زالت تلقى اهتماما بالغاً في مختلف المجالات وخاصة الإدارية لما لها من أبعاد منها: جودة الشبكة والاتصال، جودة أدوات الموقع والدفع، وتجربة المستخدم. كما أن لجودة الخدمات الرقمية أثر فعال على رضا الزبائن للعاملين قد ينعكس ذلك على نشاطها وأهدافها، لذا ركز الباحث على دراسة المحددات وأبعاد هذا الأخير وما قد يترتب عليه من نتائج تؤثر على مستقبل المؤسسة وللتوضيح بشكل مفصل في موضوع أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن قد أدرجنا في الفصل الأول ثلاث مباحث أساسية بالشكل التالي:

1. المبحث الأول: جودة الخدمات الرقمية

2. المبحث الثاني: رضا الزبون

3. المبحث الثالث: دراسات سابقة حول جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن

المبحث الأول: جودة الخدمات الرقمية

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات الرقمية

تكتسي جودة الخدمات الرقمية أهمية بالغة في العصر الراهن باعتبارها المحدد الأساسي لتوجيهات الزبائن وبناء صورتهم الذهنية تجاه المؤسسة، خاصة في قطاع حيوي كقطاع الاتصالات.

تعرف جودة الخدمات الرقمية بأنها "المستوى الذي تنجح فيه المنظمة في تقديم خدماتها بما يضمن تلبية احتياجات وتوقعات المستفيدين بكفاءة وفعالية".¹

وتعرف بأنها: "مدى تسهيل الوسيط الرقمي (الموقع، التطبيق الذكي، البريد الإلكتروني... الخ) لعملية التسوق والشراء والتسليم بكفاءة وفعالية".²

وتعرف أيضا على أنها: "عملية تقييم الزبائن للخدمات المقدمة لهم من خلال التفاعل مع الخدمة".³

ومن خلال التعاريف السابقة يتضح لنا أن جودة الخدمات الرقمية هي المقياس المتكامل لنجاح المؤسسة في استغلال وسائطها الالكترونية.

المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمات الرقمية:

تتجلى أهمية جودة الخدمات الرقمية في كونها محدداً جوهرياً للأداء المؤسسي في البيئات الافتراضية، ومنها تكمن أهميتها في⁴ :

- الكفاءة: قدرة العميل على الوصول إلى الموقع والعثور على ما يريد بسرعة وسهولة..
- الوفاء بالالتزامات: مدى دقة الوعود التي تقدمها الخدمة الرقمية (مثل توفر الخدمة في الوقت المحدد).
- توافر النظام: الوظائف التقنية للموقع أو التطبيق وخلوه من الأعطال.
- الخصوصية: درجة أمان الموقع وحماية معلومات العميل الشخصية.

¹ القحطاني ناصر: نظم المعلومات الإدارية وجودة الخدمات الرقمية في القطاع الحكومي " دار المسيرة للنشر والتوزيع"، عمان، 2022، ص: 148

² Ghotbabadi, A. R., Feiz, S., & Baharun, R.: Service Quality Measurements: A Review, International Journal of Academic Research in business and Sciences, vol: 05, issue: 02 , 2015, p: 268.

³ جيخ فائزة: جودة الخدمات الالكترونية ودورها في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات "دراسة حالة المؤسسات الاتصال في الجزائر موبليس، جيزي، اوريدو". أطروحة دكتور، جامعة محمد خيضر - بسكرة: 2017-2018، ص: 13.

⁴ Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Malhotra, A: **E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Electronic Service Quality**. Journal of Service Research, vol: 7, issue: 3 ,2005,pp: 213-214.

المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمات الرقمية:

أبرز ثلاثة أبعاد لجودة الخدمات الرقمية وهي: جودة الشبكة والاتصال، جودة أدوات الموقع والدفع وتجربة المستخدم

1- جودة الشبكة والاتصال:

هذا الجانب يتحدث عن الأدوات التقنية التي تسمح للمستخدمين باستخدام الخدمة متى ما أرادوا. لا تنقطع، ولا تتوقف فجأة أثناء الاستخدام. مدى سهولة الدخول للخدمة له ثقل نسبي، كذلك الوقت اللازم لتحميل المعلومة. كلما طال وقت الانتظار زاد احتمال فقدان الثقة بها. ليس المهم فقط وجود الإنترنت، بل كون السعة قوية وكافية في كل لحظة. عدد الزبائن الذين يستخدمون الخدمة في نفس الوقت لا يجب أن يؤثر على أدائها. إذا تعطلت بسبب ضغط الزوار، فالبناء الأساسي ليس بمستوى مقبول. المؤسسات الرقمية تقاس دقتها من خلال السرعة الفعلية في نقل البيانات. الثواني الضائعة عند بدء التشغيل لها دلالاتها الخاصة. الاستمرارية ليست خياراً، إنها شرط أساسي منذ اللحظة الأولى.

2- جودة أدوات الموقع والدفع:

هذا الجانب يهتم بكيف تعمل المنصة تقنياً وبشكل عملي. تحتاج الأدوات أن تكون فعالة، خصوصاً في البحث داخل الموقع. التنقل بين الصفحات يجب ألا يكون مرهقاً للمستخدم. ما يهم كثيراً عند الدفع هو الشعور بالحماية. حتى لو كانت البيانات مشفرة، ما يحسب فعلاً هو هل يشعر العميل بالأمان أم لا. وجود طرق دفع متعددة له دور كبير. مثلاً: دعم المحافظ الرقمية يجعل العملية أكثر انسيابية. كل هذا يؤدي إلى تقليل عدد الذين يتوقفون قبل الإكمال.

3- تجربة المستخدم والدعم الفني:

3-1- تجربة المستخدم:

لا تقتصر تجربة المستخدم على الجوانب الجمالية أو التصميم الصوري فحسب، بل تمتد لتشمل الأثر النفسي والانطباع المتولد لدى المستفيد عقب التفاعل مع المنصة الرقمية. تحتاج هذه التجربة إلى سهولة في الحركة

داخل النظام. أو بشكل آخر، يجب أن تكون الأمور واضحة من أول نظرة. الجماليات مهمة، لكن لا تنفذ مشروعاً لو كانت الوظائف معقدة.¹

3-2- الدعم الفني:

في الوقت الذي تظهر فيه مشكلة تقنية، يكون الدعم الفني أول ما يفكر فيه الزبون. لا يأتي فقط عبر الهاتف بل أحياناً يبدأ حواراً تلقائياً من نافذة صغيرة في الشاشة. رغم أن البعض لا يستخدمه إلا نادراً لكن وجوده يجعل التجربة أكثر سلاسة. الاستجابة السريعة ليست كل شيء، مع ذلك تظل عنصراً محورياً في التقييم. حتى الأخطاء البسيطة يمكن فهمها حين توفر أدوات دعم واضحة ومتاحة. بعض الشركات تعتمد على برامج ذكية لحل المشكلات قبل أن يتصل الزبون إطلافاً. بينما لا تزال أخرى تحافظ على فرق بشرية للتعامل مع الحالات المعقدة. سرعان ما تتغير الصورة عندما يحتاج الشخص شرحاً مباشراً خطوة بخطوة. المستخدم لا يريد حلاً سريعاً فقط بل تفهماً لما يحدث بالضبط. ليس المطلوب تقديم خدمات متقدمة فقط بل ضمان وصول واضح ومباشر للمساعدة..²

المطلب الرابع: الآثار المترتبة على غياب جودة الخدمات الرقمية

أكدت معظم الدراسات أن غياب جودة الخدمات الرقمية، أو قصور أي بُعد من أبعادها، يترك أثراً مباشراً على مجموعة من المتغيرات الرقمية، وذلك على النحو التالي:

1- انحسار الثقة الرقمية:

تعتبر الثقة هي "العملة" في العالم الرقمي. غياب الجودة والمتمثل في ضعف الأمان، كثرة الأخطاء البرمجية، أو عدم دقة البيانات. ما إن يهتز الأمان حتى تتراكم المشاكل. أخطاء صغيرة في كلمة السر تفتح أبواب الخلل. البيانات غير الصائبة تشوش الفهم. فقدان الثقة يدفع المستخدم للعودة إلى الأساليب التقليدية أو البحث عن بدائل منافسة. وضعف الحماية يعني انتشار التسريبات. نظام مليء بالإعطاب لا يُعتمد عليه. لا يمكن بناء علاقة دون ثبات ودقة. الفضاء الرقمي بلا رقابة يفقد قيمته.³

¹ الطائي محمد، محمود جاسم: التسويق الرقمي وأبعاد جودة الخدمات الإلكترونية" دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2021، ص: 112.

² الشمراني سعيد: أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء في القطاع المصرفي " المجلة العربية للإدارة" 2022، المجلد 42، العدد 1، ص: 85.

³ سالم أحمد: التحول الرقمي وتجربة العميل في المؤسسات الذكية" دار الفكر العربي" 2023، ص: 44.

2- التكاليف الاقتصادية المباشرة وغير المباشرة:

يؤدي ضعف الجودة الرقمية إلى استنزاف الموارد المالية للمؤسسة من خلال:

— إضاعة الجهد لتصحيح الأخطاء، يُنفق الوقت والمال في حل مشكلات كان بالإمكان منعها أثناء التصميم.

الفرص الضائعة تظهر حين يكون النظام بطيئاً. واجهة معقدة قد تدفع العميل للرحيل قبل الشراء. بطء الاستجابة يُفسد لحظات مهمة، كإدخال بيانات حساسة. المستخدم لا يكمل العملية إذا شعر بالإحباط أثناء التصفح في المواقع التجارية، أي عثرة تقنية تحول دون إنهاء الطلب. تجربة غير سلسلة تعني خسارة فعلية.

— تُنفق الشركات أموالاً طائلة على دعم فني لا ينتهي. حينما تكون التجربة معقدة، يتكدس المتصلون بحاجة للمساعدة. كل مشكلة صغيرة تتحول إلى مهمة كبيرة تتطلب موظفين كثيرين. في النهاية، المال الذي كان يمكن استثماره في التطوير يذهب لإصلاح ما يجب أن يكون سليماً منذ البداية.

— انخفاض في الأداء أثناء العمل والقدرة على الإنتاج.

يؤدي غياب الجودة الرقمية إلى:

رغم التكنولوجيا، تظهر تعقيدات جديدة في الإجراءات وواجهات صعبة تبطئ بدلاً من تسريع المهام. حين لا تتواصل الأنظمة بسلاسة، يتحول الدعم الرقمي إلى مصدر إرباك. خلف كل نقرة مشكلة متراكمة. بعض الشبكات تعمل بطريقتها الخاصة دون مراعاة باقي الأجزاء. اختلاف الأساليب يتسبب بشلل بطيء. ما كان يجب أن يستغرق دقائق يحتاج ساعات بسبب تنافر البرمجيات.¹

3- التأثير على الصورة الذهنية والسمعة المؤسسية:

رغم سرعة الإنترنت اليوم، تنتشر الأخبار السيئة أسرع من أي وقت مضى

¹ العنوم منصور: إدارة جودة الخدمات الرقمية في ظل البيئة التنافسية" مجلة الدراسات التجارية المعاصرة" 2020، العدد: 9، ص: 210.

مثلاً تتصرف الحاسة البصرية عند الجمهور كما لو أن الجودة الضعيفة للمنتج الرقمي تنعكس على الصورة الكاملة. رغم تحسّن المنتج الملموس لاحقاً، يبقى الانطباع الأول كالظل الذي لا يتمدد بسرعة. في هذه الحالة، يعمل الأثر الرقمي كعامل قيد بدلاً من دعم العملية الترويجية. يترتب على ذلك هو أن التجربة السلبية تقوم بتقليص احتمالية الاستمرارية السلوكية. بالتالي تصعب مهمة إقناع الزبائن حتى وإن أصبح الشكل الجديد أفضل كثيراً.

4- الفجوة الرقمية والإقصاء الاجتماعي:

- بدون جودة كافية، تصعب حياة من يحتاج خدمات رقمية بسيطة. مجرد وجود خاصية لا يعني أنها تعمل للجميع بالشكل نفسه. أحياناً يكون الباب مفتوحاً، لكن لا أحد يستطيع الدخول. تجربة المستخدم ضعيفة تعني استبعاد أشخاص لأسباب يمكن تجنبها. إهمال شروط الوصول ل يخلق فجوة غير مرئية لكنها عميقة.
- كبار السن أحياناً يتعرضون للإهمال. لأن الأنظمة ليست ملائمة لهم. ذوي الإعاقة كذلك يواجهون حواجز يومية. رغم وجود خدمات رقمية رسمية. لكن التصميم لا يخدم جميع الزبائن على حد سواء.
- جمع تلك التأثيرات في نموذج رياضي بسيط. هذا النموذج يوضح كيف تزيد القيمة عندما تتحسن الجودة. كلما زادت دقة العناصر الداخلة، ازداد ما يُستفاد منه عملياً.

المبحث الثاني: رضا الزبون

يُعد رضا الزبون المحور الأساسي الذي تدور حوله استراتيجيات المنظمات المعاصرة، فهو ليس مجرد غاية تسويقية، بل هو ظاهرة سلوكية معقدة ناتجة عن المقارنة المستمرة بين توقعات الزبون قبل الخدمة والأداء الفعلي المدرك بعدها. وفي ظل التحول الرقمي واشتداد المنافسة، انتقل مفهوم الرضا من كونه مؤشراً ثانوياً ليصبح أصلاً من أصول المنظمة يحدد مدى استدامتها وولاء عملائها.

المطلب الأول: تعريف رضا الزبون

رضا الزبون ما تتمناه كل شركة. هذا المطلب يصبح حجر الأساس بالخطط التي تعتمدها. شركات كثيرة تحاول دومًا تسعد زبائنهم وتجذب اهتمامهم. عبر برامج متنوعة، خطط مختلفة لاستدراج الزبائن. عرفه كوتلر بأنه: "إحساس الزبون لمتعة أو خيبة الأمل الناتجة عن مقارنته لأداء المنتج المقدم له بتوقعاته السابقة عن هذا المنتج".¹

وعرفه hall Reed بأنه: "درجة ادراك الزبون مدى فاعلية المنظمة في تقديم المنتجات التي تلبي احتياجاته ورغباته".²

وعرف أيضا بأنه "شعور العميل بالبهجة أو عدم الرضا عقب شراء المنتج، وهو شعور ناتج عن المقارنة بين الأداء الفعلي للمنتج وبين التوقعات الذهنية المسبقة لدى العميل".³

وعرف بانه " الانطباع بالمكافأة او عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها الزبون عند الشراء".⁴ من خلال التعاريف السابقة يعرف أن الرضا شيء داخلي يحس به الزبون بعد ما يقيّم الأداء بالمقارنة مع الذي كان يتوقعه. كلما زادت جودة الخدمة كما يراها الزبون، كبر الاحتمال يكون راضياً. ولو سارت الأمور دون

¹ بوزيان حسان: أثر جودة الخدمة على رضا الزبون " دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة العلمة، " مذكرة ماستر، جامعة قسنطينة 2، جوان 2014، ص: 66.

² نعم نسرين، شنين خولة: أثر تطبيق أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون في مؤسسة اتصالات الجزائر وحدة ورقلة، " مذكرة ماستر، جامعة ورقلة، 2025، ص: 17.

³ Souad BOUDJEHEM : **Utilizing E-CRM to achieve Customer Satisfaction**, Study of Algeria Gulf Bank (AGB) – Guelma Agency; Vol: 10, issue: 2, 2024, p:39.

⁴ بن الشيخ عبد الوهاب، طوال هبية: أثر جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون "دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر ولاية المنية،" المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، المجلد: 15، العدد: 01، 2021، ص: 22.

المتوقع، حتى ولو كانت الجودة مقبولة، قد لا يشعر بالرضا. مستوى التوقع هو المرجع الدائم لكل هذه الانطباعات التي تتكون بعدها مشاعر القبول أو الرفض.

المطلب الثاني: أهمية رضا الزبون

يعتبر رضا الزبون حجر الأساس في العملية التسويقية وذا أهمية كبيرة لكل الشركات التي تسعى للوصول لأهدافها لا تستطيع تتجاهله. حسب كوتلر، النجاح اليوم أصبح مرتبط بكيفية وضع الزبون في قلب كل خطوة. ما عاد الوقت مناسب للتركيز على الأساليب القديمة التي تعتمد البيع أولاً. الأفضل الانعطاف نحو نهج جديد، يركز على طلبات العميل منذ البداية وحتى النهاية. كل شيء يبدأ ويُغلق بناءً على حاجاته ومدى إرضائه. هذا لا يعني فقط بيع منتج، بل فهم دوافعه وتوقعاته.

وتتمثل أهمية رضا الزبون في:

- رسم برنامج وخطط عمل المؤسسة.
- تطوير جودة المنتج وتحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة في السوق.
- نجاح المنظمة في تحقيق الأرباح من خلال حاجات ومتطلبات الزبون.
- خلق ولاء من قبل الزبون للمؤسسة.
- زيادة تكرار التعاملات الزبون مع المؤسسة.

كسب ولاء الزبون واستمرار علاقتهم التفاعلية مع المؤسسة لأقصى فترة ممكنة ، يؤثر بشكل ايجابي على مردودية المؤسسة وقيمتها المضافة ، كما يسمح لها باقتناص العديد من الفرص التي توصلها الى التميز والريادة في السوق.

استحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في عمليات وأنشطة المؤسسة عبر مختلف أقسامها فمن المنطق الزبون هو الملك وباعتماد المؤسسة علو اقامة علاقات دائمة مع زبائنها من خلال ادارة العلاقة مع الزبون، وكذا تقديم خدمات جودة عالية أصبح الرضا معيار مهما للحكم على اداء المؤسسة فرضا ،زبائنها عنها ذو أهمية كبيرة تبرز فيما يلي:

- رضا الزبائن يضمن الاستمرار في التعامل مما يؤدي الى تخفيض تكاليف التحول الى المؤسسة المنافسة.

- جذب الزبائن جدد من خلال التحدث عملائها عن المزايا التي تقدمها مما الى تخفيض تكاليف جذب زبائن جدد.

المطلب الثالث: أبعاد رضا الزبون والآثار المترتبة عليه

1- أبعاد رضا الزبون

يتشكل رضا الزبون من خلال مقارنة "الأداء الفعلي" للمنتج أو الخدمة مع "التوقعات المسبقة". وتتمثل أبرز أبعاده فيما يلي:

1-1- البعد المعرفي: وهو التقييم العقلاني القائم على المقارنة بين خصائص المنتج وسعره، ومدى ملاءمته للاستخدام المقصود.

1-2- البعد العاطفي: يشير إلى المشاعر المتولدة لدى الزبون أثناء وبعد الاستهلاك (مثل السعادة، المتعة، أو الراحة).

1-3- الجودة المدركة: تصور الزبون لمدى تفوق المنتج أو الخدمة مقارنة بالمنافسين.

1-4- القيمة المدركة: التوازن بين ما قدمه الزبون (المال، الوقت، الجهد) وما حصل عليه من المنافع.

ليس كل شيء يدور حول السعر. الفكرة تكمن في الشعور بالإنصاف حينما يدفع الشخص. البعض يعطي وقتهم بدل المال، والبعض يستثمر جهدهم.¹

2- الآثار المترتبة على رضا الزبون

يؤدي الوصول إلى مستويات عالية من الرضا إلى نتائج استراتيجية تنعكس مباشرة على أداء المنظمة.²

1. الولاء: الزبون الراضي غالباً ما يتحول إلى زبون وقي، مما يقلل من احتمالية انتقاله للمنافسين.

2. التسويق عبر الكلمة المنطوقة: يصبح الزبون الراضي "مروجاً مجانياً" للمنظمة من خلال التوصية بها في محيطه الاجتماعي.

¹ الزوى عادل، عاشور فرج: أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على رضا الزبائن، "دراسة ميدانية على عينة من زبائن مصرف التجارة والتنمية في مدينة بنغازي" مجلة الدراسات الاقتصادية، 2022، المجلد (5)، العدد (4)، ص: 138.

² مكّي الحاج، حليفة أمينة، نسلي خديجة: أثر الخدمات المصرفية على تحقيق رضا الزبون، "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عين وسارة" الجزائر، مجلد 16، العدد 02، سنة 2019، ص: 68.

3. خفض الحساسية تجاه السعر: الزبائن الراضون يكون عددهم أقل تأثراً بارتفاع الأسعار القليلة مقابل القيمة التي يحصلون عليها.
4. زيادة الحصة السوقية والربحية: يؤدي تكرار الشراء وجذب زبائن جدد إلى تعزيز المركز المالي للمنظمة.
5. خفض التكاليف التسويقية: تكلفة الاحتفاظ بزبون راضٍ حالي أقل بكثير من تكلفة استقطاب زبون جديد.

المطلب الرابع: العلاقة بين جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبون

1- إطار المفاهيم للعلاقة

بدأت الصورة تتضح حين يقيس الشخص تجربته بحسب ما شعر به أثناء استخدام الموقع. ليس الأداء السريع هو المعيار الوحيد. عندما يكون التعامل مع النظام يبدو بسيطاً، يميل العميل إلى التقييم الإيجابي. الواقع الفعلي للخدمة لا يهم كثيراً إن كانت الذكريات من الاستخدام سابقة تمثل شيئاً آخر. كلما زاد الانطباع الأول بالراحة، قلّ الاهتمام بالتفاصيل التقنية الدقيقة.

1-1- تأثير الأبعاد التقنية على الرضا

مجرد عبث العميل نظاماً سهل التعامل معه وبسرعة استجابة عالية، يبدأ رضاه يتكون تلقائياً. في اللحظات الأولى، إذا كانت الواجهة واضحة والإجراءات مبسطة، يشعر الزبون بانخفاض كبير في التوتر الذهني. رغم ذلك، لا يكون الأداء السريع كافياً لوحده إن لم يكن مصحوباً بسلسلة التنقل. من ناحية أخرى، قد تنخفض التجربة الإيجابية لو وُجدت تعقيدات خفية رغم البساطة الظاهرية.

1-2- الموثوقية والأمان

الثقة في العالم الرقمي لا تأتي من فراغ. عندما تُحافظ شركة ما على بياناتك المالية دون تسريب، حينها فقط يبدأ الشعور بالراحة. الدقة في الأداء تعمل بصمت كأساس لهذا الترابط. إن لم تكن هناك حماية للبيانات الشخصية، تتبدد أي فرص لبناء علاقة طويلة الأمد. النتيجة؟ ولاء يأتي بعد سلسلة من التجارب الآمنة، وليس مجرد رضا عابر.

2- نماذج قياس العلاقة (فلسفة الربط).

في الدراسة، كثيراً ما تُفهم هذه الصورة بواسطة إطار اسمه E-S-QUAL. هذا الإطار يوضح السبيل الذي تنتقل فيه الجودة لتصنع رضا العميل بأربعة جوانب مختلفة

- الكفاءة: بسرعة توجد المعلومة.
- الإنجاز: مدى دقة الوعود الرقمية (تسليم المنتج أو تفعيل الخدمة).
- الخصوصية: حماية المعلومات.

3- الأثر التراكمي للجودة على سلوك الزبون.

تبدأ الصورة تتضح مع أول استخدام مريح للخدمة الإلكترونية. كل مرة تمر فيها الأمور بسلاسة، يزداد الشعور بال أثر جودة الخدمة الرقمية على رضا الزبائن من خلال إدراك سهولة الاستخدام ثقة قليلاً أكثر. يحدث هذا دون ضجة أو إعلانات كبيرة. مع كل خطوة ناجحة، يرتفع الحد الأدنى لما يعتبر مقبولاً. ما كان يبدو رفاهية بالأمس يصبح اليوم شرطاً أساسياً.¹

- أ- النية الشرعية المستمرة: إعادة استخدام التطبيق أو الموقع.
- ب- الترويج الشفهي الإلكتروني: قيام الزبون بكتابة مراجعات إيجابية.

المبحث الثالث: دراسات سابقة حول أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبون

تغطي جودة الخدمات الرقمية باهتمام كبير في الأوساط البحثية، خصوصاً في الدول الغربية أكثر مما هو عليه الحال في العالم العربي. من المفيد الإشارة إلى أن بعض الباحثين ركزوا مؤخراً على العلاقة بين هذا النوع من الجودة ورضا المستخدمين. تلك الأبحاث ظهرت تباعاً عبر السنوات، مع تركيز متفاوت على الجوانب العملية والنظرية. رغم اختلاف النهج، شاركت دراسات متعددة في نقطة مشتركة: التأثير الواضح للجودة التقنية على التجربة العامة للمستخدم. لكن لم يكن كل الباحثين متشابهين في مناهجهم أو استنتاجاتهم. بعضها اعتمد أساليب كمية دقيقة، بينما فضل آخرون المناهج الوصفية القائمة على المقابلات. إلى حد ما، تتكامل نتائج الدراسة الحالية مع ما سبق، لكن هناك انحرافات واضحة في عينة التطبيق أو البيئة التنظيمية. الاختلاف ليس مجرد مسألة مكان أو

¹العلاق بشير: إدارة علاقات الزبائن، "دار اليازوري العلمية" 2022، ص: 92.

زمان، بل يمتد إلى طبيعة المؤسسات الخدمية نفسها. مع ذلك، يمكن الاستفادة من تلك الأبحاث السابقة في تحديد المتغيرات المناسبة واختيار أدوات القياس بذكاء. في المحصلة، لا تُقرأ هذه الدراسات لنقدها فقط، بل لتوجيه الفهم نحو ثغرات لم تُعالج بعد.

المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية

(1) **دراسة حسان بوزيان (2014) بعنوان:** تأثير جودة الخدمة في رضا العملاء، عنوان البحث يخص فرع شركة اتصالات الجزائر الموجود بالعلمة. جامعة قسنطينة 2 استضافت هذا العمل العلمي، هدفت هذه الدراسة الى دراسة إثر جودة الخدمة على رضا الزبون. عدد المشاركين بلغ 107 أشخاص يستعملون الشبكة حالياً. تم اختيارهم من داخل منطقة المدينة المعنية فقط، لقياس الروابط، طبق تحليل الإرجاع الرياضي، ظهر أن العامل الأكثر تأثيراً هو الاعتماد الكامل على الخدمة. ثم جاءت السرعة في الرد كعامل مؤثر أيضاً. بعد ذلك، الدعم الإنساني من الموظفين عزز التقييم الإيجابي، الأمان أثناء التعامل مع الخدمات دخل ضمن العوامل الفعالة كذلك. لكن الجانب المادي، مثل البنية أو المعدات، لم يكن له وزن كبير. النتائج خلصت إلى أن الملموس لا يحرك الكثير في ذهن الزبون، كل ما سبق شكّل صورة واضحة عن أولويات التجربة لدى الجمهور.

(2) **دراسة أحمد زغوان (2016) عنوان:** تأثير جودة الخدمات الرقمية في ولاء الزبائن، مع التركيز على فرع شركة "أوريدو" بالوادي. الجامعة التي أنجز فيها العمل هي قاصدي مرباح بورقلة. هدف البحث كان فهم مدى تأثير نوعية الخدمة الإلكترونية المقدمة من طرف الشركة العمومية للاتصالات النقالة في تعزيز ارتباط الزبائن بها داخل منطقة الوادي. اعتمدت الدراسة على أربع خصائص رئيسية لتقييم الجودة: البساطة أثناء استخدام المنصة، شكل الموقع الإلكتروني، الدقة في تنفيذ الخدمة، الحماية والخصوصية، السرعة في الرد، والتواصل الإنساني. طريقة جمع المعطيات كانت عبر الاستبيان، أداة اختيرت لما توفره من إمكانية قراءة مباشرة لآراء المستخدمين. تم تصميم الأسئلة بحيث تتضمن أربعة محاور مختلفة تناسب أهداف التحقيق. وصل عدد النسخ الموزعة إلى 400 استبيان موجه لمستخدمين في شبكة "أوريدو" بالوادي. عاد منها 380 نموذجاً صالحاً للتحليل، أي ما يمثل 95 بالمئة من العينة الكاملة. النتائج بينت أن درجة الارتباط بالشركة تصنف متوسطة عند غالبية الزبائن. كما ظهر أن الإجراءات التي تتبعها مؤسسة "أوريدو" لرفع جودة خدماتها لها تأثير مرئي وواضح على ثقة المشترك واستقراره مع الشبكة. هذا يعني أن تحقيق التطلعات الفعلية للزبون يُعدّ عاملاً محورياً في استمراريته. لا يكفي فقط توفير خدمة تقنية، بل يجب أن تكون ملائمة لما يحتاجه الشخص حقاً. إحدى التوصيات الهامة التي خرج بها البحث دعت

الإدارة إلى التعامل بجدية أكبر مع القنوات الرقمية. كذلك حثت على تعميق فهم سلوك الزبون كوسيلة أساسية لتحفيز ولائه. بالإضافة لذلك، أكد التقرير على وجوب إعادة ترتيب الأولويات في تحسين الجودة، بحيث تُعطى المجال أوسع للأبعاد التي يوليها الزبون اهتماما حقيقيا.

(3) **دراسة كريمة غياد (2021) بعنوان:** رضا الزبائن حيال الخدمات الرقمية لموقع بريد الجزائر في مدينة سكيكدة، الدراسة انطلقت من تساؤل حول مدى تأثير جودة الخدمة الإلكترونية على شعور المستخدمين بالرضا أثناء استخدامهم للموقع. بدلاً من اعتماد مقاييس تقليدية، استعمل المقياس الفرنسي المعروف باسم NETQUAL، الذي يركّز على عدة جوانب نوعية للخدمة الرقمية. وهدفت هذه الدراسة الى مفهوم جودة الخدمة الإلكترونية ومعرفة العلاقة بين جودة الخدمة الإلكترونية ورضا الزبائن عنها مع تقديم اقتراحات لتحسين جودة الخدمة الإلكترونية، عينة البحث ضمت ثمانون شخصاً، اختيروا بطريقة عشوائية من بين الذين يستخدمون خدمات البريد عبر الإنترنت. الأداة الأساسية لجمع المعطيات كانت الاستمارة، مع التركيز على طريقة وصفية تحليلية لتفسير النتائج. أظهرت النتائج وجود مستوى مقبول من الرضا لدى الزبائن إزاء الأداء الرقمي للمؤسسة. بالنسبة لهم، أول ما يؤثر في تجربتهم هو البساطة في التعامل مع الموقع. بعد ذلك يأتي الشكل العام وتخطيط الصفحات كعامل مهم. ليس بعيداً عن القائمة، يبرز الجانب المرتبط بحماية البيانات وعدم تسريب المعلومات. أخيراً، دخلت دقة المحتوى والمعلومات المتوفرة ضمن الأولويات، وإن جاءت في المرتبة الرابعة.

(4) **دراسة بن شيخ عبد الوهاب وطوال هيبه (2021) بعنوان:** أثر جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المنية، الجامعة التي نُفذ فيها العمل هي زيان عاشور بالجلفة - الجزائر-. هدفت هذه الدراسة الى معرفة جودة الخدمة ومدى تأثيرها في رضا الزبون وكم تبين العلاقة الموجودة بين كل بعد من أبعاد جودة الخدمة ومدى تأثيره في رضا الزبون، الفكرة الأساسية كانت اختبار العلاقة بين جودة الخدمة ودرجة الرضى لدى المستخدمين. تم توزيع استمارات استقصاء على مجموعة بلغت 110 شخصاً من زوار الفرع المحلي. الأداة استخدمت خصيصاً لتجميع المعطيات حول هذا الجانب. لتحليل النتائج، اعتمد الباحثان على برنامج SPSS بالإصدار الثالث والعشرين. أظهرت المعالجة الإحصائية علاقة واضحة بين تحسن الخدمة وارتفاع مستويات الرضا. في نهاية البحث، طُرحت أفكار عملية للنهوض بمستوى الأداء داخل المؤسسة. اقتراحات بسيطة لكنها مباشرة، تركّز على التعامل اليومي مع الجمهور. كل ذلك دون تدخل خارجي أو إشارات إلى نظريات بعيدة عن الواقع الميداني.

(5) دراسة عبد العزيز طالب وعبد الحميد نعيمجات (2022) بعنوان: تأثير نوعية الخدمات الرقمية على شعور الموظفين بالرضا داخل فرع شركة اتصالات الجزائر بمدينة المسيلة، انطلقت الدراسة من سؤال رئيسي حول مدى تأثير الجوانب المختلفة للخدمات الإلكترونية في مستوى الرضا الوظيفي، مع التركيز على ستة عناصر رئيسية: كفاءة أنظمة المعلومات، تحويل المهام إلى صيغ رقمية، التخزين الإلكتروني، تسهيل الإجراءات، تقليص الوقت المستغرق لإنهاء المعاملات، وتحسين الكفاءات الفردية. أما الجانب الذي يُقاس عليه النتائج فهو رضا الموظفين فقط. تم جمع المعطيات عبر استبيان وزّع على 60 موظفا اختبروا بشكل عشوائي. للتحقق من الروابط بين هذه العناصر، استُخدم تحليل الانحدار الخطي المتعدد باستخدام برنامج SPSS بالإصدار الثاني والعشرين. أظهرت النتائج أن نظام المعلومات والتحويل الرقمي للمهام لهما تأثير واضح ومثبت إحصائيا على رضا العاملين. لكن ما يتعلق بالتخزين الإلكتروني وتسريع العمليات ورفع الكفاءة لم يترك أي أثر ملحوظ وفقا لما بيّنته البيانات. النتائج تعتمد حصرا على التحاليل الواقعية دون إضافات خارجية أو تخمين.

(6) دراسة نعام نسرین وشنين خولة (2025) بعنوان: أثر تطبيق أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون في مؤسسة اتصالات الجزائر وحدة ورقلة. جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-، تهدف هذه الدراسة إلى معرفة أثر نظام إدارة الجودة بالتركيز على الأبعاد (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) على رضا الزبون في مؤسسة اتصالات الجزائر وذلك لمعرفة العلاقة بينهم تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي والاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات حيث أجريت الدراسة على عينة قدرت بـ 100 فرد من إجمالي زبائن اتصالات الجزائر، وتم استخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS 25 لمعالجة البيانات. توصلت النتائج إلى عدة نتائج منها: مستوى توفير كل من نظام إدارة الجودة ورضا الزبون متوسط في مؤسسة محل الدراسة، كما توصلنا على أن هناك علاقة طردية متوسطة بين نظام إدارة الجودة ورضا الزبون في المؤسسة محل الدراسة، يوجد أثر لأبعاد نظام إدارة الجودة بمستويات مختلفة على التوالي بعد الملموسية، الأمان، الاستجابة، الاعتمادية، التعاطف.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية.

(1) دراسة (Parasuraman, A. Zeithaml, V. A, & Malhotra, A, 2005)

بعنوان¹ : مقياس متعدد البنود لقياس جودة الخدمة الإلكترونية، هدفت الدراسة الى معالجة القصور في الأدوات التقليدية لقياس الجودة عند تطبيقها في البيئة الرقمية، تتمحور الدراسة حول تطوير مقياس "E-S-QUAL" لتقييم جودة الخدمة الإلكترونية عبر أربعة أبعاد أساسية هي: "الكفاءة، الوفاء، توافر النظام، والخصوصية"، مع تقديم مقياس إضافي (E-RecS-QUAL) لمعالجة مشكلات ما بعد الشراء. وتؤكد النتائج أن الجودة الرقمية تتجاوز السمات الجمالية للموقع لتعتمد بشكل رئيسي على دقة التنفيذ والأمان التقني، مما يؤثر مباشرة على القيمة المدركة ونوايا التعامل المستقبلي. وخلص الباحثون إلى أن كفاءة الأداء التشغيلي هي المحرك الأول لرضا الزبائن في البيئات الافتراضية التي تفتقر للتفاعل البشري. بذلك، توفر الدراسة إطاراً معيارياً يمكن الشركات من قياس وتحسين تجربتها الرقمية لضمان استدامة الولاء.

(2) دراسة (Souad BOUDJEHEM, 2024) **بعنوان²**: استخدام إدارة علاقات العملاء إلكترونياً

(E-CRM) لتحقيق رضا العملاء، هدفت هذي الدراسة الى تبسيط المفاهيم المتعلقة بمتغيرات البحث، والوقوف على أثر أبعاد إدارة علاقات العملاء الإلكترونية (E-CRM) في كل من رضا العملاء وولائهم. علاوة على ذلك، تسعى الدراسة إلى تقديم مجموعة من التوصيات التي تهدف إلى دعم المديرين في تحسين آليات الإدارة المصرفية، ولتحقيق أهداف الدراسة، اعتمد المنهج الوصفي، حيث جمعت البيانات عن طريق توزيع 200 استبانة على عملاء "بنك الخليج الجزائر" (AGB) - وكالة قلمة. وقد استُردت 170 استمارة، خضعت 150 منها للتحليل الإحصائي لكونها صالحة، حيث اختُبرت فرضيات الدراسة باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS V.26). وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي لإدارة علاقات العملاء الإلكترونية في تحقيق رضا العملاء.

¹Parasuraman, A., Zeithaml, V. A, & Malhotra, A: E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Electronic Service Quality. Journal of Service Research, Vol: 7, issue: 3, 2005.

² Souad BOUDJEHEM : Utilizing E-CRM to achieve Customer Satisfaction, Study of Algeria Gulf Bank (AGB) - Guelma Agency; Vol:10, issue: 2, 2024.

المطلب الثالث: العلاقة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

من هذا المنطلق، تظهر بعض الملامح المشتركة مع الأبحاث الماضية. في المقابل، هناك نقاط تميز هذا العمل عن غيره. الفروقات ليست كبيرة لكنها واضحة. التشابه يكمن في الطريقة التي تعاملت بها الدراسات مع الموضوع. بينما التنوع يأتي من زاوية التحليل المستخدمة هنا. كل ذلك يجعل المقارنة ممكنة دون تكرار. النتيجة؟ رؤية أوسع لما قُدم سابقاً وما طرأ جديداً

أ-أوجه الاتفاق بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

من ناحية، تتشارك الدراسة الجديدة مع الأبحاث الماضية بعدد من الجوانب. شيء بارز هو التقارب في النتائج المتعلقة بالجانب الأول. لعل أبرز ما يُلاحظ تطابق الرؤى حول هذه المسألة تحديداً. رغم اختلاف الزمن أو العينة، فإن الخلاصة واحدة إلى حد بعيد. الجانب الثاني أيضاً يظهر فيه توافق واضح لا يمكن تجاهله. حتى المنهجيات كانت قريبة في الطريقة التي استخدمت بها

الدراسة الآن تشبه أعمال سابقة ناقشت جودة الخدمات الرقمية مع رضا الزبون سويًا. منها بحث هويّن حسان سنة ألف وأربعمئة وأربع عشرة عن التأثير المباشر للخدمة على رضا المستخدم. اشترك مائة وسبعة أشخاص يستخدمون خدمات اتصالات الجزائر في فرع العلمة. تم استخدام تحليل الانحدار لفهم مدى ارتباط الجودة بالرضا النفسي لدى العميل. إضافة إلى ذلك، هناك عمل آخر صادر عام ألفين وثلاثة وعشرين لهادج محمد لياس حول نفس الموضوع. اعتمد هذا الباحث منهجاً رقمياً لتقصي العلاقة بين الخدمة الإلكترونية وتقييم الزبون. في بحثنا، دخلنا في صلب المفاهيم النظرية بعد جمع بيانات فعلية من تدريب داخل بريد الجزائر.

بدأت الدراسة بالاعتماد على نهج وصفي تحليلي، مثلما فعلت أبحاث سابقة. رغم ذلك، اعتمدت على استبيان محدد لجمع المعلومات من الميدان. الأداة اختيرت بعناية لتناسب مع طبيعة البيانات المطلوبة. الطريقة لم تختلف كثيراً عما سبق استخدامه قبلها.

ب-أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة:

من أبرز ما يميز هذا البحث عن السابقين، أنه يتطرق لجوانب لم تُطرح من قبل. نقطة بارزة هنا تظهر عندما نقارن النتائج الميدانية. الفرق الجوهرى بدأ يلوح في الأفق مع تغير طبيعة العينة المستخدمة. رغم التشابه البسيط في الأهداف، فإن المنهج اتخذ شكلاً مختلفاً تماماً. بعض الجوانب ظهرت بشكل غير متوقع خلال جمع البيانات. ما سبق يجعل هذه الدراسة فريدة من نوعها إلى حد بعيد

هذه الدراسة لم تكن كسابقتها في هدفها. لأن تركيزها كان على فهم شكل العلاقة ما بين جودة الخدمات الرقمية ورضى عملاء شركة اتصالات الجزائر. أما الأبحاث القديمة فقد كانت متباينة فيما بينها. بعضها ركز على قياس التأثير باستخدام نموذج الانحدار لفحص مدى ترابط جودة الخدمة بالرضا، كما فعل بو زيان حسان سنة 2014. آخرون انطلقوا من تجارب مباشرة خلال تدريب في بريد الجزائر، يبحثون في أفكار أولية وقيمون البيانات التي سُجلت هناك.

رغم أن البحث ركز على فرع الطيبات لمؤسسة اتصالات الجزائر، إلا أن مقارنته مع أعمال سابقة تظهر اختلافا في الموقع. من جهة، تم جمع البيانات من زبائن هذا الفرع تحديدا. بعض الدراسات السابقة انطلقت بدل ذلك من تحليل شركة أوريدو كحالة دراسية مستقلة. هذا التباين في الموقع الجغرافي يُعد عنصرا محوريا في الاختلاف بين النتائج. إذ لم يتم اختيار العينة بنفس الطريقة في الأبحاث الأخرى

من بينها بحث أنجزه أحمد زغوان عام 2016، إلى جانب أعمال أخرى نُفذت في إطار مؤسسة حكومية محلية مختصة بالاستثمار والخدمات المجمعّة. هذا فضلاً عن إسهامات منشورة في دورية أمين حمزة سنة 2022، الصادرة تحت اسم "المجلة التطبيقية للإدارة واقتصاد الأعمال".

مفارقة ما وجده الباحث هنا لما خرجت به أبحاث سابقة. اختلف الأمر مع عمل أحمد زغوان عام 2016، كذلك الحال مع نشرة أمين حمزة الصادرة سنة 2022 في مجلة الإدارة التطبيقية وإدارة الأعمال. هاتان الدراستان أكدتا أن الجودة المقدمة عبر الخدمات الرقمية تدفع رضا العملاء إلى الأعلى بشكل واضح. لكن النتيجة الحالية لا تماثلهما. صار التباين ظاهراً أيضاً بالمقارنة مع دراسة نعام نسرین وشنين خولة الصادرة عام 2025، فضلاً عن بحث بوزيان حسان الذي يعود لسنة 2014. تلك الأبحاث ربطت نظام ضمان الجودة برضا المستخدم بطريقة متزنة نوعاً ما. الشيء الآخر، الملحوظات الملموسة لم تحرك مؤشر الرضا كثيراً فيها.

المطلب الرابع: مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة.

- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في:
- صياغة مشكلة الدراسة؛
- بناء خطة الدراسة؛
- من زاوية أخرى، تظهر نتائج الأبحاث الماضية كأداة أساسية في تحديد معضلة البحث الحالي
- إثراء الإطار النظري لهذه الدراسة؛

- بناء استبانة الدراسة، من خلال الاستعانة ببعض الفقرات من الدراسات السابقة؛
- من خلال العودة إلى الكتب والمصادر التي استندت إليها الأبحاث القديمة
- مساعدة الباحث في اختيار مجتمع وعينة الدراسة؛
- يبدأ التفكير في هيكل البحث بتحديد الطريقة المناسبة لتنفيذه. بعد ذلك تأتي خطوة انتقاء الأداة التي تعتمد عليها جمع المعلومات. ما يُبنى على هذا الأساس هو تصميم أداة جمع البيانات بشكل دقيق. من خلال هذه العملية يتم ضمان توافق الإجراءات مع أهداف الدراسة. يتبع ذلك تنظيم مراحل العمل بطريقة متسلسلة ومنطقية
- استُخدمت الأبحاث القديمة لفهم البيانات، حيث ساعدت في قراءة النتائج بشكل أوضح. رغم ذلك، ظلت التفسيرات محدودة بالسياق الذي جاءت فيه تلك الدراسات.

خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل أبرز ما قدمته الدراسات عن مفهوم جودة الخدمات الرقمية وعلاقتها برضا الزبائن، إضافة إلى أبعاد كل من المفهومين. رغم ذلك، خلص التحليل إلى أن الجودة في البيئة الرقمية ليست مجرد خيار، بل ضرورة حاسمة لربط طموحات الفرد بأهداف المنظمة. إذ تعتمد نتيجة أي مؤسسة الآن - نجاحاً أم فشلاً - على توفير هذه الخدمة عبر ثلاثة محاور رئيسية: كفاءة الشبكة والتواصل، جودة أدوات الموقع وآليات الدفع، ثم تجربة المستخدم والمساعدة التقنية. عندما تُحقّق تلك المحاور، يظهر مستوى مرتفع من الرضا، سواء كان لحظياً بعد معاملة واحدة أو متراكماً عبر تجارب متعددة. هذا الرضا بدوره يولّد سلوكاً إيجابياً نحو المؤسسة، يُعبّر عنه باستمرار الدعم والانخراط في نجاحها. ليس موقفاً وقتياً، بل حالة دورية يُظهر فيها الشخص ارتباطه بالجهة. كما أن درجة الرضا لا تنبع فقط من التجارب المباشرة، بل تتداخل فيها عناصر نفسية، وتوجهات فعلية، ومعطيات موضوعية غير شخصية. جميعها مجتمعة تشكل مؤثراً حقيقياً في مدى رضا العميل النهائي.

الفصل الثاني:

دراسة ميدانية حول جودة الخدمات
الرقمية ورضا الزبائن بمؤسسة اتصالات
الجزائر - فرع الطيبات

تمهيد:

بعدما تناولنا في الجزء النظري لأثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر- فرع الطيبات-، سنحاول في هذا الفصل إسقاط مختلف جوانب الدراسة النظرية على عينة من المبحوثين، وذلك من خلال توزيع استبيان على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر ومعالجته باستخدام برنامج SPSS

- المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
- المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها

المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية

سيتم في هذا المبحث تحديد الإطار المنهجي للدراسة الميدانية لهذا الموضوع ألا وهو أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر- فرع الطيبات-، قصد تنظيم المعلومات بما فيها من تقديم العينة وعرض منهج الدراسة، والتطرق أيضا إلى الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة من أجل الوصول إلى نتائج.

المطلب الأول: الطريقة المستعملة في الدراسة

سيتم من خلال هذا المطلب التعرف على كل من منهج الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، وفي الأخير خصائص عينة الدراسة، بغية التعرف على أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر- فرع الطيبات- من خلال الاعتماد على البيانات والمعلومات اللازمة بعد جمعها وتحليلها عن طريق ادخالها الى البرنامج الاحصائي SPSS من خلاله سيتم التوصل الى النتائج اللازمة.

1- منهج الدراسة:

يبين المنهج مختلف الخطوات التي يعتمد عليها الباحث في دراسة ظاهرة ما أو موضوع معين بهدف التعرف على أسبابها وتقديم الحلول لها، وتتضمن هذه الدراسة بعد ميداني تطبيقي كونها تدرس علاقة جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، تم إعداده لهذا الغرض وتحليله باستخدام برنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية SPSS. بالإضافة إلى ذلك قمنا بالاستعانة بالمنهج الاستقرائي ومعالجة الجوانب التحليلية لموضوع الدراسة لجأ الباحث إلى جمع البيانات الأولية من خلال استبانته، صممت خصيصاً لهذا الغرض، ووزعت على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات

2- مجتمع وعينة الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في مجموعة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، حيث تم توزيع 100 استبيان على عينة البحث من مجتمع الدراسة، وتم استرجاع 80 استبياناً صالحاً للدراسة، واستبعاد 20 استبانة بسبب عدم جدية بعض المستجوبين وضعف مستواهم الثقافي فيما يخص موضوع الخدمات الرقمية، حيث تم اختيار العينة العشوائية في توزيع الاستبيان.

الجدول رقم 1: يبين توزيع عينة الدراسة

النسبة	العدد	الاستبيانات
100%	100	عدد الاستبيانات الموزعة
80%	80	عدد الاستبيانات الصالحة للدراسة
20%	20	عدد الاستبيانات الغير صالحة للدراسة

المصدر: من اعداد الطالب وفق توزيع الاستبيان.

3- خصائص عينة الدراسة:

يقصد بخصائص عينة الدراسة كل البيانات الشخصية المتعلقة بأفراد عينة الدراسة المستجوبين، بغرض معرفة الخصائص الديموغرافية لهم. وقد اشتملت هذه الخصائص على " الجنس، السن والخبرة " وذلك لمعرفة تأثيرها على الدراسة في المؤسسة محل الدراسة وبالتالي يمكن إيضاحها كما يلي:

3-1- خصائص العينة حسب متغير الجنس:

من خلال الدراسة التي قامت بها الباحثة تم استفسار المستجوبين حسب الجنس وأعطوا إجابتين هما: ذكر وأنثى و قد كانت إجاباتهم على هذين المتغيرين كما يوضحه الجدول التالي:

الجدول رقم 2: توزيع أفراد العينة حسب الجنس

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة (%)
الجنس	الذكور	69	86.25
	الإناث	11	13.75
المجموع الكلي		80	100.0

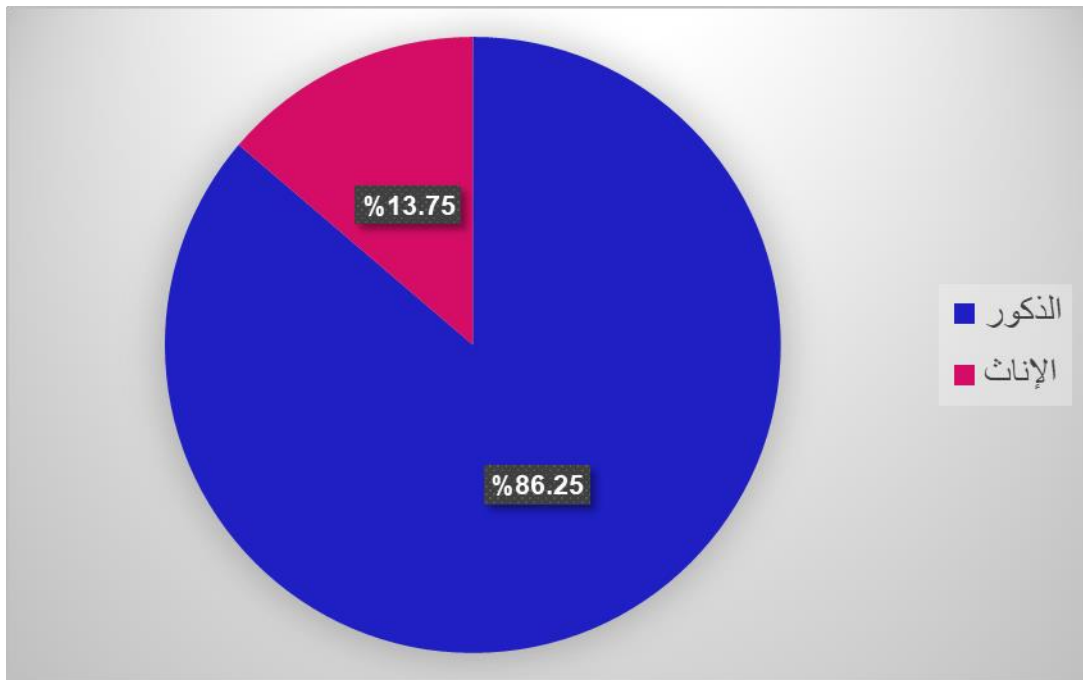
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS

يُظهر الجدول رقم (02) المتعلق بالخصائص الديموغرافية لعينة الدراسة، وجود تفاوت كبير وواضح في التوزيع النوعي للمبحوثين؛ حيث سجلت فئة الذكور حضوراً طاعياً بتكرار قدره (69) مفرداً، وهو ما يمثل نسبة 86.25% من إجمالي العينة. في المقابل، سجلت فئة الإناث حضوراً محدوداً بتكرار قدره (11) مفردة فقط،

بنسبة بلغت 13.75%. هذا التباين يشير إحصائياً إلى أن جمهور مؤسسة اتصالات الجزائر بفرع دائرة الطيبات الذي شملته الدراسة يتشكل في أغليبيته الساحقة من الرجال.

يمكن تفسير هذه الهيمنة العددية للذكور في عينة الدراسة بالنظر إلى الخصوصية السوسيوإقليمية لدائرة الطيبات؛ حيث تلعب العادات والتقاليد دوراً في رسم حدود التعاملات الخارجية، إذ غالباً ما يتولى الرجال مسؤولية القيام بالإجراءات الإدارية والتعاقد مع المؤسسات الخدمية (مثل اتصالات الجزائر) نيابة عن الأسرة.

كما قد يعود هذا التباين إلى أن عقود اشتراك الإنترنت والهاتف الثابت في أغلب البيوت ببلديات ولاية توفرت تكون مسجلة بأسماء أرباب الأسر (الذكور)، وهو ما جعل عملية استقصاء الآراء حول "جودة الخدمات الرقمية" تنحصر بشكل أكبر في هذه الفئة التي تتعامل مباشرة مع الفرع أو تدير الحسابات الرقمية للعائلة. من جهة أخرى، قد يعكس ضعف نسبة الإناث قلة تواجدهن في الفضاءات العامة أو مراكز الخدمة أثناء فترة توزيع الاستبيان



الشكل رقم 1: الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب الجنس

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

3-2- خصائص العينة حسب متغير " العمر ":

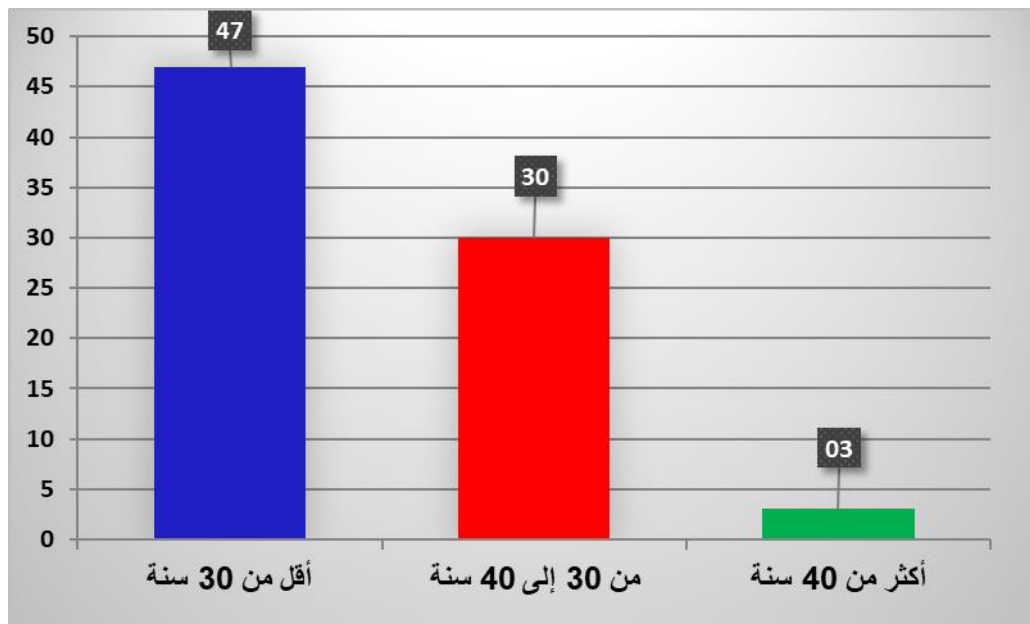
الجدول رقم 3: توزيع أفراد العينة حسب السن "العمر".

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة (%)
السن	أقل من 30 سنة	47	58.75
	من 30 إلى 40 سنة	30	37.50
	أكثر من 40 سنة	3	3.75
المجموع الكلي		80	100

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

تُظهر نتائج الجدول رقم (03) أن الفئة العمرية الشابة هي المحرك الأساسي لعينة الدراسة في دائرة الطيبات؛ حيث احتلت الفئة العمرية "أقل من 30 سنة" المرتبة الأولى بتكرار قدره (47) مفردة، وهو ما يمثل نسبة 58.75%. جاءت في المرتبة الثانية الفئة العمرية "من 30 إلى 40 سنة" بتكرار (30) ونسبة بلغت 37.50%. في حين سجلت الفئة العمرية "أكثر من 40 سنة" حضوراً ضئيلاً جداً بتكرار (3) فقط، أي ما يعادل 3.75% من إجمالي العينة. وتكشف هذه الأرقام أن أكثر من 96% من المبحوثين هم من فئة الشباب دون سن الأربعين.

يمكن تفسير هيمنة الفئات الشابة على عينة الدراسة بعدة اعتبارات كالتمكن التقني، حيث تُعد الفئات العمرية الأقل من 40 سنة هي الأكثر استجابة للتحويل الرقمي، والأكثر قدرة على استخدام تطبيقات ومواقع المؤسسة للوصول إلى الخدمات بسرعة ويسر.



الشكل رقم 2: الأعمدة البيانية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية السن "العمر"

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS

3-3- خصائص العينة حسب نوع الاشتراك:

الجدول رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب خاصية نوع الاشتراك

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة (%)
نوع الاشتراك	IDOOM ADSL	36	45.0
	IDOOM FIBRE	02	2.5
	IDOOM 4 GLTE	42	52.5
المجموع الكلي		80	100

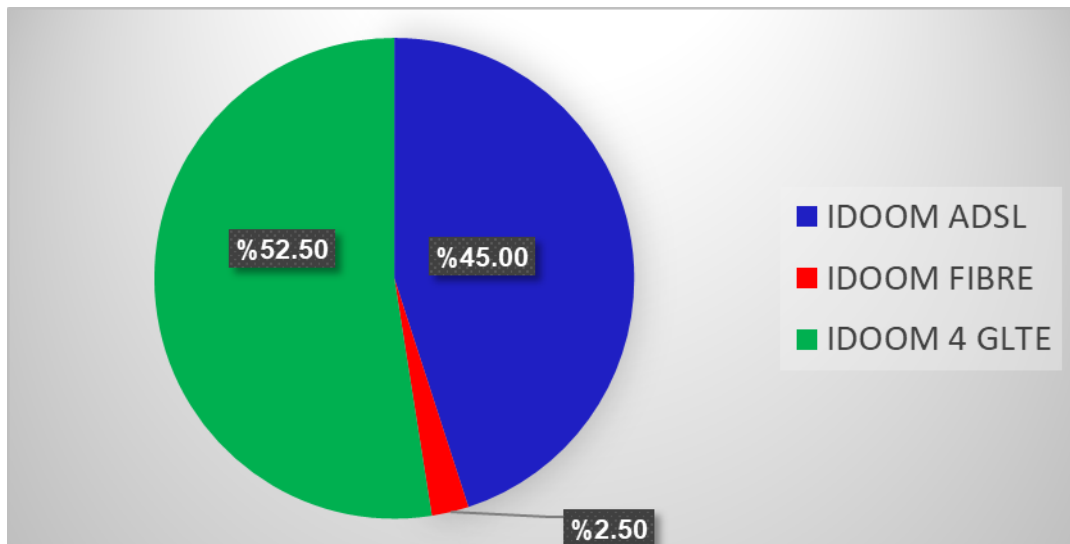
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على برنامج SPSS

يستعرض الجدول رقم (04) التوزيع التقني لعينة الدراسة بناءً على نوع الاشتراك في خدمات اتصالات الجزائر، حيث نلاحظ تصدر خدمة IDOOM 4G LTE المرتبة الأولى بتكرار قدره (42) مشتركاً، وبنسبة مئوية بلغت 52.5% تليها في المرتبة الثانية خدمة IDOOM ADSL بتكرار (36) ونسبة بلغت 45.0%، أما خدمة الألياف البصرية IDOOM FIBRE، فقد سجلت حضوراً محدوداً جداً بتكرار

(02) فقط، وهو ما يمثل نسبة ضئيلة تقدر بـ 2.5% وتكشف هذه النتائج أن الأغلبية الساحقة من زبائن العينة في منطقة الطيبات يعتمدون على الشبكة اللاسلكية (4G) والشبكة النحاسية التقليدية (ADSL).

يمكن تفسير هذا التوزيع من خلال ربطه بالواقع الجغرافي والتقني لدائرة الطيبات وفق الاعتبارات التالية:

- الاعتماد على الحلول اللاسلكية: يفسر التفوق النسبي لخدمة 4G LTE (بنسبة 52.5%) طبيعة التوسع العمراني في المنطقة؛ حيث تُعد هذه الخدمة الحل الأمثل لتوفير الإنترنت في المناطق التي قد تشهد صعوبات تقنية في مد الكوابل الأرضية، أو للمستخدمين الذين يفضلون سرعة التركيب والتشغيل دون انتظار البنية التحتية السلكية.
- استقرار القاعدة التقليدية: تعكس نسبة مشتركي ADSL (45%) وجود قاعدة معتبرة من الزبائن الكلاسيكيين الذين يمتلكون خطوطاً هاتفية ثابتة في أحياء دائرة الطيبات، وهي فئة تعتمد غالباً على هذه الخدمة لاستقرارها النسبي في الاستخدامات المنزلية الدائمة.
- مراحل التحول نحو الألياف البصرية: إن النسبة الضئيلة جداً لخدمة FIBRE (2.5%) تشير بوضوح إلى أن تقنية الألياف البصرية لا تزال في مراحلها الأولى من الانتشار في دائرة الطيبات، أو أنها تقتصر على أحياء سكنية محددة أو مؤسسات معينة، وهو مؤشر تقني مهم لاتصالات الجزائر لتعزيز الاستثمار في هذه البنية التحتية الحديثة بالمنطقة.



الشكل رقم 3: الدائرة النسبية لتوزيع أفراد العينة حسب خاصية نوع الاشتراك

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

3-4- خصائص العينة حسب المستوى التعليمي:

الجدول رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب خاصية المستوى التعليمي

المتغير	الفئة	التكرار	النسبة (%)
المستوى التعليمي	أقل من الثانوي	4	5.0
	ثانوي	20	25.0
	جامعي	56	70.0
المجموع الكلي		80	100

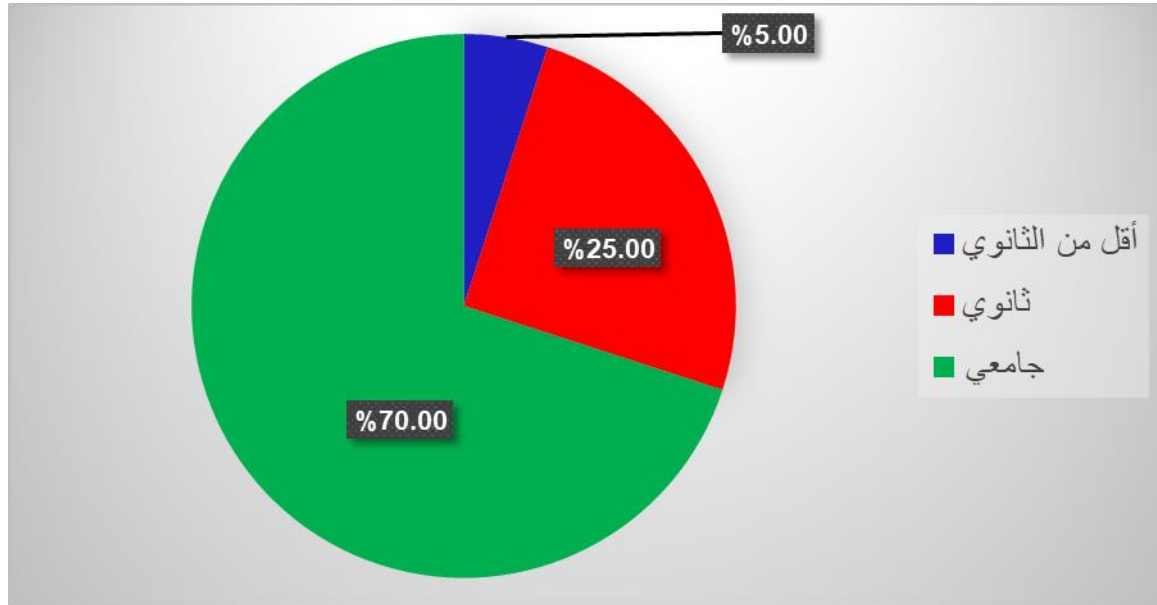
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يُبين الجدول رقم (05) توزيع أفراد عينة الدراسة وفقاً لمستواهم التعليمي، حيث يظهر جلياً هيمنة الفئة ذات المستوى "الجامعي" بتكرار قدره (56) مبحوثاً، وهو ما يمثل النسبة الأكبر بـ 70.0% تليها في المرتبة الثانية الفئة ذات المستوى "الثانوي" بتكرار (20) ونسبة قدرها 25.0% بينما سجلت فئة "أقل من الثانوي" أدنى نسبة بحضور (4) مبحوثين فقط، أي ما يعادل 5.0% من إجمالي العينة. وتكشف هذه النتائج أن الغالبية العظمى من زبائن اتصالات الجزائر بفرع الطيبات المتعاملين مع الخدمات الرقمية هم من ذوي التكوين العلمي العالي.

يمكن تفسير هذا الارتفاع الكبير في نسبة الجامعيين ضمن عينة الدراسة من خلال النقاط التالية:

- الوعي الرقمي: يرتبط استخدام الخدمات الرقمية (مثل الدفع الإلكتروني وتصفح موقع المؤسسة) ارتباطاً وثيقاً بالمستوى التعليمي؛ فالمبحوث الجامعي غالباً ما يمتلك المهارات التقنية والمعرفية التي تُمكنه من استيعاب العروض والتعامل مع واجهات التطبيقات بسهولة ويسر.
- إدراك القيمة والموثوقية: المبحوثون من ذوي المستوى التعليمي العالي هم الأكثر ميلاً لتجربة الخدمات الجديدة، كما أن لديهم وعياً أكبر بأهمية حماية البيانات الشخصية أثناء استخدام الإنترنت، وهو ما يفسر إقبالهم الواسع على رقمنة معاملاتهم في ولاية توقرت لتفادي عناء التنقل.

- تقييم الجودة: إن وجود نسبة 70% من الجامعيين في العينة يعطي لنتائج البحث حول "جودة الخدمات" وزناً علمياً؛ كون هذه الفئة تمتلك قدرة تحليلية لتقييم استقرار الاتصال وسرعات التحميل (Download) والرفع (Upload) بناءً على معايير موضوعية وتوقعات واضحة.



الشكل رقم 4: الدائرة النسبية لتوزع أفراد العينة حسب خاصية المستوى التعليمي

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة

1- خطوات بناء الاستبيان:

تمثل استمارة الاستبيان الأداة الرئيسية التي يتم الاعتماد عليها عند القيام بجمع البيانات والمعلومات من الواقع حول موضوع

الدراسة، لذا قام الباحث بإعداد أداة الدراسة لمعرفة أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع

الطيبات-، ولكي تكون الاستبانة دقيقة ومنظمة في شكلها العلمي من حيث البساطة، الوضوح والمضمون، فقد تم تصميمها على ثلاثة مراحل هي:

1-1- المرحلة الأولى: مرحلة التصميم الأولي

تعتبر هذه المرحلة الخطوة الأولى في إعداد الاستمارة، حيث وبعد إطلاع الباحث على الأدبيات النظرية والدراسات

السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، قام بوضع الأسئلة التي تخدم إشكالية البحث، حيث قسم الاستبيان إلى محورين، بهدف الإجابة على الإشكاليات الجزئية.

1-2- المرحلة الثانية: مرحلة التصميم النهائي

بعد الاطلاع على أسئلة استبيانات الدراسات السابقة، والاستعانة بالأساتذة المحكمين للاستبيان، تم تعديل بعض أسئلة الاستبانة من حيث الزيادة والتعديل لتستقر الاستبانة في صورتها النهائية على 25 سؤالاً.

1-3- المرحلة الثالثة: مرحلة التوزيع واستلام الاجابات

بعد إتمام النسخة النهائية للاستبيان قمنا بتوزيعه على عينة مكونة من 100، زبون لمؤسسة اتصالات الجزائر بالطيبات

استجاب منهم 80 زبونا، أما عن طرق استرجاع الاستمارات فقد تم توزيعها واستلامها يدويا.

❖ **الجزء الأول:** يتعلق بالمتغيرات الشخصية والوظيفية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، نوع الاشتراك) والتي يتوقع أن تساعد الباحث في تفسير النتائج.

والتي يتوقع أن تساعد الباحث في تفسير النتائج.

❖ **الجزء الثاني:** أسئلة استبيان

المحور الاول: يتعلق بالمتغير المستقل جودة الخدمات الرقمية (جودة الشبكة والاتصال، جودة أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم والدعم الفني) ويحتوي على 17 سؤالاً.

المحور الثاني: يتعلق بالمتغير التابع رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر ويحتوي على 8 سؤالاً .
والجدول التالي يوضح العبارات التي تخص كل بعد:

الجدول رقم 6: يبين الفقرات التي تقيس أبعاد جودة الخدمات الرقمية

البعد	جودة الشبكة والاتصال
الفقرات	سرعة الإنترنت كافية لتصفح المواقع ومشاهدة الفيديو دون انقطاع
	سرعة التحميل (Download) والرفع (Upload) تلبي توقعاتي
	الاتصال مستقر ولا ينقطع بشكل متكرر
	جودة المكالمات الصوتية والفيديو ممتازة وخالية من التشويش
	التغطية جيدة في جميع المناطق التي أتواجد فيها عادة
	بياناتي الشخصية محمية أثناء استخدام الإنترنت والخدمات الرقمية
البعد	جودة أدوات الموقع والدفع
الفقرات	سهولة الوصول إلى موقع أو تطبيق المؤسسة
	المعلومات على الموقع أو التطبيق واضحة (الفواتير، العروض، الدعم الفني)
	دفع الفواتير عبر الموقع أو التطبيق سهل وسلس
	تنوع وسائل الدفع كافٍ (البطاقة الذهبية، البطاقات المصرفية...)
البعد	تجربة المستخدم والدعم الفني
الفقرات	تقدم اتصالات الجزائر خدمات ذات جودة عالية تلبي رغبات الزبون
	يتميز موقع أو تطبيق اتصالات الجزائر بواجهة سهلة الاستخدام تتيح الوصول إلى جميع الخدمات بسرعة ويسر
	الخدمات الرقمية للمؤسسة متوفرة بشكل دائم ودون انقطاع
	الحصول على الخدمة يتم خلال وقت قصير ومناسب
	الدعم الفني في المؤسسة متاح وسريع الاستجابة عند مواجهة أي مشكلة
	تستجيب المؤسسة لكافة شكاوى وانشغالات الزبائن بشكل جدي وسريع

المصدر: من إعداد الطالب وفق معطيات الدراسة

الجدول رقم 7: يبين الفقرات التي تقيس رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر

الفقرات
بشكل عام، أنا راضي ما كل تقدمه المؤسسة من عروض وخدمات
الخدمات الرقمية للمؤسسة ذات جودة عالية وتلبي توقعاتي
استخدام الخدمات الرقمية للمؤسسة سهل ومرضي
لدي رغبة في تجربة خدمات رقمية جديدة تقدمها المؤسسة
أرى أن استخدام الخدمات الرقمية يوفر لي وقتًا وجهدًا مقارنة بالطرق التقليدية.
أنصح الآخرين باستخدام الخدمات الرقمية للمؤسسة
الخدمات الرقمية تجعلني زبونًا دائمًا للمؤسسة وتدفعني إلى الاستمرار في استخدام خدماتها مستقبلاً.

المصدر: من إعداد الطالب وفق معطيات الدراسة

وللإجابة على العبارات الخاصة بالمحور الأول والثاني في الاستبيان تم الاعتماد على مقياس ليكارت ذي 5 درجات، ونظرا لاستخدامه في الكثير من الدراسات السابقة في هذا المجال، يطلب من المتعاملين إعطاء درجة موافقتهم على كل عبارة من العبارات الواردة على مقياس "ليكارت الخماسي" كما يلي:

- أوافق بشدة تعطي لها 5 درجات
- أوافق تعطي لها 4 درجات
- محايد تعطي لها 3 درجات
- لا أوافق تعطي لها 2 درجة.
- لا أوافق بشدة تعطي لها 1 درجة

ويقسم مقياس ليكارت "الخماسي" كما هو موضح كما يلي:

الجدول رقم 8: يبين مجال المتوسط الحسابي المرجح لمقياس ليكارت الخماسي

الترميز	درجة القبول	مجال المتوسط الحسابي المرجح	المستوى الموافق له
1	لا أوافق بشدة	[1.80 – 1]	منخفض جدا
2	لا أوافق	[2.60 – 1.80]	منخفض
3	محايد	[3.40 – 2.60]	متوسط
4	موافق	[4.20 – 3.40]	مرتفع
5	موافق بشدة	[5 – 4.20]	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالب بناء على الدراسات السابقة

2- صدق وثبات الاستبيان

1. صدق المحكمين: لمعرفة مدى وضوح وملائمة العبارات بالاستبيان الأولى تم عرضه على أساتذة في مجال التخصص، وبعدما قاموا بتصويب الاستبيان ظهر في شكله النهائي.
2. ثبات الاستبيان: تم فحص عبارات الاستبيان من خلال معامل ألفا لكرونباخ الذي يعتبر نسبته مقبولة عند القيمة (0.62) لكي نعتمد النتائج المتوصل إليها والجدول التالي يمثل قيمة معامل ألفا لكرونباخ لإجابات أفراد العينة كما يلي:

الجدول رقم 9: يبين معامل الثبات باستخدام معامل ألفا لكرونباخ

المقياس	عدد العبارات	معامل ألفا لكرونباخ
جودة الخدمات الرقمية	17	0.915
رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر	08	0.854

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

من الجدول نلاحظ أن معامل ألفا لكرونباخ لمقياس جودة الخدمات الرقمية قدر بـ 0.915 أي أن 91.5 بالمائة من المبحوثين سيكونون ثابتين في إجاباتهم في حالة إعادة القياس وهو ما يشير إلى ثبات المقياس،

ووصل معامل ألفا كرونباخ لمقياس رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر إلى 0.854 أي أن 85.4 بالمائة من المبحوثين سيكونون ثابتين في إجاباتهم في حالة إعادة القياس وهو ما يشير إلى ثبات المقياس، وتعتبر النتائج على مستوى ممتاز من الثقة والثبات، وهذا يعني أن هناك استقرار بدرجة عالية في نتائج الاستبيان.

3- الأساليب الإحصائية المستخدمة

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار صحة الفرضيات تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والتحليلي حيث تم ترميز وإدخال المعطيات إلى الحاسوب باستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) نسخة 22 للتوصل إلى ما يلي:

1. معامل الفا لكرونباخ لقياس الثبات؛
2. مقاييس الإحصاء الوصفي وذلك لوصف عينة الدراسة وإظهار خصائصها، وهذه الأساليب هي التكرارات والنسب المئوية والمتوسط الحسابي والانحرافات المعيارية للإجابة عن أسئلة الدراسة وترتيب عبارات كل متغير تنازلياً؛
3. اختبار كولموغوروف سميونوف لاختبار طبيعة التوزيع للمتغيرين التابع والمستقل؛
4. مصفوفة الارتباطات لمعرفة العلاقات الارتباطية بين متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة؛
5. تحليل الانحدار لاختبار صلاحية نموذج الدراسة وتأثير المتغير المستقل على المتغير التابع (رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر)؛
6. تحليل اختبار تي تاست (T test) وتحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA)

المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها

سيتم في هذا المبحث عرض نتائج من خلال فرضيات الدراسة التي تم الوصول إليها ثم تحليلها.

المطلب الأول: التحقق من اعتدالية التوزيع:

لاختبار الفرضيات يجب أولا معرفة طبيعة التوزيع لمتغيري (جودة الخدمات الرقمية، رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر)، وعليه قمنا بحساب اختبار كولمغروف سميرونوف، والنتائج مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم 10 : نتائج اختبار التوزيع الطبيعي لمتغيري (جودة الخدمات الرقمية، رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر)

المقياس	قيمة اختبار كولمغروف	درجة الحرية	الدلالة الإحصائية
جودة الخدمات الرقمية	0.081	80	0.200
رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر	0.093	80	0.083

المصدر: من إعداد الطالب بناء على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول السابق نجد أن الدلالة الإحصائية في الحالتين أكبر من 0.05 وعليه فإن متغيري جودة الخدمات الرقمية ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر يتبعان التوزيع الطبيعي، فهما إذن يحققان شرط الاعتدالية، وعليه يمكننا حساب واستخدام الاختبارات المعلمية (اختبار ت T TEST واختبار تحليل التباين الأحادي (ANOVA).

المطلب الثاني: عرض ومناقشة فرضيات الدراسة

1- عرض ومناقشة الفرضية الأولى: يوجد مستوى منخفض لجودة الخدمات الرقمية لدى مؤسسة

اتصالات الجزائر محل الدراسة.

وعليه قمنا بحساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والترتيب لكل عبارة، وهذا ما توضحه الجداول التالية:

الجدول رقم 11: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لبعد جودة الشبكة والاتصال

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة	الفقرات
منخفض	1.29	2.55	2	سرعة الإنترنت كافية لتصفح المواقع ومشاهدة الفيديو دون انقطاع
منخفض	1.15	2.20	5	سرعة التحميل (Download) والرفع (Upload) تلبي توقعاتي
منخفض	1.28	2.30	4	الاتصال مستقر ولا ينقطع بشكل متكرر
منخفض	1.32	2.50	3	جودة المكالمات الصوتية والفيديو ممتازة وخالية من التشويش
منخفض	1.02	2.05	6	التغطية جيدة في جميع المناطق التي أتواجد فيها عادة
مرتفع	1.45	3.40	1	بياناتي الشخصية محمية أثناء استخدام الإنترنت والخدمات الرقمية
منخفض	0.97	2.50		جودة الشبكة والاتصال

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يستعرض الجدول رقم (11) المؤشرات الإحصائية لبعد "جودة الشبكة والاتصال" من وجهة نظر زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بفرع الطيبات، حيث بلغ المتوسط الحسابي العام لهذا البعد 2.50 بانحراف معياري قدره 0.97، مما يضعه في درجة تقدير "منخفضة". وبالنظر إلى تفاصيل العبارات، نجد أن العبارة المتعلقة بـ "حماية البيانات الشخصية" قد احتلت الرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.40 ودرجة تقدير "مرتفعة". في المقابل، جاءت بقية العبارات التقنية في مستويات "منخفضة"، حيث احتلت عبارة "كفاية سرعة الإنترنت للتصفح والمشاهدة" الرتبة الثانية بمتوسط 2.55، تليها "جودة المكالمات" بمتوسط 2.50. بينما تذيلت الترتيب العبارة الخاصة بـ "جودة التغطية في المناطق المعتادة" بمتوسط حسابي قدره 2.05 ودرجة تقدير "منخفضة".

تُشير هذه النتائج إلى مفارقة جوهرية في تقييم الزبائن للخدمة بفرع دائرة الطيبات؛ حيث يظهر وجود ثقة رقمية مرتفعة في الجوانب الأمنية والقانونية، إذ يرى المبحوثون أن بياناتهم الشخصية محمية بشكل جيد أثناء استخدام

الإنترنت، ويمكن إرجاع ذلك إلى قوة الأطر التشريعية المنظمة لحماية البيانات في الجزائر (مثل القانون 07-18) والتزام المؤسسة بها، مما ولد شعوراً بالأمان لدى المستخدم الجامعي والمتقشف السائد في العينة. أما على الصعيد التقني، فإن انخفاض المتوسطات الحسابية لسرعة الإنترنت (2.55) واستقرار الاتصال (2.30) وتغطية الشبكة (2.05)، يعكس تحديات ميدانية مرتبطة بالبنية التحتية لدائرة الطيبات. فبالرغم من نقص أنواع اشتراك 4G LTE وADSL، إلا أن الأداء الفعلي لا يلي توقعات الزبائن، خاصة في ظل الاعتماد الكبير للفئة الشابة والجامعية على الإنترنت في مشاهدة الفيديو والرفع والتحميل. إن احتلال "التغطية الجيدة" للمرتبة الأخيرة يشير بوضوح إلى وجود "مناطق ظل" رقمية في دائرة الطيبات، مما يؤثر سلباً على التقييم العام لجودة الخدمة الرقمية، ويجعل الرضا العام مرهوناً بتحسين الجانب التقني والميداني للشبكة.

الجدول رقم 12: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لبعد جودة أدوات الموقع والدفع

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة	الفقرات
منخفض	0.86	2.48	5	سهولة الوصول إلى موقع أو تطبيق المؤسس
متوسط	0.88	2.63	4	المعلومات على الموقع أو التطبيق واضحة (الفواتير، العروض، الدعم الفني)
متوسط	0.82	2.74	3	الحصول على فاتورة الإنترنت عن بعد عبر الموقع أو التطبيق سهل وسلس
متوسط	0.75	2.76	2	دفع الفواتير عبر الموقع أو التطبيق سهل وسلس
متوسط	0.80	3.03	1	تنوع وسائل الدفع كاف (البطاقة الذهبية، البطاقات المصرفية ...).
متوسط	0.59	2.73		جودة أدوات الموقع والدفع

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

تُشير النتائج الإحصائية الواردة في الجدول رقم (12) إلى أن التقييم العام لبعد "جودة أدوات الموقع والدفع" لدى عينة الدراسة جاء بدرجة "متوسطة"، بمتوسط حسابي إجمالي قدره 2.73 وانحراف معياري 0.59.

وبالنظر إلى ترتيب العبارات، نجد أن العبارة المتعلقة بـ "كفاية وتنوع وسائل الدفع (البطاقة الذهبية، البطاقات المصرفية)" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 3.03 ودرجة تقدير "متوسطة". تلتها في المرتبة الثانية والثالثة العبارات الخاصة بـ "سهولة دفع الفواتير" و "الحصول عليها عن بعد" بمتوسطات 2.76 و 2.74 على التوالي. في حين سجلت العبارة المتعلقة بـ "سهولة الوصول إلى موقع أو تطبيق المؤسسة" المرتبة الأخيرة بمتوسط 2.48 ودرجة تقدير "منخفضة".

التفسير والتعليق: يُستنتج من هذه النتائج أن مؤسسة اتصالات الجزائر بفرع الطيبات قد نجحت نسبياً في دمج حلول الدفع الإلكتروني ضمن خدماتها، حيث يعكس احتلال "تنوع وسائل الدفع" للمرتبة الأولى نجاح استراتيجية الشمول المالي الرقمي من خلال "البطاقة الذهبية" التي أصبحت وسيلة أساسية للمواطن في دائرة الطيبات لتفادي طوابير الانتظار المادية.

إن تقارب المتوسطات في عمليات دفع الفواتير واستخراجها إلكترونياً يشير إلى أن الزبائن (خاصة الفئة الجامعية والشابة المهيمنة على العينة) يدركون الوظائف النفعية لهذه الأدوات الرقمية.

ومع ذلك، فإن انخفاض تقييم "سهولة الوصول إلى الموقع أو التطبيق" (2.48) يمثل ثغرة تقنية قد تعود إلى صعوبات في الواجهة البرمجية أو بطء استجابة الخوادم عند محاولة الولوج، وهو ما يرتبط بشكل مباشر بضعف "جودة الشبكة" الذي ظهر في الجدول السابق. فمهما بلغت جودة أدوات الدفع، يبقى استخدامها مرهوناً بقدرة الزبون على الوصول للمنصة بسلاسة. وبشكل عام، تعكس الدرجة المتوسطة لهذا البعد حالة من "الرضا الحذر"، حيث يثمن الزبائن توفر الخدمة رقمياً لكنهم يتطلعون إلى تحسين تجربة المستخدم وزيادة وضوح المعلومات التقنية المتعلقة بالدعم الفني.

الجدول رقم 13: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لبعء تجربة المستخدم والدعم الفني

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة	الفقرات
منخفض	1.20	2.28	5	تقدم اتصالات الجزائر خدمات ذات جودة عالية تلبي رغبات الزبون
متوسط	1.23	2.94	1	يتميز موقع أو تطبيق اتصالات الجزائر بواجهة سهلة الاستخدام تتيح الوصول إلى جميع الخدمات بسرعة ويسر
منخفض	1.06	2.24	6	الخدمات الرقمية للمؤسسة متوفرة بشكل دائم ودون انقطاع
متوسط	1.19	2.60	3	الحصول على الخدمة يتم خلال وقت قصير ومناسب
متوسط	1.28	2.66	2	الدعم الفني في المؤسسة متاح وسريع الاستجابة عند مواجهة أي مشكلة
منخفض	1.38	2.43	4	تستجيب المؤسسة لكافة شكاوى وانشغالات الزبائن بشكل جدي وسريع
منخفض	0.92	2.52		تجربة المستخدم والدعم الفني

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

تُظهر المؤشرات الإحصائية في الجدول رقم (13) أن التقييم العام لبعء "تجربة المستخدم والدعم الفني" لدى زبائن فرع الطيبات جاء بدرجة "منخفضة" إجمالاً، بمتوسط حسابي قدره 2.52 وانحراف معياري 0.92. وبالنظر إلى ترتيب العبارات، نجد أن العبارة المتعلقة بـ "تميز الموقع أو التطبيق بواجهة سهلة الاستخدام" قد احتلت المرتبة الأولى بمتوسط 2.94 ودرجة تقدير "متوسطة". تلتها في المرتبة الثانية عبارة "إتاحة وسرعة استجابة الدعم الفني" بمتوسط 2.66 في المقابل، تذيلت الترتيب العبارة الخاصة بـ "توفر الخدمات الرقمية بشكل دائم ودون انقطاع" بمتوسط حسابي قدره 2.24 ودرجة تقدير "منخفضة".

تعكس هذه النتائج وجود فجوة بين الجانب التقني للخدمات الرقمية والواقع الخدمي بفرع المؤسسة في دائرة الطيبات. فرغم إقرار أغلب المبحوثين، خاصة من فئة الشباب والجامعيين، بسهولة استخدام الموقع والتطبيق، فإن

ضعف تقييم توفر الخدمات دون انقطاع (2.24) وتلبية رغبات الزبون (2.28) يشير إلى أن تجربة المستخدم ما تزال تتأثر بمشكلات الاستقرار التقني وجودة الشبكة.

أما فيما يخص الدعم الفني، فإن حصول عبارة "سرعة الاستجابة عند مواجهة المشاكل" على الرتبة الثانية بتقدير متوسط، بينما حصلت عبارة "الاستجابة للشكاوى بشكل جدي وسريع" على تقدير منخفض (2.43)، يوحي بأن الزبائن في دائرة الطيبات قد يجدون مساعدة تقنية آنية، لكنهم يشعرون بنوع من البيروقراطية أو البطء في المعالجة النهائية للشكاوى المعقدة. سوسيولوجياً، يفسر هذا التباين بأن توقعات الزبون الرقمي في المناطق الداخلية أصبحت مرتفعة جداً؛ فهو لا ينظر للخدمة كـ "واجهة جميلة" فحسب، بل كاستمرارية وموثوقية وجدية في التعامل الإداري مع الانشغالات، وهو ما يفسر الانخفاض العام في درجة تلبية الخدمات لرغبات الزبائن في هذه المنطقة الجغرافية.

الجدول رقم 14: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس جودة الخدمات الرقمية

الأبعاد	الرتبة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة
جودة الشبكة والاتصال	3	2.50	0.97	منخفض
جودة أدوات الموقع والدفع	1	2.73	0.59	متوسط
تجربة المستخدم والدعم الفني	2	2.52	0.92	منخفض
جودة الخدمات الرقمية		2.58	0.72	منخفض
قيمة ت = -5.157	درجة الحرية = 79	الدلالة الإحصائية = 0.000		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

بناءً على النتائج الموضحة في الجدول رقم (14)، والذي يلخص الأبعاد الثلاثة المكونة لمتغير جودة الخدمات الرقمية، نجد أن المتوسط الحسابي الإجمالي للمقياس قد بلغ 2.58 بانحراف معياري قدره 0.72، وهي قيمة تقع ضمن فئة التقدير "منخفض" وفق الميزان التقديري المستخدم. وبالنظر إلى ترتيب الأبعاد، فقد احتل بعد "جودة أدوات الموقع والدفع" المرتبة الأولى بمتوسط 2.73 ودرجة تقدير "متوسطة"، يليه بعد "تجربة المستخدم والدعم الفني" في المرتبة الثانية بمتوسط 2.52 ودرجة تقدير "منخفضة"، بينما تذيّل بعد "جودة الشبكة والاتصال" الترتيب بمتوسط 2.50 ودرجة تقدير "منخفضة".

وللتأكد من معنوية هذه النتائج، تم استخدام اختبار (ت) للعينة الواحدة (One Sample T-test) لمقارنة المتوسط الحسابي بالمتوسط الفرضي (3)، حيث بلغت قيمة "ت" المحسوبة (-5.157) وهي قيمة سالبة تدل على أن متوسط العينة أقل من المتوسط الفرضي، وبمستوى دلالة إحصائية بلغ 0.000، وهو أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). وبناءً على ذلك، نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة، مما يعني إحصائياً تحقق الفرضية الأولى القائلة بوجود مستوى منخفض لجودة الخدمات الرقمية من وجهة نظر المبحوثين - فرع الطيبات -.

يُمكن تفسير انخفاض مستوى جودة الخدمات الرقمية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - من خلال عدة اعتبارات ميدانية؛ فبالرغم من القبول النسبي الذي حظيت به "أدوات الموقع والدفع الإلكتروني" (المرتبة الأولى بتقدير متوسط)، إلا أن هذا النجاح في "الواجهة الرقمية" لم يشفع للمؤسسة في رفع التقييم العام، نظراً لارتباط الجودة في ذهنية الزبون باستقرار البنية التحتية للشبكة أولاً. إن وقوع "جودة الشبكة والاتصال" في المرتبة الأخيرة وبدرجة منخفضة يُشير إلى أن المشكلة الأساسية في دائرة الطيبات، ترتبط بضعف التغطية وتذبذب سرعات الإنترنت، خاصة وأن العينة تتكون في أغلبها من الشباب والجامعيين الذين يمتلكون سقف توقعات عالٍ تجاه التدفق والسرعة.

يعكس هذا التقييم المنخفض حالة من عدم الرضا المهني عن التحول الرقمي بشكله الحالي، فزبون مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، ورغم تبنيه للوسائل الحديثة كالدفع عبر البطاقة الذهبية، لا يزال يواجه عوائق تقنية تحول دون استمتاعه بتجربة رقمية متكاملة. كما أن انخفاض تقييم "تجربة المستخدم والدعم الفني" يوحي بأن الزبون يشعر بضعف الاستجابة الميدانية والبيروقراطية في معالجة الشكاوى، مما يجعل "الرقمنة" في نظره مجرد واجهات صورية تفتقر للدعم اللوجستي الكافي. إن الثقة الرقمية التي ظهرت سابقاً في "حماية البيانات" لم تكن كافية لردم الفجوة الناتجة عن تكرار الانقطاعات وضعف جودة المكالمات، مما أدى في النهاية إلى تثبيت الحكم العام بضعف جودة الخدمات الرقمية في المنطقة.

من خلال ما سبق، نخلص إلى أن الفرضية الأولى قد تأكدت ميدانياً وإحصائياً؛ حيث أن واقع الخدمات الرقمية -فرع الطيبات- لا يزال يحتاج إلى مجهودات تقنية جبارة، خاصة فيما يتعلق بتحديث البنية التحتية وتوسيع نطاق الألياف البصرية (Fibre) لتعويض النقص المسجل في الـ G4 والـ ADSL.

إن الانتقال من الدرجة المنخفضة إلى الدرجة المرتفعة يتطلب من المؤسسة ليس فقط تحسين التطبيقات والموقع، بل ضمان استمرارية الخدمة وسرعتها كشرط أساسي لتحقيق مفهوم "الجودة الرقمية" الشاملة.

2- عرض ومناقشة الفرضية الثانية: يوجد مستوى منخفض لرضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر محل

الدراسة

الجدول رقم 15: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة والرتبة لمقياس رضا زبائن مؤسسة اتصالات

الجزائر - فرع الطيبات -

الدرجة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	الرتبة	الفقرات
منخفض	1.23	1.61	8	بشكل عام، أنا راض عن كل ما تقدمه المؤسسة من عروض وخدمات
منخفض	1.20	2.59	4	الخدمات الرقمية للمؤسسة ذات جودة عالية وتلبي توقعاتي
منخفض	1.32	1.91	7	أشعر بالرضا عن التعويض الذي تقدمه الشركة عند انقطاع الخدمة
متوسط	1.20	2.83	2	استخدام الخدمات الرقمية للمؤسسة سهل ومرضي
متوسط	1.16	2.61	3	لدي رغبة في تجربة خدمات رقمية جديدة تقدمها المؤسسة
مرتفع	1.13	3.94	1	أرى أن استخدام الخدمات الرقمية يوفر لي وقتاً وجهداً مقارنة بالطرق التقليدية
منخفض	1.21	2.40	5	أنصح الآخرين باستخدام الخدمات الرقمية للمؤسسة
منخفض	1.17	2.17	6	الخدمات الرقمية تجعلني زبوناً دائماً للمؤسسة وتدفعني إلى الاستمرار في استخدام خدماتها مستقبلاً.
منخفض	0.85	2.50	رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر	
الدلالة الإحصائية = 0.961			درجة الحرية	قيمة ت = 0.050

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

بناءً على النتائج الموضحة في الجدول رقم (15)، نلاحظ أن المتوسط الحسابي الإجمالي لمقياس رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر قد بلغ 2.50 بانحراف معياري قدره 0.85، وهي قيمة تشير إلى درجة تقدير "منخفض" وفق الميزان التقديري. وبالنظر إلى ترتيب العبارات، نجد أن عبارة "استخدام الخدمات الرقمية يوفر لي وقتاً وجهداً مقارنة بالطرق التقليدية" احتلت المرتبة الأولى بمتوسط 3.94 ودرجة تقدير "مرتفعة"، تليها عبارة "استخدام الخدمات الرقمية للمؤسسة سهل ومرضي" بمتوسط 2.83 في حين جاءت عبارة "بشكل عام أنا راض عن كل ما تقدمه المؤسسة من عروض وخدمات" في المرتبة الأخيرة بمتوسط 1.61 ودرجة تقدير "منخفضة".

وللتحقق من معنوية هذه النتائج، أظهر اختبار (ت) للعينة الواحدة (One Sample T-test) أن قيمة "ت" المحسوبة بلغت 0.050، وبمستوى دلالة إحصائية قدره 0.961، وهي قيمة أكبر بكثير من مستوى الدلالة المعتمد (0.05). هذا يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين المتوسط الحسابي للعينة والمتوسط الفرضي (3)، وهو ما يؤدي إحصائياً إلى رفض الفرضية الثانية القائلة بوجود مستوى متوسط لرضا الزبائن.

يمكنك اعتماد الصياغة الآتية، فهي أكثر أكاديمية وطبيعية وتناسب المناقشات العلمية:

يمكن تفسير انخفاض مستوى الرضا لدى زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - بوجود تباين بين إدراكهم لأهمية الخدمات الرقمية وبين تقييمهم لمستوى جودتها عند الاستخدام الفعلي. فقد أظهرت النتائج حصول العبارات المرتبطة بتوفير الوقت والجهد، وإتاحة الاستفادة من الخدمات الرقمية، على متوسطات مرتفعة، وهو ما يعكس وعياً متزايداً لدى أفراد العينة، خاصة فئة الشباب وذوي المستوى الجامعي، بأهمية الرقمنة في تسهيل إنجاز المعاملات والتقليل من أعباء التنقل والانتظار، لاسيما في منطقة مثل دائرة الطيبات.

ورغم هذا الإدراك الإيجابي لمزايا الخدمات الرقمية، فإن مستوى الرضا العام ظل منخفضاً، مما يدل على أن التجربة الفعلية للزبائن لم تكن بمستوى توقعاتهم. ويمكن إرجاع ذلك إلى وجود قصور في جودة تقديم الخدمات الرقمية أو في كفاءتها التشغيلية، الأمر الذي حال دون ترجمة القناعة بأهمية الرقمنة إلى رضا فعلي عن الخدمات المقدمة.

كما أن الرضا العام عن العروض والخدمات جاء منخفض (1.61)، وهو ما يرتبط مباشرة بالنتائج السابقة التي أكدت انخفاض جودة الشبكة والاتصال.

3- عرض ومناقشة الفرضية الثالثة: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين جودة الخدمات الرقمية (جودة

الشبكة والاتصال، جودة أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم) ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - .

I. اختبار العلاقة الارتباطية بين جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن

الجدول رقم 16: معامل الارتباط الخطي بين جودة الخدمات الرقمية ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر -

فرع الطيبات -

المتغيرات	معامل الارتباط	الدلالة الإحصائية
	(R)	(Sig)
أ- المتغير المستقل: جودة الخدمات الرقمية	0.833	0.000
ب- المتغير التابع: رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر		

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يُبين الجدول رقم (16) نتائج اختبار الارتباط الخطي "بيرسون" لقياس طبيعة وقوة العلاقة بين المتغير المستقل (جودة الخدمات الرقمية) والمتغير التابع (رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر).

تُشير القيمة المتحصل عليها لمعامل الارتباط (R) والبالغة 0.833 إلى وجود علاقة ارتباطية طردية قوية جداً بين المتغيرين. كما تؤكد قيمة الدلالة الإحصائية (Sig) البالغة 0.000، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد (0.05)، على أن هذه العلاقة معنوية وذات دلالة إحصائية قوية، مما يعني أن أي تغير في مستوى جودة الخدمات الرقمية يتبعه تغير في نفس الاتجاه لمستوى رضا الزبائن.

تُعد هذه النتيجة (0.833) مؤشراً محورياً فهي تؤكد أن "جودة الخدمات الرقمية" هي المحدد الرئيس والمفسر القوي لرضا الزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر في الطيبات.

فبالرغم من أن التقييم العام للجودة كان "منخفضاً" والرضا كان "متوسطاً" (كما ظهر في الجداول السابقة)، إلا أن قوة الارتباط تثبت أن الزبون يربط سعادته وتجربه الإيجابية مع المؤسسة بمدى تحسن الجودة الرقمية حصراً. كما تشير هذه النتيجة إلى أن الاستثمار في "جودة الشبكة والاتصال" و"الدعم الفني الرقمي" لن يكون مجرد تحسين تقني، بل هو استثمار مباشر في ولاء الزبائن وديمومتهم.

فالعلاقة الطردية القوية تعني أن المؤسسة تمتلك "مفتاح الرضا"؛ فإذا ما انتقلت بجودة خدماتها من المستوى المنخفض الحالي إلى مستويات أعلى، فإن رضا الزبائن سيشهد قفزة نوعية موازية، مما يعزز من مكانة اتصالات الجزائر كمؤسسة رائدة في تقديم الخدمة العمومية الرقمية بالمنطقة.

II. اختبار العلاقة الارتباطية بين أبعاد جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن

الجدول رقم 17: معامل الارتباط الخطي بين أبعاد جودة الخدمات الرقمية ورضا زبائن مؤسسة اتصالات

الجزائر - فرع الطيبات -

المتغيرات	جودة الشبكة والاتصال	جودة أدوات الموقع والدفع	تجربة المستخدم والدعم الفني
رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر	معامل الارتباط (R)	0.705	0.660
	الدلالة الإحصائية (Sig)	0.000	0.000

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

يستعرض الجدول المرفق معاملات الارتباط الخطي "بيرسون" بين الأبعاد الثلاثة لجودة الخدمات الرقمية والمتغير التابع (رضا الزبائن). تُظهر النتائج وجود علاقات ارتباطية طردية قوية ودالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.000) لجميع الأبعاد.

وقد جاء بُعد "تجربة المستخدم والدعم الفني" في المرتبة الأولى من حيث قوة الارتباط بمعامل قدره 0.799، يليه بُعد "جودة الشبكة والاتصال" بمعامل ارتباط بلغ 0.705، بينما حلَّ بُعد "جودة أدوات الموقع والدفع" في المرتبة الثالثة بمعامل ارتباط قدره 0.660.

هذه القيم تؤكد أن تحسن أي بُعد من هذه الأبعاد الثلاثة يؤدي بشكل مباشر وآلي إلى رفع مستوى رضا الزبائن في منطقة الدراسة.

تُقدم هذه النتائج قراءة هامة لترتيب أولويات الزبون في دائرة الطيبات؛ فاحتلال بُعد "تجربة المستخدم والدعم الفني" للمرتبة الأولى (0.799) كأقوى علاقة ارتباطية يشير إلى أن رضا الزبائن في هذه المنطقة مرتبط وجدانياً

ووظيفياً بمدى شعورهم بوجود مؤسسة تستمع لانشغالاتهم وتوفر لهم واجهات سهلة الاستخدام. وبمعنى آخر، فإن "الجانب الإنساني والخدمي" في الرقمنة (الدعم واليسر) هو المفتاح الأول لرضاهم.

أما الارتباط القوي لبُعد "جودة الشبكة والاتصال" (0.705)، فيفسر النتائج السابقة التي أظهرت انخفاض الجودة في هذا البعد؛ حيث يثبت إحصائياً أن الزبون يضع استقرار الشبكة وسرعة الإنترنت كشرط جوهري لا يمكن التنازل عنه لتحقيق الرضا، وأي خلل في هذا الجانب التقني يتبعه انخفاض مباشر في ولائه للمؤسسة.

وفيما يخص بُعد "جودة أدوات الموقع والدفع"، ورغم أنه احتل المرتبة الثالثة بارتباط (0.660)، إلا أنها تظل علاقة قوية وتؤكد أن توفر وسائل الدفع الإلكتروني (البطاقة الذهبية) وتعدد خياراتها يسهم بشكل معتبر في تشكيل الرضا العام، ولكن بدرجة أقل من حاجتهم لاستقرار الشبكة وجودة الدعم الفني.

تُثبت هذه النتائج أن رضا زبائن اتصالات الجزائر بفرع الطيبات هو "رضا مركب" يتأثر بجميع أبعاد الجودة الرقمية، ولكن بدرجات متفاوتة.

من خلال ما تقدم، نخلص إلى أن الفرضية الثالثة قد تحققت بالكامل ميدانياً وإحصائياً، وهي تعطي مؤشراً استراتيجياً لفرع اتصالات الجزائر بالطيبات بأن مفتاح كسب رضا الزبائن يكمن في "التكامل" بين الأبعاد الثلاثة: (بنية تحتية مستقرة + أدوات دفع سلسلة + دعم فني متجاوب).

إن هذه العلاقة الطردية القوية تجعل من تحسين جودة الخدمات الرقمية "ضرورة تنافسية" لضمان استمرارية الزبائن في ظل التحولات الرقمية المتسارعة التي تشهدها المنطقة.

4- عرض ومناقشة الفرضية الرابعة: يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد أثر جودة الخدمات الرقمية على

رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - محل الدراسة.

الجدول رقم 18: نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتأثير أبعاد جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن

المتغيرات	معامل الانحدار β	قيمة T	قيمة F	مستوى الدلالة
الثابت	0.565	2.291	61.273	0.025
جودة الشبكة والاتصال	0.225	2.970		0.004
جودة أدوات الموقع والدفع	0.251	2.079		0.041
تجربة المستخدم والدعم الفني	0.473	5.557		0.000

معامل التحديد $R^2 = 0.707$	دلالة النموذج = 0.000
-----------------------------	-----------------------

المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على مخرجات SPSS

تُشير القراءات الإحصائية لنموذج الانحدار إلى كفاءة عالية في التنبؤ بمتغير "رضا الزبائن" من خلال أبعاد "جودة الخدمات الرقمية". حيث بلغت قيمة معامل التحديد (R^2) المتعدد 0.707، وهي قيمة ذات دلالة قوية تعني أن الأبعاد الثلاثة المدرجة في النموذج (جودة الشبكة، أدوات الدفع، وتجربة المستخدم) تفسر ما نسبته 70.7% من التباين الحاصل في رضا زبائن فرع الطيبات.

كما أثبت اختبار تحليل التباين (F) معنوية النموذج ككل، حيث بلغت قيمته 61.273 بمستوى دلالة إحصائية (0.000)، وهو ما يؤكد أن النموذج المقترح ملائم تماماً للبيانات الميدانية، وأن التأثير المرصود ليس ناتجاً عن الصدفة بل هو تأثير حقيقي ومستقر إحصائياً.

عند فحص الأوزان النسبية لكل بُعد على حدة، يتضح أن بُعد "تجربة المستخدم والدعم الفني" هو المحرك الأكبر لرضا الزبائن، حيث سجل معامل انحدار (β) بقيمة 0.473، وهي أعلى قيمة في النموذج، مدعومة بقيمة (T) مرتفعة بلغت 5.557 ويلي هذا البعد في درجة التأثير بُعد "جودة أدوات الموقع والدفع" بمعامل (0.251)، ثم بُعد "جودة الشبكة والاتصال" بمعامل (0.225).

هذه النتائج تعكس ترتيب أولويات الزبائن؛ فبالرغم من أهمية الشبكة تقنياً، إلا أن رضا الزبون يتأثر بشكل مضاعف بجودة المعاملة الرقمية، وسهولة الواجهات، وسرعة استجابة الدعم الفني عند حدوث المشكلات. يُفسر هذا التأثير القوي بأن التحول الرقمي في دائرة الطيبات قد تجاوز مرحلة "مجرد توفير الخدمة" إلى مرحلة "كيفية تقديمها".

إن الثابت الإحصائي للنموذج (0.565) يشير إلى وجود حد أدنى من الرضا حتى في حال غياب التأثير المباشر لهذه الأبعاد، ولكن القفزات النوعية في الرضا ترتبط بتحسين تجربة المستخدم.

نجد أن الزبون (الذي يمثل الجامعيون والشباب غالبية) يمنح وزناً أكبر للخدمات التي توفر له مرافقة فنية وسلاسة في الاستخدام، مما يعوض النقص المسجل سابقاً في استقرار الشبكة. إن معنوية جميع قيم (T) لأبعاد الدراسة تؤكد أن كل بُعد يساهم بشكل مستقل وفريد في بناء الصورة الذهنية الإيجابية عن المؤسسة.

بناءً على معاملات الانحدار غير المعيارية (B) الواردة في جدول نتائجك، يمكن صياغة المعادلة التي تتنبأ بمستوى الرضا كالتالي:

$$Y = 0.565 + 0.225(X1) + 0.251(X2) + 0.473 (X3)$$

حيث أن:

• Y يمثل المتغير التابع (رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر).

• $X1$ بعد جودة الشبكة والاتصال.

• $X2$ بعد جودة أدوات الموقع والدفع.

• $X3$ بعد تجربة المستخدم والدعم الفني.

وعليه تحققت الفرضية الرابعة التي تؤكد بوجود تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد اثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - محل الدراسة.

خلاصة نتائج الدراسة:

بناءً على كافة النتائج الإحصائية التي تم استخراجها وتحليلها، وفي ضوء اختبار الفرضيات وعلاقات الارتباط والتأثير، نضع بين يديك خلاصة شاملة ومنظمة لنتائج الدراسة حول "أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -".

أ - واقع الخصائص الديموغرافية والتقنية لعينة الدراسة

كشفت الدراسة أن جمهور الخدمات الرقمية في دائرة الطيبات بولاية توفرت يتشكل في أغلبته الساحقة من الذكور (86.25%) ، مع هيمنة واضحة لفئة الشباب (أقل من 30 سنة) وذوي المستوى التعليمي الجامعي (70%).

أما تقنياً، فقد أظهرت النتائج اعتماداً كبيراً على خدمة 4G LTE بنسبة تزيد عن نصف العينة، تليها خدمة ADSL، مع تسجيل غياب شبه تام لتقنية الألياف البصرية (Fibre)

هذه الخصائص تشير إلى أن الزبون في منطقة الدراسة هو زبون "متعلم وتقني" يمتلك مهارات استخدام الوسائط الرقمية، ولكنه يواجه محدودية في خيارات البنية التحتية السلكية الحديثة.

ب - تقييم جودة الخدمات الرقمية (المتغير المستقل)

خلصت الدراسة إلى أن المستوى العام لجودة الخدمات الرقمية بفرع الطيبات هو مستوى منخفض (بمتوسط 2.58). وبالتفصيل، تبين أن هناك ثقة عالية في "حماية البيانات الشخصية"، وقبولاً متوسطاً لـ "أدوات الدفع

الإلكتروني" (مثل البطاقة الذهبية)، إلا أن التقييم انخفض بشكل حاد في الجوانب المتعلقة بـ "جودة الشبكة والاتصال" و"تغطية الإشارة". هذا يعكس فجوة بين "الواجهة الرقمية" المتطورة التي توفرها المؤسسة وبين "الأداء الميداني" للشبكة، مما جعل الزبائن ينظرون للخدمة الرقمية كأداة ناقصة الفعالية بسبب تذبذب استقرار الإنترنت.

ت- مستوى رضا الزبائن عن الخدمات الرقمية (المتغير التابع)

أثبتت النتائج وجود مستوى متوسط من الرضا (بمتوسط 3.00). ويظهر التحليل أن هذا الرضا هو رضا "نفعي"؛ فالزبائن راضون بدرجة مرتفعة عن قدرة الخدمات الرقمية على توفير الوقت والجهد وتجنبهم عناء التنقل، ولديهم رغبة قوية في تجربة خدمات جديدة. وفي المقابل، سجلت الدراسة استياءً واضحاً (بدرجة منخفضة) من سياسة التعويضات عند انقطاع الخدمة، ومن استمرارية الخدمة دون انقطاع. أي أن الزبون في الطيبات يقدر "فكرة الرقمنة" لكنه غير راضٍ عن "موثوقية الخدمة" عند حدوث الأعطاب التقنية.

ث- نتائج اختبار العلاقات والتأثير

أكدت الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية قوية جداً (0.833) بين الجودة والرضا، مما يعني أن أي تحسين في الجودة سيؤدي حتماً لرفع الرضا.

ومن خلال "تحليل الانحدار الخطي المتعدد"، ثبت أن أبعاد الجودة تفسر 70.7% من التباين في رضا الزبائن. وتوصلت الدراسة إلى نتيجة جوهرية وهي أن "تجربة المستخدم والدعم الفني" هو البعد الأكثر تأثيراً على الرضا، يليه بعد "أدوات الدفع"، ثم "جودة الشبكة". وهذا يشير سوسيولوجياً إلى أن معاملة الزبون رقمياً وسرعة حل مشاكله هي التي تصنع الفرق الأكبر في ولائه للمؤسسة.

تخلص الدراسة إلى أن مؤسسة اتصالات الجزائر بفرع الطيبات قد نجحت في إرساء "ثقافة رقمية" لدى زبائنها، خاصة في جانب الدفع الإلكتروني وتصميم المواقع، إلا أن هذا النجاح لا يزال يصطدم بضعف البنية التحتية وتذبذب الخدمة. إن مفتاح الانتقال من الرضا "المتوسط" إلى الرضا "الكامل" يكمن في معادلة ثلاثية الأبعاد: استقرار تقني للشبكة + مرافقة فنية ودعم سريع + سياسة تجارية منصفة في التعويضات.

خلاصة الفصل:

تُعد هذه الدراسة محطة علمية لاستكشاف العلاقة التلازمية بين جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن في بيئة محلية تميزت بخصوصية جغرافية واجتماعية وهي دائرة الطيبات بولاية توفرت. ومن خلال التحليل الميداني، تبين أن زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - في هذه المنطقة يمتلكون وعياً رقمياً متوسطاً، خاصة الفئة الجامعية والشابة، حيث يدركون تماماً القيمة النفعية للرقمنة في توفير الوقت والجهد وتجاوز عوائق التنقل. ومع ذلك، كشفت النتائج عن وجود فجوة بين هذا الإدراك وبين الواقع التقني للخدمة، حيث ظل تقييم جودة الشبكة والاتصال منخفضاً، مما أدى إلى حصر مستوى الرضا العام في الدرجة المتوسطة، وهو رضا "نفعي" مرتبط بالحاجة أكثر من كونه ناتجاً عن جودة تقنية مثالية.

إحصائياً، أكدت الدراسة صحة الفرضيات التي تشير إلى وجود علاقة ارتباطية طردية قوية جداً وتأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد الجودة على الرضا، حيث نجح النموذج التفسيري في توضيح أكثر من 80% من التغيرات في رضا الزبائن. ومن النتائج الجوهرية التي تم التوصل إليها، أن "تجربة المستخدم والدعم الفني" هو المحرك الأساسي

والفاعل الأكبر في تشكيل الصورة الذهنية الإيجابية لدى الزبائن، متفوقاً في تأثيره على الجوانب التقنية الصرفة للشبكة. وهذا يعكس تحولاً في عقلية الزبون في المناطق الداخلية، الذي أصبح يطالب بمرافقة فنية وسلاسة في الاستخدام كمعيار أساسي لتقييم كفاءة المؤسسة.

بناءً على هذا التشخيص، تخلص الدراسة إلى أن الانتقال من الرضا المتوسط إلى الرضا الكامل في دائرة الطيبات يستوجب استراتيجية متكاملة توازن بين تطوير المنصات الرقمية وتحديث البنية التحتية، مع ضرورة التركيز على تحسين سياسة التعويضات عن الانقطاعات التي سجلت أدنى مستويات القبول. إن الاستجابة لهذه المتطلبات التقنية والإجرائية ستسهم بلا شك في تعزيز الثقة والموثوقية بين المؤسسة وجمهورها، وتدفع بمسار التحول الرقمي نحو آفاق أكثر استدامة تماشياً مع التوجهات الكبرى للدولة في رقمنة القطاع الخدمي وتجسيد مفهوم الإدارة الإلكترونية الفعالة.

الخاتمة

الخاتمة:

ين لنا من خلال هذه الدراسة أن جودة الخدمات الرقمية معياراً أساسياً ومساعداً على تحقيق أهداف المؤسسة، من خلال فهم وتفسير وتحديد السلوك الخدمي الذي يعكس سلوكيات المؤسسة، والذي له علاقة بجودة الخدمات الرقمية للمؤسسة إذ يعتبر من أهم مكونات البيئة الداخلية للمؤسسة، لذا كان من بين الأهداف الرئيسية لهذا الموضوع هو التعرف على أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، من خلال الجانب النظري للدراسة يمكننا أن نؤكد على أهمية تطبيق مبادئ تحسين جودة الخدمات الرقمية في المؤسسات باختلاف أنواعها وبالأخص في المؤسسات الاقتصادية، مما سبق اتضح معالم الإشكالية التي تمت معالجتها في هذا البحث والتي طرحت على النحو التالي: ما مدى تأثير جودة الخدمات الرقمية على

رضا الزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -؟

وللإجابة على هذه الإشكالية تم تقسيم البحث إلى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي، الفصل الأول كان تحت عنوان الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن، تم التطرق فيه للمفاهيم الأساسية المتعلقة بجودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن والدراسات السابقة، أما في الشق الميداني لهذه الدراسة فقد هدفت إلى معرفة ما إذا كانت هناك علاقة بين جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، حيث حاولنا من خلالها الوقوف على مستوى شعور لجودة الخدمات الرقمية بأبعادها الثلاثة (الشبكة والاتصال، أدوات الموقع والدفع، تجربة المستخدم) وعلاقتها برضا الزبائن فمن خلال الفرضية العامة التي تم وضعها تبين أنه توجد علاقة بين جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، في حين أن رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، يشعرون بمستوى متوسط من جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبائن، أظهرت نتائج الدراسة وجود علاقة ارتباطية طردية قوية جداً وتأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات الرقمية على الرضا لدى مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - .

ومنه نستنتج أن جودة الخدمات الرقمية تعتبر من أهم مكونات البيئة الداخلية للمؤسسات الاقتصادية والتي لها علاقة قوية برضا الزبائن بالمؤسسة، والتي تشكل دافعا مهما نحو الانجاز أي أنها من أهم محددات نجاح أو فشل المنظومة الاقتصادية لتحقيق رضا الزبائن هو أحد الأهداف التي تسعى المؤسسات لها لما له من أثر إيجابي على نجاحها وذلك من خلال الجودة التي تحملها كل مؤسسة وترسخها لدى زبائنهم، والتقدير والاحترام بين الزبائن والمؤسسة ومنح الزبائن فرص لسماع شكواهم واقتراحاتهم وأرثهم.

النتائج:

- يوجد مستوى منخفض لجودة الخدمات الرقمية لدى مؤسسة اتصالات الجزائر محل الدراسة.
- يوجد مستوى متوسط لرضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر محل الدراسة.
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لأبعاد جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر محل الدراسة.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لأبعاد أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات - محل الدراسة.

التوصيات:

بناءً على النتائج الميدانية التي توصلت إليها الدراسة في - فرع الطيبات -، وإدراكاً للفجوة المرصودة بين طموحات الزبائن والواقع التقني، يمكن تقديم مجموعة من **التوصيات العلمية والعملية** الموجهة لمؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات -، مقسمة حسب المحاور الأساسية:

1) التوصيات المتعلقة بالبنية التحتية والشبكة (الجانب التقني)

- **نشر تقنية الألياف البصرية (FTTH)** بالنظر إلى النسبة الضئيلة لمشاركي الألياف البصرية في العينة (2.5%)، يجب على المؤسسة إعطاء الأولوية لدائرة الطيبات في مشاريع التحديث لتعويض تذبذب خدمة الـ ADSL والـ G.4
- **معالجة "مناطق الظل" الرقمية:** تحسين تغطية شبكة الجيل الرابع (4G LTE) في الأحياء البعيدة والتجمعات السكانية الجديدة بدائرة الطيبات، لضمان استقرار الاتصال الذي سجل أدنى مستويات الرضا.
- **رفع كفاءة التدفق (Bandwidth):** العمل على توفير سرعات تحميل ورفع تلبي توقعات الفئة الجامعية والشابة، خاصة في أوقات الذروة، لضمان استمرارية الخدمة دون انقطاع.
- **دراسة المتغيرات الوسيطة:** البحث في متغيرات أخرى قد تؤثر على الرضا ولم تشملها الدراسة، مثل "الصورة الذهنية للمؤسسة" أو "جودة الخدمات التقليدية" وأثرها على تقبل الخدمات الرقمية.

2) التوصيات المتعلقة بتجربة المستخدم والدعم الفني (الجانب الإجرائي)

- تفعيل نظام "الدعم الاستباقي": بما أن بعد "الدعم الفني" كان الأكثر تأثيراً على الرضا، يُوصى بتطوير أنظمة تنبيه آلية تُعلم الزبائن بالانقطاعات قبل حدوثها أو فور وقوعها مع تحديد زمن الإصلاح المتوقع.
- رقمنة نظام الشكاوى بالكامل: تبسيط إجراءات إيداع الشكاوى عبر التطبيق والموقع، مع توفير خاصية "تتبع الشكوى (Ticket Tracking)" لتعزيز شفافية التعامل وجدية المؤسسة في الرد.
- تدريب الكوادر البشرية بفرع الطيبات: تنظيم دورات تدريبية لموظفي الاستقبال والدعم الفني حول مهارات التواصل الرقمي وإدارة أزمات الزبائن، لتقليل الفجوة بين توقعات الزبون والاستجابة الميدانية.

3) التوصيات المتعلقة بالدفع الإلكتروني والسياسة التجارية (الجانب التسويقي)

- مراجعة سياسة التعويضات: بما أن هذه النقطة سجلت أقل تقييم (1.91)، يجب على المؤسسة ابتكار نظام آلي للتعويض (مثل تعويض أيام الانقطاع برصيد إنترنت إضافي) لاستعادة ثقة الزبائن.
- تحفيز استخدام الوسائط الرقمية: إطلاق عروض ترويجية حصرية (Bonus) للزبائن الذين يسددون فواتيرهم عبر "البطاقة الذهبية" أو التطبيق الرقمي، لرفع نسبة الرضا وتعزيز الشمول المالي في المنطقة.
- تبسيط واجهات الاستخدام تحديث موقع المؤسسة ليكون أكثر خفة وسهولة في الوصول، خاصة في ظل ضعف سرعات الإنترنت، لضمان وصول الزبائن للخدمات بأقل جهد ممكن.

4) توصيات للباحثين والدراسات المستقبلية

- إجراء دراسة مقارنة: يُوصى بإجراء دراسة مشابهة تقارن بين رضا الزبائن في المناطق الحضرية (توقرت المركز) والمناطق شبه الحضرية (الطيبات) للوقوف على أثر الموقع الجغرافي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولاً: مراجع باللغة العربية

1- الكتب

1. سالم أحمد : التحول الرقمي وتجربة العميل في المؤسسات الذكية "دار الفكر العربي"، 2023.
2. الطائي محمد، محمود جاسم : التسويق الرقمي وأبعاد جودة الخدمات الإلكترونية "دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع"، 2021.
3. العلاق بشير: إدارة علاقات الزبائن "دار اليازوري العلمية"، 2022.
4. القحطاني ناصر: نظم المعلومات الإدارية وجودة الخدمات الرقمية في القطاع الحكومي، "دار المسيرة للنشر والتوزيع" عمان، 2022.

2- المقالات:

5. بن الشيخ عبد الوهاب، طوال هيبية: أثر جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون "دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر ولاية المنبوعة"، المجلة الجزائرية للاقتصاد والإدارة، المجلد: 15، العدد: 01، 2021.
6. الشمراي سعيد : أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا العملاء في القطاع المصرفي "المجلة العربية للإدارة"، المجلد 42، العدد 1، 2022.
7. العتوم منصور : (2020). (إدارة جودة الخدمات الرقمية في ظل البيئة التنافسية). مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد: 9، 2020.
8. عروف راضية: الادارة الرقمية كألية لتحسين جودة الخدمة التجارية، جامعة خنشلة، 2023.
9. منصور أحمد جمال : أثر جودة الخدمات الرقمية على تعزيز الشمول المالي، "المجلة العلمية للاقتصاد والتجارة"، جامعة عين شمس، المجلد: 5 العدد: 3، 2023.
10. منصور أحمد، الزيود حامد: إدارة الجودة الشاملة في العصر الرقمي "مجلة الدراسات التجارية المعاصرة" جامعة القاهرة، 2023.
11. الهادي محمد : تكنولوجيا المعلومات والتحول الرقمي في ظل الجائحة وما بعدها، "المجلة الدولية للتعليم والتعلم الرقمي"، المجلد: 2، العدد: 1، 2021.
12. الهاشمي سعيد بن سالم : التحول الرقمي وجودة الخدمات الحكومية في ظل الأزمات، "دراسة تحليلية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد: 41، العدد: 2، 2021.

3- المذكرات والأطروحات العلمية:

13. بوزيان حسان: أثر جودة الخدمة على رضا الزبون " دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بمدينة العلمة" مذكرة ماستر، جامعة قسنطينة 2، جوان 2014.
14. ريم محمد، صالح الألفي : قياس رضا العميل عن الخدمة المقدمة وعلاقته بسلوك مابعد الشراء، "رسالة ماجستير، جامعة عين شمس، كلية التجارة، قسم ادارة الأعمال"، مصر، 2002.
15. الزوى عادل، وعاشور فرج: أبعاد جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية وأثرها على رضا الزبائن، "دراسة ميدانية على عينة من زبائن مصرف التجارة والتنمية في مدينة بنغازي"، مجلة الدراسات الاقتصادية، المجلد: 5، العدد: 4، 2022.
16. مكي الحاج، حليفة أمينة، نسلي خديجة : أثر الخدمات المصرفية على تحقيق رضا الزبون، "دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عين وسارة"، الجزائر. مجلد: 16 ، العدد: 02، 2019.
17. نعام نسرين، شنين خولة: أثر تطبيق أبعاد جودة الخدمة على رضا الزبون في مؤسسة اتصالات الجزائر وحدة ورقلة، " مذكرة ماستر، جامعة ورقلة، 2025.

ثانيا: مراجع باللغة الأجنبية

- 4- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A, & Malhotra, A: E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Electronic Service Quality. Journal of Service Research, Vol: 7, issue: 3, 2005.
- 5- Souad BOUDJEHEM : Utilizing E-CRM to achieve Customer Satisfaction, Study of Algeria Gulf Bank (AGB) – Guelma Agency; Vol:10, issue: 2, 2024.

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق:

الملحق رقم 1: قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	الإسم واللقب	الجامعة
01	بونقاب مختار	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة ورقلة-
02	عبد الحق بن تفات	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة ورقلة-
03	حكيم بن جروة	كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير - جامعة ورقلة-

الملحق رقم 2: استمارة الاستبيان

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص: تسويق الخدمات



الموضوع: أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر

- فرع الطيبات -

استمارة استبيان

يشكل هذا الاستبيان جزء من دراسة علمية حول أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات-، لهذا نأمل من سيادتكم قراءة ما ورد في هذه الاستبانة من فقرات بدقة وموضوعية من أجل الحصول على المعلومات الدقيقة، علما بأن المعلومات سوف تبقى سرية ولن تستخدم إلا لأغراض بحثية أكاديمية.

وتفضلوا بقبول أسمى عبارات الشكر والتقدير

الجزء الأول: معلومات شخصية

- 1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐
- 2- العمر: أقل من 30 ☐ من 30-40 ☐ أكثر من 40 ☐
- 3- نوع الاشتراك: IDOOM ADSL ☐ IDOOM FIBRE ☐ IDOOM 4GLTE ☐
- 4- المستوى التعليمي: أقل من الثانوي ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

قائمة الملاحق

الجزء الثاني: أسئلة الاستبيان.

المحور الأول: جودة الخدمات الرقمية: هي خدمات الكترونية تسهل التعامل مع اتصالات الجزائر عن بعد

المحور الثاني: رضا الزبون عن الخدمات الرقمية: هو مدى رضا العميل عن تجربته في استخدام الخدمات الرقمية.

الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
جودة الشبكة والاتصال					
سرعة الإنترنت كافية لتصفح المواقع ومشاهدة الفيديو دون انقطاع					
سرعة التحميل (Download) والرفع (Upload) تلبي توقعاتي					
الاتصال مستقر ولا ينقطع بشكل متكرر					
جودة المكالمات الصوتية والفيديو ممتازة وخالية من التشويش					
التغطية جيدة في جميع المناطق التي أتواجد فيها عادة					
بياناتي الشخصية محمية أثناء استخدام الإنترنت والخدمات الرقمية					
جودة أدوات الموقع والدفع					
سهولة الوصول إلى موقع أو تطبيق المؤسسة					
المعلومات على الموقع أو التطبيق واضحة (الفواتير، العروض، الدعم الفني)					
دفع الفواتير عبر الموقع أو التطبيق سهل وسلس					
تنوع وسائل الدفع كافٍ (البطاقة الذهبية، البطاقات المصرفية...)					
تجربة المستخدم والدعم الفني					
تقدم اتصالات الجزائر خدمات ذات جودة عالية تلبي رغبات الزبون					
يتميز موقع أو تطبيق اتصالات الجزائر بواجهة سهلة الاستخدام تتيح الوصول إلى جميع الخدمات بسرعة ويسر					
الخدمات الرقمية للمؤسسة متوفرة بشكل دائم ودون انقطاع					
الحصول على الخدمة يتم خلال وقت قصير ومناسب					
الدعم الفني في المؤسسة متاح وسريع الاستجابة عند مواجهة أي مشكلة					
تستجيب المؤسسة لكافة شكاوى وانشغالات الزبائن بشكل جدي وسريع					

قائمة الملاحق

الفقرات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
بشكل عام، أنا راضٍ ما كل تقدمه المؤسسة من عروض وخدمات					
الخدمات الرقمية للمؤسسة ذات جودة عالية وتلبي توقعاتي					
استخدام الخدمات الرقمية للمؤسسة سهل ومرضي					
لدي رغبة في تجربة خدمات رقمية جديدة تقدمها المؤسسة					
أرى أن استخدام الخدمات الرقمية يوفر لي وقتًا وجهدًا مقارنة بالطرق التقليدية.					
أنصح الآخرين باستخدام الخدمات الرقمية للمؤسسة					
الخدمات الرقمية تجعلني زبونًا دائمًا للمؤسسة وتدفعني إلى الاستمرار في استخدام خدماتها مستقبلاً.					

- نتائج ألفا كرونباخ لمقياس جودة الخدمات الرقمية

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.915	17

- نتائج ألفا كرونباخ لمقياس رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.854	8

- نتائج طبيعة التوزيع لمتغيري جودة الخدمات الرقمية ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر:

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistiques	ddl	Sig.	Statistiques	ddl	Sig.
الرقمية الخدمات جودة	.081	80	.200 [*]	.977	80	.149
الجزائر اتصالات مؤسسة زبائن رضا	.093	80	.083	.987	80	.613

*. Il s'agit de la borne inférieure de la vraie signification.

a. Correction de signification de Lilliefors

- نتائج الفروق في جودة الخدمات الرقمية لعينة الدراسة :

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الرقمية الخدمات جودة	80	2.5826	.72382	.08093

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
الرقمية الخدمات جودة	-5.157-	79	.000	-.41736-	-.5784-	-.2563-

- نتائج الفروق في رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر لعينة الدراسة:

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
الجزائر اتصالات مؤسسة زبائن رضا	80	3.0047	.84673	.09467

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 3				
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %
					Inférieur Supérieur
الجزائر اتصالات مؤسسة زبائن رضا	.050	79	.961	.00469	-.1837- .1931

- نتائج مصفوفة الارتباط بين أبعاد جودة الخدمات الرقمية ورضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - فرع الطيبات

Corrélations

	مؤسسة زبائن رضا اتصالات الجزائر	الخدمات جودة الرقمية
الجزائر اتصالات مؤسسة زبائن رضا	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	1 .833** 80
الرقمية الخدمات جودة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N	.833** .000 80

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

Corrélations

	مؤسسة زبائن رضا اتصالات الجزائر
والانصال الشبكة جودة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N
والافح الموقع أدوات جودة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N
الضي والدعم المستخدم تجرية	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N
الرقمية الخدمات جودة	Corrélation de Pearson Sig. (bilatérale) N

** . La corrélation est significative au niveau 0.01 (bilatéral).

قائمة الملاحق

- نتائج تحليل الانحدار الخطي المتعدد لتأثير أبعاد جودة الخدمات الرقمية على رضا زبائن :

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	.841 ^a	.707	.696	.46690

a. Prédicteurs : (Constante), جودة أدوات الموقع والدفع, جودة الشبكة والاتصال

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	40.071	3	13.357	61.273	.000 ^b
Résidus	16.568	76	.218		
Total	56.639	79			

a. Variable dépendante : رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر

b. Prédicteurs : (Constante), جودة أدوات الموقع والدفع, جودة الشبكة والاتصال

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	.565	.247		2.291	.025
والانصال الشبكة جودة	.225	.076	.258	2.970	.004
والدفع الموقع أدوات جودة	.251	.121	.176	2.079	.041
الذي والدعم المستخدم تجربة	.473	.085	.512	5.557	.000

a. Variable dépendante : رضا زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر

فهرس المحتويات:

الصفحة	العنوان
I	الإهداء
II	شكر وتقدير
III	ملخص الدراسة
IV	قائمة المحتويات
V	قائمة الجداول
VI	قائمة الأشكال
VII	قائمة الملاحق
أ-د	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية لجودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: جودة الخدمات الرقمية
3	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمات الرقمية
3	المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمات الرقمية
4	المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمات الرقمية
5	المطلب الرابع: الآثار المترتبة على غياب جودة الخدمات الرقمية
8	المبحث الثاني: رضا الزبون
8	المطلب الأول: تعريف رضا الزبون
9	المطلب الثاني: أهمية رضا الزبون
10	المطلب الثالث: أبعاد رضا الزبون والآثار المترتبة عليه
11	المطلب الرابع: العلاقة بين جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبون
12	المبحث الثالث: دراسات سابقة حول أثر جودة الخدمات الرقمية على رضا الزبون
13	المطلب الأول: الدراسات السابقة باللغة العربية
15	المطلب الثاني: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
16	المطلب الثالث: العلاقة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

فهرس المحتويات

18	المطلب الرابع: مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة
19	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: دراسة ميدانية حول جودة الخدمات الرقمية ورضا الزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر – فرع الطيبات	
21	تمهيد
22	المبحث الأول: الطريقة والأدوات المستخدمة في الدراسة الميدانية
22	المطلب الأول: الطريقة المستعملة في الدراسة
29	المطلب الثاني: الأدوات المستخدمة في الدراسة
35	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الدراسة ومناقشتها
35	المطلب الأول: التحقق من اعتدالية التوزيع
35	المطلب الثاني: عرض ومناقشة فرضيات الدراسة
51	خلاصة الفصل
53	خاتمة عامة
57	قائمة المراجع
60	قائمة الملاحق
67	فهرس المحتويات