



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de la recherche scientifique

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعريش-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير

تخصص : إدارة أعمال

الموضوع

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة
دراسة حالة شركة موبيليس للاتصالات -برج بوعريش و سطيف -

المشرف
د. عيسات العربي

إعداد الطالبين
بوصوار فريال
بن حاج شهيناز

أعضاء لجنة المناقشة

رئيسا

أستاذ

الاسم واللقب: بليدة كاميليا

مناقشا

أستاذ

الاسم واللقب: دشاش محمد الصالح

مشرفا

أستاذ

الاسم واللقب: عيسات العربي

السنة الجامعية 2022/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى :

{يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ}

صدق الله العظيم

سورة المجادلة _ الاية 11

قال رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ :

إِنَّ الْمَلَائِكَةَ لَتَضَعُ أَجْنِحَتَهَا لِطَالِبِ الْعِلْمِ رِضًا بِمَا يَصْنَعُ

قال عمر رضي الله عنه:

(لا تَتَعَلَّمِ الْعِلْمَ لثَلَاثٍ وَلَا تَتْرُكْهُ لثَلَاثٍ. لَا تَتَعَلَّمْهُ لِتَمَارِي بِهِ، وَلَا لِتُبَاهِيَ بِهِ، وَلَا لِتُرَائِيَ بِهِ، وَلَا تَتْرُكْهُ حَيَاءً مِنْ طَلَبِهِ، وَلَا زَهَادَةً فِيهِ، وَلَا رِضًا بِالْجَهْلِ بِهِ).

شكرو عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على أشرف الأنبياء والمرسلين سيدنا محمد وعلى اله وصحبه
ومن تبعهم بإحسان الى يوم الدين، وبعد ...

بعد انجازنا هذا العمل المتواضع لا يسعنا إلا ان نحمد الله عزوجل الذي أمدنا بالقوة والصبر
على مواصلة هذا البحث وإتمامه.

ثم نتوجه بجزيل الشكرو وعظيم الامتنان لكل من:

الدكتور المشرف عيسات العربي لقبوله الإشراف على هذا العمل وعلى ما قدمه لنا من
توجيهات ومعلومات قيمة ساهمت في إثراء موضوع دراستنا في جوانبها المختلفة، والذي لم يبخل
علينا بشي، فله من الله الأجر ومنا كل التقدير حفظه الله ومتعه بالصحة والعافية.

أعضاء لجنة المناقشة الكرام حفظهم الله لتفضلهم بقبول مناقشة هذه المذكرة.

الى الذين مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة والى جميع أساتذتنا الافاضل ونخص بالتقدير
والشكر الأستاذ فوزي قدوج الذي قدم لنا يد المساعدة وزودنا بالمعلومات اللازمة لإتمام هذا البحث.

إلى كل من وقف معنا ودعمنا من بعيد أو قريب على إنجاز هذا البحث بجهده، ووقته ودعائه

ودام ودمنا معه أوفياء.

الإهداء

وصلت رحلتنا الجامعية إلى نهايتها بعد تعب ومشقة

وها نحن ذا نختم بحث تخرجنا بكل همّة ونشاط

ونمتن لكل من كان له فضل في مسيرتنا، وساعدنا ولو باليسير، الأبوبين والأهل والأصدقاء والأساتذة

المبجلين

نهدىكم بحث تخرجنا

بن حاج شهيناز

بوصوار فريال

الملخص

هدفت الدراسة إلى اختبار دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة، حيث قمنا بتطبيق هذه الدراسة في مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعريش وسطيف- ولتحقيق أهداف الدراسة تم تصميم استبيان يغطي محاور ومتغيرات الدراسة وزع على عينة عشوائية بسيطة تتكون من (50) عامل بالمؤسسة باستخدام برنامج التحليل الاحصائي (SPSS.V25) وبعد تحليل البيانات توصلنا الى عدة نتائج على الصعيدين النظري والميداني من أهمها:

- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يساهم في تحسين كفاءة العمليات وتنظيمها.
 - من خلال استخدام البرامج والأنظمة المعلوماتية المتقدمة يمكن تحسين سرعة ودقة تنفيذ المهام وبالتالي تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء.
- الكلمات المفتاحية: البيانات، المعلومات، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، جودة الخدمة.

Abstract

The study aimed to test the role of information and communication technologies in improving the quality of service, where we applied this study to the Algerian company Mobilis Telecom in Bordj Bou Arreridj and Sétif.

To achieve the study objectives, a questionnaire was designed to cover the study's variables and dimensions. It was distributed to a simple random sample of 50 employees in the company.

Using the statistical analysis program (SPSS.V25), and after analyzing the data, we arrived at several theoretical and empirical results, the most important of which are:

- The use of information and communication technologies contributes to improving the efficiency and organization of processes.
- Through the use of advanced software and information systems, it is possible to improve the speed and accuracy of performing tasks, and thus improve the quality of service provided to customers.

Keywords: Data, Information, Information technology and communication, Service quality.

قائمة المحتويات

الصفحة	العنوان
-	الإهداء
-	شكروعرفان
I	ملخص الدراسة
II	قائمة المحتويات
III	قائمة الجداول
IV	قائمة الأشكال
V	قائمة الملاحق
أ	مقدمة
ت	أهمية الدراسة
ت	أهداف الدراسة
ث	نموذج الدراسة
ث	منهج الدراسة
ج	حدود الدراسة
ج	أسباب اختيار الموضوع
ح	صعوبات الدراسة
07	الفصل الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة
09	المبحث الأول: مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
28-09	المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال
29	المطلب الثاني: استراتيجية المنظمة في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال
31-30	المطلب الثالث: مزايا وسلبيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
32	المبحث الثاني: تحسين جودة الخدمة
45-32	المطلب الأول: مدخل الى جودة الخدمة
49-46	المطلب الثاني: مؤشرات تقييم الزبائن لجودة الخدمة
50	المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة
51	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
54-52	المطلب الأول: الرسائل الجامعية باللغة العربية
57-55	المطلب الثاني: المقالات العلمية باللغة العربية
58	المطلب الثالث: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية
61	خلاصة الفصل الأول

63	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
64	تمهيد
64	المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية محل الدراسة
66-64	المطلب الأول: مؤسسة موبيليس
69-66	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس
70-69	المطلب الثالث: المهام، الخدمات والعروض التي تقدمها المؤسسة
70	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية
73-70	المطلب الأول: المنهجية العامة للدراسة
77-74	المطلب الثاني: خصائص عينة الدراسة
78	المطلب الثالث: صدق وثبات أداة الدراسة
78	المبحث الثالث: عرض وتحليل نتائج الدراسة
81-78	المطلب الأول: اختبار استقلالية المتغيرات
88-82	المطلب الثاني: تحليل وتفسير نتائج الدراسة
94-89	المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة
95	خلاصة الفصل الثاني
99-96	الخاتمة
100	قائمة المراجع
-	الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
15	خصائص المعلومات	01
27	تعريف مختصرة حول شبكات الاتصال	02
42	الفرق بين خصائص السلع وخصائص الخدمات	03
49	الأبعاد الرئيسية لجودة لخدمة	04
54	المقارنة بين دراستنا والرسائل الجامعية باللغة العربية	05
57	المقارنة بين دراستنا والمقالات العلمية باللغة العربية	06
60	المقارنة بين دراستنا والدراسات الأجنبية	07

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
12	العلاقة بين البيانات والمعلومات	01
13	طيف المعرفة	02
14	العلاقة بين البيانات، المعلومات والمعرفة	03
21	النموذج العام للاتصال	04
25	المكونات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	05
27	الفرق بين شبكات الاتصال	06
34	دعائم الجودة	07
35	خلاصة مفهوم الجودة	08
40	مثلث الخدمة	09
48	الأبعاد الرئيسية لجودة الخدمة	10
69	الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس	11

قائمة الملاحق

الصفحة	عنوان الملحق	رقم الملحق
71	مجموع الاستثمارات الموزعة والمستردة والمقبولة للدراسة	01
71	النسب المئوية للاستثمارات الموزعة والمستردة والمقبولة للدراسة	02
73	مقياس تحديد الأهمية النسبية وفقا لسلم "ليكارت"	03
73	معايير تفسير النتائج (الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي)	04
74	توزيع العينة حسب متغير الجنس	05
75	توزيع العينة حسب متغير العمر	06
76	توزيع العينة حسب متغير المؤهل العلمي	07
76	توزيع العينة حسب متغير سنوات الأقدمية	08
77	توزيع العينة حسب متغير الوظيفة	09
78	معامل ألفا كرونباخ لكل من المحورين	10
79	نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman) بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية	11
79	نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman) بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية	12
80	نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman) بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل	13
80	نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman) بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الثقة والأمان	14
81	نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman) بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف مع العميل	15
81	نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman) بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة	16
83-82	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة المتعلقة بالمحور الأول لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	17

84	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعء الملموسية المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة	18
85	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعء الاعتمادية المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة	19
86	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعء سرعة الاستجابة ومساعدة العميل المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة.	20
87	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعء الثقة والأمان المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة.	21
88	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة لبعء التعاطف مع العميل المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة.	22
89	انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعء الملموسية	23
90	انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعء الاعتمادية	24
91	انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعء سرعة الاستجابة ومساعدة العميل	25
92	انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعء الثقة والأمان	26
93	انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعء التعاطف مع العميل	27
94	انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) ومحور جودة الخدمة	28

مقدمة

في عصرنا الحالي، نشهد تطورات تكنولوجية سريعة ومذهلة تؤثر على كافة جوانب حياتنا. لم يكن هناك وقت في التاريخ البشري يتم فيه تطوير وإطلاق التقنيات الجديدة بنفس الوتيرة والتأثير الذي نشهده اليوم، حيث تعزز التكنولوجيا الحياة اليومية للأفراد وتوفر لهم وسائل أكثر فاعلية وراحة، على سبيل المثال لدينا الهواتف الذكية التي تمكننا من التواصل الفوري مع العالم بأكمله، أيضاً تكنولوجيا الواقع الافتراضي والواقع المعزز التي تعزز تجاربنا وتمنحنا إمكانية استكشاف العوالم الافتراضية والتفاعل معها.

تأتي تكنولوجيا المعلومات والاتصال كفرع مهم من هذه التكنولوجيا، وهي عبارة عن محرك رئيسي للتغيير والتقدم في مختلف المجالات، سواء كانت الاتصالات، الطب، الصناعة، الزراعة أو حتى الترفيه. تطورت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل سريع في العقود الأخيرة، وقد أحدثت تغييرات هائلة في طريقة تفكيرنا وتعاملنا مع العالم من حولنا.

واحدة من أهم الجوانب التي تؤثر عليها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هي جودة الخدمة. ففي عالم يتسم بالمنافسة الشديدة، تكون جودة الخدمة عاملاً أساسياً لنجاح المؤسسات والمنظمات في تلبية احتياجات عملائها ومستخدميها. إن تحقيق جودة الخدمة الممتازة يعني توفير تجربة فريدة للمستخدم، وزيادة رضاه، وبالتالي تعزيز الولاء والثقة بها. وفي هذا السياق فإن استخدام التكنولوجيا والأنظمة الحديثة يمكن أن يسهم بشكل كبير في تحسين عمليات تقديم الخدمة وتطويرها. فمن خلال توظيف أحدث التطورات التقنية، يمكن تحسين التواصل مع العملاء، وتسهيل عملية تبادل المعلومات، وتسريع الاستجابة لاحتياجاتهم.

بالإضافة إلى ذلك، تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال من توفير آليات لقياس ومراقبة جودة الخدمة بشكل فعال. فعبر استخدام أدوات التحليل والتقارير والمؤشرات الرئيسية، يمكن للمنظمات تقييم أدائها وتحديد المجالات التي تحتاج إلى تحسين. وبهذه الطريقة يتمكن القادة وصناع القرار من اتخاذ إجراءات مستنيرة لتعزيز جودة الخدمة وتلبية توقعات العملاء.

إشكالية الدراسة

في ظل التقدم السريع في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبحت هذه التقنيات لا غنى عنها في بيئة الأعمال الحديثة. وتلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورًا حيويًا في تحسين جودة الخدمة التي تقدمها المؤسسات. فهي توفر وسائل وأدوات تقنية تمكن المؤسسات من تحسين فعالية وكفاءة عملياتها، وتعزز تفاعلها مع العملاء وتسهل التواصل معهم.

بناء على ما سبق ولتسليط الضوء على هذا الموضوع تم اختيار شركة موبيليس بولاية برج بوعرييج وسطيف لتكون ميداننا لهذه الدراسة وقد تمحورت إشكالية البحث في السؤال الرئيسي التالي:

- ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة على مستوى مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية برج بوعرييج_سطيف؟

من أجل معالجة وتحليل هذه المشكلة وبغية الوصول الى فهم واضح لها، تم طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة على مستوى مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية برج بوعرييج_سطيف؟

- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة على مستوى مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية برج بوعرييج_سطيف؟

- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة على مستوى مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية برج بوعرييج_سطيف؟

- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد الثقة والأمان كأحد أبعاد جودة الخدمة على مستوى مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية برج بوعرييج_سطيف؟

- هل يوجد أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين بعد التعاطف مع العميل كأحد ابعاد جودة الخدمة على مستوى مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائر برج بوعرييج_سطيف؟

فرضيات الدراسة : وعليه يحاول البحث الإجابة على ذلك من خلال اختبار الفرضية الرئيسية التالية:

- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة بشكل كبير، بفضل التقدم التكنولوجي.

ويتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة

الخدمة المقدمة بمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية برج بوعرييج_سطيف .

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بـ برج بوعريـرج _ سطيف .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بـ برج بوعريـرج _ سطيف .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بـ برج بوعريـرج _ سطيف .
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بـ برج بوعريـرج _ سطيف .

أهمية الدراسة:

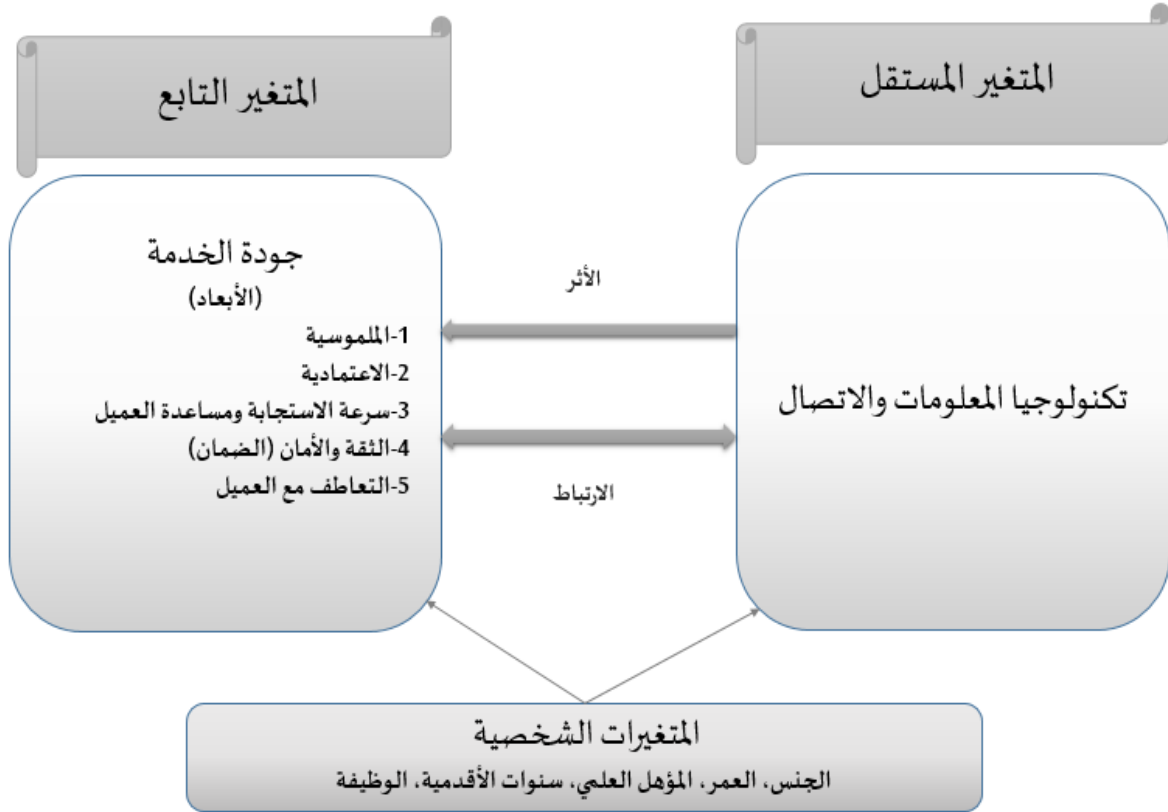
- نتيجة للأهمية والدور الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوقت الحاضر وما تحققه من قوة وتفوق للمؤسسات الرائدة في تحسين جودة خدماتها بهدف إرضاء الزبائن ومواجهة المنافسة الشديدة في السوق إذ تمثل عصب الحياة والعمود الفقري التي تركز عليه المؤسسة لتقديم خدماتها وتحقيق نشاطاتها.
- ضرورة تغيير الأساليب الإدارية التقليدية في مؤسسات الاتصال الجزائرية، لضمان بقائها واستمراريتها.
- محاولة إظهار العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة.
- تشخيص مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل مؤسسة الاتصالات، من الاستخدام الأمثل لوسائل التكنولوجيا والرفع من مستواها بما يحقق رغبات وحاجات الزبائن.

أهداف الدراسة:

- دراسة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتحسين جودة الخدمات المقدمة في مؤسسة الاتصالات.
- تكمن أهداف الدراسة في الإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات أو عدم صحتها من خلال الإشارة إلى الوضع الحالي وتقديم تصور حوله.
- محاولة التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات من خلال الدراسة الميدانية التي سنقوم بها على مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بـ برج بوعريـرج _ سطيف محل الدراسة بغية تحقيق الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة.

نموذج الدراسة:

انطلاقاً من الدراسة النظرية للدراسات السابقة المتعلقة بموضوعنا أو جزء منه، وعلى ضوء إشكالية الدراسة و فرضياتها وأهدافها، وبعد استشارة الأساتذة ذوي الخبرة خصوصاً الأستاذ المشرف، تم تشكيل نموذج للدراسة والذي ينطلق من فكرة أساسية هي: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة، والشكل الموالي يوضح هذا النموذج:



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

منهج الدراسة:

في إطار هذا البحث ومن أجل معالجة إشكالية موضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وهو المنهج الأكثر استخداماً وشيوعاً في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، حيث تم في الجانب النظري وصف متغيرات الدراسة بالاعتماد على أهم المراجع ذات الصلة بالموضوع، أما في الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة للتحليل.

حدود الدراسة:

-الحدود الموضوعية: اشتملت هذه الدراسة على تناول موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من مختلف جوانبه وكذا تحسين جودة الخدمة ومعرفة العلاقة بينهما، وهذا كان في الجانب النظري، أما في الجانب التطبيقي فقد ركزنا على تحليل المتغير التابع (جودة الخدمة) إلى 5 أبعاد من أجل معرفة مدى

مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة من خلال تقديم استبيان موجه للعاملين في مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف

- الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة على العاملين في مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف

- الحدود الزمنية: تقتصر هذه الدراسة على الفترة الزمنية الممتدة من بداية شهر أفريل الى غاية شهر ماي 2023

أسباب اختيار الموضوع :

هناك عدة أسباب لاختيار هذا الموضوع منها ما هو ذاتي ومنا ما هو موضوعي نوجزها فيما يلي :

1- الأسباب الموضوعية:

- الأهمية التي يحظى بها الموضوع في الوقت الراهن.
- القيمة العلمية للموضوع باعتبار أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال من الوسائل التي تساعد على تطوير المؤسسة ومن بين أهم العوامل الأساسية لنجاحها وبقائها.
- قابلية هذا الموضوع للدراسة، والبحث معرفيا ومنهجيا باعتباره موضوع واسع ومتشعب في الطرح والمعالجة من عدة أوجه وهو قابل لتوليد الأفكار.
- الاتجاه المتزايد للمؤسسات نحو تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل تحسين جودة خدماتها.

2- الأسباب الذاتية:

- تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص.
 - الاهتمام بالمواضيع الحديثة والرغبة في البحث والاطلاع على مثل هذه المواضيع.
 - تطوير المعارف والمكتسبات الشخصية.
 - الشعور بأهمية هذه المواضيع خاصة مع التوجهات الحديثة التي يشهدها عصرنا الحالي.
- صعوبات الدراسة: من بين الصعوبات التي واجهتنا هي:

صعوبة تجميع العدد اللازم للعينة والمتمثلة في عمال المؤسسة للاتصالات موبيليس ذلك أن كل مؤسسة تتضمن على الأكثر (12) عاملا، مما سمح لنا بالانتقال من ولاية برج بوعرييج الى راس الواد ومن ثم سطيف والعلمة حتى تمكنا من الحصول على العدد المناسب والمرغوب فيه.

هيكل الدراسة:

للإجابة على الإشكالية المطروحة قسمنا هذه الدراسة الى فصلين، الفصل الأول يتضمن الاطار النظري للموضوع، حيث قسم الى ثلاثة مباحث، المبحث الأول بعنوان تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما المبحث الثاني فقد تناولنا فيه جودة الخدمة، وفي المبحث الثالث تم التطرق الى الدراسات السابقة، أما في الفصل الثاني تطرقنا الى الدراسة التطبيقية في مؤسسة الاتصالات موبيليس لولايتي برج بوعرييج وسطيف، حيث تم تقسيمه الى ثلاث مباحث، المبحث الاول يتضمن تقديم عام للمؤسسة من خلال التعريف بها مع ذكر أهم الالتزامات، المبادئ والاهداف التي تتصف بها بالإضافة الى أهم العروض و الخدمات التي تقدمها، أما المبحث الثاني يتضمن الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، وفي المبحث الثالث قمنا باختبار الفرضيات ومناقشة النتائج، كما تم في النهاية اعداد خاتمة الدراسة التي تضمنت نتائج الفصلين، متبوعة بجملة من النتائج والاقتراحات المستنتجة، وأخيرا تم صياغة أفاق الدراسة.

الفصل الأول :

الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة

تمهيد:

بفضل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبح العالم أكثر ارتباطاً وتواصلاً ويمكننا الوصول إلى المعلومات بسهولة وسرعة، والتواصل مع الأشخاص في جميع أنحاء العالم بشكل فوري. كما تمكننا هذه التكنولوجيا من تحقيق التعلم عن بُعد، والعمل عن بُعد، وتبادل الخبرات والمعرفة بسهولة عبر الحدود. تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دوراً حيوياً في تحسين جودة الخدمة في مختلف المجالات، فمع تقدم التكنولوجيا، أصبح من الممكن توفير خدمات أكثر فاعلية ومتطورة، وتلبية احتياجات العملاء بشكل أفضل وبطرق فعالة ومبتكرة.

في هذا الفصل، سنستعرض الإطار النظري لكل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة، حيث تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث كالتالي:

المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الثاني: جودة الخدمة

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المبحث الأول: مدخل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تمهيد :

شهد العالم تقدمًا هائلًا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبالتالي أصبحت الناس والمجتمعات والدول مرتبطة بشبكات معلوماتية متطورة، توفر هذه التكنولوجيا سهولة نقل المعلومات في مختلف المجالات العلمية والاقتصادية والثقافية عبر جميع أنحاء العالم، ومن بين أهم ميزات وفوائد التكنولوجيا هي التأثير البارز الذي تمتاز به، والذي جعلها أساسية في حياة الأفراد والمجتمعات. فقد أصبح الإنسان أسيرًا للتكنولوجيا ولا يمكنه الاستغناء عنها في جميع نواحي حياته وإنجازاته.

المطلب الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

قبل التطرق إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال، نرى أنه من الضروري معرفة كل من العناصر التي تتضمنها هذه الأخيرة :

- التكنولوجيا
- المعلومات
- الاتصال

أولاً: التكنولوجيا:

في السنوات الأخيرة، زاد استخدام مصطلح "التكنولوجيا" بشكل كبير وانتشر بشكل غير عادي وعلى نطاق واسع. أصبحت التكنولوجيا تلعب دورًا مهمًا في حياة الناس اليومية وتشمل جميع المجالات السياسية والاقتصادية والثقافية. ومع تطور التكنولوجيا بوتيرة سريعة، أصبح من الصعب علينا أن نسيطر عليها بشكل كامل.

بناء على ما سبق سوف نتناول في هذا الجزء أهم التعريفات التي أعطيت للتكنولوجيا مروراً بأهم الخصائص التي تتسم بها.

1- مفهوم التكنولوجيا:

تعريف 1:

اشتقت كلمة تكنولوجيا (Technology) والتي ترجمت إلى " تقنيات " من الكلمة اليونانية (Techno) وتعني مهارة أو حرفة أو صنعة، والكلمة (Logos) وتعني علماً أو فناً أو دراسة، وتشير بعض الكتابات إلى أن المقطع الثاني من كلمة تكنولوجيا تعني علم المهارات أو الفنون أو فن الصنعة أو منطق الحرفة، أي دراسة المهارات بشكل منطقي لتأدية وظيفة محددة¹.

¹ علي عماري، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الكفاءات -دراسة حالة مطاحن الأوراس-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة المنظمات، جامعة محمد خيضر-بسكرة-، 2018/2017، ص 21.

تعريف 2:

هناك من يعرفها على أنها مجمل المعارف العلمية المستخدمة في المجال الصناعي، خاصة المكرسة لدراسة وتحقيق وإنتاج وتسويق السلع والخدمات السلعية لاستبدال العمل اليدوي بآلات حديثة ومتطورة¹.

وعلى هذا الأساس ومن خلال التعريفين السابقين يمكن القول أن كلمة التكنولوجيا بصفة عامة تشير إلى الوسائل، الآلات والمعدات التي يستخدمها الإنسان لتلبية حاجاته و توجيهه في شؤون الحياة و تشمل جانبين:

- الجانب المادي: المتمثل في الآلات والاجهزة والمعدات والتقنيات...الخ
 - الجانب العلمي: المتمثل في الأفكار والمعارف.
- 2- خصائص التكنولوجيا :

توجد العديد من الخصائص المميزة للتكنولوجيا، ومن أبرزها:²

- التكنولوجيا علم مستقل له أصوله وأهدافه ونظرياته.
- التكنولوجيا علم تطبيقي يسعى لتطبيق المعرفة.
- التكنولوجيا عملية تمس حياة الناس.
- التكنولوجيا عملية تشتمل مدخلات وعمليات ومخرجات.
- التكنولوجيا عملية شاملة لجميع العمليات الخاصة بالتصميم والتطوير والإدارة.
- التكنولوجيا عملية ديناميكية أي أنها حالة من التفاعل النشط المستمر بين المكونات.
- التكنولوجيا عملية نظامية تعنى بالمنظومات ومخرجاتها نظم كاملة أي أنها نظام من نظام.
- التكنولوجيا هادفة تهدف للوصول إلى حل المشكلات.
- التكنولوجيا متطورة ذاتياً تستمر دائماً في عمليات المراجعة والتعديل والتحسين.

ثانياً: المعلومات:

المعلومات هي أحد عناصر العملية الانتاجية التي لا يمكن الاستغناء عنها، كما تمثل مصدراً استراتيجياً هاماً على مستوى المؤسسات، وذلك لما يمكن تحقيقه من قدرات وميزات من خلالها في مواجهة التهديدات،

¹ يزغش كميليا، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التوجهات الاستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة -دراسة حالة المطاحن الكبرى للجنوب-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، بسكرة، 2009/2008، ص66.

² عمار محمد زهير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات (MTN&Syriatel)، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2019/2018، ص30.

وكسب الفرص وتدعيم لما هو موجود في حقل المنافسة داخل السوق. ولتقديم تعريف مبسط للمعلومات من المهم جدا ان نعرف الاختلافات بين كل من (البيانات،المعلومات والمعرفة) فعادة ما يستخدم هذين المصطلحين (المعلومات والبيانات) في الحياة العملية كمرادفين لوصف شيء واحد، على الرغم من الاختلاف الشديد في المفهوم ومعنى كل منهما.¹

1- الفرق بين (البيانات، المعلومات والمعرفة):

أ- البيانات والمعلومات:

البيانات والمعلومات مصطلحان مرتبطان ببعضهما البعض بشكل وثيق، لكنهما يختلفان ولا يشيران إلى مفهوم واحد كما يظن البعض. لذا، كان من الضروري توضيح الاختلاف بين البيانات والمعلومات، وكذلك شرح العلاقة الوثيقة بينهما.

– البيانات (DATA) :

هي تلك المادة الخام التي تشتق منها المعلومات، فهي ترمز إلى الأشياء، الحقائق، الأفكار والحوادث والعمليات التي تعبر عن المواقف والافعال، أو تصف هدفا أو ظاهرة، أو واقعا معيننا دون أي تعديل أو تفسير أو مقارنة، فيتم التعبير عنها بكلمات أو أرقام أو رموز أو أشكال.²

ونتيجة للتقارب في المصطلحين فكثيرا ما يحدث الخلط وعدم التمييز بين البيانات والمعلومات رغم الاختلاف في مفهوم ومعنى كل منهما. فالبيانات هي المواد الخام التي تعتمد عليها المعلومات، يمكن الحصول عليها مباشرة عن طريق أجهزة القياس أو الافراد أو من مصادر ثانوية داخلية أو خارجية بالنسبة للمؤسسة والتي تأخذ أشكال عديدة: أرقام، رموز، عبارات، لا معنى لها إلا إذا تمت معالجتها وارتبطت مع بعضها بشكل منطقي مفهوم لتتحول إلى معلومة أو إلى معلومات. ويكون ذلك عن طريق البرمجيات والاساليب الفنية المستخدمة في الحواسيب عادة، وهي غير مرتبطة ببعضها البعض ولا يمكن استخدامها مباشرة في اتخاذ القرارات أما المعلومات فالعكس من ذلك، فهي كنتاج أو كمرجع بنظام المعلومات، عن طريق استخدام البيانات كمدخلات.³

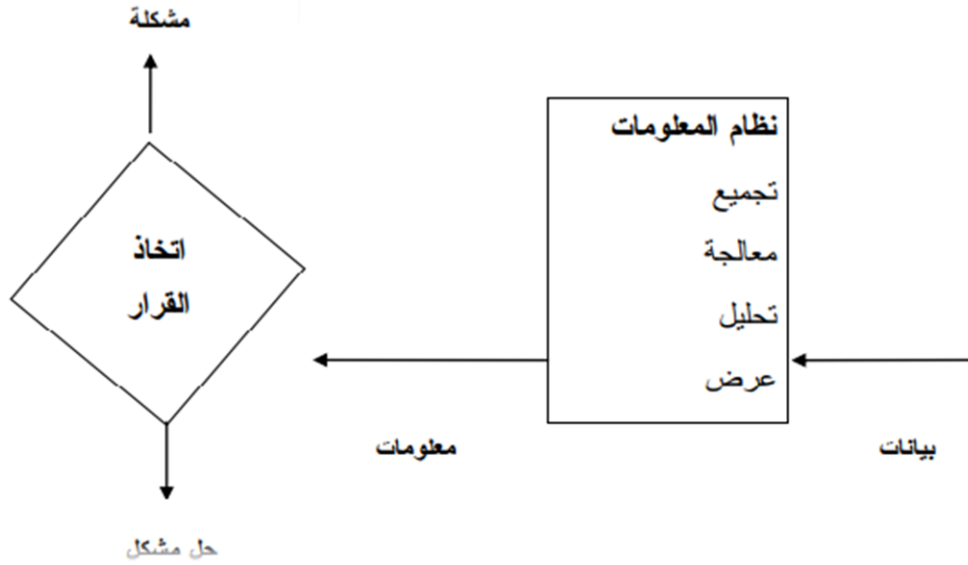
¹ هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية - دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيلي- ، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015-2016، ص28.

² محمد السعيد خشبة، نظم المعلومات، المفاهيم والتكنولوجيا، دار الإشعاع للطباعة، مصر، 1987، ص28.

³ هناء عبداوي، المرجع السابق، ص29.

والشكل التالي يوضح العلاقة بين البيانات والمعلومات:

الشكل (01): العلاقة بين البيانات والمعلومات



المصدر: هاشم أحمد عطية، مدخل إلى نظم المعلومات المحاسبية، الدار الجامعية، مصر، 2000، ص 11.

من خلال الشكل يمكن أن نستنتج ما يلي¹:

- البيانات عبارة عن مدخلات في نظام المعلومات.
 - المعلومات هي مخرجات لنظام المعلومات، ولها تكلفة وعائد.
 - نظام المعلومات هو الآلة التي يتم بواسطتها تخليق المعلومات انطلاقاً من البيانات الأولية.
 - إن الهدف الأسى من المعلومات هو إزالة حالة عدم التأكد أو التقليل منها بالنسبة لمتخذي القرارات.
 - البيانات مادة خام يصعب اتخاذ القرار على ضوءها.²
 - المعلومات هي بيانات تمت معالجتها ويسمح من خلالها باتخاذ القرار.
- ب- المعرفة: (Knowledge)

المعرفة هي الفهم المكتسب من خلال الخبرات والدراسة، إنها معرفة كيف؟ (Know-How)، أي كيف تعمل الأشياء التي تمكن الشخص من انجاز مهمة خاصة؟ وقد تكون حقائق تراكمية، او قواعد إجرائية او توجيهات.³

¹ هناء عبداوي، الرجع السابق، ص30.

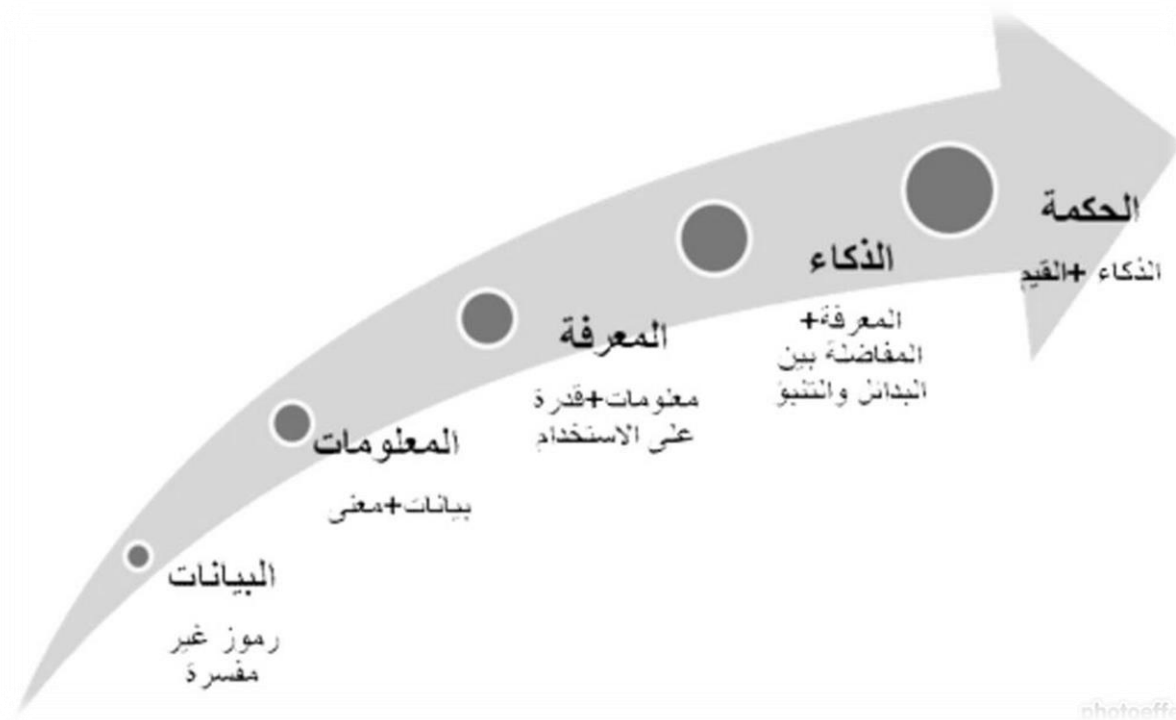
² النجار نبيل جمعه، والنجار فايز، مهارات الحاسوب، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2004، ص363.

³ Awad, Elias M, & Chaziri, Hassan M, knowledge management, pearson prentice-hall, India, 2003, p33.

فالمعرفة ما هي إلا تحول البيانات الى معلومات ومزجها بالخبرة حيث الفهم البشري لحقيقة شيء ما عن طريق التعلم والممارسة. ومن الملاحظ ان الخبرة تزيد من إمكانية الوصول الى قرارات ونتائج سليمة، والتي تعمل على زيادة المعرفة أيضا والتي تعود وتعمل على تعزيز فهم المعلومات والخبرة مرة أخرى والتي توصل أيضا الى النتائج والقرارات، وصناعة القرار الاستراتيجي.¹

والشكل التالي لطيف المعرفة يوضح العناصر المكونة لها والعلاقة بينهما:

الشكل (02): طيف المعرفة



المصدر: سمراء كحلات، تمكين المعرفة في المنظمة الجزائرية، -دراسة ميدانية بمكتبات جامعة باتنة- مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم المكتبات، 2008-2009، ص 22.

إذن، فالبيانات جزء من المعلومات شرط أن تكون منظمة ولها معنى، والمعلومات هي التي تغير الحالة المعرفية للإنسان، أي تؤدي للمعرفة شرط أن تخضع للاستخدام والتطبيق، فلا يكفي أن تكون مفيدة فقط بل أن تستخدم بشكل مفيد.²

أما الحكمة فهي :

جمع خبرات الافراد لتزويد معرفة لحل مشكلة ما. إنها القدرة على استخدام المعرفة لتحقيق غرض معين.

¹ فايز جمعه صالح النجار، نظم المعلومات الإدارية "منظور اداري"، دكتوراه الفلسفة في الإدارة، ط2، دارالحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص 48.

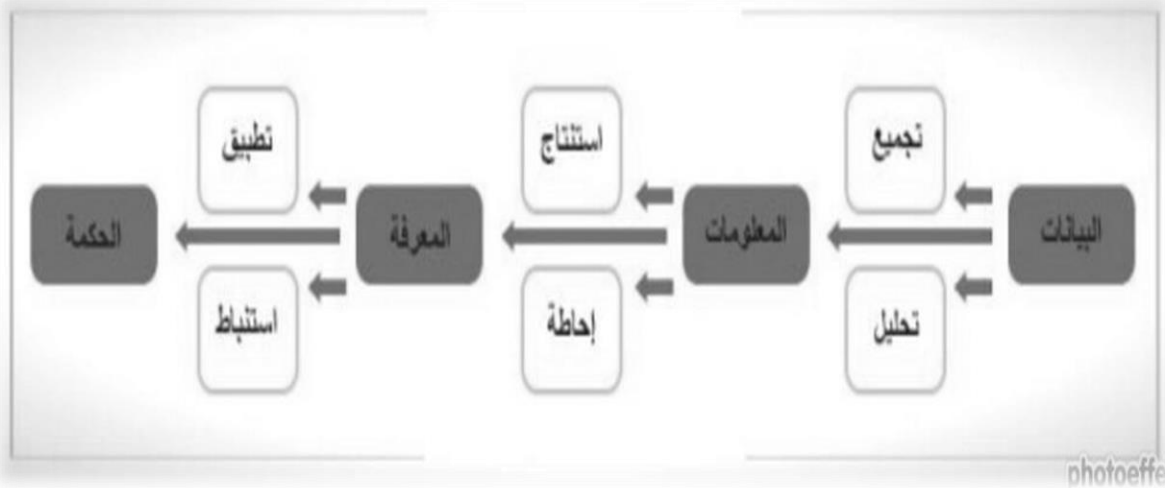
² سمراء كحلات، تمكين المعرفة في المنظمة الجزائرية، -دراسة ميدانية بمكتبات جامعة باتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص 23.

ويمكن تحقيق الحكمة أيضا نتيجة تراكم مجاميع من المعرفة.¹

إن نظم الحاسوب مثلا يمكن ان تجمع البيانات وتنتج المعلومات وأحيانا تؤمن المعرفة، ولكن لا بد من إضافة حكمة الافراد لتأمين نظم معلومات فعالة²

وختاماً لهذا العرض الرباعي (بيانات -معلومات -معرفة- حكمة) فإنه يمكن تمثيل مسار عملية الارتقاء من مستوى البيانات الى الحكمة على الشكل التالي³:

الشكل(03): يمثل العلاقة بين (البيانات-المعلومات-المعرفة-الحكمة)



Source: Document donnée information connaissance savoir. [En ligne], [03/03/2023] Sur internet

<https://bmceblog.files.wordpress.com/2017/04/lo1-pdf1.pdf>

2- خصائص المعلومات :

إن الحصول على معلومات ذات خصائص نوعية عالية في المؤسسات أمر مهم وحيوي، ففي ظل الانفتاح والمنافسة الشديدة والمتغيرات المتسارعة ازداد الاهتمام بنوعية المعلومات وخصائصها كي تكون ذات فائدة لاتخاذ القرار.

لذا لا بد من التأكد من أن خصائص المعلومات تتلاءم والموقف الذي يتخذ فيه القرار، ويمكن تحديد عدة عوامل تؤخذ في الاعتبار لأن تمثل شروط وخصائص المعلومات الجيدة والمتمثلة في الجدول التالي⁴:

¹ فايز جمعه صالح النجار، المرجع السابق، ص49.

² فايز جمعه صالح النجار، المرجع السابق، ص49.

³ <https://bmceblog.files.wordpress.com/2017/04/lo1-pdf1.pdf> يوم 03/03/2023، سا 21:00

⁴ <https://www.starshams.com/2021/03/informations.html> يوم 2023/03/03، سا 21:35

الجدول (1): خصائص المعلومات

الخاصية	الوصف
الدقة	أن تكون المعلومات محددة وخالية من الأخطاء ومستندة إلى الحقائق والثوابت.
التوقيت	توفر المعلومات في الوقت المناسب للاستفادة منها وقت الحاجة إليه.
الوضوح	أي مدى خلو المعلومات من الغموض بمعنى أن تكون واضحة ومفهومة لمستخدميها.
المرونة	وهي قابلية المعلومات للتكيف، تلبية للاحتياجات المختلفة لجميع المستخدمين، فالمعلومات التي يمكن استخدامها بواسطة العديد من المستخدمين في تطبيقات متعددة تكون أكثر مرونة من المعلومات التي يمكن استخدامها في تطبيق واحد.
الشمول	يعني أن تكون المعلومات شاملة لجميع متطلبات ورغبات المستخدمين وأن تكون بصورة كاملة دون تفصيل زائد ودون إيجاز يفقدها معناها.
الملاءمة	يقصد بالملاءمة وجود علاقة وثيقة بين المعلومات والاعراض التي تعد من أجلها ولكي تكون هذه المعلومات مفيدة يجب أن تكون ذات علاقة وثيقة باتخاذ قرار أو أكثر من القرارات التي يتخذها من يستخدمون تلك المعلومات.
اكتمالية المعلومات	ينبغي أن تتكامل المعلومات، لأن عدم تكاملها يجعلها غير صالحة للوصول إلى الهدف المطلوب.
قابلية القياس	تعني هذه الخاصية إمكانية القياس الكمي للمعلومات الرسمية الناتجة من نظام المعلومات الرسمي.
الشكل	يعني الشكل الذي تقدم فيه المعلومات فالمعلومات قد تكون ملخصة أو تفصيلية، فالمعلومات الملخصة تعتبر كافية للتعرف على المشاكل، أما المعلومات التفصيلية فهي تستخدم لاتخاذ القرارات في المستويات التشغيلية.
عدم التحيز	أي عدم تغير محتوى المعلومات بما يجعله مؤثراً على المستخدمين أو تغيير المعلومات حتى تتوافق مع أهداف أو رغبات المستخدمين.
ان تكون لها قيمة	الانتاج التكلفة والفائدة.
ال إتاحة	الوصول الى المعلومات والحصول عليها.
اقتصادية	يتعلق بالتكاليف التي تتحملها المؤسسة في سبيل الحصول على المعلومات.
الايجاز	تقديم المعلومات بشكل موجز ومختص، أي ما هو مطلوب فقط دون الإكثار من التفاصيل، التي من الممكن أن تؤدي إلى عدم فهمها واستيعابها من قبل المستخدمين.

المصدر: https://uomustansiriyah.edu.iq/media/lectures/8/8_2020_04_15!06_00_45_PM.pdf، يوم

21:50، 2023/03/03

3- أهمية المعلومات بالنسبة للمؤسسات :

تكتسي المعلومات أهمية بالغة في حياة الأفراد والمؤسسات، فقد أصبحت من أهم الموارد التي لا يمكن أن تستغني عنها المؤسسات في القيام بأعمالها ونشاطاتها، وخاصة في هذا العصر المليء بالمتغيرات السريعة والمتلاحقة في مختلف مجالات الحياة، وسنحاول إبراز هذه الأهمية من خلال النقاط التالية:¹

- تلعب المعلومات دوراً مهماً في إدارة المؤسسة داخلياً من خلال تسهيل القيام بالوظائف، فتوفّر المعلومات الصحيحة وفي الوقت المناسب يسهل من أداء الوظائف واتخاذ القرارات السليمة، كما أنّ انسياب المعلومات بين مختلف هذه الوظائف عن طريق الاتصالات الفعالة من شأنه أن يرفع من مستوى أداء المؤسسة ككل.
- تساعد المعلومات المسيرين على صنع واتخاذ القرارات السليمة، ذلك أنها تعتبر المادة الأولية للقرار وبذلك تتمكّن المؤسسة من تحقيق النجاح وضمان الاستمرار في مجال نشاطها.
- أصبحت المعلومات تشكّل أصلاً من أصول المؤسسة مثل: الرأس المال والعنصر البشري والمواد الخام وغيرها، حيث يجب على المسيرين أن ينظروا إليها على أنها استثمار يمكن استغلاله استراتيجياً للحصول على مزايا تنافسية، وليس تكلفة يجب التحكّم فيها.
- أصبحت المعلومات كذلك تشكّل سلعة تستطيع المؤسسة بيعها مثل أي سلعة أخرى.
- لا تقتصر أهمية المعلومات على المستوى الداخلي للمؤسسة فقط، بل تمتد إلى المستوى الخارجي فهي تعد أداة ربط مع المحيط فالمعلومات تمكّن المؤسسة من التعرف على الأحداث والتطورات التي تطرأ على بيئة عملها والتي من الممكن أن تؤثر عليها، ومنه فإنّ المؤسسة تحاول من خلال الحصول على المعلومات التكيف مع الأوضاع الجديدة.
- تعد المعلومات المنطلق الأساسي للحصول على المعرفة والتي أصبحت لها أهمية أكبر من المعلومات نفسها، فالمعرفة أصبحت السمة المميزة للمؤسسات المعاصرة في عصرنا الحالي وهي أساس اكتساب الميزة التنافسية والعامل الأساسي الذي يحدد تنافسية المؤسسات، ففي ظلّ الانتقال إلى ما يعرف الآن باقتصاد المعرفة (l'économie de la connaissance) فإنّ القدرة على إنتاج وخلق الثروة أصبح لا يعتمد فقط على عوامل الإنتاج المادية، بل كذلك على أصول أخرى غير مادية معنوية، والمتمثلة أساساً في المعرفة، الكفاءات المتميزة في القدرة على الوصول إلى المعلومات و، كذا القدرة على إيجاد الحلول للمشكلات المطروحة وغيرها.

¹ مراد مرمي، أهمية نظم المعلومات الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، دراسة حالة -شركة CHIALI Profiplast -رسالة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم اقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010/2009، ص16.

4- أنواع المعلومات :

أ- تصنيف المعلومات حسب المصدر¹:

وفقاً لهذا المعيار يتم تصنيف المعلومات إلى:

- المعلومات الداخلية:

ويكون مصدرها من داخل المؤسسة عن طريق الأشخاص أو الإدارات المكونة لها مثل: المشرفين ورؤساء الأقسام والمدراء بمختلف مستوياتهم، وهذه المعلومات تعكس الحقائق المتصلة بالأحداث والوقائع المتعلقة بسير العمل في مختلف وظائف المؤسسة -كالتموين، الإنتاج، التسويق، الموارد البشرية، المحاسبة... الخ، والذي يعرف بتدفق المعلومات داخل المؤسسة

- المعلومات الخارجية :

وهي المعلومات التي تحصل عليها المؤسسة من مصادر خارجية، أي من البيئة المحيطة والتي تعكس الأحداث والوقائع التي تجري في تلك البيئة والمتعلقة أساساً بالأسواق، المنافسين الموردين، العملاء، النقابات العمالية، القوانين والتشريعات، الهيئات الحكومية... الخ، ومثل هذه المصادر تمد المؤسسة بالمعلومات البيئية والتنافسية، والتي تعطي للمدراء قاعدة هامة لمعرفة ما يحدث من تغيرات.

ب- تصنيف المعلومات حسب المستوى الإداري:

تنقسم الإدارة في الغالب إلى ثلاث مستويات وهي الإدارة الاستراتيجية (الإدارة العليا)، الإدارة التكتيكية (الإدارة الوسطى) والإدارة التشغيلية (التنفيذية)، حيث يتطلب كل مستوى إداري نو خاص به من المعلومات وهي: المعلومات الاستراتيجية، المعلومات التكتيكية والمعلومات التنفيذية².

- المعلومات الاستراتيجية:

¹ نفس المرجع، ص ص 20.21

² سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص 165.

وهي المعلومات التي تغطي فترة زمنية مستقبلية طويلة نسبياً، حيث تصف أهداف المؤسسة واستراتيجياتها والموارد اللازمة لبلوغ هذه الأهداف، تحديد الفعاليات والسياسات ... الخ وتتضمن التنبؤات والتقديرية المستقبلية لمختلف المتغيرات الاقتصادية.

- المعلومات التكتيكية:

هي المعلومات التي تغطي فترة زمنية متوسطة، وتتعلق بتنفيذ مختلف الأنشطة الوظيفية في المؤسسة كالإنتاج، المشتريات، المبيعات، وذلك حسب الاستراتيجيات الموضوعية من قبل الإدارة العليا، أي أنها تتركز حول وصف الخطط التكتيكية الضرورية لتنفيذ استراتيجية معينة، ومن الأمثلة على ذلك المعلومات الخاصة باختيار وتدريب الأفراد، جدولة الإنتاج، خطط الصيانة... الخ.

- المعلومات التشغيلية:

هي المعلومات التي تتعلق بالعمليات اليومية التي تتم داخل المؤسسة، حيث يجب توفير معلومات تفصيلية ودقيقة وبصفة مستمرة ومتكررة عن جميع أوجه النشاط في المؤسسة، مثال ذلك المعلومات المتعلقة بحضور وانصراف الأفراد، أنواع وكميات السلع المنتجة والمباعة التوقفات الحاصلة في الآلات والمعدات... الخ.

ج- تصنيف المعلومات حسب درجة الرسمية:

نميز هنا بين المعلومات الرسمية والمعلومات غير الرسمية¹:

- المعلومات الرسمية:

هي كل المعلومات التي يتم انتقالها في الإطار الرسمي للمنظمة، أو يمكن أن نقول عنها بأنها كل المعلومات التي تخرجها وتقدمها نظم المعلومات داخل المنظمة وتشتمل بوجه عام على الاحتياجات الرقابية، المتطلبات القانونية، التشريعات الحكومية، الإجراءات المحاسبية متطلبات التخطيط والمتابعة، متطلبات وسائل الاتصالات وغيره.

¹ مرعي مراد، المرجع السابق، ص ص 22-23.

- المعلومات غير الرسمية:

وتتضمن المعلومات غير الرسمية الآراء والأفكار والاجتهادات والخبرات الشخصية والشائعات وما إلى ذلك، وهي في بعض الأحيان تكون ضرورية لتكامل المعلومات الرسمية، إذ تستخدم كبديل في حالة غياب هذه الأخيرة، وتتحدد قيمتها كمعلومات فقط بواسطة مستخدميها وعموماً، فالمعلومات غير الرسمية تشكل جزءاً هاماً من إجمالي متطلبات المعلومات في المؤسسات.

ثالثاً: الاتصال:

الاتصال يعتبر ضرورة اجتماعية أساسية لتحقيق التواصل والتفاعل بين الأفراد والمجموعات، وهو عنصر لا غنى عنه لتطور المجتمعات واستمراريتها. يُولى اهتمام خاص للاتصال داخل المؤسسات والمنظمات، سواء كانت تجارية أو خدمية، حيث يُعدّ أمراً ضرورياً وأساسياً لتمكين الأفراد من أداء أعمالهم بكفاءة عالية. بالإضافة إلى ذلك، يُساعد الاتصال في تعزيز التعاون في بيئة العمل، ويوجه ويحفز الموظفين، ويؤثر في سلوكهم، ويُساعدهم على فهم البيئة التي يعملون فيها.

1- مفهوم الاتصال وخصائصه:

أ- تعريف الاتصال:

كارتيير وهاروود Harwood & Cartier يعرفان الاتصال بأنه: " تبادل الآراء والمعلومات المفيدة التي تؤدي إلى خلق تفاهم وثقة متبادلة أو إحداث علاقات إنسانية طيبة"¹.

كما يعرفه خبراء العلاقات العامة: " الاتصال هو طريق مزدوج الاتجاه ولهذا فهو أقوى العوامل التي تضمن لطرفي الاتصال أن يتفهم كل منهما وجهات نظر الآخر، فيعمل على تحقيق رغباته، تجمعهما في ذلك الصالح المشترك"².

ومن خلال ما سبق من التعريفين السابقين نستنتج أن الاتصال هو: عملية تفاعلية يتم فيها تبادل المعلومات، الأفكار، معرفة محددة، خبرات ومهارات بين الطرفين (مرسل ومستقبل)، بهدف التأثير فيه و في أفكاره (المستقبل) وإحداث استجابة .

¹ مصطفى محجوبي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العلاقات الإنسانية داخل التنظيم الإداري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علم اجتماع، تخصص علم اجتماع الإدارة والعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص38.

² محمد فريد الصحن، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص225.

ويمكن لنا فهم مصطلح الاتصال أكثر من خلال إيجاد الفرق بينه وبين عدد من المفاهيم القريبة والمتداخلة كالإعلام.

الاتصال والإعلام: "هناك من عرف الإعلام بأنه "نشاط اتصالي قصدي يستهدف التأثير على الناس وحملهم على السلوك مرغوباً فيه".¹

وبعضهم عرف الإعلام "أنه جميع أوجه النشاطات الاتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بجميع الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة في القضايا والموضوعات والمشكلات ومجريات الأمور بطريقة موضوعية وبدون تحريف مما يؤدي إلى إيجاد أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي بجميع الحقائق والمعلومات الصحيحة عن القضايا والموضوعات بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة المطروحة".²

يمكن ملاحظة التشابه والتداخل الكبير بين مصطلحي الإعلام والاتصال فكلاهما نقل للأخبار من طرف مرسل إلى مستقبل من أجل تحقيق هدف ما أي أنهما يشتركان في الصيغة ، الهادفية والتزويد.

وعلى الرغم من ذلك إلا أنه لا يعني عدم وجود فرق بينهما فالاتصال مصطلح قديم منذ قدم الإنسان، وقد يحدث حتى بين الحيوانات أما الإعلام فهو مصطلح حديث مرتبط بوسائل الاتصال الحديثة كما أن الاتصال قد يتم بين عدد محدود من الأشخاص بينما الإعلام يستهدف شرائح عريضة من الجمهور (الجماهيرية)، والاتصال لا يستهدف شيوخ الخبر عكس الإعلام الذي يهدف أساساً لذلك.³

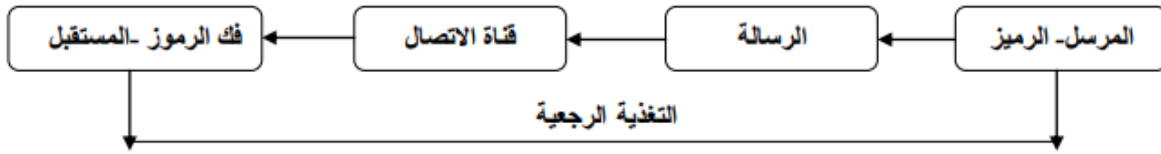
من خلال إعطاء تعاريف حول الاتصال نجد بأنه يتكون من عناصر أساسية كما هي موضحة في الشكل التالي:

¹ سيد محمد ساداتي: ركائز الإعلام في دعوة إبراهيم عليه السلام، ط، 2، دار عالم الكتب للطباعة والنشر، الرياض المملكة العربية السعودية، 1998، ص 114.

² إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجماهير، ط3، المكتبة الأنجلو المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 1984، ص 11

³ مصطفى محجوبي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العلاقات الإنسانية داخل التنظيم الإداري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علم اجتماع، تخصص علم اجتماع الإدارة والعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص 39

الشكل (04): النموذج العام للاتصال



المصدر: مصطفى نجيب شاويش، إدارة المكاتب والاعمال المكتبية، دار وائل، عمان، الاردن، ط1، 2002، ص43.

من خلال الشكل أعلاه، يتضح لنا بأن نموذج الاتصال يتكون من أربعة عناصر رئيسية التي لا يمكن أن تتم عملية الاتصال إلا بتوافرها وهي:¹

- المرسل: هو مصدر الرسالة والفاعل الرئيسي في تناقلها.
 - الرسالة: هي المعلومات أو الأفكار أو المشاعر التي يتم تناقلها بين أطراف الاتصال.
 - التشويش على الرسالة: كل العوامل التي قد تؤثر على المغزى أو المعنى وراء الرسالة التي يريد المرسل إيصالها للمستقبل
 - وسيلة الاتصال: هي القناة التي يتم من خلالها إيصال الرسالة من المرسل إلى المستقبل
 - المستقبل: هو الطرف المعني بالرسالة حيث يقوم المستقبل بتحليل الرسالة وترجمتها إلى معاني ومغازي مختلفة.
 - التغذية الراجعة: استجابة المستقبل الفورية للرسالة
- ب- خصائص الاتصال :

يتميز الاتصال بعدة خصائص تميزه عن العمليات الأخرى التي تحدث داخل المنظمة. ويمكن تلخيص هذه الخصائص على النحو التالي:²

- الاتصال عملية تفاعل بين طرفين.
- الاتصال عملية اجتماعية نفسية.
- الاتصال عملية مستمرة.
- الاتصال عملية موضوعية وواقعية.
- الاتصال ظاهرة اجتماعية عامة لها صفة الانتشار.

¹ عمادة السنة التحضيرية، مهارات الاتصال، الطبعة الأولى، الجامعة الإلكترونية السعودية، المملكة العربية السعودية، 2012، ص15.

² سلوى عثمان الصديقي، هناك حافظ بدوي، أبعاد العملية الاتصالية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 1999، ص43.

2- شروط نجاح الاتصال :

يُعتبر الاتصال عمليةً تفاعلية يتم فيها نقل الأفكار والمعلومات، وحتى تُعتبر هذه العملية ناجحة يجب توافر شروط معينة في الاتصال وهي¹:

- الوضوح : أي أن يكون محتوى الاتصال واضحاً.
- البساطة : وذلك بأن يتم الاتصال بشكلٍ بسيطٍ يخلو من التعقيد، حيث تصل المعلومات المراد توضيحها بشكلٍ ميسرٍ.
- سلامة الوسيلة : أي أن تكون الوسيلة المستخدمة في الاتصال سليمة تُحقّق الهدف المطلوب وتكون موافقة لمستوى المستقبل، كي لا تُفسّر تفسيراً خاطئاً، أو خلاف ما هو مقصود.
- عدم التعارض : وذلك عند تعدد وسائل الاتصال، حيث يجب أن يكون هناك توافقٌ بين الوسائل المختلفة ليؤدّي الاتصال الغرض المطلوب.
- الإيجاز : لأنّ التطويل والإسهاب قد يعمل على الإخلال بالمعنى، وقد يُصيب المستقبل بالفتور والملل.
- الملاءمة : بحيث يكون الاتصال ملائماً للهدف من هذه العملية، وملائماً للوقت وعملية التنفيذ وكذلك ملائماً للمستقبل ليتم استقبال المعلومات.

رابعاً : تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

بعدما تم التعرف على كل من المصطلحات التالية (التكنولوجيا، المعلومات والاتصال) يمكننا الآن التوجه الى تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال إعطاء بعض التعاريف لها مع ذكر مراحل تطورها بالإضافة الى أهم مكوناتها وخصائصها التي تتسم بها مروراً بالدور الاستراتيجي لها وعوامل نجاحها وأخيراً المزايا والسلبيات.

¹ محمود فتوح محمد سعادات، مهارات الاتصال الفعال، ط1، مكتبة الألوكة للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2016، ص 11.

1- مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

بالرغم من اهتمام الباحثين بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وبمفهومها إلا أنه لا يوجد تعريف شامل ومحدد ومتفق عليه لهذا المفهوم من قبل الباحثين وعليه نتناول مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال مراجعتنا للأدبيات السابقة :

عرفت على أنها: "هي الأداة التي يمكن من خلالها تخزين ومعالجة المعلومات داخل النظام، بالإضافة إلى اشتغالها على كل ما يتعلق بالحاسوب، الشبكات، البرمجيات، مواقع الويب، وقواعد البيانات، والاتصالات السلكية واللاسلكية".¹

كما تعرف أيضا: "أنها المعالجة الآلية للمعلومات بمعنى إعطاء الصفة الرقمية للمعلومات والتي تضعها في إطار التكنولوجيا الحديثة، وهذه المعلومة يمكن أن تخزن، تعالج، ترسل، وتستعاد من طرف أجهزة معلوماتية أخرى من أجل إعادة استعمالها عند الحاجة، وتوزيعها على مجموعة من الأشخاص الذين طلبوا هذه المعلومة دفعة واحدة والقدرة على الإرسال والبث عن بعد تعتبر من بين الصفات الأكثر تميزا في تكنولوجيا المعلومات والاتصال".²

من خلال التعريفين السابقين نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال: هي جميع الأدوات والتقنيات الحديثة والمتطورة التي تستخدم في جمع وتخزين ومعالجة المعلومات ومن ثم استرجاعها وكذلك توصيلها واستقبالها عبر وسائل اتصالات المختلفة.

2- مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

إن مصطلح تكنولوجيا المعلومات والاتصال رغم حداثة نسبية وارتباطه الكبير بالحواسيب إلا أننا نستطيع أن نوضح بأن هذا المصطلح ليس وليد الساعة بل لكونه ارتبط بالمعلومات والاتصالات التي سبقت التكنولوجيا بمفهومها الحديث. وهكذا نجد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال مترابطة فيما بينها وقد مرت بمراحل تاريخية عدة نوجزها بخمس مراحل:³

¹ فوزي قدوج، نور الدين نوي، حسين بركاتي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية، دراسة عينة من مكاتب بريد الجزائر في ولاية برج بوعريش، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 07، العدد 01، أبريل 2023، ص 234.

² المرجع نفسه، نفس الصفحة

³ قادة دليلية، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الجماعات المحلية في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم التسيير، فرع تسيير عمومي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2010/2011، ص 110.

- مرحلة التواصل الشفهي والكتابي:

وتتمثل في اختراع الكتابة ومعرفة الانسان لها مثل الكتابة المسمارية والسومرية ثم الكتابة التصويرية وحتى ظهور الحروف، والتي عملت على إنهاء عهد المعلومات الشفهية التي تنتهي بوفاة الانسان أو ضعف قدراته الذهنية.

- ثورة الاتصالات:

والتي تشمل ظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطورها والتي ساعدت على نشر المعلومات واتصالاتها عن طريق كثرة المطبوعات، وزيادة نشرها عبر مواقع جغرافية أكثر اتساعا.

- تكنولوجيا المعلومات التقليدية:

وتتميز بظهور مختلف أنواع وأشكال مصادر المعلومات المسموعة والمرئية، الهاتف، المذياع، التلفاز، الاقراص، الاشرطة الصوتية، واللاسلكي إلى جانب المصادر المطبوعة الورقية. هذه المصادر وسعت في نقل المعلومات وزيادة حركة الاتصالات .

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة:

وتتمثل باختراع الحاسوب وتطور مراحلها وأجياله المختلفة مع كافة مميزاته وفوائده واثاره الايجابية على حركة تنقل المعلومات عبر وسائل اتصال ارتبطت بالحواسيب.

- التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تتمثل في التزاوج والترابط ما بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة للأنواع والاتجاهات التي حققت إمكانية تناقل كميات هائلة من البيانات والمعلومات وعبر مسافات جغرافية هائلة بسرعة فائقة وبغض النظر عن الزمان والمكان وصولاً إلى شبكات المعلومات وفي قممها شبكة باختصار، تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد تطورت عبر المراحل التاريخية المختلفة وما زالت تتطور بشكل مستمر مع التقدم التكنولوجي وتطور المعلومات والاتصالات.

3- مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

هناك أربع مكونات رئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تتضح في الشكل التالي¹:

الشكل (05): يوضح المكونات الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال.



المصدر: عماري علي، المرجع السابق، ص 27.

- المكونات المادية:

وتشمل المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات وتخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبثها للمستخدمين، وتتضمن الحاسوب وما يرتبط به من أجهزة أي ملحقاته.

- البرمجيات:

مصطلح عام يطلق على مجموعة البرامج والتعليمات، التي يمكن تشغيلها في الحاسوب، وبدون البرمجيات يتعذر للمستخدم التعامل مع الحاسوب.²

¹ James A, O' Brine, Management Information system, Managing Information Technology in the Internet worked Enterprise, 1999, p :19

² دبله عبد العالي، مرابط عياش عزوز، تكنولوجيا المعلومات والكفاءة المهنية للعامل، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 17، مارس 2016، ص 84.

- قواعد البيانات :

يوجد تعريفان أساسيان لقواعد البيانات وهما كالتالي¹

من وجهة نظر المستخدم: هي عبارة عن مكان مخصص لخرن كم هائل من البيانات واسترجاعها من الذاكرة لغرض التعديل والتحديث أو طباعتها أو البحث عن بيانات معينة وبالسرعة الممكنة بدون أي تغيير أو تلاعب بها.

أما من وجهة نظر المبرمج : هي على الأقل جدول أو مجموعة جداول مترابطة فيما بينها بعلاقة معينة(من علاقات قواعد البيانات) لمنع التكرار ودقة عملية الخزن وسرعة الاسترجاع والحفاظ على أمنية البيانات المخزونة من التلاعب أو السرقة والاختراق.

- الافراد :

إن المكونات السابقة لا يمكن ان تحققها أهدافها بدون العنصر البشري، ويكاد يتفق أغلب المتخصصين في هذا المجال على أهمية العنصر البشري في ادارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات تفوق أهمية المستلزمات المادية على نحو كبير وكذلك يعزى اليها اغلب حالات الفشل في النظام.²

- شبكات الاتصال :

الجدول التالي يوضح تعاريف بسيطة لكل من شبكات الاتصال الثلاثة:

¹ وليد مرتضى نوه، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال ف جودة القرار الإداري، (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر) ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص أنظمة المعلومات ومراقبة التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023/2022، ص60.

² عماري علي، المرجع السابق، ص28.

الجدول (02): تعاريف مختصرة لشبكات الاتصال (الإنترنت، الإنترنت والإكسترنانت)

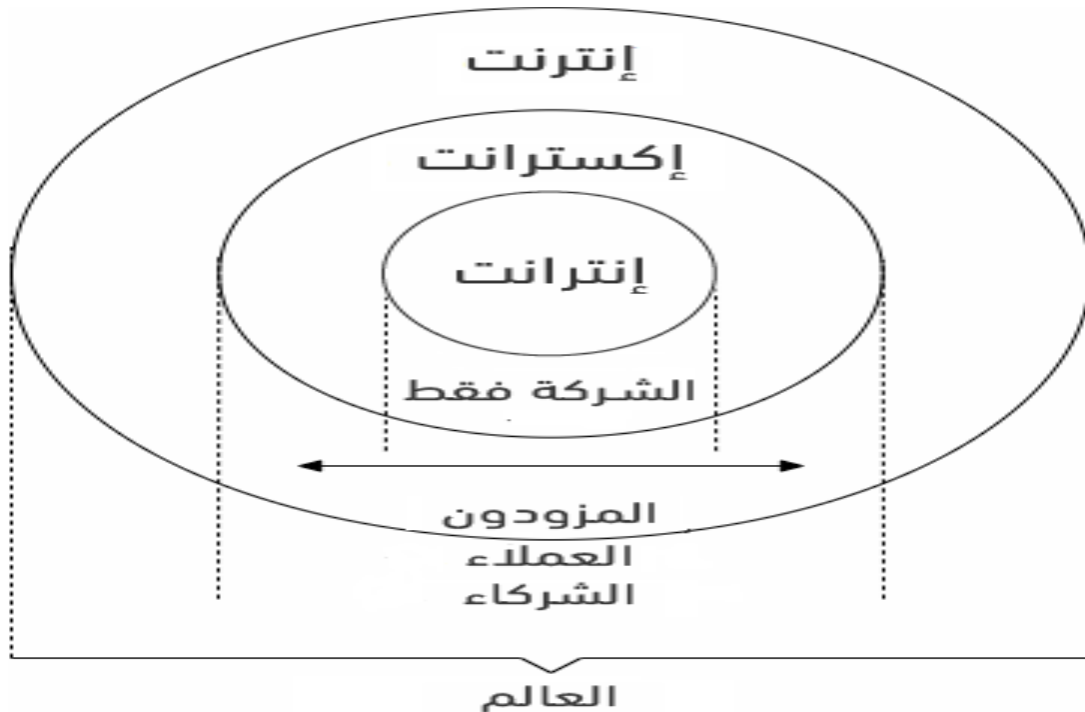
أنواع الشبكات	تعريف مختصر
الإنترنت (Internet)	هي الشبكة التي تعمل علي مجموعة من البروتوكولات التقنية، التي تمكن الناس في جميع أنحاء العالم من الوصول إلى المعلومات وتناولها باستخدام شبكة web العالمية والبريد الإلكتروني E-mail .
الإنترانت (Intranet)	هي شبكة داخلية تستخدم داخل المنظمات وهي تقنية متطورة تستخدم تكنولوجيا المعلومات علي أساس شبكة كمبيوتر خاصة مع عدد محدود من المستخدمين، وهم أفراد المنظمة فقط.
الإكسترنانت (Extranet)	تشبه الإكسترنانت Extranet الإنترنت إلا أن الإكسترنانت تتيح الوصول إلى شبكتها الخاصة كلياً أو جزئياً للتعاون مع منظمات أخرى وتُستخدم بصورة أساسية لمشاركة المعلومات بأمان وسرية مع العملاء والمضاربين، وتتشابه وظيفياً في الكثير من الأحيان مع الإنترنت فيما يتعلق بمشاركة الملفات والمعلومات وأدوات التعاون ومنصات النقاش وغيره

المصدر: <https://www.starshams.com/2022/12/Information-technology.html> يوم: 2023/04/06، سا 14:20

حيث يظهر الفرق الجوهرى بين الشبكات الثلاث (الانترنت-الإنترانت-الإكسترنانت) من خلال الشكل

التالى :

الشكل (06): الفرق بين الشبكات الثلاث



المصدر: <https://ar.fondoperlaterra.org/comdifference-between-internet-and-intranet-35> يوم 6 جوان 2023

سا 12.39

- اللاجماهيرية:

تسمح هذه الخاصية بانتقال الرسالة بطريقة مباشرة للمستهلك وتحويلها من فرد الى مجموعة أو من جهة إلى عدة جهات.¹

ومن بين خصائصها أيضا الشيوع والانتشار العالمية.

المطلب الثاني: استراتيجية المنظمة في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يُمثّل أحد العوامل الحيوية في إنشاء مزايا استراتيجية رئيسية للعديد من المنظمات. يجب الإشارة هنا إلى أن استراتيجية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الناجحة تكون متفكرة ومدعومة للاستراتيجية العامة للمنظمة. لذلك، سنتطرق إلى الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والعوامل التي تساهم في نجاح هذا الدور.

اولا: الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات دورًا استراتيجيًا هامًا في المنظمات الحديثة، حيث يمكن الاستفادة منها لتحقيق الأهداف الاستراتيجية. ويتمثل هذا الدور الاستراتيجي فيما يلي²:

- يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق كفاءة عمليات وأنشطة المنظمة وتخفيض تكاليفها وذلك من خلال أتمتة الأنشطة الروتينية، وتحسين الخدمات المقدمة للعميل نتيجة للاستخدام الأمثل للمعلومات مما يسمح بتوفير منتجات وخدمات تتمتع بطابع متعدد البدائل يسهل عملية الاختيار.
- يساعد استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين عملية التخطيط الاستراتيجي من خلال التخطيط المعتمد على الحاسب ومن خلال تطوير نظم دعم وتحليل سياسات المنظمة مما يؤدي إلى تغيير أرضية المنافسة من خلال تغيير قواعد اللعبة التنافسية.
- إن اعتماد المنظمات على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يساعدها في فتح أسواق جديدة من خلال تقديم سلع وخدمات تعتمد أساسا على التكنولوجيا وبالتالي رفع حدود الدخول للمؤسسة من خلال تسهيل عملية اختراق الحدود.
- يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في كثير من الأحيان إلى تغيير التوازن بين الموردين والمنظمة لصالح هذه الأخيرة من خلال زيادة قوة المفاوضات للمؤسسة مع الموردين.
- تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في خلق التكامل بين جميع موارد المنظمة.

¹ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

² هناء عبداوي، المرجع السابق، ص 174

ثانيا : عوامل النجاح الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات

يتوقف نجاح الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات على عدة عوامل هي :¹

- التخطيط الجيد لأنشطة المنظمة.
- عوامل داخلية خاصة بالمنظمة كنمط القيادة والاتصال المباشر بين إدارة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والوظائف التنفيذية ودور المديرين التنفيذيين في دعم الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال المشاركة الايجابية.
- مراعاة المتطلبات والاحتياجات الداخلية للمنظمة.
- مدى توافر الحاسب الالي والبرامج الجاهزة.
- التزام ودعم الإدارة العليا.
- التكامل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات واستراتيجية المنظمة.

المطلب الثالث : مزايا وسلبيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أولا: مزايا تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منظمات الأعمال أدى إلى تحقيق العديد من المزايا لهذه الاخيرة تتمثل فيما يلي²:

- تخفيض التكاليف:

إن تخفيض التكاليف يعتبر من أهم الفوائد التي تجنيها منظمات الأعمال جراء استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عدة مجالات أهمها تأدية الاعمال والمهام الكتابية بطريقة آلية، كذلك استخدام الحاسبات الالية في رقابة الانتاج والمخزون كما تستخدم في تنفيذ الانتاج حسب الطلب.

- زيادة المبيعات والارباح:

¹ المرجع نفسه، ص175.

² ساهل امينة، محمد بوسنة، مزايا تكنولوجيا المعلومات واهمية الاستثمار فيها، مجلة فصلية دولية محكمة، مجلد 16، العدد01، 2022، ص 176.

تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمنظمة في إشباع حاجات ورغبات العملاء، ويترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف والذي يتحقق أيضا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- الحصول على مزايا تنافسية:

تستخدم العديد من المنظمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين وضعها في البيئة التنافسية والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المنظمات بالمنافسة بصورة أكثر فعالية.

- تحسين الجودة:

من أهم استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحسين جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي خير مثال على ذلك. كما يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الجودة فيما يعرف بالتبادل الإلكتروني للبيانات حيث تستخدمه المنظمات للاتصال بالمنظمات الأخرى إلكترونياً لإصدار أوامر الكترونية للمورد ثم تتم إجراءات الصفقة باستخدام الاتصال الإلكتروني وبالتالي تقليل فرص الخطأ بسبب تخفيض واختصار إجراءات عقد الصفقات.¹

ثانياً: سلبيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

على الرغم من وجود مزايا كثيرة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، إلا أنها تواجه أيضاً بعض السلبيات والتحديات، ومن بينها ما يلي:²

- تسمح للمنظمات بجمع المعلومات التفصيلية عن الأفراد وبذلك قد تتجاوز على خصوصياتهم وحررياتهم الشخصية.
- استخدامها المكثف يسبب الإرهاق والمشاكل الصحية.
- من الممكن استخدامها خاصة الانترنت في توزيع نسخ غير قانونية وبطرق غير قانونية لكل من البرمجيات المقالات والكتب والممتلكات الفكرية الأخرى.
- تحول العلاقات بين المتعاملين إلى أقل إنسانية.
- هناك أشخاص لم يسعفهم الحظ في الحصول على منصب عمل بسبب التكنولوجيا.

¹ ساهل أمينة، محمد بوسنة، المرجع السابق، ص 177

² عامر إبراهيم قنديلجي، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007، ص 66

المبحث الثاني: تحسين جودة الخدمة

تمهيد:

تحسين جودة الخدمة هو أمر حيوي وضروري لنجاح أي مؤسسة أو منظمة، سواء كانت تعمل في قطاع الأعمال التجارية، أو القطاع الحكومي، أو المنظمات غير الربحية. فجودة الخدمة تؤثر بشكل كبير على رضا العملاء وتحقيق أهداف المؤسسة، من المهم أن نفهم أن تحسين جودة الخدمة ليس مجرد هدف نهائي، بل هو عملية مستمرة تساهم في نجاح المؤسسة وتعزز تفوقها على المنافسين وتحقق رضا العملاء وبناء علاقات مستدامة معهم.

المطلب الأول: مدخل الى جودة الخدمة

قبل التطرق الى جودة الخدمة، نرى أنه من الضروري أولاً معرفة كل من "الجودة" و "الخدمة".

أولاً: الجودة

أصبحت الجودة ظاهرة عالمية وأصبحت المنظمات والحكومات في جميع أنحاء العالم تعطيها اهتماماً خاصاً. فقد أصبحت الجودة الهدف الرئيسي لأي منظمة، وتعتبر الآن فلسفة إدارية وأسلوب حياة للمنظمات، تساعد الجودة المنظمات على الحصول على ميزة تنافسية تمكنها من البقاء والاستمرار في وجه التحديات المتغيرة بسرعة في البيئة، مع ظهور الأسواق العالمية وزيادة مطالب المستهلكين بالجودة وزيادة حدة المنافسة. وبالتالي، أصبحت الجودة سلاحاً استراتيجياً للحصول على ميزة تنافسية.

لفهم أهمية الجودة، وبالإضافة الى بعض المصطلحات المتعلقة بها كالجودة الشاملة وإدارة الجودة الشاملة سنقوم بتقديم بعض التعاريف المقدمة من قبل المفكرين والباحثين، بالإضافة إلى التركيز على المعايير والأبعاد المحددة للجودة في المؤسسات.

1- مفاهيم حول الجودة، الجودة الشاملة، إدارة الجودة الشاملة:

أ- تعريف الجودة:

تعرف الجودة على أنها: "التحرر من العيوب أو الخطأ وأوجه القصور التي تتطلب القيام بأعمال أكثر من مرة واحدة، وتؤدي الى الفشل الميداني الذي يسبب استياء المستهلك، وهذا المعنى موجه لتخفيض التكاليف، أي جودة أعلى، خطأ أقل، رضا أكبر وتكلفة أقل".¹

وما تجدر الإشارة اليه ان مفهوم الجودة يرتكز على مجموعة من الدعائم التي بدونها لا يمكن ان تتحقق الجودة وهي كما يلي:²

¹ مولود حواس، رايح حمودي، أهمية جودة الخدمات في تحقيق ولاء المستهلك، دراسة حالة خدمات الهاتف النقال للوطنية للاتصالات

الجزائر مجلة مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، المجلد 02، العدد 01، ص 145

² المرجع نفسه، نفس الصفحة.

- جودة التصميم :

تشير جودة التصميم إلى الخصائص المحددة للمنتج أو العملية بتكلفة معينة ولقطاع سوقي معين وهو مقياس لحسن ملائمة التصميم للمتطلبات المتفق عليها، وتعود مسؤولية تحقيقها إلى كل العاملين في المؤسسة

- جودة التنفيذ:

يقصد بها تلك الطريقة التي تؤدي إلى إنتاج المنتج وفق المواصفات التي يحددها التصميم وتعتبر جودة التنفيذ عن مدى مطابقة المنتجات للمواصفات المحددة مسبقاً.¹

- جودة الأداء :

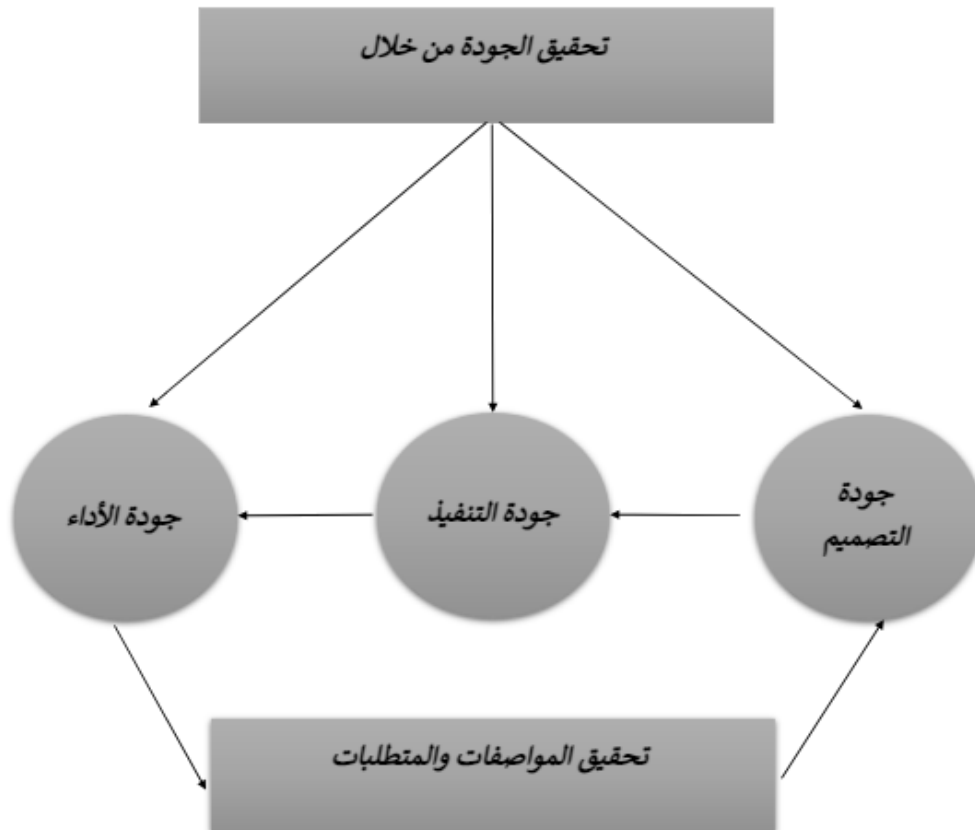
وترتبط بشكل مباشر بقدرة السلعة او الخدمة على القيام بالوظيفة المتوقعة منها، وهو ما اصطلح على تسميته بدرجة الاعتمادية او الجدارة، كذلك درجة سهولة عملية الصيانة والإصلاح للسلعة عند الحاجة إلى ذلك، ويمكن رفع مستوى جودة الأداء عن طريق بعض السياسات، مثل سياسة ضمان السلعة بما يتعلق بالإجراء خلال فترة زمنية معينة وتقديم إرشادات عن طريق الاستعمال.²

كما يمكن ترتيب هذه الدعائم وفق الشكل أدناه حتى تتحقق الجودة فيما تقدمه المؤسسة:

¹ قاسم نايف علوان، "إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 2000.9001"، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 37.

² مولود حواس، رابع حمودي، المرجع السابق، ص 146

الشكل (07) : دعائم الجودة



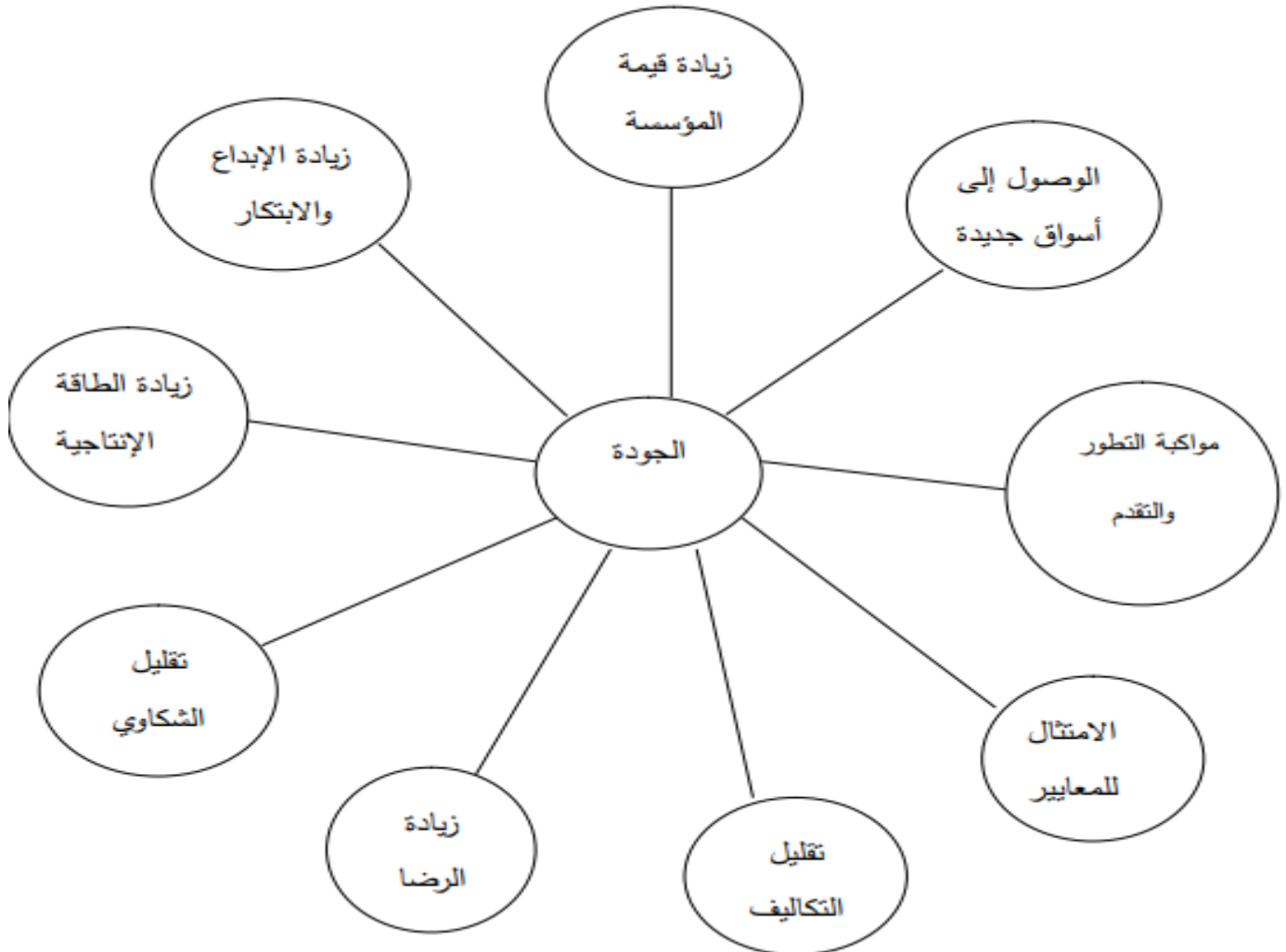
المصدر : من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

يتضح من خلال الشكل أعلاه أن التصميم الجيد للمنتج يتطلب استطلاعات حول احتياجات المستهلكين التي تحدد وفقها المتطلبات والمواصفات التي لا تكون مطابقة لما يتوقعه المستهلك إلا بالتنفيذ الجيد لها من قبل الجهات المعنية والمسؤولة في المؤسسة.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الجودة هي: مجموعة من الخصائص والصفات التي يجب أن تتوفر في المنتج او الخدمة بما يلبي حاجات ورغبات الزبون بهدف تحقيق رضاه وولاءه، وتحقيق التميز لمنتجات المؤسسة عن منتجات المؤسسة المنافسة وهذا ما يكسبها ميزة تنافسية.

والشكل الموالي يوضح خلاصة لمفهوم الجودة:

الشكل (08) : خلاصة مفهوم الجودة



المصدر: خضر مصباح الطيطي، إدارة وصناعة الجودة، ط1، دار مكتبة حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص25

ب- تعريف الجودة الشاملة:

الجودة الشاملة هي جودة كل شيء، أي الجودة في كل عناصر ومكونات المؤسسة، ومن هذا المنطلق تأخذ طابع الشمولية وذلك لأن كل ما تحتويه المؤسسة يشترك في تحديد ما يقدم للمستهلك وبالتالي تحقيق رضاه أو عدم رضاه.¹

ت- تعريف إدارة الجودة الشاملة:

يمكن تعريف إدارة الجودة الشاملة بأنها: "مدخل إداري طويل الأجل مبني على الجودة، يهدف إلى تحقيق رضا العملاء من خلال مشاركة جميع العاملين في المنظمة في جميع المستويات الإدارية، وخلق ثقافة

¹ على السلمي، إدارة الموارد البشرية والاستراتيجية، ط2، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1998، ص11.

تنظيمية تسود المنظمة تتوافر فيها المرونة وتتلاءم مع مبادئ الجودة الشاملة، وتحسين العمليات بما يحقق في النهاية المنفعة لجميع أعضاء المنظمة وزيادة ربحية المنظمة.¹

إن لإدارة الجودة الشاملة مجموعة من المبادئ الأساسية التي اتفق عليها الباحثين أهمها:²

- التخطيط الاستراتيجي:

على إدارة الجودة الشاملة أن تتولى مهمة التخطيط الاستراتيجي؛ لأنه هو الطريقة الوحيدة حتى يتم توجيه المهام نحو الهدف المحدد. ويجب دعم الخطة الاستراتيجية الميزة التنافسية، من خلال العمل على التجديد، التطوير والابتكار في مواجهة أي ظروف مفاجئة في الوضع الراهن.

- أن تلتزم الإدارة العليا بالقرارات المتعلقة بالجودة :

أي التزام الإدارة العليا بالقرارات الاستراتيجية، لأنها تعتبر أهم أساس تعتمد عليه نجاح إدارة الجودة الشاملة، ومن المتطلبات التي تقع على عاتق الإدارة هو وضع الرؤية الواضحة، بحيث تكون مبنية على حقائق ودراسات.

- التركيز على العميل:

نجاح المنظمة يعتمد على رضا الزبون عن المنتجات (سلع أو خدمات) التي تقدمها له، لذلك العميل هو المحور الأساسي لإدارة الجودة الشاملة، لأنه هو أول من يحكم على جودة المنتج وأول من يقيمه فيقع على عاتق المنظمة أن تعرف ما هي متطلبات الزبون وما هي احتياجاته.

- التحسين المستمر :

هو إدخال كل التحسينات المستمرة على كافة مجالات العمل في المنظمة، وأول مرة ظهر فيها التحسين المستمر هو بعد الحرب العالمية الثانية في اليابان، لأنها قامت باعتماد إعادة البناء، ومن نفس الفكرة قامت الشركات اليابانية باعتماد هذا الأسلوب، ويشمل التحسين المستمر على التحسين الإبداعي والتحسين الإضافي.

- التركيز على العمليات :

هي المهام المرتبطة مع بعضها البعض التي تعمل على تحويل المدخلات إلى مخرجات، فهي تؤثر بشكل مباشر في المنتج الذي تقوم بإنتاجه يرتبط بالجودة، فحتى تحقق المنظمة الجودة المطلوبة منها يجب أن تعمل على تصميم العمليات أو إعادة تصميمها، إما بشكل كامل أو شكل جزئي.

¹ زيني فريدة، إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحقيق التميز التنظيمي دراسة ميدانية في شركة السويدي للكمالات، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 02 العدد، 13، 2015، ص 93.

² <https://coreiten.com/article/مبادئ-إدارة-الجودة-الشاملة-53> يوم 2023/03/16 سا 22.30

- التدريب:

تدريب الموظفين هو من أهم القواعد لتحسين الجودة، فعلى المنظمة أن تضع من أهم أولوياتها توفير التدريب المناسب الذي يحتاجه الموظفون، حتى يكون لديهم القدرة على أداء وظائف المنظمة والمهام المطلوبة منهم بإتقان ودقة، وتكون خالية من الأخطاء من أول مرة يتم فيها إنتاج المنتج.

2- أهمية الجودة:

للجودة أهمية بالغة سواء على مستوى العملاء أو المؤسسات باختلاف أنشطتها، إذ تمثل أحد أهم الدعائم الأساسية التي تحدد حجم الطلب على منتجات المؤسسات، ويمكن استعراض هذه الأهمية كما يلي¹:

- تعزيز سمعة المنظمة:

تستمد المنظمة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها، ويظهر ذلك من خلال العلاقات التي تربط المؤسسة مع العاملين ومهاراتهم وخبراتهم، ومحاولة تقديم منتجات تلي رغبات وحاجات عملاء المؤسسة.²

- القدرة على المنافسة العالمية:

تكتسب الجودة أهمية كبيرة لأنها تساعد المنظمات على بناء قدرة تنافسية والحصول على موطن قدم في الاسواق العالمية.

- حماية المستهلك:

عند تطبيق مستلزمات تحقيق الجودة يتم اعتماد مواصفات قياسية محددة تسهم في حماية المستهلك من الغش التجاري وتعزيز الثقة في منتجات تلك المنظمة.³

- زيادة الحصة السوقية للمنظمة:

ان طرح منتجات ذات جودة عالية تسهم في جلب المزيد من الزبائن مما ينعكس ايجابيا في زيادة الحصة السوقية للمنظمة فضلاً عن إمكانية الدخول إلى الأسواق الجديدة والذي يسهم بدوره في زيادة الحصة السوقية محلياً ودولياً.

¹ محمود عبد الوهاب العزاوي، "أنظمة إدارة الجودة والبيئة"، ط1، دار وائل للنشر، الأردن، 2002، ص23.

² نفس المرجع سبق ذكره

³ مزيان عبد القادر، أثر محددات جودة الخدمة على رضا العملاء، دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، مذكرة تخرج تندرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق دولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2011/2012، ص08.

- التكاليف:

تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الانتاج من شأنه أن يتيح الفرص لاكتشاف الأخطاء وتفاديها لتجنب تحمل كلفة إضافية إلى الاستفادة القصوى من زمن الآلات عن طريق تقليل الزمن العاطل عن الانتاج وبالتالي تخفيض الكلفة وزيادة ربح المؤسسة.¹

وإن المستوى الضعيف للجودة يؤدي إلى زيادة تكاليف المؤسسة، المرفوضات، التالف، والمعيب بالإضافة إلى تكلفة فقدان العملاء ووفائهم وانصرافهم إلى منتجات المؤسسات المنافسة.²

- المسؤولية القانونية للجودة:

لابد على المؤسسة تحمل مسؤولياتها نتيجة التصميم الخاطئ للسلعة او الإنجاز غير الماهر، أي ضرر قد يلحق العميل من جراء استخدامه لهذه المنتجات.

3- العوامل المؤثرة في الجودة:

تشمل ستة عوامل أساسية وتمثل فيما يلي:³

- الأسواق:

اذ لم يكن هناك أسواق فإنه لن تكن هناك منتجات ومن ثم لن يكون الاهتمام بالجودة وأساليبها ولكي يمكن لمنتج أن يحتل موقعا مناسباً في الأسواق فلا بد من أن يكون متميز بجودة عالية تضمن له الاستقرار في الأسواق.

- العامل:

أدى التقدم في وسائل الإنتاج الى نشأة الحاجة في وجود نوع من التخصص العالي المتميز بالمهارة والخبرة لمواكبة التقدم وتحقيق الجودة في الأداء.

- رأس المال:

أدت زيادة التنافس في الأسواق الى تقسيم فرص الربح بين المنتجين والحصول على المعدات والآلات الحديثة للارتقاء بمستوى الجودة ولهذا يتطلب الكثير من استثمار رؤوس الأموال لتغطية تكاليف الإنتاج.

¹مزيان عبد القادر، المرجع السابق، نفس الصفحة.

²-محمد اسماعيل عمر، أساسيات الجودة في الانتاج، دار الكتب العربية للنشر، القاهرة، مصر، 2000، ص13

³ قاسم نايف علوان، المرجع السابق، ص43.

- الإدارة:

إن وجود نظام إداري كفؤ مبني على أنظمة معلوماتية فعالة يساهم في درجة كبيرة في ضبط الجودة وتوضيح مسؤولياتها في المتابعة والمراقبة.

- المواد الأولية:

نتيجة لزيادة تكلفة الإنتاج والمتطلبات الخاصة للوصول الى جودة عالية يؤدي بنا الى الوصول الى الكثير من المواد الصناعية، التي تفي بالاحتياجات المطلوبة أصبح من الممكن الآن اختيار جودة المواد الأولية لاستخدام الكثير من المواد الحديثة ولم تقتصر العملية على الفحص بل تعدت ذلك الى المتابعة.

ثانياً: الخدمات

تعتبر الخدمات جزءاً هاماً من الاقتصاد العالمي وتشكل جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية. تشمل الخدمات مجموعة واسعة من الأنشطة غير المادية التي يتم توفيرها للعملاء لتلبية احتياجاتهم ورغباتهم تتنوع خدمات الشركات والمؤسسات في العديد من القطاعات، مثل البنوك، المصارف، النقل، الشحن الضيافة، السياحة، الرعاية الصحية، وتكنولوجيا المعلومات والاستشارات، وغيرها. ويعتمد نجاح الخدمات على القدرة على تلبية توقعات العملاء وتقديم تجربة إيجابية وقيمة لهم.

1- مفهوم الخدمات

لقد اتفقت الدراسات الحديثة على أن الخدمات من المفاهيم التي يصعب تعريفها بدقة وذلك بسبب الخصائص التي تنفرد بها مقارنة بالسلع المادية الأخرى هذا ما أدى إلى تعدد التعاريف بتعدد المنظرين والمهتمين.

إن مفهوم الخدمة معقد وطبيعتها غير واضحة وذلك للأسباب التالية:¹

- كلمة "خدمة" توجي بشئ معنوي أكثر منه مادي، وغالبا ما يستعمل لفظ منتج للتعبير عن الخدمة كقولنا مثلا: منتجات مالية، منتجات سياسية أو فندقية.
- ان كلمة "الخدمة" لا تشمل قطاع نشاط معين وإنما تمتد إلى عدة قطاعات أي أن قطاع الخدمات متنوع جدا.
- لطالما اعتبرت "الخدمة" متعلقة بالعنصر البشري ولكن هذا المفهوم نقص مفعوله في وقت اكتسبت فيه الآلة ميدان الخدمات، مثل الغسيل الآلي للسيارات فالخدمة إذن تتغير بتغير المحيط التكنولوجي.

¹ مرقاش سميرة، أهمية المزيج التسويقي الخدمي الموسع في تحسين الخدمات التأمينية، دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة حسنية بن بوعلي، الشلف، 2006-2007، ص 22

- فضلا على أن كل من الخدمة والسلعة تؤدي الى نفس الغرض وهو اشباع حاجات المستهلكين.¹ ولتحديد مفهوم الخدمة ووضع تعريف لها نذكر بعض التعاريف التي جاء بها بعض الباحثين ومن أبرزها كالتالي:

عرفتها الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها: " بأنها النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع او التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة"².

ويعرفها (Kotler) على أنها: " كل نشاط أو إنجاز أو منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر وتكون أساسا غير ملموسة ولا تنتج عنها أي ملكية وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي ملموس أو لا يكون"³. وقد جسد الباحث شرويدر (1989) Schroeder مصطلح الخدمة ضمن مفهوم أطلق عليه مثلث الخدمة (service triangle) ويتكون من أربعة عناصر هي:

- الاستراتيجية (strategy): وهي الرؤيا أو الفلسفة التي تكون كمرشد لإدارة المنظمة لكل جوانب تسليم الخدمة للزبون.

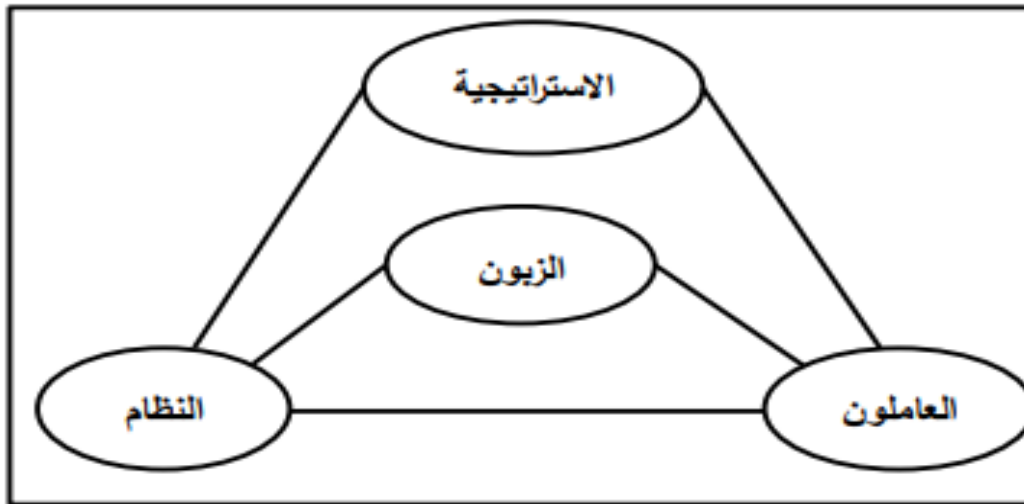
- الزبون (customer): وهو يمثل مركز المثلث، ويجب أن تركز الخدمة نحو الزبون وحاجاته.

- النظام (system): هو النظام المادي والاجراءات التي تستخدمها المنظمة في إنتاج الخدمة.

- العاملون (employees): وهم الافراد العاملون في إنتاج الخدمة في منظمة صناعة الخدمة.

والشكل الموالي يوضح مثلث الخدمة السابق ذكره:

الشكل(09): مثلث الخدمة



المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي، المرجع السابق، ص54.

¹ مرقاش سميرة، المرجع السابق، نفس الصفحة.

² بن ساعد فاطمة، جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد10، العدد 01، 2023، ص 137

³ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الخدمة هي : عمل او منفعة يقدمها شخص لآخر تلبية لحاجاته وتكون هذه الخدمة غير ملموسة بمعنى غير مادية ولا تنتج عنها أي ملكية.

2- خصائص الخدمات:

تتميز الخدمات بمجموعة من السمات والخصائص من أهمها:

- اللاملموسية :

بالأصل إن الخدمات غير ملموسة اي من الصعب تذوقها والاحساس بها ورؤيتها أو شمها أو سماعها قبل شرائها وهذا أهم ما يميزها عن السلعة ومن أمثلتها خدمات الامن والحماية والمتاحف¹.

- التلازمية (عدم الانفصال) :

ونعني بالتلازمية درجة الارتباط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها اي من الصعب احياناً فصل الخدمات عن شخصية البائع (مقدمها).

- عدم التجانس في المخرجات :

ان كل نوع من انواع الخدمات لها طرق مختلفة في كيفية قياسها².

- المخزون :

الهلامية والفناء، العديد من الخدمات ذات طبيعة هلامية غير قابلة للتخزين، فكلما زادت درجة اللاملموسية للخدمة انخفضت فرصة تخزينها.

- الملكية :

ان عدم انتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز بين الانتاج السلعي والانتاج الخدمي، ولان المستهلك له فقط الحق باستعمال الخدمة لفترة معينة دون ان يمتلكها، مثال على ذلك : غرفة فندق أو مقعد في طائرة فالدفع يكون بهدف الاستعمال أو الاستئجار للشيء، بينما في حالة شراء السلعة، فالمستهلك له حق التصرف بها³.

¹ هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط5، دار وائل للنشر عمان، 2002م، ص20.

² هاني حامد الضمور، المرجع السابق، نفس الصفحة.

³ هيثم طلعت عيسى، أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الاداء في منظمات قطاع الاعمال، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة شندي السودان، 2016، ص72.

- عرض الخدمات :

هو عملية مرنة فطالما أن حاجات ورغبات العملاء في تغير مستمر ، فإنه يمكن ابتكار وتطوير خدمات جديدة أو تطوير وتبسيط اجراءات تقديم الخدمات الحالية وبما يضمن تلبية واشباع احتياجات طالبي الخدمات.

- عدم تجانس الخدمة :

تتنوع الخدمة حسب الظروف التي تؤدي فيها وتعني هذه الخاصية عدم القدرة على توحيد الخدمة لعدم تجانسها، بينما نجد أن مخرجات السلع المادية تكون موحدة في المقاس والمواصفات.

لإبراز أوجه الفرق بين الخدمات والسلع سنبسطها في الجدول التالي:

الجدول (03): الفرق بين خصائص السلع وخصائص الخدمات

خصائص الخدمات	خصائص السلع
تكون دائماً غير ملموسة	دائماً ملموسة
لا يمكن تخزينها أو نقلها	يمكن نقلها وتخزينها
يصعب وصفها	يسهل وصفها وتحديدتها
لا تنفصل عن مقدمها	يمكن ان تنتج في أماكن توزع وتستهلك في أماكن أخرى
غير متجانسة ويصعب تنميط مستوى أدائها وجودتها	يمكن تنميطها
غير قابلة للاستدعاء والفحص والقياس	تخضع لعملية الرقابة وضبط الجودة والقياس
الاستجابة لها عاطفية	الاستجابة لها موضوعية
اتصال غير مباشر بين المؤسسة والزبون	اتصال مباشر بين المنتج والزبون
الشراء يتضمن تحويل الملكية	نادراً ما يكون تحويل الملكية

المصدر: <https://www.alefstartup.com/blog/2019/02/20/الأداء-المتميز-للخدمة-1> يوم 06 جوان 2023 سا 12:21

ثالثاً: جودة الخدمة

بعدما تم التعرف على العناصر المكونة لجودة الخدمة وإزالة الغموض وإيضاح الصورة سنعرض في هذا الجزء مفاهيم حول جودة الخدمة

1- مفهوم جودة الخدمة

عرف Berry and Zeithaml جودة الخدمة على أنها "مدى التناقض أو التباعد بين توقعات ورغبات العملاء وبين إدراكهم للأداء الفعلي للخدمة المقدمة"¹.

وعرفها (Lewis et al 1994) بأنها: "التركيز على مقابلة الاحتياجات والمتطلبات وتوضيح كيفية تسليمها بشكل جيد بناء على توقعات الزبائن، أي ان جودة الخدمة المدركة هي الاتجاه الذي يحدد وجهة نظر الزبون تجاه ما قدم له، ووجهة النظر هذه ناتجة عن مقارنة توقعات الزبائن مع إدراكهم الأداء الفعلي للخدمة"². من خلال التعريفين السابقين نستنتج أن جودة الخدمة هي: تحقيق خدمة جيدة للزبون تفوق توقعاته المحددة، مما يزيد من ولائه لتلبية احتياجاته بسرعة وكفاءة وبصورة مطابقة للمواصفات التي كان يرغب بها، وهذا ما يدفعه لزيادة تعامله مع المؤسسة وبما يعزز من سمعتها.

2- أهمية وأهداف جودة الخدمة:

أ- أهمية جودة الخدمة:

إن الأهمية الأساسية من تطبيق جودة الخدمة في المنظمات هي:³

- زيادة حدة المنافسة.
- زيادة كفاءة المنظمة في إرضاء الزبائن (السعي لفهم العملاء).
- رفع مستوى الأداء وزيادة الإنتاجية.
- زيادة قدرة المنظمة على البقاء والاستقرار.
- زيادة الربحية وتحسين اقتصاديات المنظمة من خلال التحسين المستمر والقيمة المضافة .
- تحسين سمعة المنظمة.

¹ عيسى مرازقة، سهام مخلوف، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 07، العدد 12، جوان 2017، ص338.

² مراد كواشي، طارق بلحاج، تمكين العاملين وأثره في تحسين جودة الخدمات، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 09، العدد 01، 2015، ص08.

³ ايوب محمود محمد، أثر جودة الخدمة في تحقيق ولاء الزبون، دراسة تطبيقية على عينة من مستخدمي شركة إيرث لينك لخدمات الانترنت في محافظة أربيل، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 18، 2020، ص77.

ب- أهداف جودة الخدمة:

تتمثل أهداف جودة الخدمة كما يلي:¹

- المحافظة على الاتساق في تقديم الخدمات وتحقيق النتائج المرجوة من أول مرة .
 - تلبية توقعات الزبائن المتزايدة من خلال إدخال الخدمات الجديدة وتعزيز القائم منها.
 - خفض التكاليف:
- إن الجودة تتطلب عمل الأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة من أول مرة وهذا يعني تقليل الأشياء التالفة أو إعادة إنجازها وبالتالي تقليل التكاليف.
- تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهمات للزبون:
- الاجراءات التي وضعت من قبل المنظمة لإنجاز الخدمات للزبون، قد ركزت على تحقيق الاهداف ومراقبتها، وبالتالي جاءت هذه الاجراءات طويلة وجامدة في كثير من الاحيان، مما أثر تأثيراً سلبياً في الزبون.
- تحقيق الجودة:
- وذلك بتطوير المنتجات بحسب رغبة الزبون، وإن عدم الاهتمام بالجودة يؤدي إلى زيادة الوقت لأداء وإنجاز المهام وزيادة أعمال المراقبة، وبالتالي زيادة شكاوى المستفيدين من هذه الخدمات
- 3- مستويات جودة الخدمة:

لجودة الخدمة المقدمة للزبائن مستويات متباينة إلا أنه يمكن تمييز خمسة مستويات وهي:

- الجودة التي يتوقعها الزبائن: والتي تمثل مستوى الجودة من الخدمات التي يتوقعون أن يحصلوا عليها من المنظمة التي يتعاملون معها.
- الجودة المدركة: هي ما تدركه إدارة المنظمة في جودة الخدمة التي تقدمها للزبائن والتي تعتقد أنها تشبع حاجاتهم ورغباتهم بمستوى عال.
- الجودة الفعلية: التي تؤدي بها الخدمة والتي تعبر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب الخدمة بشكل جيد يرضي الزبائن أو بعبارة أخرى كيف يرفع موظفي المنظمة من مستوى توقع الزبائن للحصول على الخدمة.
- الجودة القياسية: وهي تلك الجودة التي تحدد بالمواصفات النوعية للخدمة.²

¹ Venugopl, Vasanti. and Raghu V.N, Services Marketing, Himalaya Publishing House , Mumba,2009 ,p266.

² تيسير العجاردة "التسويق البنكي"، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2005 ص331

– الجودة المروجة للزبائن: أي مدى الرضا والقبول الذي يمكن أن تحصل عليه المنظمة من زبائنهم عند تلقيهم تلك الخدمات.

4- خطوات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة

لتحقيق الجودة في تقديم الخدمات يجب إتباع الخطوات التالية¹:

أ- جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالزبائن:

ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال المواقف التي يبديها مقدم الخدمة للزبائن وفقا لما يلي:

- الاستعداد النفسي والذهني لمواجهة الزبائن، وإشعارهم بالاهتمام بهم.
- حسن المظهر والمقابلة الايجابية والفاعلة نحو الزبائن
- الابتسامة والرقى والدقة في التعامل مع الزبائن وإظهار روح الود والمحبة في مساعدتهم.
- الروح الايجابية المتفاعلة نحو الزبائن بصرف النظر عن الجنس و المظاهر... الخ.
- الثقة بالنفس وقوة الشخصية وانتهاج الموضوعية في التفاعل والتعامل مع مختلف الزبائن.
- ب- خلق رغبة لدى الزبائن وتحديد حاجاتهم:

ومن المتطلبات الأساسية التي يتم اعتمادها بهذا الشأن ما يلي:

- العرض السليم والمنطقي والمرتب لمزايا السلعة أو الخدمة
- التركيز على نواحي القصور في السلع و الخدمات التي يعتمد عليها الزبون.
- ترك الفرصة للزبون بشكل كامل لكي يستفسر عن كافة الأمور التي يجب أن يستوضحها وأن يكون مجهز الخدمة مستعدا للرد على تلك الاستفسارات بموضوعية ودقة دون مبالغة أو تأويل التركيز على الجوانب الإنسانية بالتعامل كالترحيب، الابتسامة والشعور بالأهمية، توفير متطلبات الحاجات الحالية والمستقبلية للزبائن.

¹ بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير تخصص، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2006/2007، ص ص 66،67.

المطلب الثاني: مؤشرات تقييم الزبائن لجودة الخدمة

إن الزبون لا يدرك جودة الخدمة كمفهوم أحادي البعد، ولكن تقديره لها يتضمن الإدراك لعوامل متعددة منها ما هو متعلق بجودة المنافع النهائية التي يجنيها الزبون ومنها ما هو متعلق بجودة عملية تقديم الخدمة نفسها وقد حدد الباحثون مجموعة من العوامل تستخدم كدلائل ومعايير للجودة في نظر الزبون تتمثل هذه المعايير في:¹

- الاعتمادية:

يقصد بالاعتمادية "القدرة على تقديم الخدمة في الوقت المحدد بالدقة المطلوبة ومدى الوفاء بالالتزامات".

إن هذا المعيار هو الأكثر أهمية في تحديد ادراكات جودة الخدمة عند الزبائن، لذلك نجد الزبائن يرغبون في التعامل مع المؤسسات التي تحافظ على وعودها خصوصا تلك التي تخلص الميزات الجوهرية للخدمة.

- مدى توفر وإمكانية الحصول على الخدمة

من هذه الناحية يقيم الزبائن الخدمة على أساس النقاط التالية:

هل الخدمة تتوفر في الوقت الذي يريده؟

- هل الخدمة متوفرة في المكان الذي يرغب فيه؟
- هل سيحصل الزبون على الخدمة متى طلبها؟
- كم من الوقت يحتاج الزبون لانتظار حصوله على الخدمة؟

- الأمان:

يعبر هذا المعيار على درجة الشعور بالأمان والثقة في الخدمة المقدمة ومن يقدمها،² أي يتعلق بمدى المخاطر المدركة لنتائج تلقي الخدمة من هذه المؤسسة أو من مقدمها أو كلاهما.

- المصدقية:

وتعبر عن مدى اقتناع الزبون بمهارة مقدم الخدمة وأمانة كافة البيانات المتحصل عليها أي:

- هل ان مقدم الخدمة موضع ثقة؟
- هل يلتزم بوعوده وبما يقوله؟

¹ فاطنة بلقرع، تسيير جودة الخدمات، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 02، العدد 01، 2011، ص 155.

² محمد عبده حافظ، تسويق الخدمات، المكتب العربي للمعارف، الطبعة الأولى، مصر 2009، ص 84.

- درجة تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبون:

وتمثل مدى قدرة مقدم الخدمة على إدراك ومعرفة حاجات ورغبات الزبائن الخاصة والتعرف على مشاعره وتقديرها، ومن ثم تزويده بالعناية الشخصية الكافية.¹

- الاستجابة:

وتعني قدرة مقدم الخدمة وسرعة استجابته بالرد على طلبات الزبائن واستفساراتهم وهي بذلك تعكس الرغبة والرضا بمساعدة الزبون وتقديم الخدمة السريعة له.²

- الكفاءة والجدارة:

ويتعلق هذا المعيار بكفاءة وجدارة القائمين على تقديم الخدمة من حيث المهارات والقدرات التحليلية والاستنتاجية والمعرفة التي تمكنهم من القيام بأدوارهم بالشكل الأمثل، وفي حالة التعامل مع مقدم الخدمة لأول مرة فإن الزبون غالباً ما يلجأ إلى معايير مثل الكفاءات العلمية أو عضوية جمعيات معينة لتقييم جدارة مقدم الخدمة وجودة خدماته.

لذلك نجد الزبائن يفضلون تلقي خدماتهم من اشخاص ذوي مستويات تعليمية عالية ومصادر معتمدة رسمية.

- الجوانب الملموسة:

يشير هذا المعيار إلى مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمية والمعدات ومظهر الافراد المتعاملين مع مقدمي الخدمات وأدوات ووسائل الاتصال معهم، ففي كثير من الأحيان قد يتم تقييم الخدمة من قبل الزبون بالاعتماد على الخصائص الشكلية او الملموسة المرافقة للخدمة المستخدمة كالتسهيلات المادية (المعدات، الأجهزة، المباني والافراد... الخ).

ت- الاتصال:

هناك نوعين من الاتصال:

- بين المؤسسة وزبائنها وذلك لتعريفهم بالخدمات وشرح خصائصها وأسعارها، وزمن أداء الخدمة وشرح الدور الذي يجب ان يلعبه الزبون للحصول على الخدمة المطلوبة وغيرها من المعلومات وهنا يجب على المؤسسة التأكد من ان الزبون قد فهم ما هو مطلوب منه
- بين الزبائن بعضهم البعض لتبادل الخبرات فيما بينهم³

¹ فاطنة بلقرع، المرجع السابق، نفس الصفحة.

² المرجع نفسه، ص 156

³ فاطنة بلقرع، المرجع السابق، ص 156

- الإعلان:

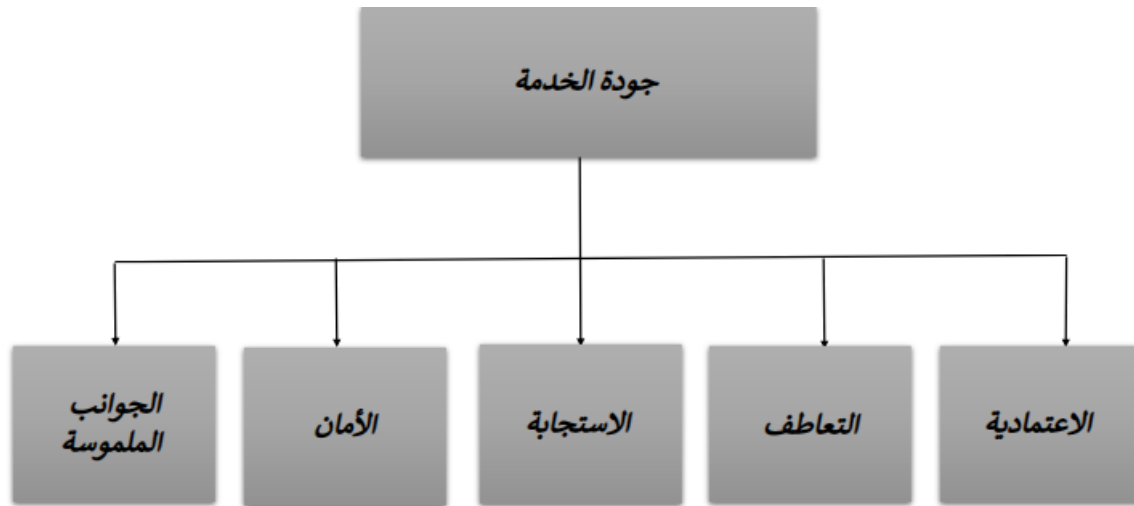
إن الإعلان يساهم في رسم صورة ذهنية مستهدفة عن المؤسسة لدى الزبائن وذلك من خلال التأكيد على بعض القيم، كالوفاء بالالتزام والتعهد بحماية الزبائن والأمان وغيرها.¹

- التعاطف:

والذي نعني به اهتمام العاملين في المنظمة بالزبائن اهتماما شخسيا، وتفهمهم لحاجاتهم وهو إبداء روح الصداقة والحرص على الزبون وإشعاره بأهميته، والرغبة في تقديم الخدمة حسب حاجاته، والاهتمام بمشاكله والعمل على إيجاد حلول لها بطرف إنسانية راقية وبكل ممنونية.²

كل ما سبق ذكره من معايير هي أدلة أساسية يحكم من خلالها الزبون على جودة الخدمة المقدمة له.

الشكل (10): الأبعاد الأساسية لجودة الخدمة.



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

وفي دراسة لاحقة تم دمج هذه المؤشرات في خمسة أبعاد رئيسية لجودة الخدمة موضحة في الجدول الاتي:

¹ المرجع نفسه، نفس الصفحة.

² بوعمره فتحي، الجودة المدركة للخدمة ورضا الزبون، مجلة الإبداع، المجلد 06، العدد 06، 2016، ص 119.

الجدول (04): الابعاد الرئيسية لجودة الخدمة

المؤشرات	البيان
الجوانب الملموسة	- جانب المظهر الخارجي للمؤسسة. - التصميم الداخلي للمؤسسة. - حداثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة - المظهر اللائق لمقدمي الخدمات
الاعتمادية	- وفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة - تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث أخطاء) - معلومات دقيقة وصحيحة
الاستجابة	- السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة - الاستجابة الفورية لحاجات الزبائن - الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوي
الضمان	- الشعور بالأمان في التعامل - الثقة بمقدمي الخدمات
التعاطف	- تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن الخلق - فهم ومعرفة احتياجات الزبون - وضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا - اللطف في التعامل مع الزبائن

المصدر: ثابت عبد الرحمان ادريس " قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الادراكات والتوقعات دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية، المجلة العربية للعلوم الإدارية، المجلد الرابع، العدد الأول نوفمبر 1996 ص 21 من خلال الجدول رقم (04) نجد أن هذه المؤشرات هي نفسها التي تم الاعتماد عليها في الدراسة الميدانية.

المطلب الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة

تكنولوجيا المعلومات والاتصال تلعب دورا حيويا في تحسين جودة الخدمات ولها أهمية كبيرة في مختلف المؤسسات أهمها:

- تحسين تجربة العملاء:

يمكن للتكنولوجيا المعلوماتية ووسائل الاتصال الحديثة توفير تجربة أفضل للعملاء، سواء عبر تسهيل عملية التواصل معهم، أو توفير خدمات عبر الإنترنت، أو توفير منصات للتفاعل وتلبية احتياجاتهم بشكل فعال.¹

- زيادة الكفاءة والإنتاجية:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال توفر أدوات وبرامج تسهل عمليات العمل اليومية وتحسن كفاءة الموظفين. من خلال التطبيقات والأنظمة المعلوماتية، يمكن تنظيم العمل بشكل أكثر فاعلية وتحسين سرعة ودقة الأنشطة الروتينية.²

- التكامل السلس للعمليات:

يمكن للتكنولوجيا المعلوماتية أن تسهم في تحسين تنسيق وتنظيم العمليات الداخلية للمؤسسات، بما في ذلك إدارة المخزون والمبيعات وخدمة العملاء. هذا يعزز فعالية العمل ويحسن جودة الخدمة المقدمة.³

- تعزيز الاستجابة السريعة:

تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمكن المؤسسات من الاستجابة بسرعة لاحتياجات العملاء ومتطلباتهم، سواء من خلال تقديم خدمة العملاء عبر الهاتف أو حتى من خلال الروبوتات والذكاء الاصطناعي.

- تعزيز التفاعل والتجربة الشخصية:

¹ Tiwari, R., Buse, S, & Herstatt, The relevance of information and communication technologies (ICTs) for multi-national enterprises (MNEs): An empirical analysis of ICT adoption of MNEs in India. R&D Management, 2006, P 185-199.

² Parasuraman, A, Zeithaml, V. A, & Malhotra, E-S-QUAL: a multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Service Research, 7(3), A. (2005). P233.

³ Alavi, M., & Leidner, D. E. Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. MIS quarterly, (2001), P 107-136.

يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في تحسين تجربة العملاء عن طريق توفير خدمات مخصصة ومبتكرة، مثل النظم الذكية والتطبيقات المبتكرة التي تلبى احتياجات العملاء بشكل فردي¹.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

بعدما تحدثنا عن الجوانب النظرية الأساسية التي تتعلق بدور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة، تم في هذا الجزء التركيز على بعض الدراسات المتعلقة بالموضوع المذكور، أو التي لها صلة به، وذلك بهدف إجراء مقارنة بين تلك الدراسات والدراسة التي قمنا بها، بما في ذلك معرفة مدى التشابه والاختلاف بينها، وكيف يمكن الاستفادة منها.

المطلب الأول: الرسائل الجامعية باللغة العربية

أولاً: دراسة عمار محمد زهير تيناوي

بعنوان "دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات"، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير إدارة الأعمال التخصص MBA، الجامعة الافتراضية السورية، 2018/2019.

هدفت هذه الدراسة إلى دراسة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات، وبين تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات، كمحاولة للتوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات من خلال الدراسة الميدانية التي قام بها الباحث على شركات الاتصالات محل الدراسة بغية تحقيق الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات من أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات.

ولتحقيق هذا الهدف تم تصميم استمارتي استبيان. تم توزيع الاستمارة الأولى على عملاء شركتي الاتصالات في دمشق وهدفت لقياس أبعاد جودة الخدمة في شركات الاتصالات محل الدراسة من وجهة نظر العملاء، أما الاستمارة الثانية فوزعت على العاملين في شركات الاتصالات بهدف قياس استخدام تكنولوجيا المعلومات من وجهة نظر العاملين في الشركتين.

وقد خلصت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبعد الجوانب المادية الملموسة كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات
- وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبعد الاعتمادية او المصدقية كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات.

- وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات.
- وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات، وبين بعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات.

ثانياً: أحمد وليد أبو شكر

بعنوان " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في المستشفيات الخاصة على جودة الخدمات -دراسة تطبيقية على عينة من المستشفيات الخاصة في مدينة عمان من وجهة نظر الموظفين والمرضى "، قدمت استكمالاً للحصول على درجة الماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الأعمال الالكترونية كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط كانون الثاني/ 2012م.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على المستشفيات الإلكترونية ومميزاتها ومدى تطبيق المستشفيات الحالية في الأردن لها، ومعرفة أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة خدماتها.

ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحث بتصميم استبانتيين الأولى لموظفي عينة مكونة من (5) مستشفيات تم اختيارها عشوائياً وقد اشتملت الاستبانة على (43) فقرة لجمع المعلومات الأولية من عينة الدراسة المكونة من (154) موظفاً، و الثانية لمرضى هذه المستشفيات على (43) فقرة لجمع المعلومات عينة الدراسة المكونة من (310) مرضى ، و في ضوء ذلك جرى جمع وتحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الأساليب الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS. وتم استخدام العديد من الأساليب الإحصائية لتحقيق أهداف الدراسة ، ومنها استخدام معامل ثبات باستخدام معامل الفا كرونباخ لعبارات الاستبانة ، التكرارات والنسب المئوية ، المتوسطات، والانحرافات المعيارية ، ومربع كاي، وبعد إجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة وفرضياتها توصلت الدراسة الى عدد من النتائج ابرزها :

- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في مستشفيات القطاع الخاص في عمان على جودة الخدمات بشكل عام عند مستوى دلالة (0.05).
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في مستشفيات القطاع الخاص في عمان على جودة الخدمات الصحية عند مستوى دلالة (0.05).
- وجود أثر ذي دلالة إحصائية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في مستشفيات القطاع الخاص في عمان على جودة الخدمات الإدارية عند مستوى دلالة (0.05).
- وجود اختلاف ذي دلالة احصائية لجودة الخدمات المقدمة (الصحية، الفندقية، الإدارية) بين وجهة نظر الموظفين والمرضى في المستشفيات الخاصة في مدينة عمان عند مستوى دلالة (0.05).

- وجود اختلاف ذي دلالة إحصائية لمستوى استخدام تكنولوجيا معلومات بين وجهة نظر الموظفين والمرضى في المستشفيات الخاصة في مدينة عمان عند مستوى دلالة (0.05).

ثالثاً: دراسة عماري علي

بعنوان " مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تنمية الكفاءات (دراسة حالة مطاحن الأوراس -باتنة-)" أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة المنظمات، جامعة محمد خيضر- بسكرة- كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، سنة 2017-2018.

جاءت هذه الدراسة لمعالجة الإشكالية التالية: كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات في تنمية الكفاءات البشرية في المؤسسة الاقتصادية؟ ولتحقيق هذا الهدف قمنا بتقديم إطار نظري لموضوع الدراسة إضافة لدراسة ميدانية بمؤسسة مطاحن الأوراس - باتنة - حيث تم تطوير استبيان لغرض جمع البيانات من أفراد العينة، وبلغ عددها 98 مفردة، واستخدام الرزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS) لتحليل بيانات الاستبيان.

وقد خلصت هذه الدراسة النتائج التالية:

ان مستوى تكنولوجيا المعلومات بمؤسسة مطاحن الأوراس - باتنة - هو مستوى ليس ضعيف، حقق هذا المتغير متوسط حسابي 3.997 وانحراف معياري 0.779، وهو ما يدل على وجود مستوى مرتفع نوعا ما لمستوى تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة محل الدراسة إلا أن الموارد البشرية بالمؤسسة لا تستغل هذه التكنولوجيات بصفة كاملة، وهذا قد يعود على أكثر تقدير لضعف درجة التأهيل للموارد البشرية مع هذه التكنولوجيات، وكذلك قلة البرامج التكوينية في التكنولوجيات الحديثة التي تتميز بالسرعة في التقدم.

كما توصل في النهاية أن مؤسسة مطاحن الأوراس تستخدم تكنولوجيا معلومات في تنمية الكفاءات البشرية بشكل مقبول نوعا ما إلا أنها لم تصل بعد للمستوى المطلوب وهذا يعود لضعف تأهيل الموارد البشرية مع قلة البرامج التكوينية إضافة لأن البرمجيات المستخدمة غير مواكبة للتطورات التكنولوجية.

أما فيما يخص أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة الذكر ومذكرتنا فهي موضحة في الجدول الموالي، كما أن هذا الجدول يوضح ما استفدنا من هذه الدراسات.

الجدول رقم (05): المقارنة بين دراستنا والرسائل الجامعية باللغة العربية

الدراسات السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
عمار محمد زهير تيناوي 2019/2018	- نفس متغيرات الدراسة. - نفس أبعاد الدراسة. - الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS). - الاشتراك في دراسة حالة (شركة الاتصالات)	تختلف دراستنا الحالية مع هذه الدراسات من حيث:	كيفية الاستفادة
أحمد وليد أبو شكر 2012	- نفس متغيرات الدراسة - الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS).	- عينة الدراسة شملت كل من العاملين والعملاء في مؤسسة الاتصالات. - إجراء دراسة حالة على مستوى المؤسسة الإستشفائية.	ساعدتنا الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري، واعتمدنا عليها في تقسيم المتغير التابع الى أبعاد.
دراسة عماري علي 2018/2017	- الاشتراك في المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) - الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS).	- الاختلاف في المتغير التابع (الكفاءات البشرية)	

المصدر: من اعداد الطابطين

المطلب الثاني: المقالات العلمية باللغة العربية

أولاً: دراسة "فوزي قدوج"، "نور الدين نوي"، "حسين بركاتي"

بعنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية دراسة عينة من مكاتب بريد الجزائر في ولاية برج بوعريج " مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد:7، العدد:7، السنة 2023.

هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) في تحسين جودة الخدمة العمومية بأبعادها الخمسة (الاعتمادية، التوكيد، الملموسية، التعاطف، الاستجابة) من وجهة نظر موظفي مكاتب بريد الجزائر برج بوعريج، وتم تحليل البيانات اعتمادا على نماذج الارتباط والانحدار. وقد خلصت هذه الدراسة الى أهم النتائج:

- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى مكاتب البريد بنسبة مقبولة
- تقديم خدمات ات جودة عالية على مستوى مكاتب بريد الجزائر بولاية برج بوعريج.
- وجود أثر دال احصائيا، بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة العمومية المقدمة على مستوى مكاتب بريد الجزائر بولاية برج بوعريج.

ثانياً: دراسة محمد بن مهيبريس، عبد العليم التاوتي

بعنوان " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة: دراسة على عينة من عملاء موبيليس"، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، المجلد 12، العدد 01، سنة 2021.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن الأثر الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة. وقصد تحقيق أهداف هذه الدراسة تم الاعتماد على طريقة الاستقصاء عن طريق الاستبيان، وذلك بتصميم استبيان إلكتروني وتوزيعه على عينة من عملاء موبيليس، وقمنا باستخدام برنامجي SPSS 26 و Amos 2 في تحليل بيانات الاستبيان مستخدمين في ذلك أساليب إحصائية مختلفة لعرض النتائج واختبار الفرضيات.

وقد خلصت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- دلت النتائج على أن هناك ضعف نسبي (حياد) في ثقة الزبون اتجاه الأفراد العاملين في موبيليس، وأن موظفي موبيليس لا يملكون الكفاءة والقدرة الكافية على التكفل بانشغالات الزبائن.
- تمتلك موبيليس كل التسهيلات للأجهزة المادية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، للوصول والتواصل مع عملائها،

- هناك ضعف في ما يخص الشبكات (شبكات الهاتف، شبكات الأنترنت)
- دلت النتائج أن لموبيليس قاعدة بيانات جيدة، تحتوي على معلومات عملائها، وتضمن سرية هذه المعلومات، وهذا ما يسهل في سرعة الرد وتوضيح استفسارات عملائهم.
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لكل أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة خدمة موبيليس.
- هناك أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات واتصال في جودة خدمة موبيليس عند مستوى دلالة 5%.

ثالثا: دراسة د. ربيع نجم الدين الجعفري

بعنوان "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية (-دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية-)", كلية الاقتصاد، جامعة الزاوية، مجلة القرطاس، العدد 16، ديسمبر 2021.

يكن الهدف الأساسي من إجراء هذه الدراسة هو معرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة الخدمات المصرفية، ولتحقيق هذا الهدف، تم استخدام استمارة استبيان تحتوي على (43) سؤالاً، وزعت على (308) موظفا بالمصارف التجارية الليبية داخل نطاق مدينة طرابلس، (مصرف الوحدة، ومصرف الصحاري، ومصرف الجمهورية، والمصرف التجاري الوطني).

وقد خلصت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية ما بين فهم ووعي إدارات المصارف التجارية الليبية بمفهوم وأهمية تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الانشطة المصرفية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة.
 - يوجد أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية ما بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في المصارف التجارية الليبية وجودة الخدمات المصرفية المقدمة.
- أما فيما يخص أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة الذكر ومذكرتنا فهي موضحة في الجدول الموالي، كما أن هذا الجدول يوضح ما استفدنا من هذه الدراسات.

الجدول رقم (06): المقارنة بين دراستنا والمقالات العلمية باللغة العربية

الدراسات السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
فوزي قدوج نور الدين نوي حسين بركاتي 2023/2022	- نفس متغيرات الدراسة. - نفس أبعاد الدراسة. - الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS).	تختلف دراستنا الحالية مع هذه الدراسات من حيث:	كيفية الاستفادة
محمد بن مهريس، عبد العليم التاوتي 2021.	- نفس متغيرات الدراسة - الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS).	- إجراء دراسة حالة على مستوى مكاتب بريد الجزائر. - استخدام استبيان الالكتروني - تقسيم المتغير المستقل الى أبعاد - استخدام برنامج Amos.26	ساعدتنا الدراسات السابقة في بناء الإطار النظري. وتحسين الأساليب والأدوات المعتمدة في البحث العلمي
ربيع نجم الدين الجعفري 2021.	نفس متغيرات الدراسة - الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS).	- إجراء دراسة حالة على مستوى المصارف التجارية الليبية	

المصدر: من اعداد الطالبين

المطلب الثالث: الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

أولاً: دراسة khaled TARTAR

The Effect of Modern Information and Communication Technology on Customers' Satisfaction in the Algerian Public Institutions -A study Related to The Electronic Services Quality in The Postal Telecommunication Institutions- Volume:08,Issue 13,JUNE (2020).

هدفت هذه الدراسة الى اختبار العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال ورضا العملاء في المؤسسات العمومية، ولتحقيق هدف الدراسة تم استخدام برنامج SPSS لاختبار الفرضيات.

وقد خلصت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

وجود أثر موجب ومعنوي لعلاقة تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع رضا العملاء، ما يعين أن الزيادة في استخدام المؤسسة العمومية للإنترنت وتوفير الخدمات الالكترونية يؤدي إلى زيادة الرضا والولاء في صفوف عملاء المؤسسة، كما أن التركيز على الخدمات الالكترونية الشاملة بكل ترتيباتها وتفصيلها من أمن وخصوصية وغيرها يساهم بنسبة كبيرة في الحصول على عملاء أوفياء جدد، تضمن المؤسسة ولائهم بالتركيز على مواكبة كل جديد يخص التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال.

ثانياً: دراسة AICHA LACHEHEB, BAKHTA BENFARDJALLAH

Using the Internet as a modern communications technology tool and its role in improving health services, Social Studies and Research Journal, V10,N03,2022.

هدفت هذه الدراسة إلى كشف دور تكنولوجيا الاتصال في تحسين خدمات الرعاية الصحية عبر الإنترنت، وهو أحد أكثر وسائل الاتصال الحديثة استخداماً. تم الاعتماد على النهج الوصفي الذي يستخدم على نطاق واسع في البحوث الاجتماعية والإنسانية. اعتمد على جمع البيانات على عينة من مقدمي خدمات الرعاية الصحية.

وقد خلصت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- يساهم الإنترنت في تحسين خدمات الرعاية الصحية. كما لفت انتباه عدد كبير من المرضى في المستشفى من خلال التواصل بين المرضى والمؤسسة الصحية عبر المواقع الإلكترونية.
- يحترم المستشفى بعناية خصوصية وبيانات المرضى في عملية التواصل عبر الإنترنت.
- الإنترنت هو واحد من وسائل التواصل التكنولوجية الضرورية في المؤسسة الصحية، حيث يلعب دوراً هاماً في التواصل بين الموظفين. ساهم في تحسين التواصل بين أقسام المؤسسة الصحية، حيث يعتبر رابطاً بين الموظفين من خلال البريد الإلكتروني والهاتف، بالإضافة إلى ذلك، استفادت المؤسسات من مزايا الإنترنت فيما

- يتعلق بالسرعة في إنجاز العمل وتنظيم العمل الإداري.

ثالثاً: دراسة Allaoui Abdelfattah, Rami Osama Al-Ali

The role of information and communication technology in the developing human resource management A case study of faculty and staff affairs at the Najran University ", Finance and Business Economics Review, V04, N03 September 2020.

تهدف الدراسة إلى تحديد استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم التحول في ممارسة شؤون أعضاء هيئة التدريس والموظفين في جامعة نجران نحو الإدارة الإلكترونية، ومعرفة توافر البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الضرورية لتنفيذ استخدام إدارة الموارد البشرية بشكل إلكتروني.

وقد خلصت هذه الدراسة الى عدة نتائج أهمها:

- هناك وعي كامل بأهمية إدارة الموارد البشرية الإلكترونية على مختلف المستويات الإدارية
 - توفر بنية تحتية كافية في مراكز تكنولوجيا المعلومات والاتصال يمكن استخدامها لبدء عملية التحول إلى الإدارة الإلكترونية بشكل عام وإدارة الموارد البشرية الإلكترونية بشكل خاص
 - دعم كامل من قادة الجامعة لعملية التحول إلى الإدارة الإلكترونية الإدارية.
- وأخيراً، تظهر النتائج سوء استخدام بعض الخدمات المتعلقة بإدارة الموارد البشرية بشكل إلكتروني مثل: الاختبارات الإلكترونية في عملية التوظيف، تقييم أداء الموظفين بشكل إلكتروني، تحديد احتياجات التدريب بشكل إلكتروني.

أما فيما يخص أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة الذكر ومذكرتنا فهي موضحة في الجدول الموالي، كما أن هذا الجدول يوضح ما استفدنا من هذه الدراسات.

الجدول رقم (07): المقارنة بين دراستنا والدراسات السابقة باللغة الأجنبية

الدراسات السابقة	أوجه الشبه	أوجه الاختلاف	كيفية الاستفادة
	تتفق دراستنا الحالية مع هذه الدراسات من حيث:	تختلف دراستنا الحالية مع هذه الدراسات من حيث:	
khaled TARTAR 2020	-الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS). -تشابه في المتغير المستقل	-اختلاف في المتغير التابع (رضا العملاء)	ساعدتنا الدراسات السابقة في توسيع المعرفة والحصول على أفكار جديدة فيما يخص الإطار النظري فقط
AICHA LACHEHEB BAKHTA BENFARDJALLAH 2022	-نفس متغيرات الدراسة - الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS).	- إجراء دراسة حالة على مستوى المؤسسة الاستشفائية	
Allaoui Abdelfattah, Rami Osama Al-Ali 2020	- تشابه في المتغير المستقل - الاعتماد على نفس البرنامج الاحصائي (SPSS).	- اختلاف في المتغير التابع	

المصدر: من اعداد الطالبين

خلاصة الفصل الأول:

من خلال ما استعرضناه في الإطار النظري للفصل الأول، يمكننا استخلاص أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتنفيذها بشكل فعال يمكن أن يساهم في تحويل وتسهيل العمليات وتحسين جودة الخدمة، فهي توفر وسائل فعالة للتواصل والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات، كما أنها تساعد في تحسين كفاءة العمليات الداخلية للمؤسسات وتقليل الأخطاء والتكاليف الناجمة عن العمل اليدوي، إذ تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال المؤسسات من تقديم خدمات عالية الجودة للعملاء، وتلبية احتياجاتهم بشكل فعال من خلال تحليل بياناتهم وتقديم حلول ملائمة.

الفصل الثاني: الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد استعراض أهم المفاهيم النظرية الخاصة بمتغيرات الدراسة وهي تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة، ولمعرفة طبيعة العلاقة وقوة التأثير بين متغيرات الدراسة، قمنا بالدراسة الميدانية على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال- موبيليس- بولايي برج بوعريج وسطيف، لغرض استخراج دلالة إحصائية بين المتغير المستقل المتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال مع المتغير التابع و هو جودة الخدمة بأبعادها الخمسة على مستوى مؤسسة (Mobilis)، لذا سنقوم في هذا الفصل بتحليل وتفسير المعلومات المجمعة خلال فترة الدراسة الميدانية وإخضاعها لمجموعة من المقاييس والتحليل، باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (statistical package for social sciences) للتحقق من نموذج الدراسة، واختبار صحة فرضيات الدراسة، والتوصل إلى نتائجها، ومناقشتها.

وعليه تم تقسيم هذا الفصل الى ثلاثة مباحث رئيسية:

-المبحث الأول: تقديم مؤسسة موبيليس

-المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

-المبحث الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

المبحث الأول : تقديم عام لمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية محل الدراسة

المطلب الأول: مؤسسة موبيليس

أولا : التعريف بالمؤسسة وأهدافها:

1- التعريف بالمؤسسة :

اتصالات الجزائر موبيليس هي مؤسسة جزائرية خالصة، وهي فرع من مجمع اتصالات الجزائر منذ إقرارها مؤسسة مستقلة في تسييرها ووظائفها في شهر اوت 2003، تتمتع باستقلالية تامة في اتخاذ القرارات الاستراتيجية الخاصة بها دون العودة الى الشركة الأم، كما تتمتع بهيكل تنظيمي مستقل عن اتصالات الجزائر منذ جانفي 2004، تعتبر موبيليس مؤسسة عمومية ذات أسهم برأسمال 1000000000 دج، مقسمة الى 1000 سهم بقيمة 100000 دج للسهم الواحد. تعتبر "موبيليس" المتعامل التاريخي في سوق الهاتف النقال في الجزائر، لكونها أول محول لهذه الخدمة منذ أن كانت محتواة في الشركة الأم، وهي مملوكة بالكامل للجزائرية للاتصالات، الى غاية أكتوبر 2005 دخلت المؤسسة في السوق المستندي، وعمدت لفتح رأسمالها في 2006 للتنازل عن 30% من أصولها، بهدف زيادة وتوسيع استثماراتها. باشرت المؤسسة أعمالها بوسائل مادية وبشرية كانت تابعة لاتصالات الجزائر، وورثت 150 ألف مشترك عن هذه الأخيرة، تعرض المؤسسة على زبائنها تشكيلة واسعة من الخدمات وتغطية شاملة ذات جودة، وضمان وصول كل المكالمات في أحسن الظروف.

وما زاد ذلك شعارها الجديد المتمثل في " أينما كنتم"، للدلالة على قربها من المستهلكين والتغطية الكبيرة لجميع ارجاء الوطن.

اما فيما يخص العلامة التجارية فقد غيرتها من اللونين الأزرق والأبيض الى ألوان الأبيض والأحمر والأخضر، وهي ألوان العلم الوطني، في دلالة عاطفية بالتوجه الوطني للمؤسسة الجزائرية.

وباختيارها وتبنيها لسياسة التغيير والإبداع، تعمل موبيليس دوما على عكس صورة إيجابية وهذا بالسهير على توفير شبكة ذات جودة عالية وخدمة للمشاركين جد ناجعة بالإضافة إلى التنوع والإبداع في العروض والخدمات المقترحة.

موبيليس أرادت التموقع كمتعامل أكثر قربا من شركائها وزبائنها، وما زاد ذلك قوة شعارها " أينما كنتم". هذا الشعار يعد تعهدا بالإصغاء الدائم، ودليل على التزامها بلعب دور هام في مجال التنمية المستدامة وبمساهمتها في التقدم الاقتصادي، بالإضافة إلى احترام التنوع الثقافي، أداءها لدورها مساهمتها في حماية البيئة وهذا بالرجوع إلى قيمها الأربعة: الشفافية، الوفاء، الحيوية والإبداع.

حافظ المتعامل موبيليس على المرتبة الأولى من حيث عدد المشتركين في شبكات "جي أس م". والجيل الثالث والرابع خلال الثلاثي الأول من 2022. بـ 20.3 مليون مشترك. يليه المتعامل جيزي "14,6 مليون"

وأوريدو "12,7 مليون"، حيث كشفت السلطة أن هذا التقرير تم إعداده على مجموع 44.08 مليون نسمة. و7.34 مليون أسرة إلى غاية 31 مارس 2022.¹

2- أهداف المؤسسة :

موبيليس تسعى إلى تحقيق العديد من الأهداف، ولكون الزبون محور نشاطها وأعمالها واهتمامها، فإن موبيليس تسعى لاعتماد خدمات جديدة ذات جودة عالية لاستقطاب المزيد من الزبائن من خلال استراتيجيات معينة.

يمكن أن نوجز أهم الأهداف التي تسعى موبيليس لتحقيقها في النقاط التالية²:

- الزيادة في عدد المشتركين واسترجاع الحصة في السوق.
- تحسين شبكة التغطية.
- الابداع أكثر في الاستراتيجية التجارية وتطبيق سياسة اتصالية فعالة.
- تنمية الشبكة التجارية.
- استعمال مختلف التكنولوجيات الحديثة وتصدر قمة السوق.
- وضع إجراءات جديدة فيما يخص تسيير الموارد البشرية.
- موبيليس المتعامل الشريك لكل المؤسسات بتطوير نظامي VPN، MVPN.
- البقاء على إصغاء دائم للزبون.
- كسب القابلية التنافسية على الدوام (سعر، جودة وخدمة) ورفع من القدرة التنافسية.

ثانيا: مبادئ والتزامات مؤسسة موبيليس :

1- مبادئ المؤسسة

تركز موبيليس على مبادئ ثمينة تركزها في نفوس كل أصحاب المصالح في المؤسسة وهي تتمثل في:

- العمل من أجل خلق ثروات وبعث التقدم.
- حماية مصالح المستهلك الجزائري.
- التضامن.
- النوعية.
- الشفافية.
- روح الجماعة.
- الأمانة.
- احترام الالتزامات.

¹ من وثائق ومؤسسة موبيليس

² الموقع الخاص بالمؤسسة [/https://www.mobilis.dz](https://www.mobilis.dz)

- الأخلاق.
- الإبداع.
- الجودة.
- العمل المتقن.
- الاستحقاق.
- الصدق.

2- التزامات المؤسسة:

تضع موبيليس نصب أعينها مجموعة من الالتزامات في سبيل تحقيق أهدافها، سنتعرف عليها في مجموعة من النقاط:

- وضع في متناول المشتركين شبكة ذات جودة عالية.
- ضمان وصول جميع المكالمات في أحسن الظروف مهما كانت الجهة المطلوبة.
- اقتراح عروض بسيطة واضحة وشفافة دون أي مفاجات.
- التحسين المستمر للمنتوجات، الخدمات والتكنولوجيات المستعملة.
- الاصفاء المستمر للمشاركين والاستجابة في أسرع وقت ممكن لأي شكوى.
- الابداع المستمر (الاعتماد على اخر التكنولوجيات، تكييف الشبكات والخدمات مع حاجيات مجتمع المعلومات).
- الوفاء بالوعود.

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس

يعتبر الهيكل التنظيمي آلية مؤسسة والإطار الذي يصور الوحدات والأقسام المكونة لهذه المؤسسة وكذا المهام الموكلة لكل قسم، كما يبين أيضا طرق وقنوات الاتصال الرسمية داخل المؤسسة ، ويتم تسيير مؤسسة موبيليس من طرف مؤطر جزائري 100% ممثل في مسيرين تحت إشراف الرئيس المدير العام، ويتكون الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس من 7 مديريات رئيسية يكونون النواة الرئيسية

- مديرية الموارد البشرية:

هذه المديرية مكلفة بتنمية وتطوير نظم تسيير الموارد البشرية، وتحديد السياسات الأساليب المتبعة في الأجور وترقية العمال، كما تهتم بتكوين وتأهيل العمال والإطارات بشكل مستمر حسب متطلبات المؤسسة.

- المديرية المالية :

ويقع على عاتق هذه المديرية تسيير خزينة المؤسسة وجميع العمليات المالية الخاصة بها.

- مديرية العلامة والاتصال:

تولي المؤسسة اهتمام كبير للعمليات التسويقية حيث نجد للعلامة والاتصال مديرية خاصة بهما، وتهتم هذه المديرية بترقية منتجات موبيليس، وذلك بإجراء الدراسات والأبحاث بالتنسيق مع مخابر البحث.

- المديرية الاستراتيجية:

تهتم بالشؤون الاستراتيجية والسياسات المستقبلية للمؤسسة.

- مديرية النظام المعلوماتي:

تشرف على الأنظمة المعلوماتية في المؤسسة وتزود المصالح الأخرى بالمعلومات والبيانات اللازمة.

- مديرية صفقات الشركة:

تهتم بالصفقات وعقود الشراكة أو العقود التي تبرم مع الشركات الأخرى

- المديريات الجهوية:

حيث تتفرع مؤسسة موبيليس إلى ثمانية مديريات جهوية وهي

المديرية العامة للوسط.

المديرية الجهوية بورقلة .

المديرية الجهوية بسطيف.

المديرية الجهوية بقسنطينة.

المديرية الجهوية بعنابة .

المديرية الجهوية بشلف.

المديرية الجهوية بوهران.

المديرية الجهوية ببشار.

إلى جانب المديريات السابقة يشتمل الهيكل التنظيمي لموبيليس على الأقسام العملية التالية:

- قسم تقنيات الشبكة والخدمات:

والذي يحتوي على كل من مديرية الهندسة وتطوير الشبكة ومديرية التنمية، ويهتم هذا القسم بوضع شبكة الهاتف النقال، وصيانتها، وكذا تقديم الدعم التقني لمديرية التسويق لتصميم وتنفيذ العروض الترويجية.

- قسم السوق العمومية:

الذي يضم مديرية التسويق، مديرية التوزيع، مديرية خدمة المشتركين. ويهتم هذا القسم بشكل عام بتتبع حركة المبيعات وأنشطة الترويج، والقيام بدراسة السوق... الخ.

- قسم الشؤون الداخلية:

الذي يشتمل على مديرية الشؤون العامة ومديرية المراقبة والنوعية، ويكلف هذا القسم بتسيير الشؤون العامة للمؤسسة والمراقبة الدورية لجودة العروض المقدمة، وإعداد تقارير المراجعة، وتحليل وتشخيص عدم المطابقة وإيجاد الحلول اللازمة لتصحيح الانحرافات ورفع من جودة العروض المقدمة.

- الديوان:

يحتوي على عدد من المستشارين وهم: (المستشار التقني، مستشار الموارد البشرية، مستشار قانوني، المساعدة الرئيسية)، ويقوم هؤلاء المستشارين بمساعدة المديرات على اتخاذ القرارات المناسبة كل حسب تخصصه.

الشكل رقم(11): الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس



المصدر: وثائق المؤسسة

المطلب الثالث: المهام، الخدمات والعروض التي تقدمها المؤسسة :

اولا : المهام التي تقدمها المؤسسة.

تعمل " موبيليس " على كامل التراب الوطني لتحقيق مجموعة من المهام نستعرضها على النحو التالي:

- تطوير واستغلال وتسيير الشبكات والتجهيزات للهواتف النقالة.
- تقديم الخدمات المتعلقة بالهاتف النقال ووضعها تحت تصرف زبائنها.
- ضمان توفير المنتجات والخدمات بصفة دائمة لكل الزبائن عبر كامل التراب الوطني مع مراعاة قواعد المساواة والاستمرارية وقابلية التكيف.
- ممارسة نشاطها مع احترام المنافسة وتأمين السرية والحياد بحسب الشروط المحددة من طرف التنظيمات المطبقة.
- الإبداع واقتناء كل براءة أو أية رخصة تتعلق بهدفها.

- دراسة الإمكانيات الخاصة بالمنتجات المعروضة بهدف تكييفها مع التطورات التكنولوجية.
- المساهمة في تكوين عمالها وتحسين مستواهم.
- ضمان أمن الشبكة ونوعية الاتصال لإرضاء الزبائن.
- الدخول في المنافسة الدولية بالاشتراك مع اختصاصيين في الميدان.

ثانيا: الخدمات والعروض المتوفرة في المؤسسة

تعمل مؤسسة موبيليس من خلال نشاطها الى تقديم العديد من الخدمات منها¹:

- خدمة الانترنت
- معرفة الرصيد
- تعبئة الرصيد
- نغمتي

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

يتضمن هذا المبحث الإجراءات المنهجية للدراسة من حيث مجتمع وعينة الدراسة، ومصادر المعلومات وكذا الأساليب الاحصائية المستخدمة والإجراءات المتبعة في التأكد من صدقها وثباتها .

المطلب الأول: المنهجية العامة للدراسة

أولا: مجتمع الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من كافة موظفي مؤسسة الاتصالات الجزائرية بولايي برج بوعرييج وسطيف، ويعود سبب اختيار هذه المؤسسة والعاملين فيها لكونهم المجتمع الذي يحقق أغراض الدراسة والتي لديها المعرفة المطلوبة بموضوع الدراسة.

تم أخذ مجتمع الدراسة ككل المتمثل في الموظفي والاطارات لمؤسسة موبيليس بولايي برج بوعرييج وسطيف حيث ان المجتمع مكون من (50) مفردة وقد تم توزيع (50) استمارة على الموظفين والاطارات، وتم استرجاع (47) استمارة لعدم اكتمال تعبئتها، وبذلك استقر المجتمع على 45 مستجيبا يعملون في مؤسسة موبيليس والذين شملتهم الدراسة، ويوضح الجدول رقم (01) والجدول رقم (02) مجموع الاستثمارات الموزعة والمعادة والمقبولة للدراسة احصائيا لكل من ولايي برج بوعرييج وسطيف

¹ الموقع الخاص بالمؤسسة <https://www.mobilis.dz>

الجدول رقم (01): مجموع الاستثمارات الموزعة والمستردة والمقبولة للدراسة بولاية برج بوعريج
وسطيف

سطيف		برج بوعريج		الولاية	البيان
العلامة	سطيف	راس الواد	برج بوعريج		
08	18	03	21		عدد الاستبيانات الموزعة
08	16	03	20		عدد الاستبيانات المعادة
/	/	/	02		عدد الاستبيانات الملغاة
45					المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين

الجدول رقم (02): النسب المئوية للاستثمارات الموزعة والمستردة والمقبولة للدراسة

النسبة المئوية	العدد	البيان
100%	50	عدد الاستثمارات الموزعة
94%	47	عدد الاستثمارات المعادة
4%	02	عدد الاستثمارات الملغاة
90%	45	عدد الاستثمارات المقبولة

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على معلومات الاستمارة.

ثانيا: مصادر جمع البيانات:

1- المصادر الثانوية:

التمثلة في السجلات والوثائق وتعتبر هذه الأداة مكملة للأدوات الأخرى المستخدمة في جمع البيانات وتم الحصول على وثائق الشركة من مختلف المديرات والأقسام، وقد ساعدتنا في الحصول على بعض البيانات العامة حول نشاط المؤسسة المتعلقة بموضوع الدراسة.

2- المصادر الأولية:

الاستبانة وهي من أهم أدوات جمع البيانات وهي "عبارة عن وثيقة تتضمن مجموعة من الأسئلة توجه الى المستجوبين وهم أفراد المجتمع التي استخراجها الباحث بغرض التحقق من فرضيات البحث، وينتظر من هؤلاء المستجوبين أن يقدموا إجابات في مسائل أو نقاط معينة مرتبطة بأهداف الدراسة، حددها الباحث مسبقا على أساس ما يريد الوصول اليه في دراسته".

وقد استخدمنا في دراستنا لموضوع "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة لمؤسسة موبيليس برج بوعريج". تقنية الاستمارة بغرض جمع الحقائق والمعلومات الدقيقة من

المبحوثين، حيث قمنا بإعداد استمارة بحث في صورة أولية احتوت على (50) سؤالاً بناء على عدد من القراءات لمجموعة من الأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت الموضوع، حيث كانت أسئلة مغلقة صيغت وفق فرضيات وعليه تم تقسيم الاستبيان الى جزئين:

- جزء خاص بالبيانات الشخصية لأفراد المجتمع:
وتتمثل في الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الأقدمية، الوظيفة.
 - جزء خاص بمحور الاستبانة ويتكون من محورين:
 - المحور الأول: يتعلق بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ويتضمن 19 عبارة، والهدف من عبارات هذا المحور مدى قدرة المؤسسة على استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
 - المحور الثاني: يتعلق بجودة الخدمة تحتوي على 31 عبارة وتم تقسيمه الى 5 أبعاد وهي:
 - البعد الأول الملموسية: احتوى على 6 عبارات.
 - البعد الثاني الاعتمادية: احتوى على 6 عبارات.
 - البعد الثالث سرعة الاستجابة ومساعدة العميل: احتوى على 6 عبارات.
 - البعد الرابع الثقة والأمان (الضمان): احتوى على 6 عبارات.
 - البعد الخامس التعاطف مع العميل: احتوى على 7 عبارات.
- وقد تم استخدام مقياس ليكارت الخماسي لقياس استجابات المبحوثين لفقرات الاستمارة وذلك كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم(03): مقياس تحديد الأهمية النسبية وفقا لسلم "ليكارث"

الأهمية (درجة الموافقة)	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مقياس ليكارث.

وقد تم تحليل المقياس وفقا للمعادلة التالية:

طول الفئة = (القيمة العليا للبيدليل - القيمة الدنيا للبيدليل) / عدد المستويات

$$\text{طول الفئة} = 5 - 1 / 5 = 0.80$$

تم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي قيمة الواحد الصحيح 1 وذلك لتحديد الحد الأعلى لهذه الفئة، وقد أصبح طول كل فئة كالتالي:

الجدول رقم(04): معايير تفسير النتائج (الأهمية النسبية للمتوسط الحسابي)

المجال]1.8-01]]2.6-1.81]]3.4-2.61]]4.2-3.41]]05-4.21]
مستوى الموافقة	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مقياس ليكارث.

ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات

للإجابة عن إشكالية الدراسة والأسئلة المطروحة واختبار صحة الفرضيات من خلال أسئلة الاستبيان، تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي لتحليل بيانات الدراسة وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS.V25) كما يلي:

- اختبار ألفا كرونباخ : معامل مقياس أو مؤشر لمعرفة ثبات وصدق عبارات الاستمارة.
- استخدام مقياس ليكارث الخماسي بغرض التحليل الإحصائي لنتائج الدراسة.
- اختبار مدى تحقق فرضيات الدراسة باستخدام بيانات الانحدار الخطي البسيط المتمثلة في معامل الارتباط ومعامل التحديد.
- معامل الارتباط: للتأكد من ارتباط واستقلالية متغيرات الدراسة.
- المتوسط الحسابي: باعتباره أحد مقاييس النزعة المركزية فقد تم استخدامه كمؤشر للترتيب حسب أهميتها من وجهة نظر المجيبين على الاستمارة بالإضافة الى التكرار.
- الانحراف المعياري: تم استخدامه لمعرفة تشتت القيم عن وسطها الحسابي.

المطلب الثاني: خصائص مجتمع الدراسة

تم تقسيم خصائص مجتمع الدراسة حسب المتغيرات: (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الأقدمية والمستوى الوظيفي).

أولاً: الجنس

يبين الجدول التالي توزيع أفراد المجتمع الخاضعة للدراسة حسب متغير الجنس

الجدول رقم(05): توزيع المجتمع حسب متغير الجنس (التكرارات والنسب المئوية)

الجنس	عدد التكرارات	النسب المئوية
ذكر	26	57.8%
انثى	19	42.2%
المجموع	45	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه نجد أن جنس الذكور ساهم بشكل كبير جدا في تشكيل أفراد المجتمع الإحصائي بنسبة (57.8%)، بينما الإناث تقدر نسبتهم في المجتمع بـ (42.2%) أي نسبة الذكور أكبر من نسبة الإناث، وهذا يعود إلى طبيعة المؤسسة التي أجريت فيها الدراسة، أي أن فئة الذكور تبقى مسيطرة إلى حد ما على هذا المجال في العمل، ومنه نستنتج أن عمال مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية برج بوعرييج وسطيف جدهم من جنس الذكور.

ثانياً: العمر

من خلال الجدول سوف يتم التعرف على توزيع مفردات المجتمع حسب الفئات العمرية كما يلي:

يبين الجدول التالي توزيع أفراد المجتمع الخاضع للدراسة حسب متغير العمر:

الجدول رقم(06): توزيع المجتمع حسب متغير العمر (التكرارات والنسب المئوية)

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	4	8.9%
من 30 سنة-الى أقل من 40 سنة	23	51.1%
من 40 سنة-الى أقل من 50 سنة	18	40.0%
من 50 سنة فما فوق	لا يوجد	0%
المجموع	45	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه نجد أنه بالنسبة لمتغير العمر نلاحظ أن الأفراد الذين تقل أعمارهم عن 30 سنة يمثلون (8.9%) من العينة، وعددهم 4 أفراد، قد تكون مؤسسة موبيليس تفضل توظيف افراد ذوي خبرة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وبالتالي قد تكون هذه الفئة العمرية ليس لديها المستوى المطلوب من الخبرة والمهارات في هذا المجال، أما الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 30 و40 سنة يمثلون النسبة الأكبر في المجتمع حيث بلغ عددهم 23 فردا، ويشكلون (51.1%) من المجتمع، تليها الفئة العمرية من 40 الى اقل من 50 سنة بنسبة متقاربة تتمثل في (40%) وعددهم 18 فردا، قد تكون المؤسسة ركزت على استهداف هاتين الفئتين العمريتين لعدة أسباب منها:

سياسة التوظيف التي تتبعها المؤسسة أو لوجود مجموعة كبيرة من الموظفين الذين يشتغلون في الشركة لفترة طويلة وقد تصل أعمارهم الى هاته الفئات، قد يكون للأفراد في هذه الفئات العمرية مستوى أعلى من الخبرة والاستقرار المهني في المؤسسة مما يجعلهم أكثر تأثيرا وخبرة في تحسين جودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

لم يتم تسجيل أي أفراد في المجتمع الذين يبلغون 50 سنة فأكثر قد يكون البعض انتقل إلى مرحلة التقاعد أو يفكرون في الاستقالة أو يكون لديهم اهتمامات او احتياجات مختلفة في حياتهم أو قد يكون لدى الأفراد الأكبر سناً صعوبة في مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة.

ثالثا: المؤهل العلمي:

من خلال الجدول سوف يتم التعرف على توزيع مفردات المجتمع حسب المؤهل العلمي كما يلي:

الجدول رقم(07): توزيع المجتمع حسب متغير المؤهل العلمي (التكرارات والنسب المئوية)

النسبة المئوية	التكرار	المؤهل العلمي
11.1%	5	تقني سامي
68.9%	31	ليسانس
15.6%	7	ماستر
4.4%	2	ماجستير
0%	لا يوجد	دكتوراه
100%	45	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن الليسانس هو المؤهل الأكثر شيوعاً في المجتمع، حيث يشكل (68.9%) من مجموع المجتمع. يمكن أن يُعزى ذلك إلى أن الليسانس يُعتبر المؤهل الأدنى المطلوب للعديد من الوظائف والفرص الوظيفية، رغم أن الليسانس يشكل النسبة الأكبر، إلا أنه يوجد عدد من الأفراد الذين حصلوا على مؤهلات عليا مثل الماستر والماجستير، تشير الأرقام إلى أن (15.6%) من المجتمع لديهم مؤهل ماستر و(4.4%) يحملون شهادة الماجستير وهو ما يشير إلى وجود تنوع في المستويات التعليمية بين الأفراد المشاركين في الدراسة و(5%) من حملة تقني سامي، كما يلاحظ أنه لا يوجد أفراد في المجتمع المدروس يحملون درجة الدكتوراه، مما يشير إلى أنه ليست هناك تمثيلية لهذا المستوى العلمي في المجتمع المدروس.

رابعاً: عدد سنوات الأقدمية

من خلال الجدول سوف يتم التعرف على توزيع مفردات المجتمع حسب عدد سنوات الأقدمية كما يلي:

الجدول رقم(08): توزيع المجتمع حسب متغير سنوات الأقدمية (التكرارات والنسب المئوية)

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الأقدمية
8.9%	4	أقل من 5 سنوات
28.9%	13	من 5 سنوات إلى أقل من 10 سنوات
28.9%	13	من 10 سنوات إلى أقل من 15 سنة
33.3%	15	15 سنة فأكثر
100%	45	المجموع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه نجد أن عند التدقيق في سنوات الاقدمية يلاحظ أن الفئة التي تمتلك أكبر نسبة هي تلك التي لديها 15 سنة أو أكثر من الأقدمية في الوظيفة، حيث يبلغ عددهم 15 شخصا ويشكلون (33.3%) من المجتمع. يشير ذلك الى وجود مجموعة من الأفراد ذوي الخبرة العالية والاستقرار في الوظيفة، كما يلاحظ أن هناك تواجد متساو للأفراد ذوي الأقدمية المتوسطة في الوظيفة. فثني من 5 سنوات الى أقل من 10 سنوات ومن 10 سنوات الى أقل من 15 سنة تحتوي على عدد متساوي من الأفراد (28.9%) لكل فئة، هذا يشير الى أن هناك توازنا بين الأفراد ذوي الخبرة المتوسطة في المؤسسة. وأخيرا الفئة أقل من 05 سنوات خبرة كانت بنسبة (8.9%) وهي نسبة قليلة جدا وهو ما يدل على التوظيف المحدود للمؤسسة واكتفائها بالأفراد الذين يمتلكون فترة أقدمية أطول.

خامسا: الوظيفة

من خلال الجدول سوف يتم التعرف على توزيع مفردات المجتمع حسب الوظيفة كما يلي:

الجدول رقم(09): توزيع المجتمع حسب متغير الوظيفة (التكرارات والنسب المئوية)

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مدير	1	2.2%
رئيس مصلحة	3	6.7%
مشرف	8	17.8%
مكلف بالزبائن	26	57.8%
أخرى	7	15.6%
المجموع	45	100%

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا ما يلي:

النسبة المئوية للأشخاص الذين يشغلون وظيفة "مدير" هي 2.2%، ويتكونون من فرد واحد فقط.

النسبة المئوية للأشخاص الذين يشغلون وظيفة "رئيس مصلحة" هي (6.7%)، ويتكونون من 3 أفراد.

النسبة المئوية للأشخاص الذين يشغلون وظيفة "مشرف" هي (17.8%)، ويتكونون من 8 أفراد.

النسبة المئوية للأشخاص الذين يشغلون وظيفة "مكلف بالزبائن" هي (57.8%)، ويتكونون من 26 فردا.

النسبة المئوية للأشخاص الذين يشغلون وظيفة "أخرى" هي (15.6%)، ويتكونون من 7 أفراد.

بناء على هذه المعلومات، يمكن اعتبار وظيفة "مكلف بالزبائن" هي الوظيفة الأكثر شيوعا بين أفراد المجتمع، تليها وظيفة "مشرف" ثم وظائف "رئيس مصلحة" و"أخرى" و"مدير" بالترتيب.

المطلب الثالث: اختبار صدق وثبات أداة الدراسة

قبل اختبار الفرضيات فإنه لابد من التأكد من موثوقية أداة القياس المستخدمة "ألفا كرونباخ" (Cronbach Alpha) الذي يقيس الاتساق الداخلي لعبارات المقاييس، وتتراوح قيمته بين [0-1] وكلما اقتربت من (01) كلما دل ذلك على ثبات المقاييس، حيث يحدد مستوى قبول أداة القياس بمقدار (0.60) فأكثر للحكم على ثبات الاستبانة، وكلما زادت قيمة معامل "ألفا كرونباخ" كلما زادت درجة الثبات والصدق من أسئلة الاستبيان. وفي الجدول التالي نبين ما تم الحصول عليه من نتائج:

الجدول رقم (10): يوضح معامل ألفا كرونباخ لكل من المحورين

معايير الثبات "ألفا كرونباخ"	عدد العبارات	محاور الاستبانة
0.857	19	محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال
0.715	31	محور جودة الخدمة
0.830	50	الاستبانة

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من الجدول رقم (10) يتضح أن:

محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد حقق معامل الثبات "ألفا كرونباخ" بقيمة (0.857)، هذه القيمة تشير إلى وجود مستوى جيد من الثبات الداخلي للعبارات في هذا المحور، ومحور جودة الخدمة حقق معامل الثبات "ألفا كرونباخ" بقيمة (0.715) على الرغم من أن هذه القيمة تعني أن هناك بعض الاختلافات في استجابات العبارات، إلا أنها تشير لاستقرار وثبات معتدل في المحور بشكل عام، وبالنسبة لمعامل الثبات الكلي لأداة الدراسة بلغ (0.830) أي أكبر من المقدار (0.60) الخاصة بقياس الأداة، فهو معامل ثبات جيد ومناسب لأغراض الدراسة.

المبحث الثالث: تحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

المطلب الأول: اختبار استقلالية المتغيرات

أولاً: نتائج الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعاد تحسين جودة الخدمة

1- نتائج الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية

الجدول رقم (11): نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman):

تكنولوجيا المعلومات والاتصال		بعد الملموسية
درجة الارتباط	مستوى الدلالة Sig	
0.559	0.000	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج (SPSS).

من خلال الجدول رقم (11):

أظهرت نتائج اختبار "Spearman" أن قيمة معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية قدرت ب (0.559) وهذا يدل على وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة، حيث أن الزيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر.

2- نتائج الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية

الجدول رقم (12): نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman):

تكنولوجيا المعلومات والاتصال		بعد الاعتمادية
درجة الارتباط	مستوى الدلالة Sig	
0.525	0.000	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (12):

أظهرت نتائج اختبار "Spearman" أن قيمة معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية قدرت ب (0.525) وهذا يدل على وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة، حيث أن الزيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر.

3- نتائج الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل

الجدول رقم (13): نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman):

تكنولوجيا المعلومات والاتصال		بعد سرعة الاستجابة والتعامل مع العميل
درجة الارتباط	مستوى الدلالة Sig	
0.565	0.000	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (13):

أظهرت نتائج اختبار "Spearman" أن قيمة معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد سرعة الاستجابة والتعامل مع العميل قدرت ب (0.565) وهذا يدل على وجود علاقة طردية متوسطة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد سرعة الاستجابة والتعامل مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة، حيث أن الزيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر.

4- نتائج الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الثقة والأمان (الضمان)

الجدول رقم (14): نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار (Spearman):

تكنولوجيا المعلومات والاتصال		بعد الثقة والأمان (الضمان)
درجة الارتباط	مستوى الدلالة Sig	
0.397	0.007	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (14):

أظهرت نتائج اختبار "Spearman" أن قيمة معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الثقة والأمان (الضمان) قدرت ب (0.397) وهذا يدل على وجود علاقة طردية ضعيفة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمة، حيث أن الزيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر.

5- نتائج الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف مع العميل

الجدول رقم (15): نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار Spearman

تكنولوجيا المعلومات والاتصال		
درجة الارتباط	مستوى الدلالة Sig	
0.396	0.007	بعد التعاطف مع العميل

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (15):

أظهرت نتائج اختبار "Spearman" أن قيمة معامل الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف مع العميل قدرت ب(0.396) وهذا يدل على وجود علاقة طردية ضعيفة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة، حيث أن الزيادة في أحد المتغيرين سيرافقها زيادة في المتغير الآخر.

ثانياً: نتائج الارتباط بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة

الجدول رقم (16): نتائج مصفوفة الارتباط وفق اختبار Spearman

تحسين جودة الخدمة	تكنولوجيا المعلومات والاتصال		
0.587	1	معامل الارتباط	تكنولوجيا المعلومات والاتصال
0.000	-	مستوى الدلالة Sig	
1	0.587	معامل الارتباط	تحسين جودة الخدمة
-	0.000	مستوى الدلالة Sig	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (16):

من الجدول رقم (16) يتضح أن: الدلالة الإحصائية بين المتغيرين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة هي ($0.05 > \text{Sig}$) يمكن القول أن هناك ارتباط دال إحصائياً بين المتغيرين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة، وبما أن قيمة الارتباط التي تنحصر بين [0-1] هي (0.587) فإن هذا الارتباط هو ارتباط طردي متوسط، وبالتالي يمكن القول أن متغيرات الدراسة مترابطة فيما بينها.

المطلب الثاني: تحليل وتفسير نتائج الدراسة

في هذا الجانب نقوم بتحليل محاور الاستمارة بغية الإجابة على أسئلة البحث، حيث تم استخدام بعض مقاييس الإحصاء الوصفي كالمتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارة من عبارات الاستمارة، على مقياس سلم ليكارت الخماسي لإجابات أفراد مجتمع البحث المتعلقة بالمحورين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة.

أولاً: تحليل اتجاهات مجتمع الدراسة حول متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

والجدول الموالي يوضح قائمة الأسئلة المطروحة والنتائج المتحصل عليها كالتالي:

الجدول رقم (17): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد مجتمع الدراسة المتعلقة بالمحور الأول لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال مفهوما واضحا داخل مؤسستكم	4.13	0.547	2	مرتفع
02	توجد مرافقة ودعم من الإدارة العليا في مؤسستكم للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال	3.84	0.767	12	مرتفع
03	يتقبل العاملون في مؤسستكم فكرة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال	4.06	0.687	4	مرتفع
04	تتميز مؤسستكم بتوفر بنية تحتية مهيأة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال	3.86	0.756	11	مرتفع
05	تعتمد مؤسستكم على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنفيذ مهامها المختلفة	3.95	0.520	7	مرتفع
06	تتوفر الأجهزة والحواسيب بشكل كافي في مؤسستكم	4.13	0.734	1	مرتفع
07	تطول تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهم في بناء هيكل تنظيمي ديناميكي داخليا وخارجيا	3.93	0.687	9	مرتفع
08	تمتلك مؤسستكم قاعدة بيانات مفصلة عن كل من عملائها، منافسيها ومورديها.	3.77	0.765	15	مرتفع
09	تستخدم مؤسستكم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بصورة متطورة ومواكبة لكل ما هو جديد.	3.73	0.962	17	مرتفع
10	تمتلك مؤسستكم قاعدة بيانات ملائمة لتقديم خدماتها الكترونيا.	3.88	0.745	10	مرتفع

11	يوجد في مؤسستكم موقع إلكتروني يسهل الوصول إليه ومعروف من قبل العملاء.	4.08	0.733	3	مرتفع
12	تستخدم مؤسستكم برمجيات حديثة متعددة لغرض تنظيم وظائفها.	3.77	0.794	16	مرتفع
13	توفر مؤسستكم طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية الاتصال داخليا وخارجيا.	3.82	0.747	13	مرتفع
14	تضع مؤسستكم حوافز مادية ومعنوية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مما يرفع مستوى الرضا الوظيفي.	3.44	0.918	19	مرتفع
15	تستقطب مؤسستكم افراد مؤهلين علميا وعمليا ودو اختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من (مهندسي، مبرمجين ومصممي النظم).	3.60	0.863	18	مرتفع
16	التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستلزم الرفع من المؤهل العلمي للمورد البشري.	4.06	0.780	5	مرتفع
17	تعمل مؤسستكم على سرعة نقل المعلومات بين الأقسام المختلفة والإدارة العامة اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	3.95	0.824	8	مرتفع
18	تقوم مؤسستكم بتحديث وتطوير الأجهزة والمعدات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات باستمرار.	3.57	0.891	6	مرتفع
19	تقوم المؤسسة بدورات تكوينية مستمرة لتدريب اطاراتها على التقنيات المستحدثة والطورة.	3.80	0.842	14	مرتفع
20	المتوسط الحسابي العام	3.86	0.766		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (17) يتضح أن:

المتوسط الحسابي العام للعبارات هو (3.86)، مما يشير إلى وجود مستوى مرتفع من استخدام وتبني تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة.

العبارة رقم 1 "تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال مفهوماً واضحاً داخل مؤسستكم" والعبارة رقم 11 "يوجد في مؤسستكم موقع إلكتروني يسهل الوصول إليه ومعروف من قبل العملاء" والعبارة رقم 16 "التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستلزم الرفع من المؤهل العلمي للمورد البشري" حصلت جميعها على متوسط حسابي يتراوح بين (4.06) و (4.13)، وتمتاز بانحراف معياري "منخفض"، تصنيف "مرتفع". ويدل ذلك على فهم وتقبل الموظفين لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وتوفر موقع إلكتروني وتحديثات تقنية في المؤسسة، اما العبارة رقم 8 "تمتلك مؤسستكم قاعدة بيانات مفصلة عن كل من عملائها، منافسها وموردتها" والعبارة رقم 13 "توفر مؤسستكم طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية

الاتصال داخليًا وخارجيًا" حصلت على متوسط حسابي يتراوح بين (3.77) و(3.82)، وهو أقل بعض الشيء من المتوسط العام. ومع ذلك، لا يزال هناك تصنيف "مرتفع" لهذه العبارات، مما يشير إلى وجود بعض الجوانب التكنولوجية والاتصالية في المؤسسة.

بشكل عام، يمكن استنتاج أن المؤسسة تولي اهتمامًا بارزًا لتبني واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملياتها وتفاعلاتها الداخلية والخارجية. تبدو المؤسسة مجهزة بالأجهزة والحواسيب اللازمة وتوفر الدعم اللازم من قبل الإدارة العليا. ومع ذلك، قد يحتاج بعض الجوانب مثل قواعد البيانات والتطوير المستمر إلى بعض التحسين.

الجدول رقم (18): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد مجتمع الدراسة لبعده الملموسية المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	يتمتع مقدمو الخدمة بالمؤسسة بمظهر لائق	4,31	0,668	1	مرتفع جدا
02	تستخدم مؤسستكم معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة في اداء الخدمة	3,86	0,726	4	مرتفع
03	التصميم الداخلي للمؤسسة يوفر جوا مريحا للعمال	3,51	0,944	6	مرتفع
04	التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل ومميز	3,68	0,874	5	مرتفع
05	صالات الانتظار في المؤسسة مريح	3,95	0,705	2	مرتفع
06	تهتم المؤسسة بالنظافة والاضاءة والتكييف وتوفير بيئة مادية مناسبة	3,88	0,714	3	مرتفع
	المتوسط الحسابي العام	3.86	0.7718		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من الجدول (18) يتضح ان: العبرة رقم 1 "يتمتع مقدمو الخدمة بالمؤسسة بمظهر لائق" حصلت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (4.31) وانحراف معياري منخفض بقيمة (0.668)، وهذا يشير إلى أن المستجيبين يعتقدون أن مقدمي الخدمة يتمتعون بمظهر لائق بشكل مرتفع جدا ، أما العبرة رقم 3 "التصميم الداخلي للمؤسسة يوفر جوا مريحا للعمال" حصلت على أدنى متوسط حسابي بقيمة (3.51) وانحراف معياري مرتفع بقيمة (0.944)، وهذا يشير إلى أن المستجيبين يرون أن التصميم الداخلي للمؤسسة لا يوفر جوا مريحا بنفس المستوى، وبالتالي نلاحظ أن جميع العبارات تمتلك متوسط حسابي يعتبر مرتفعا بقيمة الانحراف المعياري تتراوح بين متوسطة إلى منخفضة، مما يشير إلى وجود درجة عالية من الموافقة على جميع الجوانب المقدمة من المؤسسة فيما يتعلق بجودة الخدمة.

إذا يمكن القول بأن المؤسسة تحظى بمستوى مرتفع من رضا العملاء بشكل عام، حيث تشير الدرجات المرتفعة والمتوسطة لدرجة الموافقة إلى أن الجوانب المقدمة تلي توقعات المستخدمين وبناءً على هذا التحليل، يتضح أن المؤسسة تولي اهتمامًا كبيرًا لعناصر جودة الخدمة المختلفة وتسعى لتحسينها.

الجدول رقم (19): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد مجتمع الدراسة لبعدها الاعتمادية المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	تقوم المؤسسة بتقديم خدمات خالية من الأخطاء	3,48	0,968	6	مرتفع
02	تؤدي المؤسسة خدماتها في الوقت المحدد دون تأخير	3,64	0,829	3	مرتفع
03	تتسم المؤسسة بقدرتها على تقديم الخدمة دون انقطاع	3,68	0,949	2	مرتفع
04	تحرص المؤسسة على حل المشكلات للعملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة ويسر	3,57	1,097	5	مرتفع
05	تنجز المؤسسة الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى	3,62	0,936	4	مرتفع
06	تلتزم المؤسسة بتقديم الخدمات التي وعدت بها	3,80	0,694	1	مرتفع
	المتوسط الحسابي العام	3.63	0.912		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه يتضح ان:

العبارة رقم 6 "تلتزم المؤسسة بتقديم الخدمات التي وعدت بها" حصلت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (3.80) وانحراف معياري منخفض بقيمة (0.694)، وهذا يشير إلى أن المستجيبين يرون أن المؤسسة تلتزم بتقديم الخدمات التي وعدت بها بشكل مرتفع جدا، و العبارة رقم 1 "تقوم المؤسسة بتقديم خدمات خالية من الأخطاء" حصلت على أدنى متوسط حسابي بقيمة (3.48) وانحراف معياري مرتفع بقيمة (0.968)، وهذا يشير إلى أن المستجيبين يرون أن المؤسسة تقدم خدمات قليلة الأخطاء بشكل أقل مقارنة بالعبارات الأخرى، ومنه نجد ان جميع العبارات تحصل على متوسط حسابي يعتبر مرتفعاً وقيمة الانحراف المعياري تتراوح بين متوسطة إلى مرتفعة، مما يشير إلى وجود درجة عالية من الموافقة على جوانب الاعتمادية المختلفة للخدمة المقدمة من المؤسسة.

بناء على هذا التحليل، يظهر أن المؤسسة تحظى بمستوى مرتفع من رضا العملاء، بشكل عام، وتسعى جاهدة لتحسين جوانب الاعتمادية بتقديم خدمات قليلة الأخطاء.

الجدول رقم (20): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد مجتمع الدراسة لبعدها سرعة الاستجابة ومساعدة العميل المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافق
01	يسعى عمال المؤسسة لمساعدة العملاء في حل المشكلات التي تواجههم في تقديم الخدمة دون أي عذر أو ملل أو غرور	4,06	0,914	2	مرتفع
02	يستجيب عمال المؤسسة لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم	4,02	0,583	3	مرتفع
03	تهتم إدارة المؤسسة بشكاوى واستفسارات العملاء	3,95	0,705	4	مرتفع
04	يتوفر عدد كافي من العمال الذين يقدمون الخدمة للعملاء	3,68	1,018	6	مرتفع
05	يتم الاستجابة الفورية لاحتياجات العملاء في المؤسسة	3,91	0,733	5	مرتفع
06	العاملين بالمؤسسة لديهم الاستعداد الدائم للتعامل مع العملاء	4,20	0,726	1	مرتفع
	المتوسط الحسابي العام	3.97	0.7798		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه نجد أن:

العبارة رقم 6 "العاملين بالمؤسسة لديهم الاستعداد الدائم للتعامل مع العملاء" حصلت على أعلى متوسط حسابي بقيمة (4.20) وانحراف معياري منخفض بقيمة (0.726)، وهذا يشير إلى أن المستجيبين يرون أن العاملين بالمؤسسة مستعدين بشكل مرتفع للتعامل مع العملاء وتلبية احتياجاتهم، أما العبارة رقم 4 "يتوفر عدد كافي من العمال الذين يقدمون الخدمة للعملاء" حصلت على أدنى متوسط حسابي بقيمة (3.68) وانحراف معياري مرتفع بقيمة (1.018)، وهذا يشير إلى أن المستجيبين يرون أن المؤسسة تحتاج إلى تحسين في توفير عدد كافٍ من العمال لتلبية احتياجات العملاء، إن جميع العبارات حصلت على متوسط حسابي يعتبر مرتفعاً وقيمة الانحراف المعياري تتراوح بين متوسطة إلى مرتفعة، مما يشير إلى وجود درجة عالية من الموافقة على جوانب الاستجابة والتعامل مع العملاء لدى المؤسسة.

يمكن القول بأن المؤسسة تسعى جاهدة لتوفير خدمة عالية الجودة للعملاء وتولي اهتماماً كبيراً للاستجابة لاحتياجاتهم ومعاملتهم بمهنية واحترام، بناءً على هذا التحليل، يظهر أن المؤسسة تحظى بمستوى مرتفع من رضا العملاء في جوانب الاستجابة والتعامل، ولكن قد تحتاج إلى تعزيز التواجد وتوافر العاملين لضمان تقديم الخدمة بشكل مرض للعملاء.

الجدول رقم (21): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد مجتمع الدراسة لبعث الثقة والأمان (الضمان) المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	سلوك العاملين اتجاه العملاء تجعلهم يشعرون بالأمان والثقة في المؤسسة	4,11	0,647	4	مرتفع
02	العاملون في المؤسسة لديهم المعرفة والخبرة العالية للإجابة على جميع استفسارات العملاء	4,15	0,737	3	مرتفع
03	يتمتع مقدمو الخدمة بالمصداقية في تقديم الخدمة للعملاء بالمؤسسة	4,11	0,714	5	مرتفع
04	تولي المؤسسة السرية بالمعلومات الخاصة بالعملاء	4,35	0,645	1	مرتفع جدا
05	سلوك العاملين بالمؤسسة يتسم بالشفافية والوضوح	4,20	0,726	2	مرتفع
06	في حالة حدوث خطأ عند تقديم أحد الخدمات تقوم المؤسسة بالتعويض للعميل (الزبون)	3,33	1,066	6	متوسط
	المتوسط الحسابي العام	4.041	0.7558		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات ال SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح ان:

العبارات رقم 4 "تولي المؤسسة السرية بالمعلومات الخاصة بالعملاء" ورقم 5 "سلوك العاملين بالمؤسسة يتسم بالشفافية والوضوح" حصلتا على أعلى متوسطات حسابية بقيمة (4.35) و(4.20) على التوالي، وتمتاز بانحراف معياري منخفض وهذا يشير إلى أن المستجيبين يرون أن المؤسسة تعطي أهمية كبيرة للسرية والشفافية في تعاملها مع المعلومات الخاصة بالعملاء، مما يخلق ثقة عالية ورضا لدى العملاء، أما العبارة رقم 2 "العاملون في المؤسسة لديهم المعرفة والخبرة العالية للإجابة على جميع استفسارات العملاء" حصلت على متوسط حسابي مرتفع بقيمة (4.15) وانحراف معياري منخفض وهذا يدل على أن المستجيبين يرون أن العاملين في المؤسسة ماهرون ومتخصصون في مجالهم، وقادرون على تقديم إجابات شافية واستيعاب استفسارات العملاء، ومن هنا نجد ان جميع العبارات تحصل على متوسط حسابي يعتبر مرتفعاً وقيمة الانحراف المعياري تتراوح بين متوسطة إلى منخفضة، مما يشير إلى وجود درجة عالية من الموافقة والثقة من قبل المستجيبين على جوانب الثقة والمصداقية في المؤسسة.

يمكن القول بأن المؤسسة تحرص على بناء علاقة موثوقة مع العملاء وتعمل على تقديم خدمة شفافة وشاملة تلي احتياجاتهم وتحقق رضاهم.

الجدول رقم (22): الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد مجتمع الدراسة لبعدهم التعاطف مع العميل المتعلقة بالمحور الثاني لجودة الخدمة

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الرتبة	درجة الموافقة
01	المؤسسة تعطي العميل اهتماماً شخصياً	3,80	0,990	7	مرتفع
02	ساعات العمل لدى المؤسسة مناسبة لجميع العملاء	3,97	0,916	6	مرتفع
03	تلتزم المؤسسة والعاملون فيها بتقديم أفضل الخدمات للعملاء	5,20	7,641	1	مرتفع جداً
04	يهتم مقدمو الخدمة بتقديم النصائح والإرشادات للعملاء	4,15	0,638	3	مرتفع
05	يتحلى العمال بالقدرة على الحديث بأسلوب مهذب مع العملاء والرقى في التعامل	4,20	0,814	2	مرتفع
06	يعامل العميل بالمؤسسة معاملة خاصة (كأنه الزبون الوحيد والمهم لديه)	4,04	0,824	5	مرتفع
07	تضع المؤسسة مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا.	4,11	0,858	4	مرتفع
	المتوسط الحسابي العام	4.21	1.8115		مرتفع

المصدر: من اعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن:

المتوسط الحسابي العام للعبارات هو (4.21)، مما يشير إلى أن المؤسسة تتمتع بمستوى عالٍ من التعاطف والاهتمام بالعملاء.

إن العبرة رقم 3 "تلتزم المؤسسة والعاملون فيها بتقديم أفضل الخدمات للعملاء" حصلت على المتوسط الحسابي الأعلى بين جميع العبارات (5.20)، وهو مصنف على أنه "مرتفع جداً". هذا يشير إلى التزام المؤسسة بتقديم خدمات ممتازة للعملاء أما العبارات رقم 1 ورقم 2 "المؤسسة تعطي العميل اهتماماً شخصياً" و"ساعات العمل لدى المؤسسة مناسبة لجميع العملاء" حصلت على متوسط حسابي يتراوح بين (3.80) و (3.97)، مع تصنيف "مرتفع". يدل ذلك على اهتمام المؤسسة بالعملاء وتلبية احتياجاتهم الشخصية وضمان توفر ساعات عمل مناسبة للجميع أما العبرة رقم 5 "يتحلى العمال بالقدرة على الحديث بأسلوب مهذب مع العملاء والرقى في التعامل" حصلت على متوسط حسابي يبلغ (4.20) مما يشير إلى تفوق العمال في التواصل والتعامل مع العملاء، والعبرة رقم 4 "يهتم مقدمو الخدمة بتقديم النصائح والإرشادات

للعلماء" حصلت على متوسط حسابي يبلغ (4.15)، مما يدل على اهتمام مقدمي الخدمة بتقديم المشورة والإرشاد للعملاء وبالنسبة للعبارة رقم 6 "يعامل العميل بالمؤسسة معاملة خاصة" حصلت على متوسط حسابي يبلغ (4.04)، مما يشير إلى تفاني المؤسسة في تقديم معاملة فريدة وخاصة لكل عميل، وأخيرا العبارة رقم 7 "نضع المؤسسة مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا" حصلت على متوسط حسابي يبلغ (4.11)، مما يدل على التزام المؤسسة بتحقيق مصلحة العملاء وتلبية احتياجاتهم.

بشكل عام، يمكن استنتاج أن المؤسسة تعامل عملائها بمستوى عالٍ من التعاطف والاهتمام، وتسعى جاهدة لتقديم خدمات ممتازة وتجربة إيجابية للعمل.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

بعد تحليل عبارات المحور الأول لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وعبارات المحور الثاني لجودة الخدمة بأبعادها الخمسة (الملموسية، الاعتمادية، سرعة الاستجابة ومساعدة العميل، الثقة والأمان (الضمان)، التعاطف مع العميل) يستلزم بعد ذلك اختبار الفرضيات الموضوعية للدراسة.

أولاً: اختبار الفرضيات الفرعية

1- اختبار الفرضية الفرعية الأولى (H01):

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف.

الجدول رقم (23): انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعد الملموسية

معامل التحديد		R:0.416		
خطأ معياري للتقدير		0.46		
قيمة فيشر		F:30.684		
مستوى المعنوية		Sig:0.000		
المتغير	B	Seb	Bêta	T
الثابت	0.130	0.657		0.199
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	0.936	0.169	0.645	5.539

المصدر من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (23): تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: 0.645 من التباين الحاصل في بعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة لدى مؤسسة الاتصال محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: (30.68)، بدرجة

حرية: (1) وهذه النتائج دالة احصائيا لأن (Sig) أخذ قيمة: 0.000 وهي أقل من الحد: (0.05) وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة.

وعليه سيتم التعبير رياضيا عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق الصيغة الآتية:

$$Y1 = 0.130 + 0.936X$$

حيث أن:

Y1: بعد الملموسية

X: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية (H01):

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولايي برج بوعريج وسطيف.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولايي برج بوعريج وسطيف.

الجدول رقم (24): انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعد الاعتمادية

خطأ معياري للتقدير 0.59		R: 0.582			معامل التحديد
Sig: 0.000		F: 22.030			قيمة فيشر
T	Bêta	Seb	B		المتغير
0.412		0.855	0.352		الثابت
4.694	0.582	0.220	1.032		تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS).

من خلال الجدول رقم (24): تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: (0.582) من التباين الحاصل في بعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة لدى مؤسسة الاتصال محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: (22.030)، بدرجة حرية: 1 وهذه النتائج دالة احصائيا لأن (Sig) أخذ قيمة: 0.000 وهي أقل من الحد: (0.05) وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم H0 ونقبل الفرضية البديلة H1 ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة .

وعليه سيتم التعبير رياضيا عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق الصيغة الآتية:

$$Y_2 = 0.352 + 1.032X$$

حيث أن:

Y2: بعد الاعتمادية

X: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة (H01):

H0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد سرعة الاستجابة والتعامل مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد سرعة الاستجابة والتعامل مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف.

الجدول رقم (25): انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل

خطأ معياري للتقدير		R : 0.678			معامل التحديد
0.396		F : 36.668			قيمة فيشر
مستوى المعنوية		Sig : 0.000			
T	Bêta	Seb	B	المتغير	
0.972		0.568	0.552	الثابت	
6.055	0.678	0.146	0.885	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (25): تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: (0.678) من التباين الحاصل في بعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة لدى مؤسسة موبيليس محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: (33.668)، بدرجة حرية: 1 وهذه النتائج دالة احصائيا لأن (Sig) أخذ قيمة: 0.000 وهي أقل من الحد: (0.05)، وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم H0 ونقبل الفرضية البديلة ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و بعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة.

وعليه سيتم التعبير رياضيا عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق الصيغة الآتية:

$$Y3 = 0.552 + 0.885X$$

حيث أن:

Y3: بعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل

X: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

4- اختبار الفرضية الفرعية الرابعة (H01):

H0: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف.

الجدول رقم (26): انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعد الثقة والأمان

خطأ معياري للتقدير 0.419		R : 0.593			معامل التحديد
Sig : 0.000		F : 23.281			قيمة فيشر
T	Bêta	Seb	B	المتغير	
1.930		0.601	1.16	الثابت	
4.825	0.593	0.155	0.746	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات ال SPSS

من خلال الجدول رقم (26) تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: 0.593 من التباين الحاصل في بعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمة لدى مؤسسة موبيليس محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: (23.281) ، بدرجة حرية: 1 وهذه النتائج دالة احصائيا لأن (Sig) أخذ قيمة: 0.000 وهي أقل من الحد: 0.05 وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم H0 ونقبل الفرضية البديلة ونقر بوجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و بعد الثقة والأمان (الضمان) كأحد أبعاد جودة الخدمة .

وعليه سيتم التعبير رياضيا عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق الصيغة الأتية:

$$Y4 = 1.16 + 0.746X$$

حيث أن:

Y4 : بعد الثقة والأمان (الضمان)

X: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

5- اختبار الفرضية الفرعية الخامسة (H01):

H0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف.

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف.

الجدول رقم (27): انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) وبعد التعاطف مع العميل

خطأ معياري للتقدير 1.319		R: 0.235			معامل التحديد
Sig: 0.120		F: 2.515			قيمة فيشر
T	Bêta	Seb	B	المتغير	
0.654		1.888	1.234	الثابت	
1.586	0.235	0.486	0.770	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (27) تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: (0.770) من التباين الحاصل في بعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة لدى مؤسسة موبيليس محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت: (2.515) أما (Sig) (أخذ قيمة: (0.120) وهي أكبر من مستوى المعنوية المحدد: (0.05)، وبذلك فإننا نقبل فرضية العدم H0 ونرفض الفرضية البديلة ونقول بأنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و بعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة.

ثانيا: اختبار الفرضية الرئيسية (H01):

H0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين تحسين جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف .

H1: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين تحسين جودة الخدمة المقدمة بمؤسسات موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية برج بوعرييج وسطيف.

الجدول رقم(28): انحدار تكنولوجيا المعلومات والاتصال (TIC) ومحور جودة الخدمة

خطأ معياري للتقدير 0.392		معامل التحديد R : 0.668		
مستوى المعنوية Sig: 0.000		قيمة فيشر F: 34.740		
T	Bêta	Seb	B	المتغير
1.173		0.562	0.659	الثابت
5.894	0.668	0.145	0.852	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات (SPSS)

من خلال الجدول رقم (28): تشير نتائج معاملات الانحدار البسيط، أن المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال يفسر ما نسبته: (0.668)، من التباين الحاصل في تحسين جودة الخدمة لدى المؤسسة محل الدراسة، كما أن قيمة المعدل (F) قد بلغت (34.740) بدرجة حرية:1 وهذه النتائج دالة إحصائية، لأن (Sig) أخذ قيمة: (0.000)، وهي أقل من الحد (0.05)، وبذلك فإننا نرفض فرضية العدم H0 ونقبل الفرضية البديلة ونقر بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحسين جودة الخدمة.

وعليه سيتم التعبير رياضيا عن الأثر بمعادلة تصف الانحدار الخطي البسيط، وهذا وفق الصيغة الآتية:

$$Y=0.659+0.852X1$$

حيث أن:

Y: تحسين جودة الخدمة

X1: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

خلاصة الفصل الثاني :

تعرفنا من خلال هذا الفصل على لمحة عن مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية، وكذا هيكلها التنظيمي، بالإضافة الى أهداف المؤسسة، مبادئها والتزاماتها وأخيرا معرفة أهم العروض والخدمات التي تقدمها مؤسسة موبيليس لعملائها ولقد اعتمدنا في انجاز هذا العمل على طريقة الاستبانة التي وزعناها على موظفي المؤسسة، والتي تحتوي على محورين "تكنولوجيا المعلومات والاتصال" كمحور أول واعتباره المتغير المستقل أما المحور الثاني "جودة الخدمة" واعتباره المتغير التابع حيث تم تفكيكه الى خمسة أبعاد (الملموسية، الاعتمادية، سرعة الاستجابة ومساعدة العميل، الثقة والأمان التعاطف مع العميل)، هدفنا من خلال هذه الدراسة الميدانية هو الإجابة على إشكالية الموضوع: "ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة -دراسة حالة مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية ببرج بوعرييج وسطيف؟"

وبعد استرجاعها قمنا بتفريغها وتحليل بياناتها باستخدام أساليب إحصائية عديدة كالنسب المئوية، المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، اختبار ألفا كرونباخ، معامل الارتباط وأخيرا الانحدار الخطي البسيط ثم قمنا بعرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات، وتوصلنا إلى عدة نتائج أهمها أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية لمحور تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين جودة الخدمة بمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية لولايي برج بوعرييج وسطيف.

الخاتمة

تُعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال عنصراً حاسماً في تحسين جودة الخدمة في مؤسسات الاتصالات مثل مؤسسة موبيليس، وقد أظهرت الأبحاث والدراسات أن استخدام التكنولوجيا المتقدمة في هذا القطاع يمكن أن يحقق فوائد كبيرة وتحسيناً ملحوظاً في جودة الخدمة التي يتم تقديمها للعملاء.

من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يتم تعزيز كفاءة وفعالية عمليات المؤسسة، حيث يتم تحسين سرعة الاتصال وجودته، ويتم تحسين تنظيم العمل وتنسيقه بين الموظفين والإدارة، يساهم استخدام الأنظمة والبرامج المحدثة في تبسيط وتسريع العمليات الداخلية وتحسين استجابة المؤسسة لاحتياجات العملاء وتحقيق رضاهم باختصار إن تبنى التكنولوجيا المتقدمة يساعد المؤسسات بشكل كبير على تحقيق التميز التنافسي وتحقيق النجاح في سوق الاتصالات والخدمات الأخرى.

ومن خلال هذه الدراسة تم الوصول إلى مجموعة من النتائج التي تتعلق بالجانبين النظري والتطبيقي، أهمها ما يلي:

نتائج الجانب النظري

- يعزز استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال كفاءة العمليات ويساهم في زيادة الإنتاجية. من خلال التطبيقات والأنظمة الحديثة، يمكن اتمتة العديد من المهام وتسريع عمليات المعالجة والتواصل، مما يوفر الوقت والجهد للموظفين ويساهم في تحقيق نتائج أفضل في وقت قصير.
- لتكنولوجيا المعلومات والاتصال مكونات أساسية لا غنى عنهم تتمثل في: المكونات المادية، البرمجيات للاتصالات والشبكات، قواعد البيانات والأفراد.
- أن تكنولوجيا المعلومات تجعل ساعات العمل أكثر مرونة وتزيد من تأهيل العاملين من خلال التمكن من المعدات والأجهزة الالكترونية.
- لجودة الخدمة أبعاد رئيسية متفق عليها من قبل الباحثين وتتمثل في: الجوانب الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة ومساعدة العميل، الثقة والأمان والتعاطف مع العميل.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال تساهم في تحسين رضا العملاء من خلال توفير خدمات أكثر سهولة وسرعة ودقة. على سبيل المثال يمكن للعملاء الوصول إلى المعلومات والخدمات عبر الانترنت بشكل مريح، والتواصل من فريق دعم العملاء بسهولة، مما يؤدي إلى تحسين تجربتهم العامة
- يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ان تساهم في زيادة التنافسية للمؤسسات. من خلال تحسين جودة الخدمة وتوفير الابتكارات التقنية، تستطيع المؤسسات تحسين تميزها وتوفير قيمة مضافة للعملاء، مما يعزز مكانتها في السوق ويؤدي إلى نجاح أعلى.

نتائج الجانب التطبيقي:

من خلال التحليل والدراسة التي قمنا بها على مؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية بولاية بيج بوعرييج وسطيف محل الدراسة توصلنا إلى مجموعة من النتائج منها:

- إن أغلبية الموظفين في المؤسسة لديهم إلمام كامل بالمفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- إن المؤسسة تحرص على حل المشكلات للعملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة ويسر.

- إن المؤسسة تولي اهتمامًا بارزًا لتبني واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في عملياتها وتفاعلاتها الداخلية والخارجية. تبدو المؤسسة مجهزة بالأجهزة والحواسيب اللازمة وتوفر الدعم اللازم من قبل الإدارة العليا. ومع ذلك، قد يحتاج بعض الجوانب مثل قواعد البيانات والتطوير المستمر إلى نتائج بعض التحسين.
- يظهر أن المؤسسة تحظى بمستوى مرتفع من رضا العملاء، بشكل عام، وتسعى جاهدة لتحسين جوانب الاعتمادية بتقديم خدمات قليلة الأخطاء.
- إن المؤسسة تسعى جاهدة لتوفير خدمة عالية الجودة للعملاء وتولي اهتمامًا كبيرًا للاستجابة لاحتياجاتهم ومعاملتهم بمهنية واحترام.

نتائج اختبار فرضيات الدراسة:

- الفرضية الأولى:

وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمة.

نتائج الفرضية الثانية:

وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمة.

- نتائج الفرضية الثالثة:

وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة.

- نتائج الفرضية الرابعة:

وجود أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبعد الثقة والأمان (الضمان) - كأحد أبعاد جودة الخدمة.

- نتائج الفرضية الخامسة:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمة.

إذًا، استنتاج هذه الفرضيات يدعم دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة من خلال تأثيرها الإيجابي على الملموسية والاعتمادية وسرعة الاستجابة والثقة والأمان. ومع ذلك، فإنها قد لا تؤثر بشكل مباشر على جانب التعاطف مع العميل. يعني ذلك أن المؤسسات يجب أن تستخدم التكنولوجيا بشكل متوازن مع الجوانب الإنسانية وتواصلها مع العملاء لتحقيق أقصى استفادة منها في تحسين جودة الخدمة.

إن النتائج التي حصلنا عليها توفر فهمًا أعمق لدور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة، وتشير إلى أهمية استخدام التكنولوجيا المناسبة وتنفيذها بطرق فعالة لتحقيق أفضل تجربة للعملاء وتعزيز التنافسية في السوق.

الاقتراحات:

هناك بعض الاقتراحات التي يمكن ان نقدمها في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة لمؤسسة موبيليس للاتصالات الجزائرية لولايي برج بوعريريج وسطيف.

- اقامة برامج تدريبية متطورة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل زيادة مهارات العاملين في تأدية أعمالهم بشكل أكثر دقة.

- ضرورة تقديم مؤسسة موبيليس خدماتها في الوقت المحدد دون تأخير، والحرص على حل مشاكل للعملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة ويسر ودون أي عذر أو ملل أو غرور.
- ضرورة توفير عدد كاف من العمال الذين يقدمون الخدمة للعملاء وأن يكون لديهم الاستعداد الدائم للتعامل معهم مع الاستجابة الفورية لحاجاتهم.
- يجب أن تضع المؤسسة الأمن وحماية المعلومات على رأس أولويتها. ينبغي تطوير سياسات وإجراءات لحماية بيانات العملاء وضمان السرية والسلامة.
- ضرورة إعطاء العميل اهتمام خاص والتحلي بالقدرة على الحديث بأسلوب مهذب معه والرقى في التعامل.
- جعل العملاء يشعرون بالثقة والأمان عند تعاملهم مع المؤسسة من خلال تحلي العاملين بسلوك حسن والشفافية في التعامل.

أفاق الدراسة:

لا شك أنه رغم الجهد المبذول في إتمام هذا البحث، فإن هذا الأخير لا يخلو من النقائص بسبب عدم قدرتنا على تناول كل نواحي الموضوع بالتفصيل، إلا أنه يمكن أن يكون هذا البحث جسرا يربط بين بحوث سبقت فأضاف إليها بعض المستجدات، لإثرائها وبعثها من جديد، وبحوث مقبلة كتمهيد لمواضيع يمكنها أن تكون إشكالية لأبحاث أخرى نذكر منها:

- تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين كفاءة العمليات التجارية.
- تحسين خدمات الرعاية الصحية من خلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- الابتكار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيره على المجتمع والاقتصاد.
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز الاستدامة البيئية والحفاظ على الموارد.

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

أولاً: الكتب

- 1- النجار نبيل جمعه، والنجار فايز، مهارات الحاسوب، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن 2004.
- 2- محمد السعيد خشبة، نظم المعلومات، المفاهيم والتكنولوجيا، دار الإشعاع للطباعة، مصر، 1987.
- 3- فايز جمعه صالح النجار، نظم المعلومات الإدارية "منظور اداري"، دكتوراه الفلسفة في الإدارة، ط2 دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان.
- 4- سعد غالب ياسين، تحليل وتصميم نظم المعلومات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، الأردن، 2000.
- 5- سيد محمد ساداتي، ركائز الإعلام في دعوة إبراهيم عليه السلام، ط2، دار عالم الكتب للطباعة والنشر الرياض المملكة العربية السعودية، 1998.
- 6- محمد فريد الصحن، العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
- 7- إبراهيم إمام، الإعلام والاتصال بالجماهير، ط3، المكتبة الأنجلو المصرية للنشر والتوزيع، القاهرة مصر، 1984.
- 9- عامر إبراهيم قندلجي، نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2007.
- 10- محمود فتوح محمد سعادات، مهارات الاتصال الفعال، ط1، مكتبة الألوكة للنشر والتوزيع، المملكة العربية السعودية، 2016.
- 11- عمادة السنة التحضيرية، مهارات الاتصال، الطبعة الأولى، الجامعة الإلكترونية السعودية، المملكة العربية السعودية، 2012.
- 12- قاسم نايف علوان، "إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 2000.9001"، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 13- على السلمي، إدارة الموارد البشرية والاستراتيجية، ط2، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر 1998.
- 14- محمد عبده حافظ، تسويق الخدمات، المكتب العربي للمعارف، الطبعة الأولى، مصر 2009.
- 15- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط5، دار وائل للنشر، عمان، 2002م.
- 16- محمود عبد الوهاب العزاوي، أنظمة إدارة الجودة والبيئة، ط1، دار وائل للنشر، الاردن، 2002.
- 17- محمد اسماعيل عمر، أساسيات الجودة في الانتاج، دار الكتب العربية للنشر، القاهرة، مصر، 2000.

ثانياً: الرسائل الجامعية

- 1- علي عماري، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الكفاءات -دراسة حالة مطاحن الأوراس-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة المنظمات، جامعة محمد خيضر-بسكرة-، 2018/2017، ص21. علي عماري، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الكفاءات -دراسة حالة مطاحن الأوراس-، أطروحة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة المنظمات، جامعة محمد خيضر-بسكرة-، 2018/2017.
- 2- يزغش كميليا، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التوجهات الاستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة -دراسة حالة المطاحن الكبرى للجنوب-، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، بسكرة، 2009/2008.

- 3- عمار محمد زهير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات (MTN&Syriatel)، رسالة ماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2019/2018.
- 4- هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية - دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيلي-، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم التسيير تخصص تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016-2015.
- 5- سمراء كحلات، تمكين المعرفة في المنظمة الجزائرية، -دراسة ميدانية بمكتبات جامعة باتنة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم المكتبات، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم المكتبات، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2008.
- 6- مراد مرمي، أهمية نظم المعلومات الإدارية كأداة للتحليل البيئي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، دراسة حالة -شركة CHIALI Profiplast - رسالة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم اقتصادية، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2010/2009.
- 7- مصطفى محجوبي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العلاقات الإنسانية داخل التنظيم الإداري، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث LMD في علم اجتماع، تخصص علم اجتماع الإدارة والعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2016/2015، ص38.
- 8- قادة دليلة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين أداء الجماعات المحلية في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل درجة الماجستير في علوم التسيير، فرع تسيير عمومي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011/2010.
- 9- وليد مرتضى نوه، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال ف جودة القرار الإداري، (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر) أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، تخصص أنظمة المعلومات ومراقبة التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2023/2022.
- 10- مزيان عبد القادر، أثر محددات جودة الخدمة على رضا العملاء، دراسة حالة الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، مذكرة تخرج تدرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في التسيير الدولي للمؤسسات، تخصص تسويق دولي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، 2012/2011.
- 11- بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير تخصص، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والتجارية، قسم علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2007/2006.
- 12- مرقاش سميرة، أهمية المزيج التسويقي الخدمي الموسع في تحسين الخدمات التأمينية، دراسة حالة الشركة الوطنية للتأمين SAA، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، 2006-2007.
- 13- تيسير العجارمة "التسويق البنكي"، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2005.

14- هيثم طلعت عيسى، أثر تطبيق إدارة الجودة الشاملة في ترقية الاداء في منظمات قطاع الاعمال، رسالة دكتوراه غير منشورة جامعة شندي السودان، 2016.

ثالثا: المجلات والملتقيات العلمية

- 1- فوزي قدوج، نور الدين نوي، حسين بركاتي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية، دراسة عينة من مكاتب بريد الجزائر في ولاية برج بوعرييج، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، المجلد 07، العدد 01، أبريل 2023.
- 2- دبله عبد العالي، مرابط عياش عزوز، تكنولوجيا المعلومات والكفاءة المهنية للعامل، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد 17، مارس 2016.
- 3- بوقرة سامية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعليم العالي، رؤية مستقبلية، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 05، العدد 02، سبتمبر 2011.
- 4- ساهل امينة، محمد بوسطة، مزايا تكنولوجيا المعلومات واهمية الاستثمار فيها، مجلة فصلية دولية محكمة، مجلد 16، العدد 01، 2022.
- 5- مولود حواس، رايح حمودي، أهمية جودة الخدمات في تحقيق ولاء المستهلك، دراسة حالة خدمات الهاتف النقال للوطنية للاتصالات الجزائر مجلة مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، المجلد 02، العدد 01.
- 6- زيني فريدة، إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتحقيق التميز التنظيمي دراسة ميدانية في شركة السويدي للكابلات، مجلة الاقتصاد الجديد، المجلد 02 العدد، 13، 2015.
- 7- بن ساعد فاطنة، جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون، مجلة الابتكار والتسويق، المجلد 10، العدد 01، 2023.
- 8- عيسى مرازقة، سهام مخلوف، أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل، مجلة الاقتصاد الصناعي، المجلد 07، العدد 12، جوان 2017.
- 9- مراد كواشي، طارق بلحاج، تمكين العاملين وأثره في تحسين جودة الخدمات، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 09، العدد 01، 2015.
- 10- ايوب محمود محمد، أثر جودة الخدمة في تحقيق ولاء الزبون، دراسة تطبيقية على عينة من مشركي شركة إيرث لينك لخدمات الانترنت في محافظة أربيل، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 18، 2020.
- 11- فاطنة بلقرع، تسيير جودة الخدمات، مجلة دفاتر اقتصادية، المجلد 02، العدد 01، 2011.
- 12- بوعمره فتحي، الجودة المدركة للخدمة ورضا الزبون، مجلة الإبداع، المجلد 06، العدد 06، 2016.

المراجع باللغة الأجنبية

- 1- Awad,Elias M , & Chaziri ,Hassan M, knowlege management, pearson prentice-hall, India,2003.
- 2- James A, O' Brine, Management Information system, Managing Information Technology in the Internet worked Enterprise, 1999.
- 3- Venugopl ,Vasanti. and Raghu V.N, Services Marketing, Himalaya Publishing House , Mumba,2009 .

- 4- Tiwari, R., Buse, S., & Herstatt, The relevance of information and communication technologies (ICTs) for multi-national enterprises (MNEs): An empirical analysis of ICT adoption of MNEs in India. R&D Management, 2006.
- 5- Parasuraman, A, Zeithaml, V. A, & Malhotra, E-S-QUAL: a multiple-item scale for assessing electronic service quality. Journal of Service Research, 7(3), A. (2005).
- 6- Alavi, M., & Leidner, D. E. Review: Knowledge management and knowledge management systems: Conceptual foundations and research issues. MIS quarterly, (2001).

المواقع الالكترونية

- 1 <https://bmcebmblog.files.wordpress.com/2017/04/lo1-pdf1.pdf> يوم 03/03/2023، سا 21:00
- 2 <https://www.starshams.com/2021/03/informations.html>، يوم 2023/03/03، سا 21:35
- 3 <https://coreiten.com/article/>: إدارة-الجودة-الشاملة-53 يوم 2023/03/16 سا 22.30
- 4 [الموقع الخاص بالمؤسسة](https://www.mobilis.dz) [/https://www.mobilis.dz](https://www.mobilis.dz)

الملاحق

الملحق رقم (01): استمارة استبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد البشير الإبراهيمي - برج بوعرييج-

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير



قسم علوم التسيير: تخصص إدارة أعمال

استمارة استبيان

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة -دراسة حالة شركة موبيليس للاتصالات الجزائرية - برج بوعرييج وسطيف-

الأستاذ المشرف

د/ عيسات العربي

من اعداد الطالبين

بوصوار فريال

بن حاج شهبيناز

تحية طيبة وبعد:

نسعى من خلال هذه الدراسة، والتي تشكل جزءا من متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال إلى دراسة موضوع: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة دراسة حالة شركة موبيليس.

يرجى التكرم بالإجابة عن فقرات الاستبيان المرفق، وتوخي الدقة، واختيار الإجابة التي تعكس الواقع فعليا، وثقوا أن جهدكم هو الأساس لنجاح هذه الدراسة، ونود أن نوضح لسيادتكم أن ما تقدموه من معلومات وآراء سيكون موضع السرية التامة، وستكون فقط لغايات البحث العلمي، ولن تستخدم لأغراض أخرى.

شاكرين لكم حسن تعاونكم

الجزء الأول: البيانات الشخصية

يتعلق هذا الجزء بالبيانات الشخصية التي تخص أفراد عينة الدراسة؛ فالرجاء وضع إشارة (X) أمام المربع المناسب		المتغيرات	الرقم
	ذكر	الجنس	1
	أنثى		
	أقل من 30	العمر	2
	من 30 سنة - إلى أقل من 40 سنة		
	من 40 سنة - إلى أقل من 50 سنة		
	50 سنة فما فوق		
	تقني سامي	المؤهل العلمي	3
	ليسانس		
	ماجستير		
	مهندس		
	ماجستير		
	دكتوراه		
	أقل من 05 سنوات	عدد سنوات الأقدمية	4
	من 05 سنوات - إلى أقل من 10 سنوات		
	من 10 سنوات - إلى أقل من 15 سنة		
	15 سنة فأكثر		
	مدير	الوظيفة	5
	رئيس مصلحة		
	مشرف		
	مكلف بالزيائن		
	أخرى		

الجزء الثاني: محاور الاستبيان

المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال						
تتعلق عبارات هذا المحور بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، فالرجاء تحديد مدى موافقتك أو عدم موافقتك بوضع إشارة (X) في المكان المناسب.						
الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1	تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال مفهوما واضحا داخل مسستكم					
2	توجد مراقبة ودعم من الإدارة العليا في مؤسستكم للاستفادة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال					
3	يتقبل العاملون في مؤسستكم فكرة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال					
4	تتميز مؤسستكم بتوفر بنية تحتية مهيأة لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال					
5	تعتمد مؤسستكم على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنفيذ مهامها المختلفة					
6	تتوفر الأجهزة والحواسيب بشكل كافي في مؤسستكم					
7	تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال يسهم في بناء هيكل تنظيمي ديناميكي داخليا وخارجيا					
8	تمتلك مؤسستكم قاعدة بيانات مفصلة عن كل من عملائها، منافسها ومورديها					
9	تستخدم مؤسستكم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بصورة متطورة ومواكبة لكل ما هو جديد					
10	تمتلك مؤسستكم قواعد بيانات ملائمة لتقديم خدماتها الكترونيا					
11	يوجد في مؤسستكم موقع الكتروني يسهل الوصول اليه ومعروف من قبل العملاء					
12	تستخدم مؤسستكم برمجيات حديثة متعددة لغرض تنظيم وظائفها					
13	توفر مؤسستكم طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية الاتصال داخليا وخارجيا					
14	تضع مؤسستكم حوافز مادية ومعنوية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مما يرفع من مستوى الرضا الوظيفي					

					تستقطب مؤسستكم أفراد مؤهلين علميا وعمليا وذو اختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال من (مهندسين، مبرمجين و مصممي النظم)	15
					التوسع في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستلزم الرفع من المؤهل العلمي للمورد البشري	16
					تعمل مؤسستكم على سرعة نقل المعلومات بين الأقسام المختلفة والإدارة العامة اعتمادا على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.	17
					تقوم مؤسستكم بتحديث وتطوير الأجهزة والمعدات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات باستمرار	18
					تقوم المؤسسة بدورات تكوينية مستمرة لتدريب اطاراتها على التقنيات المستحدثة والمطورة	19
المحور الثاني: جودة الخدمة						
تتعلق عبارات هذا المحور بجودة الخدمة. فالرجاء تحديد مدى موافقتك أو عدم موافقتك بوضع إشارة (X) في المكان المناسب لهذا المحور.						
الرقم	العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق بشدة	غير موافق بشدة
-1 الملموسية						
1	يتمتع مقدمو الخدمة بالمؤسسة بمظهر لائق					
2	تستخدم مؤسستكم معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة ومناسبة في أداء الخدمة					
3	التصميم الداخلي المؤسسة يوفر جوا مريحا للعمال					
4	التجهيزات والمباني ذات مظهر جميل ومميز					
5	صالات الانتظار في المؤسسة مريح					
6	تهتم المؤسسة بالنظافة والإضاءة والتكييف وتوفير بيئة مادية مناسبة					
-2 الاعتمادية						
1	تقوم المؤسسة بتقديم خدمات خالية من الأخطاء					
2	تؤدي المؤسسة خدماتها في الوقت المحدد دون تأخير					
3	تتسم الشركة بقدرتها على تقديم الخدمة دون انقطاع					
4	تحرص المؤسسة على حل المشكلات للعملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة ويسر					
5	تنجز المؤسسة الخدمات بطريقة صحيحة من المرة الأولى					
6	تلتزم المؤسسة بتقديم الخدمات التي وعدت بها					

3- سرعة الاستجابة ومساعدة العميل						
					يسعى عمال المؤسسة لمساعدة العملاء في حل المشكلات التي تواجههم في تقديم الخدمة دون أي عذر او ملل او غرور	1
					يستجيب عمال المؤسسة لاحتياجات العملاء مهما كانت درجة انشغالهم	2
					تهتم إدارة المؤسسة بشكاوي واستفسارات العملاء	3
					يتوفر عدد كافي من العمال الذين يقدمون الخدمة للعملاء	4
					يتم الاستجابة الفورية لحاجات العملاء في المؤسسة	5
					العاملين بالمؤسسة لديهم الاستعداد الدائم للتعامل مع العملاء	6
4- الثقة والأمان (الضمان)						
					سلوك العاملين اتجاه العملاء تجعلهم يشعرون بالأمان والثقة في المؤسسة	1
					العاملون في المؤسسة لديهم المعرفة والخبرة العالية للإجابة على جميع استفسارات العملاء	2
					يتمتع مقدمو الخدمة بالمصداقية في تقديم الخدمة للعملاء المؤسسة	3
					تولي المؤسسة السرية بالمعلومات الخاصة بالعملاء	4
					سلوك العاملين بال المؤسسة يتسم بالشفافية والوضوح	5
					في حالة حدوث خطأ عند تقديم أحد الخدمات تقوم المؤسسة بالتعويض للعميل (الزبون)	6
5- التعاطف مع العميل						
					المؤسسة تعطي العميل اهتماما شخيصيا	1
					ساعات العمل لدى المؤسسة مناسبة لجميع العملاء	2
					تلتزم المؤسسة والعاملون فيها بتقديم أفضل الخدمات للعملاء	3
					يهتم مقدمو الخدمة بتقديم النصائح والارشادات للعملاء	4
					يتحلى العمال بالقدرة على الحديث بأسلوب مهذب مع العملاء والرقى في التعامل.	5
					يعامل العميل بالمؤسسة معاملة خاصة (كأنه الزبون الوحيد والمهم لديه)	6
					تضع المؤسسة مصلحة العميل في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا	7

المحلق رقم (02): نتائج تحليل خصائص عينة الدراسة

Fréquences

Table de fréquences

Statistiques

		العمر	العلمي المؤهل	الاقدمية	الوظيفة
N	Valide	45	45	45	45
	Manquant	0	0	0	0

الجنس

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1,00	26	57,8	57,8	57,8
	2,00	19	42,2	42,2	100,0
Total		45	100,0	100,0	

العمر

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنة 30 من أقل	4	8,9	8,9	8,9
	30-40	23	51,1	51,1	60,0
	40-50	18	40,0	40,0	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

المؤهل العلمي

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1,00	5	11,1	11,1	11,1
	2,00	31	68,9	68,9	80,0
	3,00	7	15,6	15,6	95,6
	4,00	2	4,4	4,4	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

سنوات الأقدمية

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	سنوات 5 من أقل	4	8,9	8,9	8,9
	5-10	13	28,9	28,9	37,8
	10-15	13	28,9	28,9	66,7
	فاكثر سنة 15	15	33,3	33,3	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

الوظيفة

		Fréquence	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide	1,00	1	2,2	2,2	2,2
	2,00	3	6,7	6,7	8,9
	3,00	8	17,8	17,8	26,7
	4,00	26	57,8	57,8	84,4
	5,00	7	15,6	15,6	100,0
	Total	45	100,0	100,0	

الملحق رقم (03): نتائج تحليل صدق وثبات أداة الدراسة

معامل ألفا كرونباخ للمحور الأول (تكنولوجيا المعلومات والاتصال)

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,857	19

معامل ألفا كرونباخ للمحور الثاني (جودة الخدمة)

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,715	31

معامل ألفا كرونباخ للمحورين معا

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,830	50

الملحق (04): نتائج تحليل اختبار استقلالية المتغيرات باستخدام معامل spearman

1- مصفوفة الارتباط بين المحور الأول لتكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعاد جودة الخدمة للمحور الثاني

Corrélations

		P1	P2_U1	p2u2	p2u3	p2u4	p2u5	
Rho de Spearman	P1	Coefficient de corrélation	1,000	,559**	,525**	,565**	,397**	,396**
		Sig. (bilatéral)	.	,000	,000	,000	,007	,007
		N	45	45	45	45	45	45
P2_U1	P2_U1	Coefficient de corrélation	,559**	1,000	,907**	,742**	,552**	,268
		Sig. (bilatéral)	,000	.	,000	,000	,000	,075
		N	45	45	45	45	45	45
p2u2	p2u2	Coefficient de corrélation	,525**	,907**	1,000	,688**	,539**	,172
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	.	,000	,000	,259
		N	45	45	45	45	45	45
p2u3	p2u3	Coefficient de corrélation	,565**	,742**	,688**	1,000	,466**	,326*
		Sig. (bilatéral)	,000	,000	,000	.	,001	,029
		N	45	45	45	45	45	45
p2u4	p2u4	Coefficient de corrélation	,397**	,552**	,539**	,466**	1,000	,602**
		Sig. (bilatéral)	,007	,000	,000	,001	.	,000
		N	45	45	45	45	45	45
p2u5	p2u5	Coefficient de corrélation	,396**	,268	,172	,326*	,602**	1,000
		Sig. (bilatéral)	,007	,075	,259	,029	,000	.
		N	45	45	45	45	45	45

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

*. La corrélation est significative au niveau 0.05 (bilatéral).

2- مصفوفة الارتباط بين المحورين معا تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين جودة الخدمة.

Corrélations

		P1	P2	
Rho de Spearman	P1	Coefficient de corrélation	1,000	,587**
		Sig. (bilatéral)	.	,000
		N	45	45
P2	P2	Coefficient de corrélation	,587**	1,000
		Sig. (bilatéral)	,000	.

N	45	45
---	----	----

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

الملحق رقم (05): نتائج تحليل وتفسير عبارات الدراسة (المتوسط الحسابي والانحراف المعياري)

2- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة المتعلقة بالمحور الثاني للبعد الأول (الملموسة)

Statistiques

		الخدمة مقدمو يتمتع لائق بمظهر بالمؤسسة	معدات مؤسستكم تستخدم تكنولوجيا وأجهزة أداء في مناسبة حديثة الخدمة	الداخلي التصميم جوا يوفر للمؤسسة للعمال مريحا	ذات والمباني التجهيزات ومميز جميل مظهر	في الانتظار صالات مريح المؤسسة	بالنظافة المؤسسة تهتم والتكييف والإضاءة مناسبة مادية بيئة وتوفير
N	Valide	45	45	45	45	45	45
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,3111	3,8667	3,5111	3,6889	3,9556	3,8889
Ecart type		,66818	,72614	,94441	,87444	,70568	,71421
Variance		,446	,527	,892	,765	,498	,510

3- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة المتعلقة بالمحور الثاني للبعد الثاني (الاعتمادية)

Statistiques

		بتقديم المؤسسة تقوم من خالية خدمات الأخطاء	خدماتها المؤسسة تؤدي دون المحدد الوقت في تأخير	بقدرتها الشركة تتسم دون الخدمة تقديم على انقطاع	على المؤسسة تحرص للعملاء المشكلات حل المقدمة الخدمات حول ويسر بسهولة لهم	الخدمات المؤسسة تنجز من صحيحة بطريقة الأولى المرة	بتقديم المؤسسة تلتزم بها وعدت التي الخدمات
N	Valide	45	45	45	45	45	45
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,4889	3,6444	3,6889	3,5778	3,6222	3,8000
Ecart type		,96818	,82999	,94922	1,09729	,93636	,69413
Variance		,937	,689	,901	1,204	,877	,482

4- الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة المتعلقة بالمحور الثاني للبعد الثالث (سرعة

الاستجابة ومساعدة العميل)

Statistiques

		المؤسسة عمال يسعى حل في العملاء لمساعدة تواجههم التي المشكلات أي دون الخدمة تقديم في غرور او ملل او عذر	المؤسسة عمال يستجيب مهما العملاء لاحتياجات انشغالاتهم درجة كانت	المؤسسة إدارة تهتم واستفسارات بشكاوي العملاء	من كافي عدد يتوفر يقدمون الذين العمال للعلاء الخدمة	الفورية الاستجابة يتم في العملاء لحاجات المؤسسة	لديهم بالمؤسسة العاملين للتعامل الدائم الاستعداد العملاء مع
N	Valide	45	45	45	45	45	45
	Manquant	0	0	0	0	0	0
Moyenne		4,0667	4,0222	3,9556	3,6889	3,9111	4,2000
Ecart type		,91453	,58344	,70568	1,01852	,73306	,72614
Variance		,836	,340	,498	1,037	,537	,527

5-الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة المتعلقة بالمحور الثاني للبعد الرابع (الثقة والأمان)

Statistiques

		المؤسسة في العاملون والخبرة المعرفة لديهم على للإجابة العالية استفسارات جميع العملاء	الخدمة مقدمو يتمتع تقديم في بالمصادقية للعلاء الخدمة بالمؤسسة	السرية المؤسسة تولى الخاصة بالمعلومات بالعملاء	بالمؤسسة العاملين سلوك والوضوح بالشفافية يتسم	عند خطأ حدوث حالة في تقوم الخدمات أحد تقديم بالتعويض المؤسسة (الزبون) للعميل
N	Valide	45	45	45	45	45
	Manquant	0	0	0	0	0
Moyenne		4,1111	4,1556	4,1111	4,3556	4,2000
Ecart type		,64745	,73718	,71421	,64511	,72614
Variance		,419	,543	,510	,416	,527

6-الوسط الحسابي والانحراف المعياري لإجابات أفراد عينة الدراسة المتعلقة بالمحور الثاني للبعد الخامس (التعاطف

مع العميل)

Statistiques

		العمل ساعات لجميع مناسبة المؤسسة العملاء	والعاملون المؤسسة تلتزم أفضل بتقديم فيها للعلاء الخدمات	بتقديم الخدمة مقدمو يهتم والارشادات النصائح للعلاء	على بالقدرة العمال يتحلى مهذب بأسلوب الحديث في والرقي العملاء مع التعامل	العميل يعامل معاملة بالمؤسسة الزبون كأنه) خاصة (لديه والمهم الوحيد	مميل مصلحة المؤسسة تضع لإدارة اهتمامات مقدمة في العليا
Valide		45	45	45	45	45	45
Manquant		0	0	0	0	0	0
Moyenne		3,8000	3,9778	5,2000	4,1556	4,2000	4,0444
Ecart type		,99087	,91674	7,64139	,63802	,81464	,82450
Variance		,982	,840	58,391	,407	,664	,680

الملحق رقم (06): تحليل نتائج التباين للانحدار الخطي البسيط

1-نتائج تباين الانحدار الخطي البسيط بين المحور الأول تكنولوجيا المعلومات والاتصال والبعد الأول (الملموسية) للمحور الثاني جودة الخدمة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,645 ^a	,416	,403	,45871

a. Prédicteurs : (Constante), P1

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	6,456	1	6,456	30,684	,000 ^b
	de Student	9,048	43	,210		
	Total	15,504	44			

a. Variable dépendante : P2_U1

b. Prédicteurs : (Constante), P1

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	,130	,657		,199	,843
	P1	,936	,169	,645	5,539	,000

a. Variable dépendante : P2_U1

2-نتائج تباين الانحدار الخطي البسيط بين المحور الأول تكنولوجيا المعلومات والاتصال والبعد الثاني (الاعتمادية) للمحور الثاني جودة الخدمة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,582 ^a	,339	,323	,59707

a. Prédicteurs : (Constante), P1

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	7,854	1	7,854	22,030	,000 ^b
	de Student	15,329	43	,356		
	Total	23,183	44			

a. Variable dépendante : p2u2

b. Prédicteurs : (Constante), P1

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	-,352	,855		-,412	,682
	P1	1,032	,220	,582	4,694	,000

a. Variable dépendante : p2u2

3-نتائج تبين الانحدار الخطي البسيط بين المحور الأول تكنولوجيا المعلومات والاتصال والبعد الثالث (سرعة الاستجابة ومساعدة العميل) للمحور الثاني جودة الخدمة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,678 ^a	,460	,448	,39695

a. Prédicteurs : (Constante), P1

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,778	1	5,778	36,668	,000 ^b
	de Student	6,775	43	,158		
	Total	12,553	44			

a. Variable dépendante : p2u3

b. Prédicteurs : (Constante), P1

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		

1	(Constante)	,552	,568		,972	,337
	P1	,885	,146	,678	6,055	,000

a. Variable dépendante : p2u3

4-نتائج تباين الانحدار الخطي البسيط بين المحور الأول تكنولوجيا المعلومات والاتصال والبعد الرابع (الثقة والأمان) للمحور الثاني جودة الخدمة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,593 ^a	,351	,336	,41995

a. Prédicteurs : (Constante), P1

ANOVA^a

Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,106	1	4,106	23,281	,000 ^b
	de Student	7,583	43	,176		
	Total	11,689	44			

a. Variable dépendante : p2u4

b. Prédicteurs : (Constante), P1

Coefficients^a

Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,160	,601		1,930	,060
	P1	,746	,155	,593	4,825	,000

a. Variable dépendante : p2u4

5-نتائج تباين الانحدار الخطي البسيط بين المحور الأول تكنولوجيا المعلومات والاتصال والبعد الخامس (التعاطف مع العميل) للمحور الثاني جودة الخدمة:

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,235 ^a	,055	,033	1,31920

a. Prédicteurs : (Constante), P1

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	4,377	1	4,377	2,515	,120 ^b
	de Student	74,832	43	1,740		
	Total	79,209	44			

a. Variable dépendante : p2u5

b. Prédicteurs : (Constante), P1

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,234	1,888		,654	,517
	P1	,770	,486	,235	1,586	,120

a. Variable dépendante : p2u5

6-نتائج تبين الانحدار الخطي البسيط بين المحور الأول (تكنولوجيا المعلومات والاتصال) والمحور الثاني (جودة الخدمة):

Récapitulatif des modèles				
Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,668 ^a	,447	,434	,39256

a. Prédicteurs : (Constante), P1

ANOVA ^a						
Modèle		Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1	Régression	5,354	1	5,354	34,740	,000 ^b
	de Student	6,626	43	,154		
	Total	11,980	44			

a. Variable dépendante : P2

b. Prédicteurs : (Constante), P1

Coefficients ^a						
Modèle		Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
		B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	1,234	1,888		,654	,517
	P1	,770	,486	,235	1,586	,120

	B	Erreur standard	Bêta			
1	(Constante)	,659	,562	1,173	,247	
	P1	,852	,145	,668	5,894	,000

a. Variable dépendante : P2