



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الانسانية



مذكرة تخرج بعنوان:

أثر تطبيق الإدارة الالكترونية على جودة الخدمات بمؤسسة
اتصالات الجزائر

دراسة وصفية تحليلية: على عينة من زبائن المؤسسة
- ولاية تيزي وزو -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال تنظيمي

إشراف الاستاذة:
أ. أمينة شلابي

إعداد الطالبين:
نبيل أوهاب
لونس سعدي

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	مولود معمري - تيزي وزو	أ. إرشن عبد الغاني
مشرفا	مولود معمري - تيزي وزو	أ. شلابي أمينة
مناقشا	مولود معمري - تيزي وزو	أ. حمون كريم

السنة الجامعية: 2022/2021



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم العلوم الانسانية



مذكرة تخرج بعنوان:

أثر تطبيق الإدارة الالكترونية على جودة الخدمات بمؤسسة
اتصالات الجزائر

دراسة وصفية تحليلية: على عينة من زبائن المؤسسة
- ولاية تيزي وزو -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال
تخصص: اتصال تنظيمي

إشراف الاستاذة:
أ. أمينة شلابي

إعداد الطالبين:
نبيل أوهاب
لونس سعدي

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	مولود معمري - تيزي وزو	أ. إرشن عبد الغاني
مشرفا	مولود معمري - تيزي وزو	أ. شلابي أمينة
مناقشا	مولود معمري - تيزي وزو	أ. حمون كريم

السنة الجامعية: 2022/2021



شكر وتقدير

بداية الشكر والحمد لله الذي انار لنا درب العلم والمعرفة

فإليه ينسب الفضل كله في اتمام هذا العمل المتواضع

ووفقتنا في إنجازه.

أتوجه بجزيل الشكر والتقدير لأستاذة المشرفة شلابي أمينة على ما

تفضلت به من إشرافه وتوجيه والتي لم تبخل علينا من توجيهات

ونصائح قيمة فكانت عوناً لنا في اتمام هذا العمل.

والشكر الجزيل والعرفان لكل أساتذة علوم الاعلام والاتصال

بجامعة مولود معمري "تامدة"

ونتكرم بالشكر لكافة أساتذة أعضاء المناقشة على تكريمهم

بقبول مناقشة مذكرتنا

ولا يفوتنا ان نشكر كل العاملين بالجامعة وجميع الطلبة الذين رفقتناهم

خلال فترة مشوارنا الجامعي.



أهداء

أهدي خالص امتناني وشكري ثمرة هذا البحث المتواضع الى
والدتي العزيزة اطال الله في عمرها.

الى أخواتي السند الأمين: ريمة، كهيضة، وازواجهن
الى مصدر البهجة أبناء أخواتي: لينا، ريان، كاميليا، امين
الى جميع أصدقائي الذين ساهموا بمساعدتي وتشجيعي:
عزيز، قاسي، محمد، فؤاد، مقران

الى جميع الزملاء دفعة ماستر 2 "2022/2021" فرع
العلم واتصال واخص بالذكر طلبة تخصص "اتصال تنظيمي"
وأخيرا أشكر كل من ساهم وقدم لنا النصح والإرشاد لإتمام هذا
العمل ومد لنا يد العون من قريب أو من بعيد.

شكرا جميعا.



نويل



اهداء

أهدي خالص امتناني وشكري ثمرة هذا البحث

المتواضع الى ابي وامي

اطال الله في عمرهما النور الذي اضاء حياتي

والى اخي وأفراد عائلتي خصوصا

والى كل من ساهم على مساعدتنا في إنجاز هذا

البحث ولو بكلمة تشجيع

والى ورثة الانبياء اساتذتي بكلية العلوم الانسانية

والاجتماعية.

شكرا جميعا.



لونس

ملخص الدراسة:

تناولت دراستنا موضوع الادارة الالكترونية واثر تطبيقها على جودة الخدمة العمومية والتي تهدف الى معرفة كيف ساهمت هذه الادارة الحديثة الى تحقيق الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمة للمتعاملين بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية تيزي وزو، وكذا التعرف على دورها في تحقيق اهم ابعاد جودة الخدمات، وفيما يتعلق بالجانب الميداني فقد تضمن الاجراءات المنهجية للدراسة الذي اعتمدنا فيه على المنهج المسحي، واعتمدنا على اداة الاستبيان كأداة هامة، والمقابلة والملاحظة كأدوات مدعمة لتجميع البيانات، وقد تم التوزيع على عينة قدرت ب 83 استمارة مأخوذة من المجتمع الكلي من المتعاملين مع المؤسسة، اعتمادا على العينة القصدية بأسلوب الاختيار العشوائي، وقد تم تفرغ وتحليل البيانات باستخدام كل من الاسلوب الكمي والكيفي في عملية التحليل وثم تطرقنا الى مناقشة النتائج في ضوء الاشكالية والتساؤلات التي طرحناها وصولا الى النتيجة العامة.

وخلصت دراستنا الى النتائج التالية:

-تطبيق الادارة الالكترونية في المؤسسة لازال في مراحله الاولى الا انها في المستوى الجيد والمطلوب كمرحلة اولية من التطبيق.

-ساهم تطبيق الادارة الالكترونية على العموم في تحقيق ابعاد جودة من الخدمة.

-الخدمات الالكترونية التي وفرتها المؤسسة ليست في المستوى المطلوب لصعوبة استخداماتها.

-المتعاملين مع مؤسسة اتصالات الجزائر راضيين على العموم بالخدمات التي توفرها المؤسسة بشكل عام.

الكلمات المفتاحية: الادارة الالكترونية، الخدمة العمومية، جودة الخدمة العمومية، الكفاءة والفعالية.

Study summary:

Our study dealt with the issue of electronic management and the impact of its application on the quality of public service, which aims to find out how this modern administration contributed to achieving efficiency and effectiveness in providing services to the dealers in the Algerian Telecommunications Establishment branch in the state of Tizi Ouzou, as well as to recognize its role in achieving the most important dimensions of the quality of services. As for the field, it included the methodological procedures for the study, in which we relied on the survey method, and we relied on the questionnaire tool as an important tool, and the interview and observation as supported tools for collecting data. It was distributed on a sample of 83 forms taken from the whole society of the dealers with the institution, based on the intentional sampling of the random selection method. The data were emptied and analyzed using both the quantitative and qualitative method in the analysis process of analysis, and then in the light of the general results, which were discussed in the light of the general conclusions and questions that were raised.

Our study concluded:

- The implementation of electronic administration in the institution is still in its early stages, but it is at the good level and is required as an initial stage of application.
- The application of electronic management in general has contributed to the achievement of quality dimensions of service.
- The electronic services provided by the Foundation are not at the required level because of the difficulty of using them.
- The Algerian Telecommunications Establishment's clients are generally satisfied with the services provided by the Organization in general.

Keywords: Electronic Administration, Public Service, Public Service Quality, Efficiency and Effectiveness.

مقدمة

مقدمة:

لقد عرف العالم منذ العقود الماضية خاصة في الألفية الثالثة ثورة هائلة في جل المجالات العلمية والتكنولوجية، التي أحدثت تغيير كبير في الحياة اليومية للإنسان و قد أصبحت من الركائز الجوهرية والمعمول عليها في إحداث التنمية الاقتصادية والاجتماعية وهذا ما انعكس على الإدارة العمومية والتي تعتبر الآلية والركيزة الأساسية التي تحرك عجلة التنمية في الدولة والتي تخدم المواطنين، بذلك تم إدراج الإدارة الالكترونية أو البرمجة المعلوماتية داخل نسق عمل الإدارة حفاظا على القديم ومواكبة الجديد أي التأثير الإيجابي في تسهيل عمليات الإدارة وتبسيط إجراءاتها، خدماتها، نشاطاتها والتقليل من استخدام الورق، ففي مقدمة كل هذه التغييرات يأتي تطبيق الإدارة الالكترونية والتي تتمثل في أحدث تنظيم إداري معروف في مختلف الإدارات في الوقت الراهن.

تعتمد الإدارة الالكترونية على الإمكانيات المتميزة للشبكة العنكبوتية وخاصة القدرات الجوهرية للمؤسسة لتحقيق أهدافها فهذه الأخيرة تمثل نوعا من الاستجابة القوية لتحديات القرن، أخذت تشتغل حيزا واسعا من العمليات الإدارية لما تقدمه من خدمات مختلفة اتجاه الزبائن والموظفين فيها، بغية تقديم خدمات بسرعة كبيرة وكذا تكلفة أقل إذ تعتبر الإدارة الإلكترونية من ثمار منجزات التقنية في العصر الحديث، كما أن للجزائر تجربة في هذا المجال من خلال إدخال هذه التقنية في العديد من القطاعات رغم أنه ليس هنالك تطبيق كلي لهذه الأخيرة وأهمها تبني مشروع الحكومة الالكترونية لسنة 2013 ومن خلاله سعت الى تطبيق الإدارة الالكترونية وتحسين الخدمات العمومية المقدمة للمواطنين وخاصة من اجل مسايرة مبدأ التطور الذي خاضت فيه معظم الدول في الوقت الحالي وإضافة الى ذلك التحول نحو الإدارة الالكترونية يمثل توجهها عالميا يشجع على تبني نظم الخدمات الالكترونية، ورغم العراقيل التي واجهت تطبيق هذه الإدارة والذي يعتبر نقطة تحول كبيرة في مجال تطوير الخدمات العمومية،

ورغم الكثير من العراقيل التي أدت إلى عدم التبني الفعلي للإدارة الالكترونية لكن الكثير من المؤسسات من بينها اتصالات الجزائر تطرقت الى إلغاء التعامل التقليدي والتوجه نحو رقمنة الادارة وادراجها في الخدمة العمومية والسعي لتحقيق رغبات المتعاملين بهدف تحقيق خدمات ذات جودة.

فيما يتعلق بجانب دراستنا فقد تطرقنا في الإطار المنهجي بطرح إشكالية البحث وكذا أسباب اختيار الموضوع وأهداف وأهمية الدراسة وكذلك تحديد المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالدراسة، وحددنا مجتمع البحث والعينة التي سيتم عليها الدراسة، وتبيان أهم أدوات الدراسة التي اعتمدنا عليها والمتمثلة في: الاستبيان، الملاحظة والمقابلة كأداة مدعمة، وفي الأخير تطرقنا إلى أهم الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها، أما بالنسبة للإطار النظري فقد قسمناه الى فصلين: الفصل الأول "المدخل النظري للإدارة الالكترونية" مقسم الى ثلاث مباحث: الأول يتمثل في مدخل للإدارة الالكترونية، المبحث الثاني: المتمثل في أساسيات الإدارة الالكترونية، والمبحث الثالث والمتمثل في منهجية تطبيق الإدارة الالكترونية، أما في الفصل الثاني تطرقنا حول عصرنة الخدمة العمومية في ظل تطبيق الإدارة الالكترونية، بحيث قسمناه الى ثلاث مباحث: الأول تحت مسمى ماهية الخدمة العمومية، والمبحث الثاني عصرنة الخدمة العمومية وأما المبحث الثالث تحت مسمى الادارة الالكترونية كآلية لتحسين جودة الخدمة العمومية، أما الجانب التطبيقي لدراستنا فقد أجرينا دراستنا على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر فرع تيزي وزو، ومن خلال هذا الفصل قسمناه الى ثلاث مباحث: الأول تحت عنوان نبذة شاملة عن مؤسسة اتصالات الجزائر، والمبحث ثاني: تحت عنوان عرض نتائج الدراسة وتحليلها وأما المبحث الثالث بعنوان عرض النتائج الجزئية والعامّة للدراسة، وتليها الخاتمة، وعرضنا لبعض التوصيات والاقتراحات والتي استخلصناها بعد توصلنا لنتائج الدراسة.

الإطار المنهجي

لِلدِّرَاسَةِ

1. إشكالية الدراسة:

تعتبر الإدارة نشاط انساني يرتبط بالعمل الجماعي تسعى فيه الى تحقيق اهداف معينة للوصول الى النتائج المرجوة والمسطرة من قبل المؤسسة، وذلك عن طريق استغلال الموارد المتاحة والعمل على تنمية موارد جديدة، فالإدارة يمكن وصفها على انها عملية تنظيمية تعتمد على التخطيط والتنسيق التي تطبق على الموارد الاقتصادية والبشرية وهذا للوصول الى أفضل النتائج.

لقد عرفت الإدارة في بداياتها او كما تسمى بالإدارة التقليدية أنها علم وفن تظهر فيها سيطرة مجموعة من العاملين في المنظمة على اعمال العاملين الاخرين، والتي يتم فيها الاعتماد على الوسائل التقليدية كالاتصالات المباشرة والمراسلات الورقية والامكانيات البشرية والمادية لتحقيق اهدافها ونجد فيها نوعا من الخلط بين الحياة الاجتماعية وبالحيات العملية، هذا ما يعني ان الجودة تكون اقل ومن هنا ظهرت نقطة التحول نحو الادارات الحديثة الالكترونية.

وفقا لطبيعة الحال فإنه على الانظمة الادارية ان تتقادي الادارة الحديثة سلبيات الادارة التقليدية، فالإدارة الالكترونية ظهرت بشكل بسيط مع بداية منتصف القرن العشرين الميلادي بعد ادخال الالة في العمل الاداري، وتعززت في السبعينات والثمانينات بعدما تم توظيف الحاسب الالي لخدمة العمليات الادارية، ففي ظل التطور الهائل في التقنيات التي تواجه العمل الاداري اصبح من الضروري للمؤسسات ان تتدمج وتتأقلم مع هذا التطور وكل هذا من اجل التحسين، سواء من حيث تحسين الفعالية والاداء وضمان جودة اساليب العمل والخدمات المقدمة للمتعاملين مع المؤسسة.

فالتحول نحو الادارة الالكترونية افرز مجموعة من التغييرات على قطاع الخدمات العمومية بحيث أصبح يقدم الوضوح والدقة في تقديم الخدمات وبالتالي أصبح يمثل ثورة تحول مفاهيمي ونقلة نوعية في نموذج الخدمة العمومية والتشجيع نحو تبني نظام الخدمات الالكترونية، لكن يبقى مدى تأثير الادارة الالكترونية على المؤسسة مرتبط

بمدى تبني وتطبيق الإدارة الالكترونية بشكل فعلي في المؤسسة.
سعت المؤسسات الخدمائية في الجزائر الى احداث تغيير جذري في نظمها الخدمائية على غرارها مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية تيزي وزو التي بدورها تبنت نظام خدماتي الكتروني، فعملت على تعزيز الدفع الالكتروني وتعديل خدماتها المتعلقة بإنشاء واستضافة المواقع الالكترونية، ومن خلال ما لاحظناه في المؤسسة انها لازالت تسعى ان تكون الرائدة في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في سوق اتصالات الجزائر من جهة، ووضعها لاسراتيجية منتهجة لتحسين نوعية الخدمة وعصرنتها، فهذه الاستراتيجية تركز اساسا على احتياجات الزبون، فرغم مجهودات المؤسسة في السعي نحو تطوير نظامها الخدماتي تبقى دائما هنالك بعض الاختلالات والنقائص التي تسع دائما لمعالجتها وتحقيق درجة من الرضا لمتعاملها، وهذا مرهون بالرفع من المستوى الخدماتي للمؤسسة وذلك من خلال مدى تطبيقاتها للإدارة الالكترونية.

من هذا المنطلق نطرح التساؤل التالي:

كيف ساهمت الادارة الالكترونية بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية تيزي وزو في تحقيق كفاءة وفعالية الخدمة المقدمة لمتعاملها؟

ويندرج تحت هذا السؤال الرئيسي، أسئلة فرعية تسمح بالوصول إلى نتائج تخدم دراستنا وهي:

- ✓ ما مدى تطبيق مؤسسة اتصالات الجزائر للإدارة الالكترونية من منظور الزبائن؟
- ✓ هل سعت مؤسسة اتصالات الجزائر على تحقيق ابعاد جودة الخدمة في ظل تطبيقها للإدارة الالكترونية؟
- ✓ كيف يقيم متعاملون مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها؟
- ✓ ما مستوى رضا المتعاملين مع مؤسسة اتصالات الجزائر عن الخدمات المقدمة من حيث الكفاءة والفاعلية؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

إن موضوع أثر تطبيق الإدارة الإلكترونية على جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة يعتبر من المواضيع الحديثة والجد مهمة والتي تستدعي البحث والتدقيق العلمي، فإن اختيار هذا الموضوع جاء نتيجة تضافر جملة من المبررات نذكرها:

أ. أسباب ذاتية:

- الاهتمام الشخصي بموضوع الدراسة.
- التعرف على مدى قدرة التحكم في المعلومات والتعامل معها منهجيا وذلك من خلال تطبيق المعارف النظرية المكتسبة المرتبطة بمنهجية البحث العلمي.
- إكساب معارف جديدة حول موضوع الدراسة وإثراء الرصيد المعرفي.
- يعتبر موضوع مهم للدراسة ميدانيا كونه متعلق بالخدمة التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر للمواطنين، باعتبارها من الخدمات الضرورية والأكثر استهلاكاً من قبل المواطنين، وهذا ما يستدعي فعليا دراسة هذا الموضوع من منظور المتعاملين مع المؤسسة.

ب. أسباب موضوعية:

- معالجة موضوع الإدارة الإلكترونية والذي يعتبر من بين المواضيع المهمة وإمكانية دراسته ميدانيا.
- موضوع الإدارة الإلكترونية من بين المواضيع الحديثة والذي يطرأ عليه التجديد كونه يتماشى مع مختلف التغييرات والتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- محاولة معرفة أثر تطبيق الإدارة الإلكترونية على جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة المراد دراستها.

3. أهداف الدراسة:

يمثل الهدف الرئيسي للدراسة في التوصل إلى نتيجة ما بشكل ايجابي ومنطقي بشأن إشكالية الموضوع وتساؤلات دراستنا، ومن الهدف الرئيسي ينبثق منه أهداف فرعية المتمثلة في:

- معرفة واقع الادارة الالكترونية في اتصالات الجزائر بتيزي وزو، ومدى توصلها إلى الجودة اللازمة لإرضاء متعاملها.

- معرفة مدى تحقيق وتطبيق الإدارة الالكترونية من طرف اتصالات الجزائر من منظور الزبائن.

- مدى سعي مؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق الركيزة الأساسية المتمثلة في جودة الخدمة خلال تطبيقها للإدارة الحديثة وبالتالي تحقيق الكفاءة والفعالية.

- معرفة مدى رضا الزبائن والمتعاملين لمؤسسة اتصالات الجزائر عن الخدمات المقدمة.

- التعرف على مدى اعتماد الزبائن على الخدمات الالكترونية التي توفرها المؤسسة.

4. أهمية الدراسة:

إن موضوع دراستنا والذي يشمل على أثر الادارة الالكترونية على تحسين جودة الخدمة العمومية والرفع من الكفاءة والفعالية، له أهمية عملية بالغة كون هذا التحول هو أساس تحسين جودة الخدمات العمومية وخاصة في اعتماد المؤسسة على الخدمات الالكترونية وإدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المجال الخدماتي، فهي آلية جديدة بالنسبة لزبائن المؤسسة وهذا ما يستدعي محاولة معرفة مدى اعتمادهم على هذه الخدمات، وبالتالي الأهمية في هذا الدراسة تكمن في حدائته، ومحاولة فهم وتبيان موضوع الادارة الالكترونية وعلاقتها بالخدمة العمومية وتأثيرها عليها، ولهذا

الموضوع أهمية علمية تكمل فيما سيقدمه بحثنا هذا من استنتاجات وإضافات وبيانات حديثة والتي سنجمعها حول مشكلة دراستنا، والحصول على معلومات لم يتم التطرق عليها سابقاً، بحكم حداثة موضوع اسهام الإدارة الالكترونية في تحقيق كفاءة وفعالية الخدمة المقدمة في مؤسسة اتصالات الجزائر والذي لم يدرس بشكل معمق، فإن النتائج التي سنتوصل إليها من خلال دراستنا ستصبح مبرهنات وذات اعتماد على المجال العام.

5. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

أ. الإدارة الالكترونية:

اصطلاحاً:

هي عملية جمع نشاط من خلال تقنيات الكترونية ومعلوماتية من اجل تبسيط عمل الإدارة بالاعتماد على تقنيات حديثة تهدف إلى تسهيل وتسيير أهدافها بطريقة أكثر كفاءة وشفافية تكون نسبة الخطأ اقل مما هو عليه في العمل التقليدي للإدارة.¹

التعريف الإجرائي:

هي تلك نقطة التحول لإدارة مؤسسة اتصالات الجزائر بتيزي وزو من المرحلة التقليدية إلى المرحلة الحديثة، حيث تساهم هذا النوع من الإدارة في هذه المؤسسة للانتقال من العمل التقليدي الى العمل التقني الالكتروني بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ب. الفعالية:

اصطلاحاً:

¹ - فراس عادل تركي محمد، تأثير نظم المعلومات الإدارية في معالجة حالات الفساد، بحث دبلوم عالي، كلية الحقوق، جامعة الموصل، 2019، ص 45.

عرفها (Mohnet & Steen) بأنها "الإنتاجية المرتفعة والمرونة وقدرة المؤسسة

على التكيف مع البيئة بالإضافة الى القدرة على الاستقرار والابتكار".¹

التعريف الاجرائي:

مصطلح الفعالية يتعلق بمدى بلوغ النتائج المحققة والنتائج المتوقعة لمؤسسة اتصالات الجزائر بتيزي وزو، ومرتبطة أيضا بدرجة تحقيق اهدافها في تأدية مهامها الإدارية والخدماتية.

ت. الكفاءة:

اصطلاحا: يختلف مفهوم الكفاءة باختلاف المجال، حيث تعني الكفاءة الإنتاجية وتحقيق أكبر قدر من النتائج والعوائد الإنتاجية من خلال اقل التكاليف والجهود المبذولة.²

إجرائيا: هي قدرة مؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق أكبر قدر ممكن من الأهداف الذي تسعى إليها، وذلك من خلال الإمكانيات والموارد البشرية المتاحة فيها.

ث. الخدمة:

اصطلاحا: عرفتها الجمعية الأمريكية للتسويق أنها "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة".³

التعريف الإجرائي:

¹-علي عبد الله، أثر البيئة التسويقية على أداء المؤسسات العمومية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001، ص 07.

²-(بتصرف)، بن جدو محمد الأمين، دور إدارة الكفاءات في تحقيق استراتيجية التميز، الجزائر، جامعة سطيف1، 2013، ص ص 2، 4.

³-هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، ط 03، عمان، 2005، ص 18.

هي جميع العمليات والنشاطات التجارية التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر بتمييزي وزو للمتعاملين والتي تسعى لتحقيق رضهم وقبولهم بتلك الخدمة.

ج. الخدمة العمومية:

اصطلاحا:

يقصد بها الرابطة التي تجمع بين الادارة العامة والحكومية والمواطنين وذلك لتلبية وإشباع الحاجات الضرورية للأفراد من طرف الوحدات الإدارية والمنظمات العامة.¹

التعريف الاجرائي:

هي مجموعة من الأنشطة التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بتمييزي وزو باعتبارها مؤسسة عمومية، والتي تهدف لتلبية وتوفير الحاجات الأساسية للمواطنين كالمعاملات.

ح. الجودة:

اصطلاحا:

تعني إنتاج المؤسسة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عالي من الجودة المتميزة تكون قدرة بالوفاء باحتياجات ورغبات زبائنها بالشكل الذي يتفق مع رغباتهم.²

إجرائيا:

هي مجموعة من القواعد لإنتاج منتج أو خدمة تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر لزبائنها لنيل رضاهم بالخدمة.

¹-عشور عبد الكريم، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الامريكية والجزائر، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010/2009، ص 40.

²-عمر وصفي عقيلي، المنهجية الكاملة للإدارة والجودة الشاملة، دار وائل للنشر، عمان، ط1، 2001، ص

خ. جودة الخدمة:

اصطلاحا:

عرفها خضير كاظم حمود على أنها: "تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين".¹

التعريف الاجرائي:

هي الصفات والخصائص الاجمالية للخدمة التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر بتيزي وزو لمتعاملها، ومدى تلائم تلك الخدمة المقدمة بالفعل، وبذلك تكون المؤسسة قادرة على تحقيق رضا الزبون من جهة وإمكانية دخولها للمرحلة التنافسية بين المؤسسات من جهة اخرى.

د. الخدمة الالكترونية:

اصطلاحا:

تعرف الخدمات الالكترونية أفعال وجهود وأداء المؤسسة يُنقل باستخدام تكنولوجيا المعلومات وتشمل على خدمات البيع وخدمة العملاء وخدمات التوصيل.²

التعريف الاجرائي:

هي الخدمات الرقمية المقدمة من قبل مؤسسة اتصالات الجزائر لزيائنها التي تعتمد على شبكة الانترنت عن طريق وسائل تكنولوجيا المعلومات لتسهيل الخدمات وتحويلها

¹-خضير كاظم حمود، إدارة الجودة الشاملة، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، ط 01، 2000، ص 336.

²-علي محمد العضالية، نهي خالد المحارب، أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا الطلاب جامعة الأميرة نوره بالمملكة العربية السعودية، المجلة الأردنية في إدارة الاعمال، المجلد 13، العدد 03، الأردن، 2017، ص 310.

من خدمات تقليدية إلى خدمات إلكترونية.

6. منهج الدراسة وأدواته:

أ. نوع الدراسة:

تتدرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، فتعرف على انها: "دراسة مشكلات أو ظواهر علمية وتحليلها وتفسيرها عبر المعلومات التي تم جمعها، وبعدها وصف المشكلة بالكامل بناءً على المعلومات التي توفرت عند الباحث."¹

ب. منهج الدراسة:

تعتبر خطوة إبراز منهج الدراسة من بين أهم الخطوات التي يسير وفقها الباحث لإنجاز بحثه، وذلك كونها خطوة أساسية توجه الباحث نحو مسار أو منهاج علمي يضمن له تحقيق أهداف دراسته، والوصول الى نتائج دقيقة وصحيحة وفق معايير علمية، لذلك اعتمدنا في هذه الدراسة على:

المنهج المسحي: يعرف هذا المنهج على انه "أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم ومشاعرهم واتجاهاتهم فهو يعتبر الشكل الرئيسي والمعياري لجمع المعلومات عندما تشمل الدراسة المجتمع الكلي أو تكون العينة كبيرة ومنتشرة بالشكل الذي يصعب الإيصال بمفرداتها."²

اعتمدنا على هذا المنهج باعتباره الملائم لطبيعة دراستنا، فيتصف هذا النوع من الدراسات بالانتساع والشمول ويحصر عدد كبير من الحالات بجمع المعلومات من

¹-بدون مؤلف، الدراسات الوصفية "الإحصائي" وأدواتها، موقع المنازة للاستشارات، تاريخ الاطلاع:

²-محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 158.

المبحوثين والتي تخدم دراستنا في نطاق موضوع تأثير الإدارة الالكترونية على جودة الخدمة المقدمة بمؤسسة اتصالات الجزائر من وجهة نظر زبائننا.

ت. ادوات الدراسة:

نظرا لطبيعة البحث فإننا اعتمدنا على من مجموعة من الادوات استخدمناها لعملية جمع المعلومات.

في الجانب نظري:

-الاطلاع على مجموعة من الكتب ذات علاقة مع موضوع دراستنا.

-دراسات سابقة من مذكرات ورسائل.

-مجلات ومقالات التي تحمل معلومات تخص موضوع دراستنا.

في الجانب التطبيقي:

يعتمد المنهج المسحي على أدوات علمية قصد جمع المعلومات والبيانات من مجتمع الدراسة، والأدوات التي اعتمدنا عليها بما يقتضي موضوع دراستنا:

- الاستبيان:

تعرف بالاستبيان أو الاستفتاء أو الاستقصاء كلها ترجمة لكلمة بالإنجليزية Questionnaire فالأداة هنا تحتوي على مجموعة من الأسئلة موجهة إلى مجموعة من الأفراد، إما عن طريق البريد أو عن طريق المقابلة والمواجهة، أو عن طريق شبكة الانترنت.¹

فالاستبيان بالمختصر "هو وسيلة لجمع المعلومات، والبيانات، عن طريق تعبئة استمارات من قبل المبحوثين".²

¹-محمود حسن إسماعيل، مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي القاهرة، 2011، ص 193.

²-غازي عناية، منهجية إعداد البحث العلمي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008، ص214.

مكنتنا من جمع معلومات وحقائق من خلال طرح مجموعة من الاسئلة موجه الى عينة من المتعاملين مع مؤسسة اتصالات الجزائر.

وفي ضوء هذا قسمنا محاور استمارة الاستبيان إلى ثلاثة محاور رئيسية وهي على النحو التالي:

المحور الأول: تطبيق مؤسسة اتصالات الجزائر للإدارة الالكترونية من منظور المبحوثين.

المحور الثاني: تحقيق ابعاد جودة الخدمة من قبل مؤسسة اتصالات الجزائر.

المحور الثالث: رأي المبحوثين حول جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر.

وقد تم عرض الاستبيان على مجموعة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بجامعة مولود معمري بتامة، وهذا بهدف تحكيمها من اجل صدقها وثبات تطبيقها، وقد تم تعديل بعض الأسئلة بالتنسيق مع الأستاذة المشرفة لتصبح أكثر دقة.

الأستاذ الذي قام بتحكيم الاستبيان:

-الأستاذ: حمون كريم*

-الملاحظة:

الملاحظة والتي تعتبر من بين أهم أدوات البحث العلمي كأداة أولية ينطلق بها الباحث في دراسته من خلال رأيه لظاهرة ما وملاحظته لأشياء في الظاهرة تطرح في ذهنه تساؤلات وبالتالي إجرائه لدراسة معمقة في إطار منهج علمي محدد بهدف الوصول الى نتائج وإجابات حول تساؤلاته.

*-حمون كريم، أستاذ مساعد قسم أ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، فرع إعلام واتصال، متخصص في: سمعي بصري، جامعة مولود معمري تامة.

اعتمدنا في دراستنا على أداة الملاحظة بدون مشاركة، وتعرف على أنها: "أداة يقوم بها الباحث بدراسة الظاهرة موضع الدراسة عن كثب دون أن يشترك في أي نشاط تقوم به الظاهرة."¹

ساهمت أداة الملاحظة في دراستنا من خلال توفير معلومات أكثر دقة وشمولية، حيث قمنا باستخدام الملاحظة كطريقة لجمع البيانات من خلال تسجيل المعلومات التي رأيناها ولاحظناها بنظرة عامة حول سلوكيات المتعاملين وعلاقتهم بمؤسسة اتصالات الجزائر، وملاحظتنا أيضا من خلال تتبع موقع المؤسسة وصفحتها عبر الفايسبوك وتسجيلنا لبعض الملاحظات والتي دعمنا بها الجانب التطبيقي.

- المقابلة:

تعرف المقابلة على أنها "حادثة موجهة يقوم بها شخص مع شخص آخر أو اشخاص آخرين، هدفها استثارة أنواع معينة من المعلومات لاستغلالها في بحث علمي أو للاستعانة بها في التوجيه والتشخيص."²

واعتمدنا على المقابلة المقننة الموجهة، وذلك من خلال تحديدنا لأسئلة تحديدا دقيقا واعدادها مسبقا وترتيبها.

أجرينا المقابلة مع:

- البروفيسور: ايكوفان شفيق

¹ - إيكان سامية، محاضرة بعنوان أدوات البحث العلمي (تابع)، تاريخ الاطلاع: 26 سبتمبر 2022، ساعة الاطلاع: 13:10، المحاضرة متاحة على موقع جامعة الشلف:

<https://www.univ-chlef.dz/ieps/wp-content/uploads/cours/1MAS-PPH/CONCEPTION2.pdf>

² - قواس مصطفى، محاضرات خاصة بالمقابلة (L'entretien) أنواعها أهدافها، تاريخ الاطلاع: 2022/05/28، ساعة الاطلاع: 13:00، محاضرة متاحة على موقع:

staff.univ-batna2.dz/sites/default/files/gaouas_mostefa/files/cours_tech_denquete_2eme_at_axe_02.pdf

ايكوفان شفيق: بروفيسور وأستاذ محاضر بجامعة مولود معمري تامدة، قسم العلوم الإنسانية، فرع علوم الاعلام والاتصال وهو متخصص في مجتمع المعلومات، تاريخ اجراء المقابلة: 4جويلية2022، على الساعة: 10:39.

الهدف من اجراء المقابلة: باعتبار البروفيسور ايكوفان متخصص في مجتمع المعلومات وما له علاقة بتكنولوجيا الاتصالات الحديثة، وهذا ما يتماشى مع موضوع دراستنا حول أثر الإدارة الالكترونية، فكان الهدف من المقابلة تدعيم الجانب التطبيقي بالمعلومات التي قدمها لنا البروفيسور.

7. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

أ. مجتمع البحث:

لمجتمع الدراسة أهمية كبيرة في البحوث العلمية كون أن انطلاق الدراسات تكون من مجتمع مستهدف تجرى عليه الدراسة، فيعرف هذا المجتمع على أنه "المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث إلى أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة".¹

بما أن الهدف من دراستنا هو معرفة التأثير الذي أحدثته الإدارة الالكترونية على نوعية الخدمات المقدمة في مؤسسة اتصالات الجزائر لزيائنها، فإن مجتمع البحث هو جميع المتعاملين مع المؤسسة أي جمهورها الخارجي وتحديد المتعاملين مع المؤسسة لولاية تيزي وزو.

ب. عينة الدراسة:

عرفت عينة الدراسة على انها مجموعة من مفردات مجتمع الدراسة، يتم اختيارها بطرق متعددة وتجرى الدراسة عليها، وبالتالي تستخدم تلك المعلومات والبيانات المتحصل عليها للتحليل ثم الوصول الى النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²

¹-لحسن عبد الله باشوية وآخرون، البحث العلمي (مفاهيم أساليب تطبيقات)، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 2.

²-رشيد بوعافية، اسس منهجية البحث العلمي في العلوم الاقتصادية وإدارة الاعمال، المكتبة الجزائرية، الجزائر، 2011، ص 66.

اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية: "تعتمد على نوع من الاختيار المقصود حيث يعتمد الباحث أن تتكون العينة من وحدات يعتقد أنها تمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا".¹ ففي هذا النوع من العينة يلاحظ أن مجموع من المفردات يشترك فيها الخصائص وهذا ما يجعل نتائجها تكون قريبة من نتائج المجتمع ككل، فهذا ما ينطبق على عينة دراستنا لاشتراك زبائن المؤسسة على مجموعة من الخصائص المشتركة.

حيث تم توزيع استمارة استبيان بأسلوب عشوائي على عينة من المتعاملين وزبائن مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية تيزي وزو، تم اختيار هذه العينة باعتبارهم الجهة الاقرب من المستفيدين من خدمات المؤسسة للحصول على المعلومات والبيانات.

وتتم عملية التوزيع خلال الفترة الزمنية الممتدة من 31 ماي 2022 الى 6 جوان 2022

8. الدراسات السابقة:

أولاً- دراسة بوزكري جيلالي 2016/2015 بعنوان "الادارة الالكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وأفاق" اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير بجامعة الجزائر 03.

تمحورت اشكالية هذه الدراسة على نحو الآتي: الى اي مدى استجابت المؤسسات الجزائرية لتطبيقات الادارة الالكترونية، وما هي التطلعات التي تسعى لتحقيقها؟

وقد هدفت هذه الدراسة الى التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الجزائرية والتعرف على تطبيقات الادارة الالكترونية وكذلك معرفة درجة استخدام تطبيقات الادارة الالكترونية في المؤسسات الجزائرية والتحديات التي تواجه هذه المؤسسات في سبل الاستخدام الادارة الالكترونية.

استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج التحليلي الوصفي وأدواته المتمثلة في

¹-رايه بنت أحمد القحطاني، النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، (مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، العدد 20، دس)، القاهرة، ص446.

الملاحظة والمقابلة والاستبيان.

وقد توصل الباحث الى مجموعة من النتائج نذكرها:

-لا يعتبر المحيط الذي تنشط فيه المؤسسات الجزائرية عامل محفز لتطبيق الادارة الالكترونية، وهذا راجع لواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي تمثل البنية التحتية لإدارة الالكترونية، تعتبر ضعيفة لا تحفز تطبيق الادارة الالكترونية في المؤسسات -سعي مؤسسات الجزائر لإحلال تطبيقات الادارة الالكترونية محل التطبيقات القديمة المعتمدة، وهذا ما يدل عليه حجم الاستثمارات التي خصصتها الدولة الجزائرية لعصرنة قطاع المعلومات والاتصالات.

-المؤسسات الجزائرية مازالت متأخرة في تطبيق مفاهيم الادارة الالكترونية، وذلك راجع الى مجموعة من المعوقات التي تعرق تطبيق الادارة الالكترونية في المؤسسات. -الإدارة الإلكترونية في الجزائر تواجه عدة عقبات أهمها الأمية الإلكترونية، وضعف البنية التحتية للمعلومات والاتصالات وكذلك ضعف الوعي بأهمية تطبيق الإدارة الإلكترونية كوسيلة لتحسين جودة الخدمات.

-تحتاج الجزائر إلى ترسانة قانونية لتأمين المعاملات الإلكترونية، ولحماية المتعاملين عبر الشبكات الإلكترونية، خاصة الخدمات المالية.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين:

تتمثل أوجه التشابه في تناول كلا الدراستين موضوع الادارة الالكترونية وتركيز موضوع هذه الدراسة حول واقع الادارة الالكترونية في المؤسسات الجزائرية وهذا ما يتفق ما موضوع دراستنا كون اننا تطرقنا الى الادارة الالكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر، أما من حيث الاختلاف فقد عالجت هذه الدراسة الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية بشكل عام اما عن دراستنا فقد شملت حول دراسة اثر تطبيق الادارة الالكترونية في مؤسسة عمومية واحدة فقط وهي مؤسسة اتصالات الجزائر.

استفدنا من هذه الدراسة في التعرف على القضايا ذات علاقة بالإدارة الالكترونية كونها محور دراستنا، وكذا استنباط ادوات البحث وبالتالي اجراء الجانب النظري

لدراستنا.

ثانيا- دراسة عاشور عبد الكريم 2010/2009، بعنوان "دور الادارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الامريكية والجزائر" مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية بجامعة منتوري قسنطينة.

تمحورت اشكالية هذه الدراسة على النحو الاتي: الى اي مدى شكلت الإدارة الالكترونية ألية محورية في ترشيد الخدمة العمومية من خلال تطبيقات النموذج الامريكي والتجربة الجزائرية؟

وقد هدفت هذه الدراسة الى ازالة الغموض والتعرف على مفهوم الادارة الالكترونية وتأثيرها على ترشيد الخدمة العموم، والوصول الى مدى نجاعة الادارة الالكترونية كآليه ترشيد الخدمة العمومية وهذا تبعا لتطبيقات النموذج الأمريكي، وأيضا محاولة الوصول الى استراتيجية الخدمات العامة الالكترونية وكيف اثرت ليا في الوصول الى الخدمة العامة الرشيدة من خلال التجربة الجزائرية باعتبارها من الدول النامية. واعتمد الباحث في الدراسة على مناهج متعددة بحيث أن هذه الدراسة تقرض توظيف عدد من المناهج تتمثل في: المنهج الوصفي التحليلي، منهج تحليل مضمون، ومنهج دراسة حالة.

وقد توصل الباحث الى مجموعة من النتائج نذكرها:

-الادارة الالكترونية هي بديل جديد يعيد النظر في علاقة الفرد بالمؤسسات الحكومية والتحول للروابط الافتراضية بما يحسن من سرعة الاستجابة ويزيد من مستوى الفعالية لدى الاجهزة اثناء تأدية الخدمات العمومية.

-يعترض الخدمة الالكترونية في الجزائر مشكل الامية الالكترونية اضافة الى ضعف في حجم الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال

-تتميز بعض الخدمات الالكترونية من خلال التجربة الجزائرية بدرجة من الرداءة

بسبب عدم تطابقها مع خصائص الادارة الالكترونية اضافة الى بقاء او غياب تسريع تطبيقات الخدمات الإلكترونية في مجال الحالة المدنية.

-بالرغم من توافر معظم المتطلبات الضرورية لتطبيق الإدارة الإلكترونية، لكن يبقى النموذج الأمريكي يعاني من مشاكل التحول للإدارة الإلكترونية، وأهمها مخاطر الأمن الإلكتروني وما يطرحه من إشكالات على مستويات عديدة.

-الإدارة الإلكترونية تمثل آلية هامة في بناء وترقية معمار متكامل من الخدمات العامة الإلكترونية، بما يحقق المحاسبة، المساءلة، الرقابة، سرعة الاستجابة، في الخدمات المقدمة للمواطنين، ويرفع من مستوى وضوح الخدمة العمومية، غير أن التباين والاختلاف يبقى بين كل نموذج وآخر، وهذا تبعا لبيئة وخصوصية التجربة أو النموذج المطبق.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين:

تتمثل أوجه التشابه في تناول الدراسة موضوع الادارة الالكترونية وركزت على تأثير هذه الأخيرة على الخدمات العمومية وهذا ما يتقاطع ويتوافق ما موضوع دراستنا والتي تشمل على تأثير الادارة الالكترونية على جودة الخدمة في المؤسسة،

أما من حيث الاختلاف فقد تختلف عن دراستنا على انها تناولت دور الادارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الامريكية والجزائر بشكل عام وقيام الباحث نوعا ما بدراسة مقارنة بين البلدين، اما موضوع بحثنا حول دراسة مؤسسة عمومية واحدة فقط وهنا يظهر الاختلاف في الموضوع، وكذلك اعتمد في دراسته على مناهج متعددة بما يقتضي موضوع بحثه في حين اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي.

استفدنا من هذه الدراسة كونها تناولت موضوع الادارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الجزائر، وهذا ما يخدم موضوعنا اثناء اجرائنا إجرائنا للجانب النظري، وفهم معمق لمفاهيم ذات علاقة لموضوع بحثنا.

ثالثا-دراسة أ.د. نادية عيشور، ايمان ايت مهدي، بعنوان "الادارة الالكترونية ودورها في تحسين خدمات اتصالات الجزائر" مجلة التواصل في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جوان 2019.

تمحورت اشكالية هذه الدراسة على النحو الاتي: ما هي طبيعة العلاقة الرابطة بين تطبيق الادارة الالكترونية وتحقيق كل بعد من الابعاد الخمس المشكلة لجودة خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر وفق نموذج servperf وذلك من وجهة نظر متعاملها؟ والهدف الرئيسي من الدراسة هو للتعرف والكشف على طبيعة العلاقة بين تطبيق الادارة الالكترونية وتحسين جودة خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر فرع سطيف من وجهة نظر المتعاملين، وكذلك الكشف عن طبيعة العلاقة بين تطبيق الادارة الالكترونية وتحقيق بعد الاستجابة لجودة الخدمة من وجهة نظر متعاملين المؤسسة، وأيضا الكشف عن طبيعة العلاقة الرابطة بين تطبيق الادارة الإلكترونية وتحقيق بعد الامان لجودة الخدمة من وجهة نظر المتعاملين مع المؤسسة.

اعتمدن الباحثين على المنهج الوصفي الارتباطي الذي يستخدم في الدراسات التي تتناول البحث في العلاقات الارتباطية بين المتغيرات.

وقد توصلن الباحثتان الى مجموعة من النتائج نذكرها:

-تركيز المتعاملين على مسألة توفير عنصر الخدمة الفورية والسرعة في تلبية الطلبات، وهذا ما تضمنه الادارة الالكترونية.

-اجماع المبحوثين حول الدور الكبير الذي تلعبه الإدارة الالكترونية في تحسين جودة خدمات اتصالات الجزائر.

-الوصول الى استنتاج على انه توجد علاقة ارتباطية بين تطبيق الادارة الالكترونية وتحسين جودة خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر من وجهة نظر الزبائن.

-اعلى معامل ارتباط سجله بعد الملموسية (المواليد المادية والبشرية)، وهذا راجع لكونه اكثر الابعاد محاكاة لمظاهر الادارة الالكترونية، وهو الجزء الاكثر تأثيرا على

العاملين، فالنجاح الفعلي للإدارة الإلكترونية يتطلب استجابة ايجابية من الافراد العاملين، تتضمن الاتصال الفعال، وجود رؤى وتصورات مشتركة.

-المرجعية السوسيو-ثقافية والسمات الشخصية الموروثة والمكتسبة للأفراد الفاعلين في المؤسسات، قد تساهم بشكل كبير في إفشال أو إنجاح مساعي الإدارة الإلكترونية في تقديم خدمات مميزة ذات جودة.

أوجه التشابه والاختلاف بين الدراستين:

تتمثل أوجه التشابه في تناول كلا الدراستين موضوع واحد، فقد عالجت هذه الدراسة متغير الادارة الإلكترونية وجودة الخدمة العمومية، وهذا ما ينطبق مع دراستنا أيضا، أما من حيث الاختلاف فقد تختلف عن دراستنا من حيث بيئة المكانية للدراسة. استفدنا من هذه الدراسة في معرفة الاساليب الاحصائية والتحليلية الوصفية لطريقة معالجة البيانات المتحصل عليها، خاصة كون هذه الدراسة مشابهة لموضوع دراستنا الى حد ما.

رابعا-دراسة فراحي وهيبة 2018/2019، بعنوان "الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين الخدمة العمومية -دراسة حالة بلدية البويرة-" مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر في العلوم السياسية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال استراتيجية بجامعة ألكلي محند أولحاج بالبويرة.

تمحورت اشكالية هذه الدراسة على النحو الاتي: كيف ساهمت الإدارة الإلكترونية في تحسين الخدمة العمومية في بلدية البويرة؟

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة واقع الادارة الإلكترونية في بلدية البويرة وإبراز أهمية الادارة الإلكترونية بالبلدية والوسائل المستخدمة، وكذا التكنولوجيات المعتمد عليها من أجل الارتقاء بها، ومحاولة الإحاطة بأهم الآثار ومنافع الإدارة الإلكترونية والتي تنعكس على مؤسسات الدولة، اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصف

التحليلي نظرا لطبيعة الدراسة التي قامت بها وكذا منهج دراسة حالة بحيث اعتمدت على عدة أدوات علمية الاستبانة، المقابلة، والملاحظة في جمع المعلومات التي تخدم الموضوع.

وقد توصلت الباحثة الى مجموعة من النتائج نذكرها:

- التوجه نحو الاعتماد على الإدارة الالكترونية في المنظمات بشكل عام والجمعات الإقليمية بشكل خاص ضرورة حتمية.
- ضرورة التحول نحو إرساء دعائم الإدارة الالكترونية في الجماعات الإقليمية في ظل مختلف التطورات التكنولوجية التي أصبحت تشهدها بيئة الأعمال المعاصرة.
- ضرورة توفير المتطلبات التقنية، البشرية والأمنية لتطبيق الإدارة الالكترونية في الجماعات المحلية، لكن توجد معوقات تصعب في التطبيق الفعلي لمبادئ الإدارة الالكترونية.
- الإدارة الالكترونية تؤثر بشكل كبير على الخدمات العمومية وذلك من خلال تطبيق آلياتها كشبكة الانترنت والوسائل والمعدات الحديثة.
- استخدام الإدارة الالكترونية يؤدي بالضرورة الى التغلب على معوقات سير العمل الإداري كالوقت، أمن المعلومات وغيرها.

أوجه الاختلاف والتشابه بين الدراستين:

يكمن الاختلاف في موضوع الدراسة "الإدارة الالكترونية كألية لتحسين الخدمة العمومية في بلدية البويرة، خلافا لموضوع دراستنا الإدارة الالكترونية وأثر تطبيقها على جودة الخدمة في مؤسسة عمومية، والاختلاف من حيث المنهج دراسة حالة في حين اعتمدنا على المنهج المسحي، وأيضا الاختلاف في الحدود الزمنية والمكانية ومجتمع البحث، وأما من حيث اوجه التشابه، فهناك تشابه جزئي من حيث المضمون بالنسبة لموضوع الدراستين فكلاهما يدرسان (الإدارة الالكترونية وجودة الخدمة).

استفدنا من هذه الدراسة في إثراء الجانب النظري والفهم المعمق لموضوع دراستنا وأخذ فكرة حول المنهجية التي اعتمدت عليها في الدراسة وطريقة صياغة الإشكالية والتساؤلات.

خامسا-دراسة حيمر حكيمة ودومي حورية 2019/2018، بعنوان "دور الادارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة العمومية" دراسة ميدانية لبلدية المسيلة، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات ماستر أكاديمي في العلوم الاقتصادية والتجارية، تخصص إدارة عامة، بجامعة المسيلة.

تمحورت إشكالية هذه الدراسة على النحو الآتي: ما دور الإدارة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية لبلدية المسيلة؟

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد ماهية الادارة الالكترونية وعلاقتها بالخدمة العمومية كذلك تبيان متطلبات هذه الأخيرة لأداء الخدمات بشكل أفضل خاصة التعرف على دور الادارة الالكترونية في التحسين من مستوى الخدمة العمومية ببلدية لمسيلة، اعتمدن الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة حالة مساعد لمنهج الإحصائي في الجانب التطبيقي لقيام الطالبتين بمعالجة المعلومات والبيانات بطريقة إحصائية بالاعتماد على أدوات متعددة لجمع البيانات كالمقابلة، الملاحظة، والمسح المكتبي.

وقد توصلن الباحثتان الى مجموعة من النتائج نذكرها:

- رغم لزوم متطلبات لتطبيق الادارة الالكترونية لكنها محدودة لغياب بعض وسائل التكنولوجيا الموجب استعمالها.

- أدت المعوقات إلى غياب ونقصان بعض المعايير ذات الركيزة الأساسية لتحسين جودة الخدمة العمومية والكفاءة في القيام بالعمل مما أدى إلى انخفاض الجودة بالنسبة للخدمة العمومية.

- الإدارة الالكترونية لها دور هام في تحسين جودة الخدمة العمومية من هو الركيزة الأساسية من نوعية الخدمات المقدمة.

- تحسين جودة الخدمة العمومية تركز على تطبيق الإدارة الالكترونية بكل عناصرها وأشكالها ومن بعدها.

- غياب التجربة في إدارة الموارد بالنسبة لإدارة الالكترونية مما أدى إلى نقصان وركود جودة الخدمة العمومية.

أوجه الاختلاف والتشابه بين الدراستين:

من حيث الاختلافات فهذه الدراسة تمثلت في دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمة العمومية ببلدية المسيلة، ويظهر الاختلاف في تطبيق المنهجية في ميدان إجراء الدراسة، في حين شملت دراستنا بمؤسسة اتصالات الجزائر، إضافة إلى استخدام الباحثان المنهج الوصف التحليلي ودراسة حالة والمنهج الإحصائي في حين اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي، أما من حيث التشابه يكمن في دراسة نفس المتغيرين الإدارة الالكترونية وجودة الخدمة.

استفدنا في هذه الدراسة في معرفة مراجع ومصادر جديدة فيما يخص موضوع

الإدارة الالكترونية والخدمة العمومية، وأفادتنا في استخلاص معلومات جديدة تخدم موضوع دراستنا.

الفصل الأول

المدخل النظري للإدارة الإلكترونية

تمهيد:

الإدارة الإلكترونية هي منظومة إلكترونية متكاملة، تهدف بالأساس إلى تحويل النمط الإداري العادي من إدارة يدوية إلى إدارة تعتمد على نظم معلوماتية تتيح في اتخاذ القرارات الإدارية بأسرع وقت وأقل تكلفة، فأسلوب الإدارة الإلكترونية من بين أفضل الأساليب الإدارية الحديثة، فقد جذبت هذه المنظومة العديد من الحكومات والمؤسسات عبر العالم، ما أدى إلى تبنيها بهدف تحقيق تطور وازدهار خاصة في المؤسسات وذلك في تحقيق الشفافية والعدالة في تقديمها للخدمات، والقضاء على مفهوم البيروقراطية، ومن هذا الصدد سنتطرق في هذا الفصل حول موضوع الإدارة الإلكترونية، بحيث قسمناه إلى ثلاث مباحث:

البحث الأول: مدخل إلى الإدارة الإلكترونية.

المبحث الثاني: أساسيات الإدارة الإلكترونية.

المبحث الثالث: منهجية تطبيق الإدارة الإلكترونية.

المبحث الأول: مدخل إلى الإدارة الإلكترونية.

ساهم التطور التكنولوجي في تحديث أساليب العمل الإداري في المؤسسات، وفتح فرصة تحسين عمل الأجهزة الإدارية، وهذا ما حفز المؤسسات على ربط ما وفرته الإدارة التقليدية وما أفرزته تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ما أدى الى بروز مفهوم جديد في الإدارة، ما يطلق عليه بالإدارة الإلكترونية والتي أصبحت المسؤولة عن توفير الخدمات الكترونياً، وهذا في إطار تفاعل مجموعة من العناصر الأساسية لتسييرها.

المطلب الأول: نشأة الإدارة الإلكترونية

تعود نشأة الإدارة الإلكترونية كمفهوم حديث لنتائج التطور التي أفرزته تقنيات الاتصال الحديثة في ظل ثورة المعلومات، وازدياد الحاجة الى توظيف التكنولوجيا الحديثة في إدارة علاقات المواطن والمؤسسات، وربط الإدارة العامة والوزارات عبر آليات التكنولوجيا، وبالتالي التحول الجذري في مفاهيم الإدارة التقليدية وتطويرها.¹

ظهر اول استخدام للتقنية في أنشطة الحكومات، وكان تطبيقها بصورة مصغرة وبأساليب بسيطة، ولم يعد بعد الى الصورة اللازمة الرسمية إلا مؤخراً، حيث بدأ المفهوم الأخير في أواخر عام 1995 بولاية فلوريدا الأمريكية في هيئة البريد المركزي.²

فبالنتالي ظهور الإدارة الإلكترونية وتطبيقها في المؤسسات ألغت العديد من المعوقات الإدارية التي كان يعاني منها سواء الموظف الإداري داخل المؤسسة وكذلك المتعامل الذي يواجه التعقيدات الإدارية، فهذه الإدارة أصبحت تندرج من بين مفاهيم الثورة

¹-صدام خماسية، الحكومة الإلكترونية الطريق نحو الإصلاح الإداري، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص72.

²-سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية، مركز البحوث، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2005، ص03.

الرقمية التي قادتنا الى عصر المعرفة، كما أن الطبيعة التحولية لهذا النمط الجديد من الإدارة أسفر عنه تحولات عديدة سواء على العمل الإداري للمؤسسة او تجاه محيطها الخارجي.

المطلب الثاني: مفهوم الإدارة الإلكترونية

يعتبر مصطلح الإدارة الإلكترونية من بين المصطلحات الإدارية الحديثة المتداولة، وهذا نتيجة ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي أحدثت نقلة نوعية في أداء المنظمات، ونجد عدة اسهامات للباحثين والمفكرين لإعطائهم تعريف محدد لهذا المصطلح ومن بينها:

التعريف الذي قدمه نجم عبود على أنها:

"تلك العملية الإدارية القائمة على الإفادة من الإمكانيات المتميزة للأنترنت وشبكة الأعمال في التخطيط والتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للمنظمة من أجل تحقيق الأهداف".¹

كما يمكن تعريفها على انها منهج حديث يعتمد على تنفيذ كل الأعمال والمعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر من الأفراد والمؤسسات باستخدام كل الوسائل الإلكترونية، كالبريد الإلكتروني والتحويلات الإلكترونية للأموال والتبادل الإلكتروني للمستندات والفاكس، النشرات الإلكترونية، وغيرها.²

كما تعرف بأنها عملية مكننة جميع مهام وانشطة المؤسسة الادارية بالاعتماد على

¹-نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية الاستراتيجية-الوظائف-المجالات، دار البازوري، عمان، 2009، ص157.

²-حسين محمد الحسن، الإدارة الإلكترونية المفاهيم-الخصائص-المتطلبات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011، ص41.

المعلومات الضرورية للوصول الى تحقيق اهداف الادارة الجديدة في تقليل استخدام الاوراق وتبسيط الاجراءات والقضاء على الروتين والانجاز السريع والدقيق للمهام لتكون كل الادارة جاهزة للربط مع الحكومة الالكترونية لاحقا.¹

وكتعريف اخر للإدارة الالكترونية، على انها القدرة على استخدام تقنيات المعلومات والشبكات الحديثة، لتنفيذ الانشطة الادارية الكترونيا عبر الانترنت وشبكة الحواسيب الالية في كل مكان وزمان.²

ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا استخلاص تعريفها على انها الاستخدام الكفاء والفعال لنظم المعلومات والتكنولوجيا الاتصالات في تنفيذ المهام والاعمال الإدارية، مما يؤدي الى انجازها بسهولة ودقة عالية، وتعمل على توفير الوقت والجهد وتبسيط الاجراءات مع ضمان خصوصية وامن المعلومات من اجل تحقيق الاهداف وتطلعات المؤسسة.

المطلب الثالث: الفرق بين الادارة الالكترونية والادارة التقليدية

هناك تطابق بين هذين المفهومين لأن كليهما نشاط يقوم على تحقيق اهداف المؤسسة حيث ان المفهوم التقليدي للإدارة يعبر عن الوظيفة المركز الذي شغله الفرد الذي يمارس النشاطات الادارية، اما بالنسبة للإدارة الالكترونية فما هو الا استخدام والاستعمال الاحسن للوسائل والشبكات الاتصالية المتطورة للوصول للهدف المرجو تحقيقه.

ومن خلال هذا الجدول نستعرض اهم الفروقات القائمة بين الادارة التقليدية والإدارة الالكترونية:

¹-علاء عبد الرزق السالمني، الادارة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2008، ص34.

²-علاء احمد حسين، صدام حسين علي، مدي توفر متطلبات الاستعداد للتحويل نحو الإدارة الإلكترونية، تنمية الرافدين، مجلد 33، العدد 104، جامعة الموصل، العراق، 2011، ص59.

الجدول 01: الفروقات بين الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية.¹

الإدارة الإلكترونية	الإدارة التقليدية
التنظيم المصفوفي (المشروعي)	التنظيم الهرمي (على شكل هرم)
الهيكل القائم على فرق العمل الجماعية	الهيكل القائم على الوحدات
التنظيم الأفقي	التنظيم الرأسي
الهيكل الغير المحدد	الهيكل المحدد
التنظيم الخلوي	التنظيم الإداري التقليدي
القيادة الاستشارية	سلطة الأوامر الخطية
الرؤساء المتعددين	الرئيس المباشر الواحد
السياسات المرنة واجتهادات الافراد	التعليمات الحرفية
إدارة الذات والفرق المدارة ذاتيا	قواعد الإجراءات المحددة
القرار بالمشاركة	انفراد القيادة بالقرار
تعدد مراكز السلطة	مركزية السلطة
الشفافية وإتاحة المعلومات للاستفادة منها	التحكم في المعلومات وسريتها

الجدول 01: يوضح اهم الفروقات بين الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية.

المطلب الرابع: خصائص الادارة الإلكترونية

اهم السمات التي تمتاز بها الادارة الإلكترونية:

1. عملية إدارية:

التي تعني انها لا تخرج عن نطاق خبرتنا الواسعة في الادارة سواء في تحديد الاهداف او السياسات.

2. إدارة بلا ورق:

¹-حسين محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص92.

حيث تتكون من الأرشيف الإلكتروني، البريد الإلكتروني، الوسائل الصوتية وغيرها.

3. إدارة بلا زمان:

حيث تمثل التفاعل و التكافؤ الحي مباشرة سواء مع العاملين او الزبائن، إنها تعمل وفق قاعدة 24 الساعة في اليوم لسبعة ايام كاملة في الأسبوع.¹

4. السرعة والوضوح:

ضمان السرعة في استقبال المعلومات والبيانات وأرسلها.

5. إدارة المعلومات والاحتفاظ بها:

تقوم على ادارة المعلومات التي تحتفظ بها دوائرها حسب عدة برامج معينة، والقيام باستدعائها حيث يقوم صاحب المعلومة بتقديم طلب وطعن.

6. الرقابة المباشرة:

أصبح اليوم بفضل الادارة الالكترونية إمكانية متابعة مواقع العمل في المؤسسة بطريقة مباشرة عبر مختلف الشاشات والكاميرات الرقمية، ويوسعها مراقبة كل بقعة عملها في مواقعها الإدارية، كذلك على منافذها وأجهزتها التي يتعامل معها الجمهور.²

7. السرية والخصوصية:

توفر الادارة الالكترونية السرية والخصوصية للمعلومات المهمة، بواسطة برامج

تمكنها من حجب المعلومات والبيانات المهمة.

8. تبسيط الإجراءات:

حرصت الادارة الالكترونية بالاستخدام الأمثل لوسائلها والطرق السهلة لتبسيط العمليات

¹- طارق عبد الرؤوف، الادارة الالكترونية، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص18.

²- كافية عيدوني، حميد ابن حجلة، الإدارة الإلكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها (واقع وفاق)، (مجلة الاصيل للبحوث الاقتصادية والادارية، العدد 02، ديسمبر 2007)، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر، ص222.

للزبائن والجمهور لتلبية حاجاتهم بالطريقة السريعة والأسهل بهدف نايل رضاهم.

9. تحقيق الشفافية:

الشفافية محصلة بوجود الرقابة الكترونية، بدورها تضمن المحاسبة الدورية، اذ تعتبر الشفافية الجسر الذي يربط بين المواطن ومؤسسات المجتمع المدن من جهة والسلطات المسؤولة بالمهام من جهة أخرى.

10. تخفيض التكاليف:

فالإدارة الالكترونية في بداية تطبيقها تحتاج إلى ميزانية مالية، لكن بعد السير وفق هذا النموذج الجديد من الادارة ستوفر المؤسسات ميزانيات ضخمة، بحيث لم تعود الحاجة لليد العاملة الهائلة مثلما كانت سابقا.¹

المبحث الثاني: أساسيات الادارة الالكترونية

نتطرق في هذا المبحث نحو أساسيات الإدارة الالكترونية وركائزها المهمة ومن خلاله ذكر أهم المبادئ التي تركز عليها الادارة الالكترونية وكذا المتطلبات اللازمة لاستخدام الادارة الالكترونية بشكل أفضل ومثالي لتحقيق الأهداف المنشودة، والتطرق الى وظائف الادارة الالكترونية وأهدافها.

المطلب الأول: مبادئ الادارة الالكترونية

من خلال هذا المطلب نستعرض أهم المبادئ التي تركز عليها الإدارة

الالكترونية:

1. تقديم أحسن الخدمات للمواطنين:

¹-مصطفى ربحي عيان، البيئة الالكترونية، ط1، كلية التخطيط والادارة، جامعة البلقاء التطبيقية، الاردن، 2012، ص26.

هذا المبدأ يتطلب خلق بيئة عمل فيها تتنوع الكفاءات المهيئة مهنيًا لاستخدام التكنولوجيات الحديثة، فالركيزة الأولى في الإدارة تقوم على تقديم المعلومات واستخلاص البيانات والنتائج اللازمة واقتراح حل لكل مشكل.

2. التركيز على النتائج:

حيث أن الإدارة الإلكترونية ينصب اهتمامها على تحويل المعلومات والأفكار إلى نتائج مجسدة على الواقع.

3. التغيير المستقل:

تسعى الإدارة الإلكترونية لتحسين وتنظيم مستوى الأداء الموجود في المؤسسة، سواء قصد إرضاء المتعاملين معها أو قصد التفوق في مجال المنافسة، وفي جميع الحالات الزبون هو المستفيد الأول من هذا التطور والتواصل المستمر.¹

4. تخفيض التكاليف:

القيام بالاستثمار في تكنولوجيا المعلومات، وتعدد المنافسين على تقديم الأسعار الزهيدة ينتج عنها تخفيض التكاليف وكذلك الرفع من مستوى الأداء نتيجة تعدد المنافسين، رغبة في توسيع نطاق ومجالات الخدمات، ورفع من عدد المشاركين المستفيدين من هذه الخدمات بأسعار زهيدة كلما زاد وكثر عددهم.

5. سهولة الاستعمال والإتاحة للجميع:

إن تقنيات الإدارة الإلكترونية متاحة للجميع في العمل، المدارس، المكتبات وغيرها، فإن نظام الإدارة الإلكترونية مبني على أساس سهولة الاستخدام تجاه المتعاملين، والتمكين من الربط بين الجمهور والإدارات الحكومية بسهولة وإتمام الإجراءات بسلامة

¹ - منير محمد الجنيهي، ممدوح محمد الجنيهي، الشركات الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2005، ص ص 11، 12.

وبساطة، والابتعاد عن التعقيدات الادارية السابقة والمماثلة في إجراء التعاملات.¹

المطلب الثاني: متطلبات الادارة الالكترونية

اولا: متطلبات تقنية ومالية:²

1. متطلبات التقنية:

وتتمثل في العتاد المادي من الحواسيب وملحقاته، من اجهزة الادخال والايخارج المختلفة، برامج التشغيل والتطبيقات، اضافة الى الشبكات ووسائل الاتصال الحديثة سلكية كانت او لاسلكية.

2. متطلبات مالية:

هي الموارد المالية التي تخصصها المنظمة لعملية التحول نحو الادارة الالكترونية، وهذا من خلال توفير البيئة التحتية المتعلقة بشراء الاجهزة والمعدات.

ثانيا: المتطلبات الادارية والبشرية:

1. متطلبات ادارية:³

آ. وضع مخطط واستراتيجيات التأسيس:

يتمثل في نتاج تغيير جذري وشامل بدءا من طريقة تفكير المسؤولين وإدارتهم ونظرتهم، وخاصة لوظائفهم، وتتمثل الخطوات الضرورية للتأسيس فيما يلي:

- تشكيل لجنة عليا تتولى وضع الاستراتيجية لمشروع الادارة الالكترونية.

- وضع خطط فرعية للمشروع.

- الاستعانة بالقطاع الخاص لتنفيذ بعض مراحل المشروع.

ب. الهيكل التنظيمي:

¹-سعد غالب ياسين، الادارة الالكترونية، دار البازوري العلمية للنشر، الطبعة العربية، عمان، 2017، ص31.

²-المرجع نفسه، ص ص 306، 308.

³-المرجع نفسه، ص ص 306، 308.

لا يمكن للإدارة الإلكترونية العمل في هيكل تنظيمي هرمي، فالإدارة الإلكترونية تتطلب وجود بيئة تنظيمية حديثة ومرنة، تستند على قاعدة تقنية ومعلوماتية، تتمحور على قيمة الابتكار والمبادرة والزيادة في الأداء.

ت. التطوير الإداري:¹

تتمثل عملية تطوير الجهاز الإداري وتغييره بشكل يتلاءم مع طبيعة عمل الإدارة الإلكترونية، وهذا قد يستلزم استحداث إدارات جديدة بما في ذلك دمج إدارات فيما بينها، وإعادة النظر في العمليات الداخلية على النحو الذي يهيئ الأجواء في دائرة العمل لتطبيق الإدارة الإلكترونية، تكتمل عملية التطوير الإدارية اللازمة لتطبيق الإدارة الإلكترونية عبر عدد من الممارسات والتي تتمثل في:

- إعداد الأفراد:

يتم إعداد الأفراد إما عن طريق البحث عن أفراد وعمال جدد متخصصين في مجال الإدارة الإلكترونية أو بذل جهد كبير من طرف إدارة المنظمة من أجل تأهيل الأفراد العاملين في المنظمة وإكسابهم مهارات التعامل مع الحاسوب ومع الشبكات.

- إعادة هندسة العمليات:

أو ما يسمى بالهندرة، وهي إعادة تصميم جذري لعمليات وأنشطة الأعمال الإستراتيجية التي تختلف قيمة للنظم والهيكل التنظيمية التي تدعم هذه الأنشطة للوصول إلى المثالية لتدفقات العمل والإنتاجية داخل المنظمة.²

- تهيئة الأوضاع والتكيف العام:

دائماً ما تدعو المنظمة الرائدة إلى تهيئة أجواء العمل بنشر الثقافة الإلكترونية وغرس الوعي التقني، وتهيئة أوضاع العاملين والقيادات من خلال تدريبهم على التماشي مع

¹ - سعد غالب ياسين، المرجع السابق، ص ص 306، 308.

² - المرجع نفسه، ص ص 306، 308.

متطلبات العمل في بيئة الإدارة الإلكترونية.

2. متطلبات بشرية:¹

تعد الموارد البشرية من أهم المتطلبات، ومن دونها لن تحقق الإدارة أهدافها، ونجد فيها:

أ. القيادة الإدارية الإلكترونية:

وهي الكفاءات الجوهرية القادرة على الابتكار والتحديث، وإعادة الهندسة الثقافية التنظيمية وصنع المعرفة.

ب. التدريب وبناء القدرات:

ويشمل تدريب العاملين وإدارة المنظمة على طرق استخدام أجهزة الحاسوب وإدارة الشبكات وقواعد المعلومات والبيانات ومختلف العمليات بشكل سليم.

ت. توفر الكوادر والكفاءات:

من محللين، تقنيين، ومتخصصين في تقنية الاتصالات وفي تشغيل الأجهزة وصيانتها.

المطلب الثالث: وظائف الإدارة الإلكترونية

بالرغم من تأثير الإدارة بالثورة الرقمية والمرحلة الانتقالية التي حققتها نحو إكسابها نمط جديد، فهنا لا تقتصر الحديث عن التقنيات والتطبيقات الحديثة التي تم التطرق إليها في الإدارة الإلكترونية بل أيضا كسبت وظائف إدارية إلكترونية سمحت لها بالبروز بشكل أفضل، ومنه نذكر أهم هذه الوظائف التي تسعى لتحقيق أهداف المؤسسة:

¹-حسين محمد الحسن، مرجع سبق ذكره، ص41.

1. التخطيط الإلكتروني:

باعتبار ان التخطيط هو مرحلة استخدام وتحديد الفروض المتعلقة بالمستقبل، وذلك من خلال تكوين أنشطة وأعمال مقترحة، قد تكون ضرورية واسباسية لتحقيق النتائج والاهداف التي تسعى اليها المؤسسة.¹ وهذا بمفهومه التقليدي، أما التخطيط الإلكتروني فهو الذي يعتمد على استعمال نظم جديدة كنظم الشبكات العصبية، الصناعية، ويقوم ايضا على تسهيل وتبسيط الاجراءات الادارية الإلكترونية.²

التخطيط الإلكتروني والتخطيط التقليدي لا يختلفان من حيث التحديد العام، فكليهما يسعيان لضبط الأهداف وتحديد وسائل تحقيق الأهداف، فيمكن أن نبين من خلال هذا الجدول الاختلافات الأساسية:

جدول 02: التخطيط التقليدي والتخطيط الإلكتروني.³

المعيار	التخطيط الإلكتروني	التخطيط التقليدي
الهدف	عملية ديناميكية نحو اتجاه الأهداف الواسعة والمرنة وقصيرة الأمد والأنية، وقابلة للتطوير الدائم.	يضع الأهداف من اجل تنفيذها في المستقبل، وعند تغييرها قد يؤثر سلبا على التخطيط.
تدفق المعلومات	يكون تدفق المعلومات بشكل مستمر، ما يعني أن التخطيط أيضا يكون مستمر.	تدفق المعلومات يكون متقطع ما يعني أن التخطيط أيضا يكون متقطع زمنيا.
تقسيم العمل	الإدارة العليا والعاملين يخططون ويعملون عند الخط الأمامي، فالعاملون أيضا يساهمون في التخطيط الإلكتروني.	الإدارة العليا هي التي تخطط والعمال هم المنفذون، دون اشراكهم في عملية التخطيط.

جدول 02: يبين أهم الفروقات بين التخطيط التقليدي والتخطيط الإلكتروني

¹ - بشير العلق، الإدارة الحديثة نظريات ومفاهيم، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2012، ص120.

² - حسين محمد الحسن، الإدارة الإلكترونية مفاهيم خصائص وتطبيقات، ط1، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2011، ص81.

³ - خليفة مصطفى أبو عاشور، ديانا جميل النمري، مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة اليرموك، المجلة الأردنية في العلوم التربوية، العدد 02، المجلد 09، 2013، جامعة اليرموك، الأردن، ص200.

2. التنظيم الإلكتروني:

التنظيم هو توزيع الأنشطة والمهام باعتباره وظيفة تكميلية لعنصر التخطيط، فهو يساهم في بروز شخصية المؤسسة، وإظهار مميزاتها خاصة بعد التطور الذي طرأ على تكنولوجيا المعلومات، حيث أصبحت عملية التنظيم تقام بأكثر دقة وفعالية وهذا ما يعرف بالتنظيم الإلكتروني.

والانتقال من التنظيم التقليدي نحو التنظيم الإلكتروني أحدث تطورا في المكونات

التنظيمية ويظهر ذلك في ما يلي:¹

أ. الهيكل التنظيمي:

التنظيم التقليدي يكون الهيكل قائم على وحدات ثابتة ومحددة والتنظيم يكون عمودي من الأعلى نحو الأسفل، أما التنظيم الإلكتروني فالهيكل يكون قائم على فريق العمل الجماعي وهيكله غير محدد، أما التنظيم يكون أفقي مصفوفي أي شبكي.

ب. التقسيم الإداري:

التنظيم التقليدي يكون قائم على الأقسام والوحدات أما التنظيم الإلكتروني فهو قائم على أساس فرق العمل وتحالفات داخلية وخارجية.

ت. سلسلة الأوامر:

في التنظيم التقليدي تكون سلسلة الأوامر الإدارية خطية والمدير واحد، أما في التنظيم الإلكتروني نجد فيه وحدات استشارية ومستقلة ويكون التنظيم تحت مديرين أو أكثر.

ث. الرسمية:

في التنظيم التقليدي تكون السياسات تفصيلية وجداول اعمال قياسية ومجدولة مسبقا،

¹ -نبأ مؤيد عبد المحسن الطائي، إمكانية تطبيق الإدارة الرقمية، دار الكتب القانونية، مصر، 2011، ص 89. ومحمد محمود المكاوي، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر، مصر، 2011، ص 144.

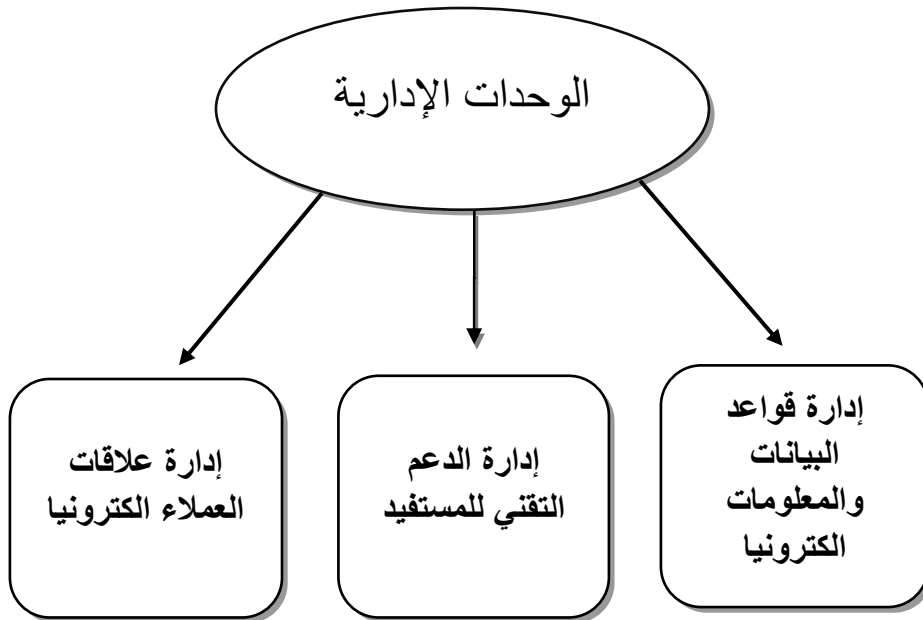
اما في التنظيم الالكتروني يرتكز على سياسات مرنة وادارة الذات، اما جداول الاعمال فهي مرنة ومتغيرة.

ج. المركزية واللامركزية:

المركزية في التنظيم التقليدي تكون في القمة، أما اللامركزية تكون فيها السلطة موزعة عكس في التنظيم الالكتروني تتعدد فيه مراكز السلطة والوحدات تكون مستقلة.¹

والتنظيم الالكتروني يستلزم العديد من الوحدات الإدارية الجديدة:

الشكل 01: الوحدات الإدارية الجديدة في التنظيم الالكتروني.²



شكل 01: يوضح الوحدات الإدارية الجديدة التي يستلزمها التنظيم الالكتروني.

3. الرقابة الالكترونية:³

الرقابة الكترونية تعطي ميزة الرقابة الآنية والفورية من خلال شبكة المنظمة، ما يسمح

¹ - نبأ مؤيد عبد المحسن الطائي، المرجع السابق، ص 89.

² - نجم عبود نجم، الإدارة الالكترونية، الاستراتيجية والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر والتوزيع، 2004، ص 251.

³ - عاشور عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص 31.

بتقليص الفجوة الزمنية القائمة بين عملية اكتشاف الانحراف وعملية تصحيحه، فهي تعتبر عملية مستمرة دائمة، تكشف عن الانحرافات من خلال تدفق المعلومات والتشبيك بين المدراء، العاملين، الموردين، وحتى المستهلكين، فالكل يعمل في نفس الوقت وهذا ما يحوّل الى تحقيق الثقة الالكترونية سواء بين المؤسسة والعاملين او بين الادارة والمستفيدين

من مميزات الرقابة الالكترونية:

- الرقابة الكترونية تسمح للجميع على ان يكونوا على دراية الى حد كبير على ما يوجد في المنظمة، بهدف تحقيق مستلزمات الرقابة والحد من الأزمات في المنظمة.
- التخلي عن الرقابة الدورية والاعتماد على الرقابة الدائمة.
- الرقابة في الوقت الآني من خلال النقرات عكس الرقابة التقليدية القائمة على الرقابة بالتقارير.
- الرقابة الالكترونية تحفز العلاقات القائمة على الثقة، ما ينقص من الجهد الإداري المطلوب في الرقابة.¹

4. القيادة الإلكترونية:

القيادة هي القدرة في التأثير على السلوك البشري، لتوجيههم نحو تحقيق أهداف مشتركة لإكساب طاعتهم وتعاونهم، والقائد هو الذي يتولى إدارة الجماعة، تنعكس القيادة التقليدية عن القيادة الالكترونية فالأولى كانت تعتمد على التعامل التقليدي للقائد والتي فيها نوع من التسلط.

وأما القيادة الالكترونية تستلزم على القائد أن يكون ذو خصائص ملائمة منسجمة مع بيئة الأعمال الإلكترونية، وعليه يجب أن تتوفر في القائد الإلكتروني مهارات ومعارف

¹-بوزكري جيلالي، مرجع سبق ذكره، ص75.

تقنية يتحكم فيها مثل: تقنية المعلومات والحاسبات الآلية، شبكات الاتصال الإلكترونية والبرمجيات الخاصة بها.¹

القيادة الإلكترونية تنفرع إلى ثلاث أنواع:²

أ. القيادة التقنية العملية:

تتمحور نشاطاتها حول استعمال تكنولوجيا الانترنت، وتتميز بتوفير المعلومات وتحسين جودتها، وسرعة الحصول عليها، وتسمح للقائد الإلكتروني علي كسب القدرة في التطوير التقني للأجهزة و البرمجيات، و تجعل من القائد يكتسب صفات جديدة كالسرعة في الحركة و الاستجابة و إصدار قرارات مسبقة.

ب. القيادة البشرية الداعمة (الناعمة):

ترتكز هذه القيادة حول ضرورة كسب القائد الحرفة والزاد المعرفي، فالقيادة الناعمة تتميز بإمكانيتها في الوصول إلى السوق عن طريق القدرة العالية في إدارة المنافسة، وهذا من خلال التركيز على التجديد في توفير الخدمات للمتعاملين.

ت. القيادة الذاتية:

في القيادة الذاتية تركز على مجموعة من الإمتيازات التي يجب أن تتوفر في القائد ضمن إدارة الأعمال عبر الانترنت، وهذا ما يسمح للقيادة أن تتصف بالتركيز على

¹ -محمد بن سعيد محمد العريشي، الإدارة العامة للتربية والتعليم بالعاصمة المقدسة بنين، رسالة ماجستير في الإدارة التربوية والتخطيط، قسم إدارة التربية والتخطيط، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2001، ص38.

² -نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية استراتيجية الوظائف والمجالات، دار اليازور للنش والتوزيع، الأردن، 2009، ص244.

إنجاز المهام، القدرة على تحفيز النفس، الرغبة في المبادرة، ومرونة التكيف مع مستجدات البيئة المتغيرة.¹

المطلب الرابع: أهداف الإدارة الإلكترونية

تعمل الإدارة الإلكترونية على تحقيق الانتقال من الأسلوب الإداري التقليدي نحو العمل الإلكتروني وهذا لبلوغ مجموعة من الأهداف المتمثلة فيما يلي²:

1. أهداف مرتبطة بفائدة المستفيدين والعملاء الداخليين والخارجيين للمؤسسة:

- الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمات للمستفيدين.
- تحقيق الإفادة القصوى لعملاء المؤسسة.
- التقليل من التعقيدات الإدارية.

2. أهداف مرتبطة برفع كفاءة العمل الإداري:

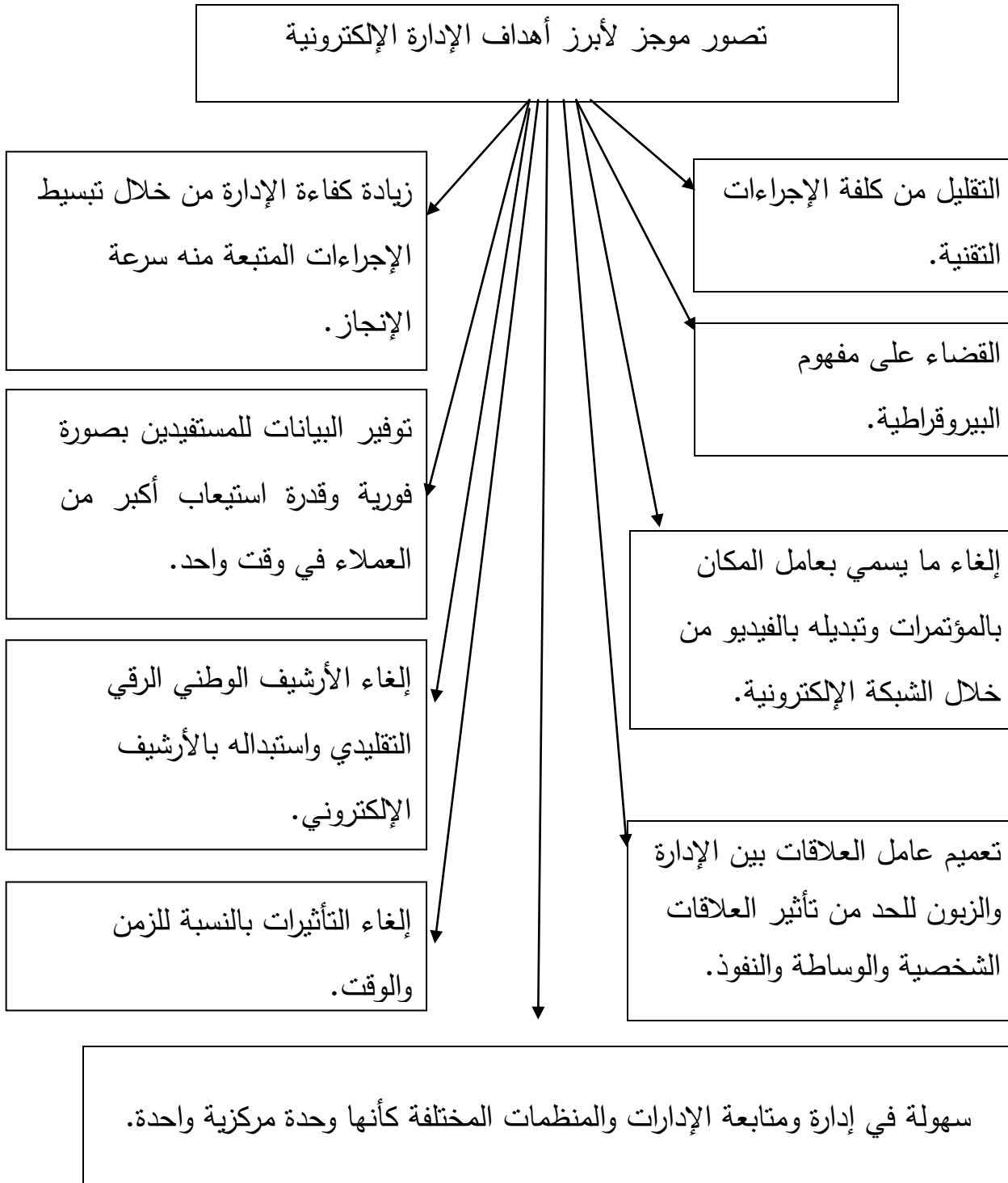
- التقليل من استخدام الأوراق خلال الأعمال الإدارية.
- إمكانية عمل المؤسسة على مدار الساعة عن بعد.
- التحسين من مستوى الخدمات التي تقدمها المؤسسة.
- تقليص الموارد البشرية الزائدة و تحويلهم لأداء المهام الأساسية للمؤسس
- اختصار الوقت في إنجاز الأعمال في مختلف الإجراءات.³

¹-نجم عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية استراتيجية الوظائف والمجالات، مرجع سبق ذكره 2001، ص 38.

²-دمثان المجالي، أسامة عبد المنعم، التجارة الإلكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 99، 100.

³-المرجع نفسه، ص 100.

الشكل 02: أهداف الإدارة الإلكترونية.¹



الشكل 02: يوضح أهم أهداف الإدارة الإلكترونية.

¹-عامر إبراهيم قنديلجي، الحكومة الإلكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2015، ص 128.

المبحث الثالث: منهجية تطبيق الإدارة الإلكترونية

الإدارة الإلكترونية تعتبر من بين الأساليب الحديثة التي تبنتها الإدارات المعاصرة لكن للانتقال نحو هذه المرحلة الجديدة لها مكونات أساسية لتطبيقها، ومن خلالها سوف نعرضها في يلي:

المطلب الأول: عناصر الإدارة الإلكترونية

الإدارة الإلكترونية تنحصر في أربعة عناصر أساسية و المتمثلة فيما يلي:¹

1. عتاد الحاسوب:

يقصد بها أجهزة الحاسوب وملحقاته نظرا للتطورات التي تطرأ على برامج الحاسوب والزيادة من عدد مستخدمي الأجهزة في المؤسسات، فعلى المؤسسة اقتناء أحدث ما توصل إليه صانعو العتاد في هذا المجال، رغبة في تحقيق ميزتين أساسيتين وضرورتان، هما:

- توفير تكاليف التطوير المستمر وتكاليف الصيانة.

- ملائمة عتاد الحاسوب للتطورات البرمجية وبرمجيات نظم المعلومات.

2. البرمجيات:

وهي الجانب التقني للنظم وشبكات الحاسوب وهي مقسمة إلى عنصرين:

أ. برامج النظام:

كأنظمة التشغيل ومترجمات لغات البرمجة وهندسة البرامج بمساعدة الحاسوب.

¹-بوزكري جلاي، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وأفاق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2016/2015، ص 24، 25.

ب. برامج التطبيقات:

مثل برامج البريد الإلكتروني، قواعد البيانات وبرامج التجارة الإلكترونية وبرامج إدارة وتخطيط موارد المشروع.

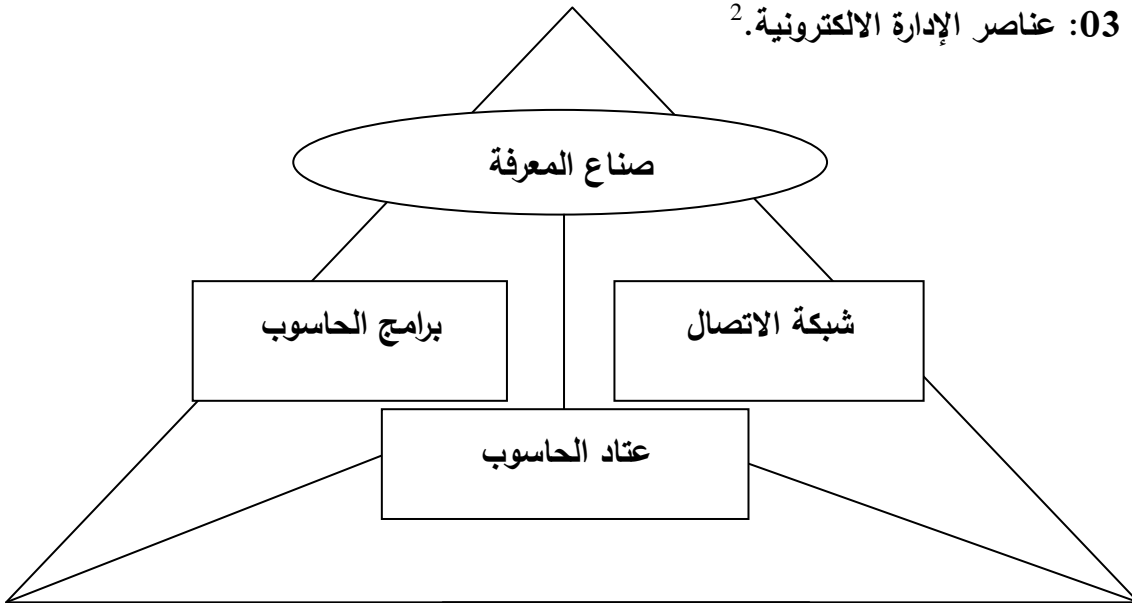
3. شبكات الاتصالات:

هي الموصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الانترنت، الإكسترنانت، الانترنت، فهي تشكل القيمة الحقيقية للمؤسسة وإدارتها الإلكترونية.

4. صناع المعرفة:

من بين أهم العناصر الأساسية في الإدارة الإلكترونية يتفرع إلى القيادات الرقمية، المحللون للموارد المعرفية، رأس المال الفكري في المؤسسة، المديرين.¹

الشكل 03: عناصر الإدارة الإلكترونية.²



الشكل 03: يوضح اهم تقسيمات لعناصر الإدارة الإلكترونية.

¹ -ياسين سعد غالب، الإدارة الإلكترونية وأفاق تطبيقها، الإدارة العامة للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2005، ص ص 24، 25.

² -المرجع نفسه، ص 25.

المطلب الثاني: مجالات تطبيق الإدارة الإلكترونية:

تتفرع الإدارة الإلكترونية نحو أنماط وأشكال مختلفة تتفق مع طبيعة العمل في المؤسسة بما يحقق أهدافها، ومن هذه الأنماط نجد:¹

1. الحكومية الإلكترونية:

الحكومة الإلكترونية تعتبر من بين أنماط الإدارة الإلكترونية وتعرف بإدارة الشؤون العامة بالاعتماد على وسائل الإلكترونية لتحقيق أهداف اجتماعية وسياسية اقتصادية وأيضا للتخلص من الأعمال الروتينية.

2. التعليم الإلكتروني:

وذلك من خلال إجراء حصص دراسية ومناقشة الرسائل العلمية عبر الشبكة المحلية للمؤسسة عبر شبكة الانترنت.

3. النشر الإلكتروني:

من خلاله يمكن متابعة الأخبار والنشرات الاجتماعية والاقتصادية وكذا الإخبار العاجلة والاطلاع على آخر المستجدات بالاعتماد على محركات البحث ما يحقق السرعة في الحصول على المعلومة ومن مصدرها الأصلي.

4. الصحة الإلكترونية:

من خلال توفير خدمات استراتيجية للإدارة الإلكترونية عبر الرسائل الإلكترونية فحوصات طبية والتحليل المخبرية عبر الشبكة المحلية للمستشفى أو عبر شبكة الانترنت.²

¹-ساري عوض حسانات، معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعات الفلسطينية، مذكرة لنيل شهادة الماستر

في الدراسات التربوية، الجامعة الإسلامية فلسطين، غزة، 2011، ص ص 39، 40.

²-المرجع نفسه، ص ص 39، 40.

5. التجارة الإلكترونية:

هي تبادل المعلومات والخدمات التجارية عبر شبكة الانترنت بشكل أسرع مثال على ذلك: استخدام البطاقة البنكية في العمليات التجارية.¹

المطلب الثالث: مراحل التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الإلكترونية

الإدارة الإلكترونية تحتاج إلى مراحل ضرورية لتنفيذها:²

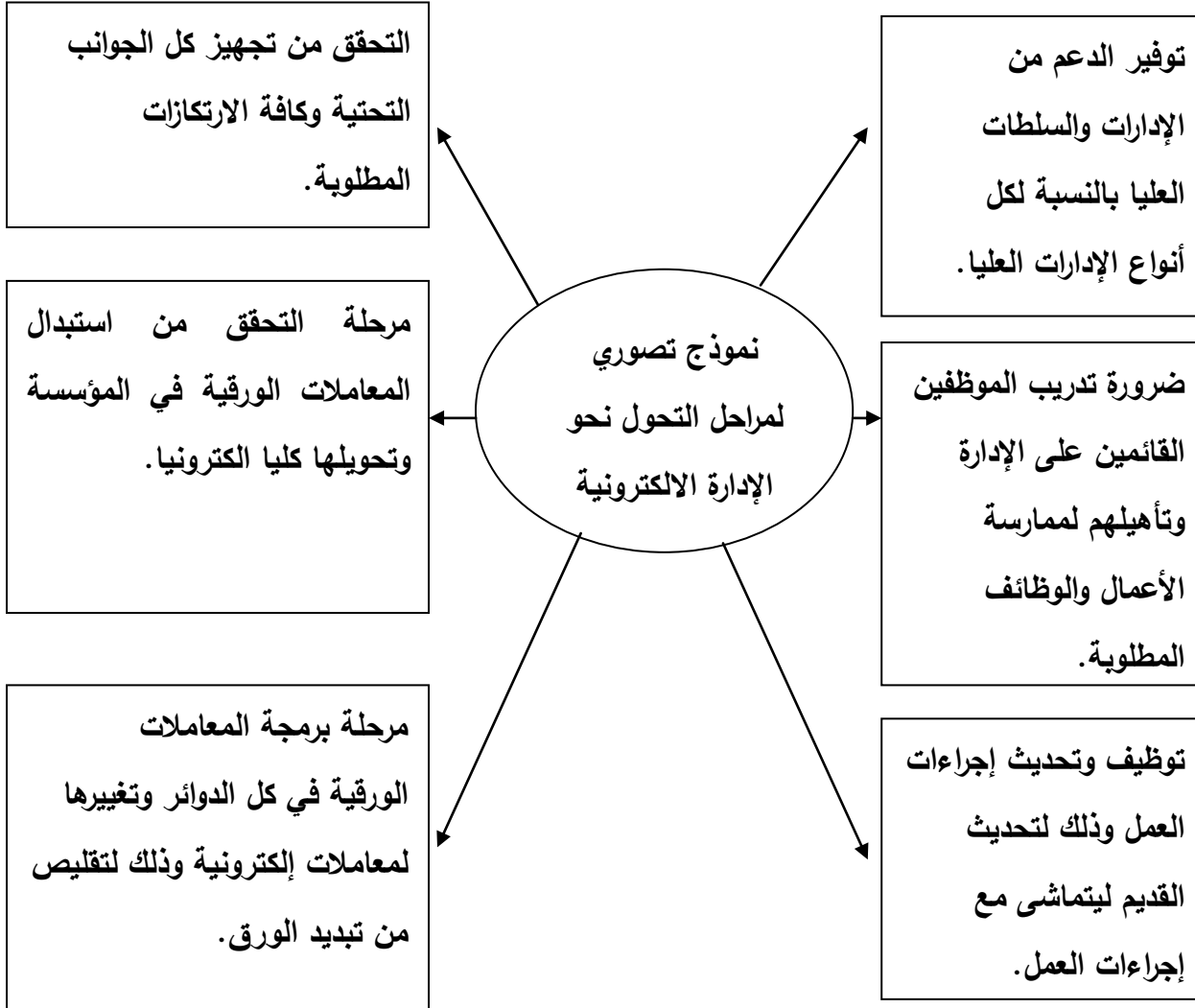
- الربط الفعال والجيد بشبكة الانترنت الحديثة.
- تأمين البنية الارتكازية الجيدة للاتصالات لتدريب الطاقات البشرية وتأهيلهم على التعامل الجديد مع الإدارة.
- البدء بالتحول التدريجي من الشكل التقليدي إلى الشكل المحسوب في الإجراءات في ضوء الإمكانيات الموجودة.
- التعاون بين القطاعين العام والخاص من خلال إسهامهما في دعم وتطوير تطبيقات الإدارة الإلكترونية.
- إتاحة المعلومات والمخرجات الضرورية واللازمة للمواطنين والمؤسسات.

فبطبيعة الحال التحول نحو الإدارة الإلكترونية والتي هي منظومة إلكترونية متكاملة من خلالها يتم تحويل العمل الإداري التقليدي اليدوي نحو نحو العمل الإداري باستخدام الحاسوب، والهدف من ذلك المساهمة في اتخاذ القرارات الإدارية بأقل التكاليف وبأسرع وقت، ومن جهة أخرى الشفافية الكاملة سواء داخل الجهاز الإداري او خارج محيط المنظمة، لكن من اجل الدخول في هذا النمط الإداري يستلزم مراحل نلخصها من خلال هذا الشكل:

¹-ساري عوض الحسنات، مرجع سبق ذكره، ص 40.

²-عامر إبراهيم قنديلجي، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2015، ص 255.

الشكل 04: مراحل التحول نحو الإدارة الإلكترونية.¹



الشكل 04: شكل نموذجي يبين مراحل التحول نحو الإدارة الإلكترونية.

المطلب الرابع: تقييم الإدارة الإلكترونية

للإدارة الإلكترونية مجموعة من المزايا والفوائد، والتي دفعت العديد من الدول إلى تبني هذه الإدارة كأسلوب راقى في تقديم المعاملات، لكنها لا تقتصر فقط على الجانب

¹ -عامر إبراهيم قنديل، الحكومة الإلكترونية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2015، ص136.

الايجابي بل لها أيضا سلبيات مترتبة عنها ومن خلال هذا المطلب سنتطرق إلى مزايا وعيوب هذه الإدارة:

1. مزايا الإدارة الإلكترونية:

- توفير قنوات اتصال جديدة سواء بين الزبائن ومؤسسات الأعمال ومنظمات المجتمع من جهة والحكومة من جهة أخرى.
- إتاحة المعلومات للزبائن سواء داخل الوطن أو خارجه.
- تبسيط العمليات والإجراءات الإدارية للتخلص من بيروقراطية الأداء.
- تعزيز الترابط بين العاملين والإدارة العليا ومتابعة وإدارة الموارد في الشركة.
- تخفيض تكلفة الخدمات والأعمال والمعلومات وما يصاحبها من إجراءات متعددة للعاملين والإدارة العليا ومتابعة إدارة الموارد في الشركة.
- تسويق المنتجات محليا وعالميا.
- دفع الشركة نحو المنافسة والتميز على مستوى السوق العالمي.¹

2. سلبيات الإدارة الإلكترونية:

إن دفع الإدارة الإلكترونية نحو الرقي وتخليصها من عدة مشاكل ومصائب إدارية وتقنية لا يعني غياب السلبيات لهذه الإدارة بل يترتب عليها بعض الأضرار والسلبيات ونذكر البعض منها:²

- التجسس الإلكتروني.
- زيادة التبعية للخارج.
- شلل الإدارة الإلكترونية.

¹-مزهر شعبان العالي وشوقي نادي، الإدارة الإلكترونية، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2014، ص ص 181، 182.

²-علي حسين بكير، المفهوم الشامل لتطبيق الإدارة الإلكترونية، مجلة آراء حول الخليج للأبحاث، العدد 23، مركز الخليج للأبحاث، الإمارات، 2006، ص 21.

أ. التجسس الإلكتروني:

التقنيات الحديثة اجتاحت العالم وخلصت دول العالم خاصة المتطورة من اعتمادها على العنصر البشري على الرغم من أهميته وألويته في كثير من المجالات ومن الطبيعي عند اعتماد إحدى الدول على نظام الإدارة الإلكترونية فإنها ستنتقل وتحول أرشيفها إلى أرشيف الكتروني كما سبق وذكرنا وهو ما يعرضه لمخاطر حتمية تكمل في التجسس على هذه الوثائق ونقلها وبالإمكان إتلافها، لذلك فإن وجب التأمين على المعلومات ووثائق وأرشيفات الإدارة سواء المتعلقة بالإنفراد أو المنظمات أو الإدارات أو حتى متعلقة بالدول.¹

فمصدر الخطورة لا يأتي من تطبيق الإدارة الإلكترونية، وإنما مصدر الخطورة يكمن في عدم تحسين وحماية الجانب الأمني للإدارة الإلكترونية والذي يعتبر أولوية في مجال تطبيق استراتيجية الإدارة الإلكترونية والتقصير وإهمال هذه المرحلة يشكل خطورة على أمن المعلومات، يحدثها التجسس الإلكتروني ومصدر هذه الخطورة يأتي غالبا من ثلاث فئات:

الفئة الأولى: هم الأفراد العاديين.

الفئة الثانية: الهاكرية هم (القراصنة).

الفئة الثالثة: هي أجهزة الاستخبارات العالمية للدول.²

هذا فيما يختصر خطر الفئتين الأولى والثانية إلى تخريب الموقع وإعاقة عمله، بحيث تستطيع الإدارة تفادي ذلك بطرق وقائية أو بإعداد نسخة احتياطية من الموقع فان نظر وتهديد الفئة الثالثة يتعدى ذلك بكثير ويصل إلى درجة الاطلاع الكامل على كافة

¹-علي حسين بكير، المفهوم الشامل لتطبيق الإدارة الإلكترونية، مجلة آراء حول الخليج للأبحاث، العدد 23، مركز الخليج للأبحاث، الإمارات، 2006، ص 21.

²-مرجع نفسه، ص 24.

الوثائق الحكومية ووثائق المؤسسات والإدارات والأفراد والأموال مما يشكل التهديد فعليا على الأمن القومي والاستراتيجي لدولة معنية.

ب. زيادة التبعية للخارج:¹

من المعلوم ان الدول العربية ليست رائدة في مجال تكنولوجيا المعلومات، وهي دول فقط مستهلكة ومستعملة لهذه التكنولوجيا على الرغم أن هناك أعداد كبيرة من العلماء العرب والأخصائيين في مجال التكنولوجيا في العالم، بما أن الإدارة الإلكترونية تعتمد معظمها إن لم نقل بإكمال على التكنولوجيا الغربية فان ذلك يعني انه يزيد من مظاهر تبعية الدول المستهلكة للدول الكبرى، فالاعتماد الكلي على التقنيات للحفاظ على امن المعلومات والتطبيقات على الشبكات الرسمية التابعة للدول الغربية هو تعرض الأمن القومي والوطني للخطر بالنسبة لهذه الدول.

ت. شلل الإدارة الإلكترونية:²

إن التطبيق الغير السوي والدقيق لمفهوم واستراتيجية الإدارة الإلكترونية والتحول دفعة واحدة من نمط التقليدي للإدارة إلى النمط الجديد دون الاعتماد على التسلسل في التحول من شأنه أن يؤدي إلى شلل في وظائف الإدارة، فعندما يتم التخلي عن النمط التقليدي للإدارة يعني أنه لم يتم تطبيق الإدارة الإلكترونية بمفهومها الشامل مما يؤدي إلى إما الإيقاف الجزئي أو الكامل للنظام الإداري الإلكتروني أو العودة إلى النظام التقليدي بعد الخسارة.

¹-علي حسين باكير، مرجع سبق ذكره، ص22.

²-المرجع نفسه، ص 22.

خلاصة الفصل

مما سبق عرضه في هذا الفصل تطرقنا حول الإطار المفاهيمي للإدارة الإلكترونية ونشأتها والفرق بينها وبين الإدارة التقليدية وما تحتويه من خصائص تميزها، فنستخلص أن الإدارة الإلكترونية تمثل عملية تغيير جذرية للوظائف والأعمال الإدارية للمؤسسة. كما أشرنا حول مبادئ ومتطلبات الإدارة الإلكترونية وكذلك الأهداف التي تسعى إليها وذلك من خلال تطوير مستوى الأداء داخل المؤسسة أو خارجها بإعطائها لمفهوم جديد لطبيعة العلاقة بين المواطنين والمؤسسة. وفي الأخير تطرقنا حول عناصر الإدارة الإلكترونية ودخولها في العديد من المجالات التي تتلاءم مع طبيعة نشاط المؤسسة، وكنقطة أخيرة أشرنا حول بعض إيجابيات هذه الإدارة التي تميزها، كذلك السلبيات التي تعرقل مسارها.

الفصل الثاني

عصرنة الخدمة العمومية في ظل تطبيق

الإدارة الإلكترونية

تمهيد

تعد الخدمة العمومية من اهم العوامل الاساسية للنهوض بالدول وتحقيق التنمية، فيمكن وصفها بالعصب الحيوي الموجه لكافة المواطنين دون تمييز، والتي تكفلها الدولة عن طريق المنظمات العامة والمؤسسات العمومية التي تقدم خدمات ذات طابع عمومي وهذا لضمان كل مطالب المواطنين وتلبيتها، ومع التطورات الغير المسبوقة التي عرفها الاقتصاد العالمي، والتي مست كل القطاعات سعت السلطات العمومية ايضا الى اطرء تحولات في القطاع الخدماتي وذلك بإدخال الادارة الالكترونية في المؤسسات العمومية لتسهيل العمل الاداري والاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكل هذا بغية اصلاح هذا القطاع من جهة وتحسين من جودة الخدمات المقدمة وعصرنتها، وهذا يعود لتطلعات المواطنين من حكوماتهم بتوفير خدمات جديدة ذات جودة عالية، وانطلاقا مما ذكرناه سنتطرف بالتفصيل حول موضوع الخدمة العمومية بحيث قسمنا هذا الفصل الى ثلاث مباحث:

المبحث الأول: ماهية الخدمة العمومية.

المبحث الثاني: عصرنة الخدمة العمومية.

المبحث الثالث: الإدارة الإلكترونية كألية لتحسين جودة الخدمة العمومية.

المبحث الأول: ماهية الخدمة العمومية

باعتبار الخدمة العمومية تلك الرابطة التي تجمع بين الإدارات الحكومية ومواطنيها، فمن خلال هذا المبحث سنفصل في هذا الموضوع اين تطرقنا فيه لعدة جوانب.

المطلب الأول: مفهوم وخصائص الخدمة العمومية

تعددت تعاريف الخدمة العمومية لتشمل مفاهيم عديدة عرفت من وجهات نظر متعددة واشتملت على خصائص متنوعة.

1. مفهوم الخدمة العمومية**أ. الخدمة:**

عرفها فيليب كوتلر "Philip kotler": على انها نشاط او انجاز متصلة بعملية تبادلية يقدمها طرف معين لطرف اخر، وبالأساس تكون غير ملموسة ولا ينتج عنها اي ملكية ونتاجها وتقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي او لا تكون.¹ ومن خلال التعريف يتضح ان الخدمة هي مجموعة من الانشطة الغير الملموسة تحصل بين طرفين على شكل عملية تبادلية، وقد تكون مرتبطة بمنتج مادي او معنوي دون امكانية تحويل ملكيتها.

ب. الخدمة العمومية:

تعرف على انها الخدمات التي تقدمها الحكومة للمواطنين ضمن نطاق سلطاتها سواء بشكل مباشر من خلال القطاع العام او عن طريق تنظيم الخدمات، ومفهوم الخدمة العمومية مربوط بتأسيس الدولة كسلطة ذات سيادة بهدف اشباعها للحاجات العامة للجمهور لغرض رفاهية المجتمع وتحقيق التنمية الشاملة.²

¹Philip kotler, **Marketing management**, 13ème édition, Pearson éducation, Paris, 2009, p52.

²-ليبيد عماد، موزاي بلال، الخدمة العمومية الإلكترونية في الجزائر معطيات الواقع ورهانات المستقبل، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2021، ص ص 11، 12.

كما تعرف على انها الخدمات التي توفرها وتضمنها المؤسسات العمومية واجهزة الدولة الى المواطنين ضمن الإطار القانوني والتشريعات المعمول بها في اي بلد.¹

تعرف الخدمة العمومية كأصل عام على انها: "الحاجات الضرورية لحفظ الانسان وتأمين رفاهيته والتي يجب توفيرها لغالبية الشعب والالتزام في منهج توفيرها على ان تكون مصلحة الغالبية من المجتمع، هي المحرك الاساسي لكل سياسة في شؤون الخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة للمواطنين".²

ومنه نلخص العناصر المشتركة لمفهوم الخدمة العمومية:³

-الخدمة العمومية تسعى مباشرة لإشباع الحاجات لفائدة المصلحة العامة، فالخدمة العمومية يقابلها بالضرورة حاجة ضرورية عامة، فلولا هذه الاخيرة لما تطلب انشاء وتوفير مرافق متعددة تُعنى بتحقيق حاجات ومتطلبات المواطنين.

-تحقيق المصلحة العامة هو الباعث الاول على توفير الخدمات العمومية، فإن تقديمها ينبغي ان يكون متاحا للجميع دون تمييز وبالكيفيات والاجراءات نفسها.

-الخدمات العمومية تصدر من السلطات العمومية إن كانت بطريقة مباشرة او غير مباشرة.

-الهدف الاسمي من تقديم الخدمات العمومية هو صيانة الانسان وحفظه، والرفع من مستوى معيشته نتيجة التحسين المستمر لنوعية الخدمة التي يوفرها له.

ومن خلال التعريفات السابقة يمكن القول ان الخدمة العمومية هي سعي المنظمات العمومية المرتبطة بالدولة لإشباع الحاجات الضرورية لمواطنيها بصفة مستمرة وهذا بهدف حفظ المواطن ورفاهيته، على ان تكون المصلحة غالبية وعامة دون التمييز.

¹-عباس بدران، الحكومة الالكترونية من الاستراتيجية الى التطبيق، دار الفارس للنشر والتوزيع، عمان، 2004، ص138.

²-لامية طالة، الادارة الالكترونية وعصرنة الخدمة العمومية: خيار تكنولوجي استراتيجي للإصلاح الإداري، (مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، مجلد 04، العدد 02، ديسمبر 2020)، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر، ص38.

³-المرجع نفسه، ص39.

2. خصائص الخدمة العمومية

للخدمة العمومية خصائص عديدة نذكر منها:

- **عدم القدرة على الاستبعاد:** تعني المنفعة التي يتحصل عليها المواطن لا يمكن تقسيمها، وزيادة المنافع التي يحصل عليها الفرد لا تؤثر على المنافع التي يتحصل عليها الآخرون، ولكن بالضرورة يتغير ذلك جوهريا في حالة السلع التي تخضع لمبدأ الاستبعاد بطبيعة الحال زيادة منفعة لفرد ما ستكون على حساب الآخرين.

- **تقديم الخدمة العمومية من قبل المرافق العامة للدولة:** وهذا ما يعزز الخدمات وما لها من أهمية لدى السلطات، وما يجعلها تحرص أكثر على ضمان الحد الأدنى للخدمات واتخاذ الدولة للإجراءات الاحتياطية والتحفيزية لهذا الشأن.¹

- **المشاركة:** تمتاز الخدمة العمومية بالمشاركة بمعنى تقديم خدمات عمومية باشتراك المجتمع المدني، أيضا القطاع الخاص في بعض الأحيان وذلك عند اختيار نوعية المشاريع وحجمها وأيضا نوع الخدمات والسلع.

- **الخدمة العمومية حق متاح لكل مواطن:** لكل فرد من المجتمع له الحق في الاستفادة من مختلف الخدمات العمومية، والحق في الاستفادة من أحسن الخدمات التي توفرها إدارة الخدمات العمومية.²

ومن الخصائص الأخرى للخدمة العمومية:³

- **مجانية الخدمات:** الخدمات العمومية المقدمة من قبل المؤسسات العمومية تمتاز بالمجانة عموما أو بتقديم سعر رمزي على شكل ضريبة أو رسم، وهي من بين

¹- عثمان سعيد عبد العزيز، قراءات في اقتصاديات الخدمات والمشروعات العامة دراسة نظرية تطبيقية، ط01، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2000، ص41.

²- عمر بوبراس، علاقة إدارة المجلس الشعبي البلدي وأثارها على الخدمة العمومية والتنمية المحلية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2012، ص140.

³- سفيان ريميلوي، عصرنة الخدمة العمومية المحلية: دراسة في الآليات والتحديات، (مجلة دفاتر السياسة والقانون، المجلد 13، العدد 03، 2021)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي البلدية 02، الجزائر، ص605.

الخصائص الأساسية التي تتميز بها المهام الموكلة الى المرافق العمومية مقارنة بما تهدف اليه المؤسسة الخاصة من تحقيق لمصالح.

-قابلية الخدمة للتلف او التلاشي: بالإضافة الى هذه الخاصية عدم قابلية الخدمة للإخضاع لعملية التكديس والتخزين.

-عدم الملموسية: بمعنى ان هذه الخدمات لا يمكن بيعها او تخزينها بل هي خدمة محققة وفق مطلب شخصي لفرد المجتمع في اطار عمومي على حسب ما تلتزم به الدولة بتوفيرها من خدمات ومصالح لمواطنيها سواء على المستوى المركزي او المحلي.

-التفاعل بين مقدم الخدمة والمستفيد منها: اي يقصد به التفاعل المباشر بين الطرف المستهلك للخدمة ومؤديها، وكذلك قدرة المقدم للخدمة على ضمان اداء فعال وقدرته على تحقيق رضا المستفيد منها وإشباع رغبته بشكل صحيح ومرضي.

-تحقيق المصلحة العامة: الغرض من الخدمات العمومية بالأساس هو تحقيق المنفعة العامة، وهذا تحت تنظيم واشراف ورقابة الجهات والسلطات العمومية.

-عدم تماثل الخدمة: اي ان الخدمة العمومية يطرأ عليها تحولات وتغيرات وتأخذ اشكال وانماط جديدة وفق الظروف الزمنية والكيفية التي تتبناها السلطة القائمة على المرفق العمومي، ووفق السياسات التي تتبعها.¹

المطلب الثاني: انواع ومعايير الخدمة العمومية

1. انواع الخدمة العمومية:

أ. تعددت تقسيمات الخدمات العمومية ومن بين هذه التقسيمات نجد:

-خدمات ضرورية لأفراد المجتمع باختلاف قطاعاته ومستوياته: فهي خدمات ضرورية للمجتمع العام لا يمكن الاستغناء عنها كالتموين بالماء، الكهرباء والغاز، وهذا النوع من الخدمات لم تعد حكرًا على الدولة انما قابلة للتقديم من قبل المؤسسات الخاصة، ويتم ادارتها على اسس تجارية وتطبق عليها معايير الربحية التجارية.

¹-سفيان ريميلوي، المرجع السابق، ص 605.

-خدمات ذات منفعة اجتماعية وثقافية يستفيد منها افراد المجتمع: هي خدمات ليست بالضرورة ذات اهمية لعامة افراد المجتمع نذكر منها: المكتبات العامة، متاحف، منتزهات عامة، وغيرها.

-خدمات رأسمالية مكلفة لا تقتصر منفعتها على الجيل الحالي وانما تمتد الى الاجيال المقبلة: كالجامعات بناء المدارس والمستشفيات وغيرها.

-خدمات ذات طبيعة اجتماعية: هي خدمات يمكن لأفراد المجتمع تأديتها بأنفسهم وبإمكانياتهم الخاصة، لكن القصور في القيام بهذا النوع على اكمل وجه قد يؤثر على المجتمع وهذا ما يستلزم تدخل السلطات العمومية في تأدية وتوفير هذا النوع من الخدمة، مثلا خدمة الإسكان.

-خدمات ضرورية لبقاء المجتمع وسلامته وتقدمه: هي خدمات يفترض على السلطات العمومية توفيرها مهما ارتفعت ميزانية تكلفتها، كالخدمات الصحية والتعليمية.¹

ب. تصنيف الخدمات حسب طبيعة نشاط الخدمة:

-خدمات إدارية: هي الخدمات التي تقدمها الادارات العمومية على المستوى المركزي او المحلي كاستخراج الوثائق من مصالح الحالة المدنية.

-خدمات اجتماعية ثقافية: الخدمات التي تقدمها الادارات العمومية لما لها من طابع اجتماعي وثقافي كالمدارس والجامعات والمستشفيات.

-خدمات اقتصادية وتجارية: تتمثل في الخدمات التي توفرها المؤسسات العمومية الصناعية والتجارية، كمؤسسة المياه، مؤسسة الكهرباء والغاز، ومؤسسة الاتصالات التي توفر شبكة الانترنت والتي تندرج ضمن الخدمات التجارية.

ت. تصنيف الخدمات العمومية حسب المعيار التسويقي:

-الخدمات المسوقة: هي الخدمات المقدمة للمواطن بشكل اختياري، والحصول عليها بمقابل مالي يغطي اجمالي تكلفة الخدمة المقدمة: كخدمة الربط بشبكة الانترنت، الغاز

¹-لامية طالة، مرجع سبق ذكره، ص ص 39، 40.

والكهرباء، وان تكون مدعومة جزئياً من الخزينة العمومية كالسلع والنقل العمومي.

- **خدمات غير مسوقة:** هي خدمات غير مسوقة لكنها مفروضة على جميع المواطنين، والحصول عليها مجاني، ولإنتاجها بواسطة اموال عمومية من الإيرادات العامة للدولة من الحصيلة الجبائية، مثلاً: الأمن، النظافة العمومية، خدمات البلدية، الانارة العامة وغيرها.¹

2. معايير الخدمة العمومية:

للخدمة العمومية معايير متعددة صنفها علماء وباحثين في علم الادارة بعد الدراسات التي توصلوا اليها، نذكر منها:

- **معيار الاستمرارية:** في هذا المعيار يستلزم الاداء المستمر والدائم في توفير الخدمات العمومية لضمان الرفاهية الاجتماعية، وذلك من خلال توفير الحاجيات الضرورية والمشاركة لأفراد المجتمع، فيتعين على الهيئات الحكومية توفير الحماية للمؤسسات الادارية العمومية من حالات الإفلاس، وايضا في حالة الاضرابات الشرعية لموظفي القطاع العمومي وذلك بتأمين الحد الأدنى من كل بعض نشاطات الخدمة العمومية.

- **معيار المساواة:** وذلك بعدم التمييز بين افراد المواطنين على اساس اللون، الانتماء، والاصل، فهذا المعيار يفرض العدل بين المستفيدين من الخدمات في حالة وجودهم في وضعيات مماثلة.

- **معيار التطور:** هذا المعيار يعتمد على مواكبة التطور الاجتماعي والتقني وادخال هذا التطور في مجال الخدمات العمومية من جهة ومتطلبات المواطنين للتحسين من تقديم الخدمة من جهة أخرى، كبطاقات الدفع الالكتروني، تحديث وسائل النقل، وغيرها.

¹ -نور الدين شنوفي، المناجمنت العمومي، تاريخ الاطلاع: 2022/2/22، ساعة الاطلاع: 16:30، ص 03، متاح على الموقع التالي:

<http://www.abahe.co.UK/reserch-papers/Application-of-electronic-administration.pdf>

- **معيار الشمولية:** يكون حق الاستفادة من الخدمات العمومية مكفولا لكافة افراد المجتمع، فهي حق اكفلته الدولة للجميع وينبغي ان يكون في متناول جميع المواطنين والوصول اليها بشروط مواتية لقدراتهم ومستوى معيشتهم.

- **معيار الفعالية:** إن توفير الخدمات العمومية الجوارية في المناطق المعزولة وشق الطرق في المناطق ذات النشاطات الاقتصادية خارج التجمعات السكانية الكبرى، فإن توفير هذه الخدمات في تلك المناطق تساهم في تنميتها وتهيئتها وجعلها مناطق اكثر فعالية.

- **معيار التضامن:** من خلال هذا المعيار يتضح ان الخدمة العمومية ما هي الا تضامن اجتماعي بين الهيئات الحكومية ومواطنيها بهدف محاربة الظواهر الاجتماعية كالقفر، والرقى بالمستوى المعيشي للمجتمع.

- **معيار المجانية النسبية:** تبعا لمعيار المساواة بين افراد المجتمع في حالة ما اذا كانت وضعيتهم متباينة من حيث مستوى الدخل، يتم الاعتماد على سلم الخدمات العمومية ويكون في اعلى هذا السلم الخدمات التي توفرها الدولة بشكل مجاني: كالصحة والامن، وبالتالي ترتيب الخدمات تنازليا حسب نوعية الخدمة ومستوى دخل المستفيد.¹

المطلب الثالث: مبادئ الخدمة العمومية والعراقيل التي تواجهها

1. مبادئ الخدمة العمومية:

تسعى المؤسسات الخدماتية الى تحقيق رفاهية المواطنين، والحكومات تحرص على تطبيق ذلك، وبذلك لضمان استمرارية الخدمة العمومية بالشكل المطلوب فإنها تقف على مبادئ ترتكز عليها لضمان استمراريته.

¹- فريق بحث الادارة العامة، ملتقى الحكم الراشد في الادارة العامة، المدرسة الوطنية للإدارة، الجزائر، 2006، ص17.

- للخدمة العمومية عدة مبادئ أساسية تركز عليها وهي كالتالي:¹
- أ. **منطلق المصلحة العامة:** فالخدمة العمومية تركز على مبدأ أساسي وهو المصلحة للجميع.
- ب. **مبدأ المساواة أمام المصالح العمومية:** إن مبدأ المساواة أمام المصالح العمومية هو وجه آخر لمبدأ المساواة أمام القانون والتشريعات التابع عن إعلان حقوق الإنسان سنة 1789 ويكون محترماً خاصة إن تعلق الأمر بمصلحة خدمية تمتاز بالاحتكار كقطاع البريد والاتصالات.
- ت. **مبدأ الاستمرارية:** الخدمة العمومية يسعى من خلالها لتلبية الحاجات الضرورية يتم توفيرها بصفة مضمونة، منتظمة، ومستمرة بدون انقطاع، وإذ كانت الخدمة تشمل المصلحة العامة فمن الضروري ضمان استمرارها حتى وإن كانت المؤسسة عاجزة فهناك خدمات أساسية لا بد من توفرها.
- ث. **مبدأ الملائمة:** هو ذلك الانسجام وتكيف الخدمة مع رغبات الجمهور فيجب ان تؤدي الخدمة العمومية في إطار التلازم والانسجام مع رغبات وحاجات الجمهور المستهدف حتى وإن حصل تغيير وتطور للخدمة فيجب عليها أن تتلاءم وتتوافق مع متطلباته.
- ج. **مبدأ الحيادية:** يعني الإنصاف في توفير الخدمات، دون الانحياز لطرف وترك الطرف الآخر في تقديم الخدمة.²

¹-دلال السويبي، نظام المعلومات كأداة لتحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف، ورقلة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم التسيير، جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص نظم المعلومات، 2011، ص ص 38 40.

²-المرجع نفسه، ص 38.

ح. مبدأ المجانية: توفي المصالح العمومية لبعض الخدمات دون مقابل وفي بعض الأحيان قد يكون بمقابل لكن على شكل مبالغ رمزية مثلا تسديد بعض المستحقات عند انجاز فحوصات في المستشفيات والعيادات العمومية.

2. العراقيل التي تواجه الخدمة العمومية:

إن للخدمة العمومية ركائز دائما ما تقوم بالارتقاء بها نحو ما هو أفضل لكن رغم ذلك لها بعض العراقيل التي تواجهها ونذكر منها:¹

- بطء أداء الخدمة لأسباب تعود إلى تعقيد الإجراءات والعمليات اللازمة لإنتاج أو توفير الخدمة.

- سوء تقديم الخدمة.

- التمييز في أداء وتوفير الخدمة بسبب تفشي ظاهرة الوساطة.

- انتشار الرشوة بين الكثير من موظفي الخدمة العمومية وإقبال بعض الموظفين على استخدام الرسل للحصول على الخدمة ولا يتم حصول عليها إلا بالرشوة.

- غياب الاتصال بين الإدارة في منظمات الخدمة العمومية وبين جماهير الخدمة، الأمر الذي ينتج عنه وجود فجوة.

- افتقار الابتكار والتطوير الناتج عن غياب السياسة المخططة والمدروسة للتعزيز في عمليات وإجراءات إنتاج وتقديم الخدمة العامة.²

- الغياب الكامل للبحوث والدراسات التطبيقية في الوحدات التنظيمية للمصالح العمومية وعدم الاهتمام بالاستفادة من مثل هذه البحوث والدراسات التي تتوفر بشكل كبير في المؤسسات والمنظمات الأكاديمية.

- ضعف النظام في المتابعة والتقييم للخدمات العامة وتحقيق الرقابة الفعالة بغرض

¹- عبد الكريم عاشور، مرجع سبق ذكره، ص ص 21، 22.

²- المرجع نفسه، ص ص 21، 22.

التحقيق إن تم توصيل الخدمة للمواطنين.

- تفشي ظاهرة الفساد الإداري في الهياكل والعلاقات التنظيمية لوحدة الخدمة العامة الأمر الذي له انعكاسات سلبية على العاملين في هذه الوحدات.

- عدم قدرة المحافظة على المستوى الجيد للخدمة العامة نظرا لغياب المعايير الخاصة بالرقابة على وجود هذه الخدمة.

- سوء استخدام الموارد التنظيمية المتاحة في إنتاج وتقييم الخدمة العامة وذلك إما بسبب الإهمال أو انعدام الخبرة الإدارية.¹

المطلب الرابع: عناصر وامتدادات فكرة تحسين الخدمة العمومية

1. العناصر الأساسية لتحسين لخدمة العمومية:

للخدمة العمومية عناصر تساهم في تحسين الأداء والمتمثلة في:²

أ. **تلبية الحاجات العامة:** إن أساس ومبرر وجود أي مرفق عام هو لتلبية الحاجات العامة للجمهور، حيث تقوم الإدارة العامة بإنشاء المرافق التي تقتضيها الحياة العامة للمواطنين تحقيقا للمصلحة العامة ونظرا لمرونة فكرة الحاجة العامة والمصلحة العامة والغرض من المرافق العمومية أن تقوم بتلبية وتوفير الخدمات لأفراد المجتمع.

ب. **الارتباط بالإدارة:** يرتبط المرفق العام بالإدارة العامة سواء من حيث إنشائه أو تسييره أو إدارته وحتى إلغاءه.³

ت. **المرفق العام مشروع وتنظيم:** يستلزم وجود أي مرفق عام إقامة تنسيق وتنظيم بين مختلف مكوناته البشرية والمادية والذي يسمح له بأداء دوره في تلبية الاحتياجات

¹-عبد الكريم عاشور، مرجع سبق ذكره، ص 21.

²-هاني علي طهراوي، القانون الإداري التنظيم الإداري، النشاطات الإدارية، ط5، عمان الأردن، ص ص، 266، 267.

³-المرجع نفسه، ص 267.

العامّة بغية تحقيق رضا واحتياجات الزبائن بشكل مستمر.¹

ت. **الخضوع لقانون استثنائي:** كانت المرافق العامة هي الأساس الرئيسي للقانون الإداري فهي تخضع لنظام قانوني ومغير للنظام القانوني الذي يحكم القطاع الخاص كما هو المتمثل في ما يسمى بالمبادئ الأساسية التي تحكم المرافق العامة.²

2. امتدادات تحسين الخدمة العمومية:

ظهرت فكرة تحسين الخدمة العمومية نتيجة مبدأ تكيف المرفق العام ومسايرته لتطورات الحاصلة في شتى المجالات، ويعتبر هذا امتدادا لمبدأ المرفق العام كما أن بروز فكرة الحكم الراشد مؤخرا بالغ الأثر في توجيه السياسات نحو تحسين نوعية الخدمات المقدمة للجمهور.³

أ. **امتداد لمبدأ تكيف المرفق العام:** تعتبر الخدمة العمومية أداة المرفق العام التي يستعملها بغية تحقيق هدفه المتمثل في إشباع الحاجات العامة وتحقيق المنفعة العامة للجمهور، ويقوم هذا الأخير على جملة من المبادئ تضمن عدم انحرافه عن الهدف المنشود فمبدأ تكيف المرفق العام له بالغ الصلة بمفهوم تحسين الخدمة العمومية.⁴

ب. **تجسيد لمؤشرات الحكم الراشد:** يساهم الحكم الراشد في تسيير شؤون الدولة على كافة المستويات والمجالات كما ان له إمكانية تسيير الشؤون المتعلقة بين المواطنين من جهة وبين الدولة من جهة أخرى على أساس التعاون واعتمادا على معيار الشفافية والمساءلة اللذان من شأنهما إبراز الخدمة العمومية:⁵

¹-هاني علي طهراوي، المرجع السابق، ص 267.

²-المرجع نفسه، ص 268.

³-المرجع نفسه، ص 268.

⁴-نهاد قنان، المفهوم الأوربي للخدمة العامة وتأثيره على المرفق العام العمومي في الجزائر، مذكرة لنيل ماجستير جامعة قسنطينة، 2013، ص36.

⁵-عربي محمد، الديمقراطية والحكم الراشد رهانات المشاركة السياسية وتحقيق التنمية، (مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص، افريل 2011)، الجزائر، ص 372.

- **المساءلة:** يقصد بالمساءلة خضوع صناعات القرار في الحكومة والقطاع الخاص ومؤسسات المجتمع المدني لمساءلة من قبل الجمهور على محاسبة القادة والمسؤولين على إداراتهم للشؤون العامة حفاظاً على المصلحة العامة للجميع.

- **الشفافية:** ويقصد بها حق المواطن في الحصول على المعلومات والاطلاع عليها دون عناء وتوفيرها الحكومة والمؤسسات العمومية فهي المصدر الرئيسي لهذه المعلومات.¹

- **الكفاءة والفعالية:** ويقصد بها قدرة المؤسسات على تنفيذ الخطط وتحقيق النتائج المرجوة وفق الإمكانيات المتاحة مع الاستغلال الأمثل للموارد البشرية.²

المبحث الثاني: عصرنة الخدمة العمومية

في ظل عصر العولمة والتطور السريع لتقنيات المعلومات والاتصالات تفرض تحديات كبيرة على الدول والمؤسسات العمومية بشكل خاص في الانسجام مع هذه البيئة الحديثة، وفي مواجهة التحديات التنافسية من جهة وتطوير تقنيات تقديم الخدمات من جهة أخرى للاستجابة بشكل أفضل لمطالب المواطنين، ومن خلال هذا المبحث تطرقنا حول عصرنة الخدمات العمومية وتناولنا فيه ما يلي:

المطلب الأول: مفهوم عصرنة الخدمة العمومية

1. العصرنة: هو التكيف والتجديد وفقاً للاحتياجات المتغيرة والاتجاهات الحالية.³ ومفهوم العصرنة في المجال التقني هو أحداث تجديد وتغيير في التقنيات التي كان يعتمد عليها سابقاً، ومواكبة العصر بتوظيف وسائل تكنولوجيا حديثة في مجال معين.

¹ - غربي محمد، المرجع السابق، ص 372.

² - المرجع نفسه، ص 372.

³ - موقع cordial (قاموس إلكتروني)، تاريخ الاطلاع: 2022/05/01، ساعة الاطلاع: 15:00، متاح على الموقع التالي:

<https://www.cordial.fr/dictionnaire/définition/modernisation.php>

2. **عصرنة الخدمة العمومية:** هو دمج تكنولوجيا المعلومات والحاسب الآلي والاتصالات في عالم الإدارة، والانتقال من الاعمال والخدمات الادارية العمومية التقليدية الى الالكترونية، وبروز ادارة الالكترونية تعمل على تقديم خدمة بسرعة عالية ودقة متناهية.¹

وهو أيضا: "تحويل الاعمال والخدمات الادارية التقليدية الى اعمال وخدمات الالكترونية تنفذ بسرعة ودقة متناهية، وبعبارة اخرى هي استخدام الحاسوب الآلي وشبكاته في تنفيذ الاعمال وتقديم الخدمات بشكل واسع ومكثف".²

هناك مفهوم دقيق لعصرنة الخدمة العمومية: على انها عملية التكيف مع التحولات الراهنة من خلال تبني وسائل واساليب تسيير حديثة ونمط ثقافة تنظيمية جديدة قائمة على ادخال التكنولوجيا وتحويل المعرفة الى خدمات مرنة وعصرية تواكب التطور الحاصل، وهذا بهدف ارضاء المواطنين من خلال تحقيق الجودة في الخدمات وتحويل جميع الخدمات العمومية ذات الطبيعة الورقية الى عمليات ذات طبيعة الالكترونية باستخدام التطورات التقنية الحديثة.³

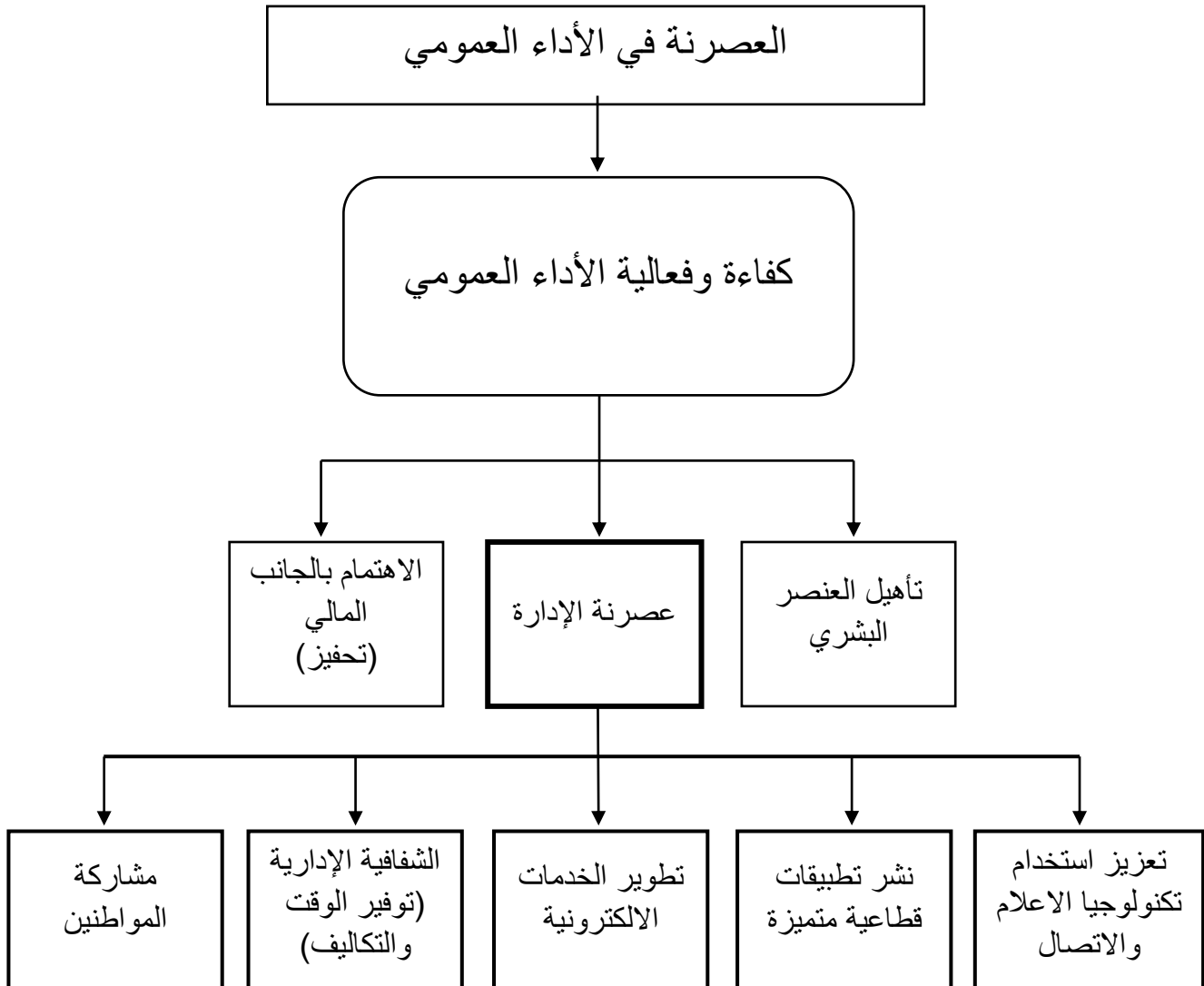
فعصرنة الخدمة العمومية يتخذ أشكال عديدة سواء التحول المتعلق بالجانب الاداري للمؤسسة والذي بالضرورة سيؤثر بالإيجاب على محيط المؤسسة، فهي بالأساس تحويل بنية ونمط تقديم الخدمة للمواطن بشكل أسهل وبأقل التكاليف والشفافية في توفير الخدمة، وبالتالي عصرنة الخدمة سيسهم في ادخال المواطن في نمط جديد من التعامل اعتمادا على تقنيات حديثة.

¹-قاشي علال، استخدم تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمة العمومية، (المجلة الاكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 03، العدد 02، سبتمبر 2019)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي الاغواط، الجزائر، ص28.

²-لامية طالة، مرجع سبق ذكره، ص47.

³-سفيان ريميلوي، مرجع سبق ذكره، ص605.

الشكل 05: مصطلح العصرنة في الأداء العمومي.¹



الشكل 05: يوضح الأبعاد المتعددة لمصطلح العصرنة في الأداء العمومي.

من خلال الشكل يوضح لنا عصرنة الإدارة والتي بالضرورة يندرج ضمنها عصرنة الخدمات العمومية التي توفرها الهيئات العمومية، والعصرنة كمفهوم ينقسم الى شقين الاول من حيث: الاداء الاداري والرفع من فعاليته كالشفافية الادارية واشراك المواطنين والشق الثاني: يندرج ضمن التطوير التكنولوجي الخدماتي من خلال التعزيز في

¹طواهير عبد الجليل، قوارح اليامنة، دور عصرنة الخدمة العمومية في تحسين أداء المورد البشري بقطاع الجماعات المحلية ورقلة، (مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 01، العدد 02، ديسمبر 2020)، جامعة قسدي مرياح ورقلة، الجزائر، ص ص 189، 190.

استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الإدارة، وإدخال هذه التكنولوجيا في الخدمات العمومية.

وبالتالي مفهوم العصرنة في الخدمات العمومية أخذ أبعاد متعددة، وانشق منه مصطلح الخدمة العمومية الإلكترونية والتي تعرف على أنها: الخدمات التي توفرها المؤسسات العمومية وذلك من خلال إنجاز المعاملات وتقديم الخدمات الكترونياً، بالانتقال من الطريقة التقليدية اليدوية إلى الشكل الإلكتروني بهدف ربح الوقت والاستخدام الأمثل للمال والجهد، بمعنى آخر إنجاز المعاملات وتقديم الخدمات بالاعتماد على شبكة الإنترنت دون أن يضطر العملاء للتنقل إلى الإدارات شخصياً لإنجاز معاملتهم.¹

ومن خلال التعريفات السابقة نستنتج أن عصرنة الخدمة تدخل في سياق تطوير وتحديث الخدمات العمومية وذلك بإدخال اليات حديثة بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتسهيل تقديم الخدمة للمواطنين والمتعاملين مع المؤسسات العمومية بهدف توفير الوقت والجهد في إنجاز كافة المعاملات.

المطلب الثاني: أهمية عصرنة الخدمة العمومية

أسهمت التكنولوجيا الاتصال في تحسين الخدمة وعصرنتها وأثر عليها بشكل كبير على نوعيتها، ومنه تكمن أهمية عصرنة الخدمات العمومية في:²

-تحقيق درجة عالية من الراحة والملائمة مقارنة بتسليم مع تسجيل الخدمة وجها لوجه كما هو معمول به سابقاً.

-تحقيق السرعة في الاستجابة للخدمات وإنجاز المهام.

¹-ليبيد عماد، موزاي بلال، مرجع سبق ذكره، ص13.

²-سالمي رشيد، أسماء قاسمية، ترشيد الخدمة العمومية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، موقع المنصة الجزائرية للمجالات العلمية asjp cerist، تاريخ الاطلاع: 2022/4/20، ساعة الاطلاع: 12:15، متاح على الموقع التالي:

<https://www.asjp.cerist.dz/en/downArticle/357/1/3/37254>

-السهر على اشباع رغبات المواطنين من خلال توفير الخدمات على مدار 24 ساعة.
 -تؤدي الى المحدودية في نسبة الاخطاء والتقليل منها خلال أداء وتسليم الخدمة وهذا يعود للدقة المتناهية التي تميز الانشطة الالكترونية.
 -توفير واختصار الوقت لصالح طالبي الخدمة.
 -التوجه لعصرنة الخدمات العمومية وجعلها بالقرب من الزبائن والمواطنين سيمكن الادارات العمومية من التسهيل في توصيل الخدمات بشكل افضل للمتعاملين.
 -تحقيق تطوير نوعي على مستوى مؤسسات الخدمة العمومية وذلك بتقديم بديل للنماذج القائمة في صورتها التقليدية.
 -الانتقال نحو الخدمات العمومية العصرية يؤدي الى بناء الثقة بين المؤسسات العمومية والمواطنين وحل مختلف عراقيل البيروقراطية ومشاكل الطوابير.
 إن ترشيد وتطوير الخدمة العمومية يؤدي بالضرورة للاعتماد على مبدأ عمل مراكز الخدمة للمواطنين "الذي يبنى على وجود مراكز قادرة على الاتصال بكافة ادارات الدولة تستطيع بالنيابة على المواطنين متابعة كافة معاملته، بما في ذلك المعاملات التي تتم عبر أكثر من ادارة واحدة حيث لا يضطر المواطن الى الانتقال من ادارة الى اخرى لمتابعة معاملته".¹

المطلب الثالث: اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة العمومية وعصرنتها

عصرنة الخدمات العمومية والانتقال نحو الخدمات العامة الالكترونية يعيد في بناء الثقة بين المؤسسات العمومية والمواطنين، ما يساهم في تحقيق انجاز المعاملات المطلوبة بشكل اسرع وتقديم الخدمات بشكل مباشر ما يؤدي الى توفير الجهد والوقت

¹-لامية طالة، مرجع سبق ذكره، ص51.

والتكلفة وحل مختلف عراقيل البيروقراطية التي يعاني منها المواطنين، فإدخال الآلة الحاسوب في المؤسسات العمومية ساهم في تقديم مزايا عديدة خاصة في تحقيق الدقة والثبات مقارنة بالعنصر البشري وذلك بتنفيذه تعليمات البرنامج في جميع الأحوال وخاصة أنها الآلة صماء لا تملك إحاسيس كي تقوم بالسرقة والاختلاس ولا يوجد للحاسب مصلحة شخصية عكس الموظف.¹

أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال والذي يركز في تفعيل الإدارة الإلكترونية وبالتالي تطوير وعصرنة الخدمة العمومية يعتمد في تحقيق العناصر التالية:²

مردودية الخدمة العمومية: متعلقة بمدى مردودية مشاريع الخدمة العمومية وإسهاماتها في إعادة ترتيب الخدمات المقدمة للمتعاملين، وكذلك فوائد تطبيق هذا النموذج من الخدمات على واقع الجهاز البيروقراطي، ومدى حقيقة الوصول إلى كسب رضا المتعاملين وثقتهم بمؤسسات الخدمة العامة.

- تقليص تكاليف الخدمة: تتقلص تكاليف الخدمة من خلال الاعتماد على الاتصالات عبر الخط دون التنقل والتوصل للخدمة من خلال النوافذ يتيح تخفيض التكاليف الناتج عن التنقل الإلكتروني بين بوابات الخدمة العمومية.

- سرعة الاستجابة واحترام المواعيد: وذلك عن طريق استخدام تقنية الشباك الوحيد للأنشطة الإدارية المتماثلة وذلك لربح الوقت والدفع بالإدارة للقيام بالتزامات مع تحقيق سرعة الاستجابة للخدمة دون تأخر.

- الدقة: إنجاز المعاملات وفق مقاييس مضبوطة تحدد عن طريق أنظمة معالجة معلوماتية بشكل يحد من الأخطاء الإدارية، ويمنع التجاوزات أثناء تقديم الخدمة.

- سهولة المحاسبة ووضوح الخدمة: إن توظيف تكنولوجيا المعلومات على نطاق

¹-أمال سي موسى، مساهمة تكنولوجيا الاتصال وإدارة المعرفة في ترقية الخدمة العمومية دراسة حالة بلدية وزرّة، (مجلة الدراسات الإعلامية دورية دولية محكمة، العدد 05، 2018)، ألمانيا، ب ص.

²-المرجع نفسه، ب ص.

واسع في اداء الخدمة العمومية، فذلك سيؤدي الى امكانية المحاسبة على جزئيات كل المهام والانشطة من خلال وجود النشر الالكتروني لكل مراحل الخدمة والمعاملة، فلا مجال لإخفاء المعاملات او التلاعب وللاستثمار بخدمة جهة معينة دون الأخرى.

الشكل 06: إمكانيات الخدمة العامة الرقمية المعاصرة.¹



الشكل 06: يوضح الإمكانيات الهائلة للخدمة العامة الرقمية المعاصرة.

المطلب الرابع: اساليب تقديم الخدمات العمومية الالكترونية المعاصرة

ان ادخال تكنولوجيا المعلومات في المجال الخدماتي العمومي ساهم بشكل كبير في توفير حاجيات ومتطلبات المواطنين، والتي يجب توفيرها بشكل مستمر ودائم وهذا ما ساهم في عصرنة هذا المجال، ومع ادخال الادارة الالكترونية كألية لتقديم الخدمة العمومية فقد اصبحت توفر هذه الخدمات بأساليب متطورة ومعاصرة، والتي هي ضرورية في المؤسسات العمومية كألية جديدة لتلبية حاجيات عملائها، فمنه سنتطرق حول اساليب تقديم الخدمة الالكترونية المعاصرة.

¹ -ليبيد عماد، موزاي بلال، مرجع سبق ذكره، ص 16.

1. اساليب توفير الخدمة العمومية الالكترونية المعاصرة:

هناك العديد من الاساليب الالكترونية التي يتم من خلالها تقديم الخدمة العمومية المعاصرة للمواطنين وهي كالتالي:

أ. اسلوب النماذج الالكترونية:

وهي على شكل نماذج الكترونية تفاعلية عبر الانترنت، تقوم بالأساس على ادخال البيانات من قبل المتعامل بشكل تفصيلي، وبالتالي ارسالها للطرف الثاني ليتم ادخالها في نظام يقوم بمعالجتها الكترونياً، وكذلك امكانية تفعيل هذه النماذج على العمليات النمطية بين الادارات الحكومية اما كانت نماذج مطبوعة تقرأ ألياً او ملفات الكترونية تبعث بطريقة امنة وتقرأ ألياً.¹

ب. اسلوب التوقيع الالكتروني:

التوقيع الالكتروني يتيح درجة عالية من الحماية والتأمين والخصوصية عند القيام بالمعاملات الادارية الالكترونية.²

كما يعرف انه عملية توقيع الملفات الحاسوبية والمصادقة عليها من قبل شخص او هيئة معينة، ومن خلاله يتيح هذا التوقيع الالكتروني، التوقيع على اي ملف وارساله عبر البريد الالكتروني ومستقبل البريد يكون متأكد من الشخص الذي ارسل الملف، ويكون ذلك عبر التحقق من صحة توقيعه الرقمي، ويكون التأكد من ذلك على اساسين:

- ضمان ان رسالة ارسلت من الشخص الاصلي وليس من شخص اخر.
- التأكد ان الرسالة وصلت وبنفس الشكل الذي ارسلت عليه من الشخص الحقيقي دون تعديلات ومع سلامة محتوى الرسالة.

¹-صدام الخماسية، الحكومة الالكترونية الطريق نحو الاصلاح الإداري، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، ب س، ص 113.

²-الزهرة الصولي، النظام القانوني للعقد الالكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2007/2008، ص ص 95، 96.

وتتم التوقيعات الالكترونية بعدت اشكال أهمها:¹

- التوقيع الرقمي التقليدي: يكون عن طريق ادخاله وقراءته رقميا من خط اليد، او يتم على شكل مفتاح تشفير شخصي وايضا هناك بعض المؤسسات توفر برامج مجانية تتيح للمستخدمين التوقيع على المستندات ببرامج الورد او من خلال برامج اتولوك الالكترونية.

- تشفير التوقيع الالكتروني: يكون باستخدام نظام التشفير وذلك بوضع المرسل لعلامة خاصة به ثم يقوم بتشفيرها بالمفتاح الخاص به.

ت. اسلوب التشفير الالكتروني:

هو عملية تحويل النص الاصلي الى نص اخر غير مقروء، يكون على شكل رموز او ارقام يدعى النص المشفر، وفك التشفير يكون من خلال المفتاح السري يملكه الاشخاص المعنيين بالنص، وتتم هذه العملية للتمكين من نقل البيانات بشكل امن عبر الشبكة العنكبوتية حيث لا يمكن لاحد الاطلاع عليها الا الاطراف المعنية، فالتشفير من احد النظم الضرورية والاساسية التي تحقق تأمين وحماية المعاملات واعمال الادارة الالكترونية.²

ث. اسلوب الخدمة الصوتية عبر الهاتف:

الاعتماد على الخدمة الصوتية عبر الهاتف تم ادخالها في النظام الخدماتي في المؤسسات وذلك للاستعلام عن اي خدمة او للاستفسار بما يمكن للمتعاملين من معرفة المستندات المطلوبة والرسوم والمدة لإنجاز الخدمة.³

¹-صدام الخماسية، مرجع سبق ذكره، ص113.

²-محمود القدوة، الحكومة الالكترونية الادارة المعاصرة، دار اسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2016، ص ص 121، 122.

³-احمد محمد غنيم، الادارة الكترونية افاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص323.

ج. اسلوب الدفع الالكتروني:

اسلوب الدفع الالكتروني هي العملة التي يتم تبادلها الكترونيا، من خلال هذا الاسلوب يسهل من عملية تسديد رسوم الخدمات الالكترونية او المنتجات التي يتم شرائها عبر الانترنت وهذا بتحويل المبلغ مقابل الخدمة كما يمكن شراء المنتجات مباشرة، وتكون عملية التحويل مباشرة من المؤسسة المالية الى المؤسسة التجارية عبر وسائل امنية ومضمونة.¹

وتطبيق هذا النوع من المعاملات الادارية الحديثة يتطلب الاعتماد على وسائل الدفع الالكتروني فهي وسائل اساسية لنجاح هذه المعاملات ونذكر منها:²

- الهاتف المصرفي: خدمة الهاتف المصرفي ميزتها انها متاحة لمدة 24 ساعة، وتوفر هذه الخدمة للعملاء الاستفسار عن حساباتهم وتتيح ايضا سحب وتحويل المبالغ لدفع بعض المستحقات والالتزامات كفاتير الغاز والكهرباء، الانترنت، وغيرها.

- النقود الرقمية الالكترونية: تعرف المفوضية الاوروبية **Européen commission** النقد الالكتروني بأنه: "بديل رقمي للنقد يسمح للمستخدمين بإجراء مدفوعات بدون نقود ورقية بأموال مخزنة على بطاقة او هاتف عبر الانترنت."³

المبحث الثالث: الإدارة الإلكترونية كألية لتحسين جودة الخدمة العمومية.

لا يقف دور المؤسسات العمومية في توفير الخدمات فقط بل أيضا تسعى الى تحقيق نوع من الجودة في تقديم الخدمة، وخاصة بعد ادخال الإدارة الإلكترونية ودمجها في

¹-صدام الخماسية، مرجع سبق ذكره، ص ص 104، 105.

²-محمود القدوة، مرجع سبق ذكره، ص ص 128، 129.

³-عبد الله لعور، عبد الرزاق كيوط، العلاقة بين النقود الالكترونية، العملات الرقمية، العملات الافتراضية والعملات المشفرة: البحث في المفهوم، (مجلة الاقتصاد الصناعي خزارتك، المجلد 11، العدد 02، 2021)، الجزائر، ص4.

قطاع المؤسسات الخدماتية فقد ساهمت بشكل كبير في التحسين من جودة الخدمات المقدمة.

المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة العمومية

لجودة الخدمة العمومية تعاريف عديدة نذكر منها:

المهتمون بمجال الجودة ينظرون على أنها على أنها: تعني قدرة هذه المؤسسات أن تلبى متطلبات الزبون بكفاءة ودقة عالية من خلال مقارنته على ما تحصل عليه من تلك الخدمة.¹

وتعرف جودة الخدمة العمومية بأنها إشباع مهام لذات المصالح العامة المحدودة ديمقراطياً، تقديم خدمات مشتركة منتجة أساساً لتلبية الحاجات الضمنية والمستقبلية والصريحة لمستخدمها خاصة بالنسبة للمجتمع.²

فمفهوم جودة الخدمة العمومية يعني توفير خدمة ذات مستوى عالي تلبى رغبة المواطنين وتوقعاتهم.

الطلب الثاني: نماذج تقييم جودة الخدمة العمومية

من خلال هذا المطلب سنتطرق حول أهم نماذج تقييم جودة الخدمة:³

1. تقييم جودة الخدمة من جهة نظر الزبون:

تتم العملية وفق نموذجين يعتمد كل منهما بشكل أساسي على مجموعة من المعايير القابلة للتعديل والتكيف حسب نوع الخدمة الموجب تقديمها.

¹-نور الدين شنوبي، دروس في المناجنت العمومي، تاريخ الاطلاع: 8 ماي 2022، ساعة الإطلاع: 11:00، متاح على الموقع التالي:

https://www.hopital-dz.com/upload/12-2017/article/Managment_publicue_administrateur.pdf

²-زين الدين فريد، إدارة للجودة الشاملة ازو، مجلة البحوث التجارية، زقازيق، العدد 01، جانفي 1995، ص 25.

³-ثابت عبد الرحمن إدريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم، الإسكندرية دار الجامعية، 2006، ص 30.

ويتمثل النموذجين في: نموذج الفجوة ونموذج الاتجاه بالإضافة إلى مقاييس عدد الشكاوى.

2. تقييم الجودة حسب قدرات المؤسسة الخدمية:

يتناول هذا المنظور قدرة المؤسسة الخدمية على الاستخدام الأمثل للموارد المتاحة وفي هذا الإطار يمكن التمييز بين مداخل تقييم جودة الخدمة كالتالي:

-تقييم جودة الخدمة بدلالات المدخلات:

يستند أصحاب هذا المدخل إلى فكرة مفادها أن إمكانية اعتبار المدخلات والمواد جوهر الخدمة وجودتها رغم أهمية المدخلات في جودة الخدمة إلا أنها لا تعد كافية في حد ذاتها في ضمان الجودة فهناك عوامل أخرى مكملة فليس المهم توفر المدخلات أو الموارد الجيدة فقط وإنما في كيفية استغلالها علميا.¹

- تقييم جودة الخدمة بدلالة العمليات:

يركز هذا المعيار على العمليات أو المراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة وان كان أصحاب هذا المدخل لم يغفلوا كليا على المدخلات، خاصة عند تتبعهم لعلاقة السبب والتأثر وينطوي هذا المدخل على مجموعة من المؤشرات والمعايير والعناصر وأنشطة الخدمات المقدمة.²

- تقييم جودة الخدمة بدلالة المخرجات:

هو من المعايير التي تتعلق بالنتائج النهائية حيث ينظر لها على أنها الإنجاز لنتائج او عدم الانجاز لها والتي يسعى لها الزبون، ويتم تقييم جودة الخدمة من خلال قياس جودة المخرجات بالاعتماد على الطرق التالية:

- مقارنات بين توقعات الزبون والأداء الفعلي بغرض اكتشاف جوانب الضعف

¹-خامة سعدية عجو نورة، تقييم جودة الخدمات بالمؤسسة الصحية العمومية بالجزائر، دراسة حالة المؤسسة الاستشفائية العمومية لخضارية، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة ماستر جامعة العقيد أكلي محند ولحاج، 2012، ص 40.

²-المرجع نفسه، ص 40.

ومحاولة تجنبها مستقبلا.

- استقصاء رضا الزبون بخصوص الخدمة المقدمة.

- استقصاء العاملين في المؤسسة الخدمائية للوقوف على كافة المشاكل والمعوقات التي حلت دون تحقيق الأداء المرغوب.¹

3. تقييم جودة الخدمة من المنظور الشامل:

رغم ما أسهمت به المعايير السابقة في تقييم جودة الخدمة إلا أن جميعها يغلب عليها الطابع الجزئي أتت هذه المداخل الجزئية إلى إبراز ضرورة المعالجة الشاملة في تقييم جودة الخدمة.²

المطلب الثالث: دور الإدارة الإلكترونية في زيادة كفاءة وفعالية الخدمة العمومية

إن استخدام الإدارة الإلكترونية من طرف المنظمات العمومية تحقق مزايا عديدة إذ تحقق درجة عالية من الراحة والملائمة والسرعة في انجاز المهام وأداء الخدمات من أجل الحصول عليها وطلبها والسهر على اشباع رغبات المواطنين إلى نسبة ذات محدودية من الأخطاء في أداء وتسليم الخدمة بسبب الدقة المتناهية التي تميز الأنشطة الإلكترونية وتوفير الوقت بالنسبة لطالب الخدمة بشكل ينهي مشاكل التعقيد الإداري والمرض البيروقراطي من خلال توفر الإدارة الإلكترونية على قاعدة متكاملة من أدوات المعالجة والتي يمكن نشرها.³

إن التوجه إلى تقديم الخدمات الإلكترونية وجعلها بالقرب من المواطنين والزبائن ستمكن الإدارة الإلكترونية من توصيل الخدمات بشكل أفضل وفعال للمستخدم، والاعتماد على موارد بشرية ذات كفاءات ومهارات عالية الدقة في مجال تكنولوجيات المعلومات والاتصال، مما يسمح بتوفير إدارة أكثر كفاءة وفعالية والتزاما في تقديم الخدمة.

¹-خامة سعدية عجو نورة، المرجع السابق، ص 41.

²-المرجع نفسه، ص 41.

³-عاشور عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص443.

من الأمثلة التي أحدثت نجاحا في هذا المجال نجد دولة الهند أين تتواجد أكشياء ما وسط المجتمعات حيث تتم عملية التوثيق والاستمارات التي يحتاجها المواطنين في المناطق الريفية، وبهذا تعمل على توفير الوقت والمال للمواطنين وكذلك على توسيع نطاق تقديم الخدمات العمومية على المستوى المحلي.¹

إن استخدام الإدارة الإلكترونية يعزز من زيادة اهتمام المؤسسات بالمستفيد من الخدمة العمومية، والتعرف أكثر على احتياجاتهم وكذلك الأخذ بأرائهم حول نوعية الخدمات المقدمة بمراسلة المؤسسة مباشرة عبر البريد الإلكتروني في حالة عدم تحقيق رضاهم أو من أجل الإجابة على التساؤلات بخصوص خدمة معينة مثلا، وبالتالي يزيد شعور الزبون باهتمام المؤسسة به، والاعتماد على تكنولوجيا الاتصال تسمح بسرعة الاستجابة وبالتالي زيادة الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمة، فاحتياجات الزبائن وسرعة الاستجابة تؤدي مباشرة الى سرعة الرد على شكاوى الزبائن في حالة وقوع أخطاء في تقديم الخدمة أو عدم فهم الزبون لطبيعة الخدمة وكيفية تقديمها.²

إن استخدام الإدارة الإلكترونية يزيد من ثقة الزبائن، ومنه ضمان الحصول على الخدمة في الموعد المحدد بسرعة وفعالية تامة، كما أن الاعتماد على الموارد البشرية لما من كفاءات ومهارات عالية في تسيير هذه الإدارة الجديدة يؤدي الى التقليل بنسب كبيرة من الأخطاء التي ممكن أن تحدث أثناء تنفيذ المعاملات المختلفة مما يزيد من ثقة المستفيدين.³

المطلب الرابع: معايير قياس جودة الخدمة العمومية

تسعى المنظمات العمومية لتقييم خدمات تتوافق مع تطلعات الزبائن وتلبي حاجاتهم، ولتحقيق ذلك يجب أن تسعى للبحث عن الطرق والوسائل والأدوات اللازمة لتحسين

¹-ثابت عبد الرحمن إدريس، مرجع سبق ذكره، ص 443.

²-عاشور عبد الكريم، مرجع سبق ذكره، ص 444.

³-المرجع نفسه، ص 433.

الخدمة العمومية والتعرف على المعايير التي تعتمد في الحكم على جودة الخدمة العمومية.¹

مدي إمكانية توفر الحصول علي الخدمة:

تتعلق بقدرة مدى محاولة المؤسسة تقديم الخدمة في الوقت والمكان الذي يريده الزبون، ومنه نتطرق إلي المعايير الأساسية لقياس جودة الخدمة العمومية:²

1. الاعتمادية:

هي القدرة على تقديم خدمة تكون حسب ما وعدت به المؤسسة، فتكون بدرجة عالية الصحة والدقة، فالزبون يتوقع أن تقدم له خدمة دقيقة من حيث الالتزام بالوقت والأداء بالإضافة إلى مدى اعتمادية الزبون للخدمات المقدمة له.

2 . الأمان:

هي درجة الشعور الزبون بالأمان حين تعامله مع المؤسسة، وعلى المعلومات التي يأخذها وكذلك شعورهم بالثقة، وشعوره أن الموظفين أكفاء في التعامل معه بتوفير الخدمة له بكل أريحية وأمان.

3. الثقة والمصداقية:

تتمثل في درجة الثقة التي يصفها الزبون حيث تقديم له الخدمة والتعامل مع المؤسسة، فلا بد من توفر مصداقية المؤسسة وضمن الوعود التي تقدم للزبون.

4. الاستجابة:

تتعلق بمدى قدرة تقديم الخدمة للزبون بشكل دائم وفي الوقت المطلوب، ومدى جاهزية المؤسسة للاستجابة سواء في تقديم الخدمة او الرد على الاستفسارات والشكاوى او

¹-هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، ط1، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، 2005، ص 443.

²-نايل سلوى، سيد احمد احمد، جودة الخدمات التأمينية وأثرها على الرضا الزبون، رسالة ماجستير، جامعة نور الهدى محمدين، 2006، ص36.

الاستجابة السريعة في حل العطل.

5. الكفاءة:

الكفاءة تتعلق بجدارة تقديم الخدمة ومقدمي الخدمة من حيث مهاراتهم وقدرتهم على التحليل والاستنتاج والمعرفة التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل جيد، فالزبون عادة ما يلجئ للتعامل مع مؤسسة ذات كفاءة في تقديم الخدمة.¹

6. الملموسية:

يشير إلى التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمائية من معدات ومظهر مقدم الخدمة وأدوات ووسائل الاتصال التي توفرها المؤسسة فكثير من الأحيان يلجئ الزبون إلى الحكم على جودة الخدمة من خلال خصائصها الشكلية المرافقة للخدمة.

7. الاتصالات:

يتعلق هذا المعيار بمدى قدرة مقدم الخدمة على شرح خصائص الخدمة للزبون، وإعلامه بما يجب القيام به وشرح الأضرار التي يمكن أن تلحقه، فبذلك لا بد أن تكون عملية الاتصال بالزبون واضحة وبشكل مستمر للبقاء على تواصل دائم معه، والتأكد من وصول الرسالة بشكل مفهوم وواضح.²

من خلال البحوث والدراسات التي أجريت في مجال قياس جودة الخدمات، معيار الاعتمادية والثقة يلعبان دور هام وأساسي في الحكم على جودة الخدمة، من ثم تليها الجوانب الملموسة والاستجابة وغيرها.

¹-هاني خالد الضمور، مرجع سبق ذكره، ص444.

²-برنان نور الدين، جودة الخدمة وأثرها على رضا العملاء، مذكرة شهادة ماجستير، تخصص علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2006-2007، ص 70.

جدول 03: معايير قياس جودة الخدمة العمومية.¹

المعيار	الشرح
الاعتمادية	-القدرة على الوفاء بالوعد في الأجل المحدد. -معلومات دقيقة وصحيحة. -مصدقية الأداء وإمكانية الاعتماد على المؤهلات والكفاءات والمعارف.
الملموسية	-ظهور العنصر المادي. -حدائثة وجاذبية مظهر المؤسسة ومظهر العاملين. -تسهيلات مادية توفر أدوات وتجهيزات مادية تساعد على تسهيل تقديم الخدمة.
الاستجابة	-سرعة تقديم الخدمة العمومية. -سرعة الرد على شكاوى الزبائن. -احترام أوقات العمل وأوقات تقديم الخدمة للزبون في أي وقت يحتاجها.

جدول 03: يبرز أهم معايير قياس جودة الخدمة العمومية.

¹ -برنان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص ص 70، 71. وسميح السويطي، ريهام البكري وآخرون، نحو تحسين جودة خدمات البلديات في محافظة الخليل، جامعة الخليل، كلية الدراسات العليا وكلية التمويل والإدارة، برنامج الماجستير في إدارة الأعمال، فلسطين 2014، ص 54.

خلاصة الفصل

وخلاصة القول لما سبق الحديث عنه حول موضوع الخدمة العمومية، يتضح لنا أن الخدمات العمومية من الحاجيات الضرورية والاساسية التي تسعى الجهات الحكومية لتوفيرها للمواطنين في اطار ممارسة وظائفها، ومن خلال ما تمتاز به الخدمة العمومية من مجموعة من مبادئ وخصائص والتي تسعى المؤسسات العمومية من خلالها الى تحقيق المنفعة العامة وحتمية التحول نحو الادارة الالكترونية وعصرنة القطاع الخدماتي بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات، فأسهم كل هذا في حل العديد من المعوقات الادارية التي يعاني منها المواطن كالبيروقراطية خاصة وحل مشكل الطابور وبالتالي هذا ما ادى بالضرورة الى مواكبة العصر بالاعتماد على تقنيات خدمتية حديثة كآليات جديدة تلبى متطلبات المواطنين بكل سهولة واريحية وبأقل التكاليف وهذا بهدف تحسين ورفع من جودة الخدمات المقدمة.

الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

بعد تناولنا في الجانب النظري الى المفاهيم الأساسية المتعلقة بدراستنا حول موضوع الإدارة الإلكترونية وأثر تطبيقها على جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة، فكان لازماً علينا أن نختبر وجودها في الواقع، إذ أسقطنا ذلك في إجرائنا لدراسة ميدانية في مؤسسة خدماتية لعينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر- فرع ولاية تيزي وزو. لذا حاولنا من خلال هذا الفصل ربط الجانب النظري بالجانب الميداني للوصول الى استنتاجات، وقد اعتمدنا في الجانب التطبيقي على أداة الاستبيان وتدعيمها بتقنية المقابلة الشخصية بهدف الحصول على المعلومات ومن ثم اختبارها وتحليلها إحصائياً وكيفياً، وبالتالي الحصول على نتائج تجيب على إشكالية بحثنا.

قد تم تقسيم الفصل الى ثلاث مباحث:

-المبحث الأول: نبذة شاملة عن مؤسسة اتصالات الجزائر.

-المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها.

-المبحث الثالث: عرض النتائج الجزئية والعامة للدراسة.

المبحث الأول: نبذة شاملة عن مؤسسة اتصالات الجزائر

من خلال هذا المبحث سنتطرق بالتعريف لمؤسسة اتصالات الجزائر، وهي مؤسسة محل دراستنا، لذلك تطرقنا في هذا المبحث بتقديم تعريف شامل للمؤسسة وتحديد المهام والأهداف التي تركز عليها، وإبراز أهم الخدمات التي توفرها المؤسسة.

المطلب الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر¹

اتصالات الجزائر تعتبر المتعامل التاريخي لقطاع الاتصالات في الجزائر وهي شركة ذات أسهم تابعة للدولة بنسبة 100% حيث كانت تابعة للتوظيف العمومي إلى حين صدور القرار رقم 6 في 2003/11/11 حيث أصبحت اتصالات الجزائر مؤسسة قائمة بذاتها.

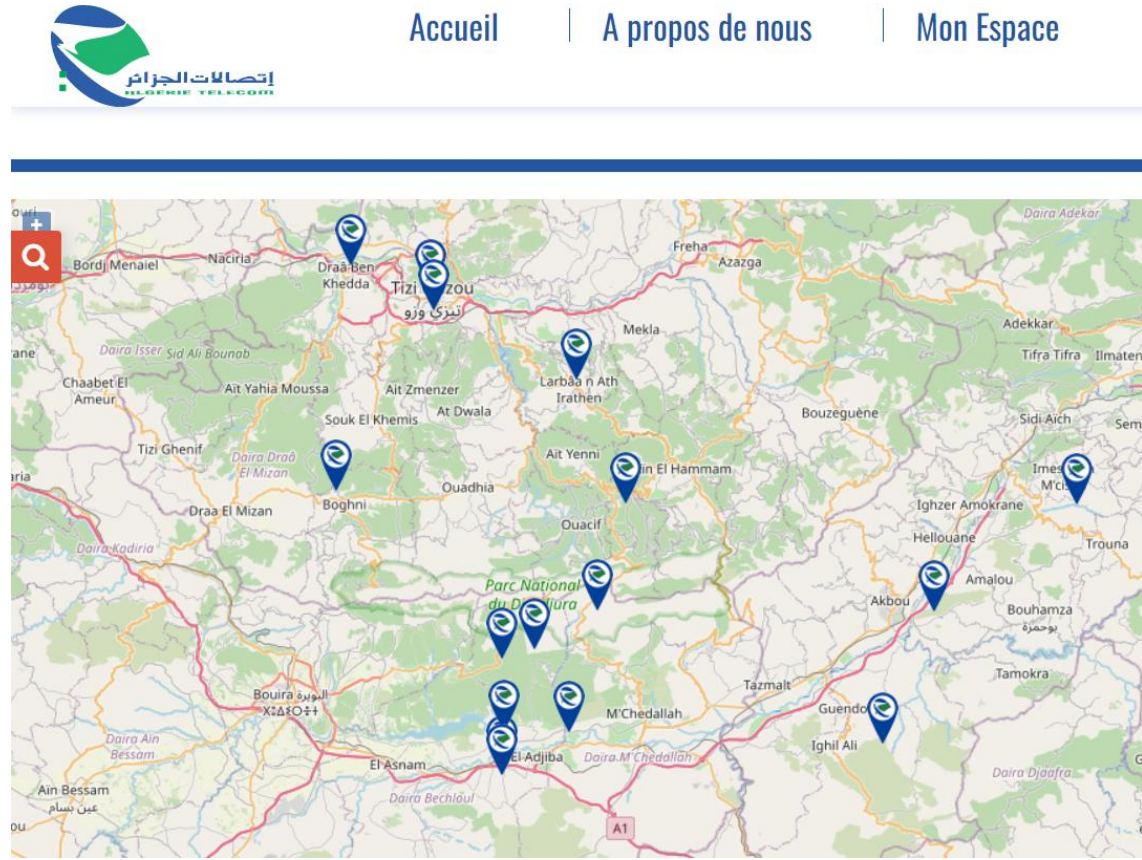
تم إنشائها بموجب تطبيق بند 12 للقانون رقم 03/2000 مؤرخ في 2000/08/5 المتعلق بإعادة هيكلة قطاع البريد والاتصالات وبموجب هذا القرار تم الفصل بين نشاطات البريد ونشاطات الاتصالات ومنه فإن مؤسسة اتصالات الجزائر هي وليدة هذا القانون واصبحت مؤسسة ذات أسهم قائمة بذاتها تمارس أنشطتها بشكل رسمي ابتداء من 2003/01/01.

مؤسسة اتصالات الجزائر تعتبر شركة ذات أسهم برأسمال عمومي، تتمحور نشاطاتها في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية وتقتصر تشكيلة من خدمات الانترنت والهاتف الثابت موجهة للزبائن العديدين الخواص والمحترفين، وفق القانون المذكور اعلاه حدد نظام مؤسسة عمومية اقتصادية تحت السيادة القانونية "مؤسسة ذات اسهم" برأس مال اجتماعي قدر بـ 115.000.000.000.00 دج ومقيدة في المركز الوطني للسجل التجاري يوم 11 ماي 2002 تحت رقم 001808302B.

<https://www.algeriatelecom.dz>

¹ - موقع اتصالات الجزائر :

صورة تبين الوكالات التجارية التابعة لمؤسسة اتصالات الجزائر على مستوى ولاية تيزي وزو:¹



المطلب الثاني: مهام وأهداف مؤسسة اتصالات الجزائر

1. مهام مؤسسة اتصالات الجزائر:

- تسويق خدمات الاتصالات التي تمكن من نقل والتبادل الصوتي، والرسائل المكتوبة، والبيانات الرقمية، والإعلام السمعي البصري.
- تسعى على تطوير وتنمية، واستغلال الشبكات العمومية والخاصة للاتصالات.
- تسعى لتنمية واستغلال الاتصالات المحلية مع جميع المتعاملين في الشبكة.

¹<https://www.algeriatelecom.dz>

¹-موقع اتصالات الجزائر:

2. أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر

شملت أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر في ثلاثة أهداف رئيسية وهي:¹

شكل 8: يوضح الأهداف الرئيسية لمؤسسة اتصالات الجزائر.



ثلاث أهداف أساسية يعتمد عليها مجمع اتصالات الجزائر، بحيث سطرت في برنامجها منذ البداية ثلاث أهداف أساسية تقوم عليها الشركة، وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.

ومن الأهداف الأخرى للمؤسسة نذكرها:

-زيادة في نسبة العرض بالنسبة للخدمات الهاتفية وخاصة الخدمات المتعلقة بشبكة الأنترنت، ولتسهيل الولوج لخدمات الاتصالات للوصول لعدد أكبر من المتعاملين، وبالخصوص المناطق الريفية.

-زيادة وتنمية في جودة الخدمات المعروضة، وسلسلة أو مجموعة التشتيلات المقدمة، وجعلها أكثر تنافسية في مجال خدمات الاتصالات.

<https://www.algeriatelecom.dz>

¹-موقع اتصالات الجزائر:

-تطوير شبكة وطنية محلية للاتصالات، مرنة وموصولة بطرق الإعلام.
-المشاركة كممثل رئيسي في مجال فتح برنامج تطوير لمؤسسة الإعلام والاتصال في الجزائر.

وتتمحور نشاطات المؤسسة حول:

- تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية.
- تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة.
- إنشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات.

المطلب الثالث: الخدمات التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر

تعددت الخدمات التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر لزيائنها، نذكرها من خلال هذا المطلب:

1. خدمات الأنترنت والهاتف الثابت:¹

أ. IDOOM ADSL:

توفر المؤسسة عروض إنترنت IDOOM ADSL عالية التدفق، وتتراوح خطوط الاشتراك بين 10 الى 20 ميغابايت.

تسعيرات الخدمة:

خط الاشتراك	10 ميغابايت	15 ميغابايت	20 ميغابايت
التسعيرة	1600 دج/الشهر	1999 دج/الشهر	2599 دج/الشهر

<https://www.algeriatelecom.dz>

¹-موقع اتصالات الجزائر:

ب. IDOOM 4GLTE:

توفر المؤسسة خدمة الإنترنت عالي التدفق والهاتف بفضل عرض خدمة الجيل الرابع 4GLTE اللاسلكية.

تسعيرات الخدمة:

حجم الإنترنت	5 جيجا أوكتيه	20 جيجا أوكتيه	50 جيجا أوكتيه
التسعيرة	500 دج / 10 أيام	1000 دج / 30 أيام	2500 دج / 30 أيام

ت. IDOOM FIBRE:

عرض Idoom Fibre عن طريق الألياف البصرية، وهي عبارة عن تكنولوجيا جديدة ذات تدفق جد عالي للإنترنت، وفرتها مؤسسة اتصالات الجزائر لزيائنها، حيث تصل الى غاية 100 ميغابت في الثانية بالإضافة لخط ثابت.

تسعيرات الخدمة:

حجم الإنترنت	10 ميغا	15 ميغا	20 ميغا	50 ميغا	100 ميغا
التسعيرة	1600 دج / للشهر	1999 دج / للشهر	2599 دج / للشهر	3599 دج / للشهر	6999 دج / للشهر

ث. IDOOM FIXE:

توفر اتصالات الجزائر خدمة الهاتف الثابت من خلال إطلاق عروض ترويجية في إطار الانتقال إلى اشتراكات Idoom Fixe، وهي عبارة عن عرض تضم خدمة الهاتف الثابت وخط أنترنت Idoom ADSL و Idoom Fibre.

تسعيرات الخدمة:

عروض الاشتراك	IDOOM FIXE (العرض الأول)	IDOOM FIXE (العرض الثاني)	IDOOM FIXE (العرض الثالث)
التسعيرة	250 دج / الشهر	500 دج / الشهر	750 دج / الشهر

ج. التعبئة الاحتياطية IDOOMLY:

هي عبارة عن خدمة تسمح لزبائن المؤسسة الذين يملكون اشتراك ADSL للخواص بإعادة تفعيل حساب خدمة الأنترنت لمدة 96 ساعة إضافية، وهذا في حالة انقضاء صلاحية اشتراكهم في ساعة متأخرة من الليل أو الأعياد أو خلال عطل نهاية الأسبوع.

تسعيرة الخدمة: مجانية.

2. خدمات الدفع الإلكترونية:

ان طرق الدفع الجديدة التي وفرتها مؤسسة اتصالات الجزائر لزيائنها تهدف إلى تسهيل الحياة اليومية من خلال تزويدهم بوسيلة سهلة الاستخدام وأمنة للغاية للتعبئة والدفع عبر الانترنت، ومنه نذكر بعض هذه الطرق:

أ. عبر تطبيق بريدي موب "BaridiMob":

إمكانية دفع اشتراك الانترنت وفواتير الهاتف الثابت، باستعمال تطبيق الهاتف بريدي موب. وسيتسنى لزبائن اتصالات الجزائر تعبئة رصيد الانترنت ADSL، FIBRE، 4GLTE، عبر حسابهم الخاص في "بريدي موب"، قسم "المدفوعات".

منشور عبر الصفحة الرسمية لمؤسسة اتصالات الجزائر، تعرف فيه خدمة الدفع عبر تطبيق "BaridiMob"¹:



ب. الفاتورة الإلكترونية:

"EFacture" هي خدمة وفرتها المؤسسة تسمح بتلقي الفواتير الهاتفية عبر البريد الإلكتروني إضافة إلى الفاتورة الكلاسيكية، وهذا يتسنى للزبائن تسديد فواتيرهم على مستوى الوكالة التجارية أو من خلال الدفع الإلكتروني. للاستفادة من هذه الخدمة.

ت. خدمة فضاء الزبون:

من خلال خدمة "فضاء الزبون" تمكن زبائن المؤسسة الاطلاع على العروض وعلى اشتراكات الزبون وتسييرها بكل بساطة، وغيرها من الخدمات التي يوفرها هذا الفضاء.

¹-الصفحة الرسمية لمؤسسة اتصالات الجزائر على موقع الفايسبوك:

الصفحة الرئيسية لموقع فضاء الزبون التابع لمؤسسة اتصالات الجزائر:¹



ث. خدمة التعبئة ودفع الفواتير عبر التطبيق الخاص بمؤسسة اتصالات الجزائر

:"E-Paiement espace client"

عززت مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها الإلكترونية بإنشاء تطبيق خاص بها للدفع الإلكتروني لتعبئة الحسابات وتسديد الفواتير الهاتفية في أي وقت، وذلك من خلال تحميله عبر تطبيق «play store».

<https://client.at.dz/ar>

¹-موقع فضاء الزبون:

منشور عبر الصفحة الرسمية لمؤسسة اتصالات الجزائر، تعرف فيه خدمة الدفع عبر

تطبيقها الخاص "E-Paiement espace client"¹:

← publication de Algérie Télécom
إتصالات الجزائر -

 **إتصالات - Algérie Télécom**  
الجزائر 
22 juil. 2020 · 

مع تطبيق E-Paiement espace client لاتصالات الجزائر، بإمكانكم دفع فواتيركم الهاتفية ، اشتراكاتكم لخدمة الأنترنت وأنترنت الجيل الرابع  مباشرة عبر هاتفكم الذكي  من خلال وسائل الدفع الالكتروني المتوفرة على التطبيق!

قوموا بتحميل  التطبيق مباشرة على جوجل بلاي من خلال الرابط التالي:
https://play.google.com/store/apps/details?id=dz.algeriatelecom.rd.e_paiement




ج. خدمة التعبئة ودفع الفواتير عبر تطبيق "WIMPAY-BNA":

وفرت مؤسسة اتصالات الجزائر لزيائنها الذين يملكون حسابا لدى البنك الوطني الجزائري والمشاركين في خدمة البنك عن بعد "E-Banking"، بتعبئة مختلف اشتراكات أنترنت إيدوم لاتصالات الجزائر وتسديد فواتيرهم الهاتفية بالاعتماد على هذا التطبيق.

¹-الصفحة الرسمية لمؤسسة اتصالات الجزائر على موقع الفايسبوك:

منشور عبر الصفحة الرسمية لمؤسسة اتصالات الجزائر، تعرف فيه خدمة الدفع عبر تطبيق "WIMPAY-BNA"¹:

← إتصالات الجزائر - Algérie Télécom →

 **Algérie Télécom - إتصالات الجزائر** ...
24 mai 2022 · 🌐

#جديد

تعبئة اشتراكاتكم لخدمة الأترنت 🖥️ و دفع فواتيركم الهاتفية 📞 متاح الآن ✅ على تطبيق WIMPAY للبنك الوطني الجزائري BNA 😊

♦ يتعين امتلاك حساب بنكي لدى البنك الوطني الجزائري BNA و تحديث التطبيق إلى نسخته الأخيرة للاستفادة من هذه الخدمة.

الدفع الإلكتروني عبر تطبيق WIMPAY
Mobile payment solution
متوفر الآن!

ح. خدمة التعبئة ودفع الفواتير عبر البطاقة الذهبية:

أطلقت مؤسسة اتصالات الجزائر خدمة الدفع والتعبئة عن بعد من خلال البطاقة الذهبية، بالشراكة مع مؤسسة بريد الجزائر.

¹-الصفحة الرسمية لمؤسسة اتصالات الجزائر على موقع الفيسبوك:

منشور عبر الصفحة الرسمية لمؤسسة اتصالات الجزائر، تعرف فيه خدمة الدفع والتعبئة باستخدام البطاقة الذهبية:¹

Algérie Télécom - اتصالات الجزائر ...

21 avr. 2022 • 🌐

عبئوا باستعمال خدمة الدفع الإلكتروني واستفيدوا من هدايا استثنائية 🎁 حتى 6 أيام أنترنت Idoom غير محدود مهداة

عبئوا باستعمال خدمة الدفع الإلكتروني واستفيدوا من هدايا استثنائية حتى 6 أيام أنترنت غير محدودة مهداة IDOOM

اتصالات الجزائر ALGERIE TELECOM دائما أقرب

خ. خدمة تقديم طلب خط هاتفي ثابت أو خط الأنترنت إلكترونيا:

وفرت مؤسسة اتصالات الجزائر خدمة طلب خط الهاتف أو الانترنت الكترونيا وذلك بملء الاستمارة وإرسالها دون عناء التنقل وإنشاء وثائق طلب الخط.

¹-الصفحة الرسمية لمؤسسة اتصالات الجزائر على موقع الفايسبوك:

منشور ترويجي على موقع مؤسسة اتصالات الجزائر للتعريف بخدمة طلب خط الهاتف الثابت إلكترونياً:¹



د. خدمة التبليغ عن العطب إلكترونياً:

وفرت مؤسسة اتصالات الجزائر خدمة الإبلاغ إلكترونياً عن العطب المتعلق بالإنترنت أو الهاتف الثابت دون عناء التنقل للوكالة.

منشور ترويجي على موقع مؤسسة اتصالات الجزائر للتعريف بخدمة التبليغ عن العطب إلكترونياً:²



<https://www.algeriatelecom.dz>

¹ -موقع اتصالات الجزائر:

² -المرجه نفسه.

استنتجا لما ذكرناه سابقا وهذا من خلال ما لاحظناه في موقع المؤسسة وتتبعنا لصفحتها عبر الفايبيوك، فإن مؤسسة اتصالات الجزائر تسعى وتهدف لتحقيق درجة من الجودة في تقديم الخدمة وذلك بتوفير خدماتها الكترونيا في إطار تجسيدها للإدارة الالكترونية

وما لاحظناه أيضا أن المؤسسة تقدم تخفيضات وعروض امتيازية لزيائنها عند استخدامهم للخدمات الإلكترونية، وهذا في إطار الترويج لها وتحفيز الزبائن في الاعتماد عليها والتعود عليها كون هذا التحول نحو النمط الجديد من الإدارة لازال في بداياته وهذا ما أكده البروفيسور ايكوفان¹ خلال إجرائنا لمقابلة معه، حيث صرح أن: "الإدارة الالكترونية مفهوم حديث بالنسبة للجزائر، والمفهوم الحقيقي للإدارة الإلكترونية هو القضاء تدريجيا على كل ما هو ملموس ورقي وتحويله إلى الكتروني."

وهذا ما تقوم به مؤسسة اتصالات الجزائر حاليا في سعيها للتحول نحو النمط الإلكتروني بصفة تدريجية، ويظهر من ذلك خلال ما لاحظناه في:

- التعريف بخدماتها الإلكترونية وشرح طرق استعمالها كون هذه الخدمات جديدة على المتعاملين وهذا ما يعني الصعوبة في استخدامها.
- تشجيع المتعاملين وتحفيزهم عن طريق التخفيضات والعروض المميزة خلال اعتمادهم على هذه الخدمات.
- شراكة مؤسسة اتصالات الجزائر بغيرها من المؤسسات كمؤسسة بريد الجزائر وغيرها، كانطلاقة أولية لتدعيم وتسهيل خدمة الدفع الإلكتروني، فمن المؤشرات البارزة لتطبيق الإدارة الالكترونية تظهر في مدى تطبيق بعض الخدمات أهمها خدمة الدفع الإلكتروني.

¹ - ايكوفان شفيق، بروفييسور واستاذ محاضر، فرع علوم الاعلام والاتصال، متخصص في مجتمع المعلومات، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مولود معمري تامدة، تاريخ اجراء المقابلة : 4جويلية2022، على الساعة : 10:39.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها

بعد تعريفنا لمؤسسة اتصالات الجزائر والتطرق لمختلف خدماتها، أجرينا الدراسة الميدانية المتعلقة بموضوع بحثنا، واعتمادا على مختلف أدوات البحث العلمي للوصول الى نتائج دقيقة وصحيحة من بينها الاستبيان كأداة رئيسية والمقابلة والملاحظة كأداتين مدعمتين للحصول على المعلومات اللازمة، ومن خلال هذا المبحث سنستعرض النتائج التي توصلنا اليها وتحليلها تحليلا كميًا وكيفيًا، وبالتالي استخلاص النتائج العامة المتوصل اليها والاجابة على تساؤلات بحثنا وعرض بعض التوصيات والاقتراحات.

المطلب الأول: عرض تحليل البيانات الشخصية والجداول البسيطة

من اجل الوقوف على إشكالية الدراسة وتماشيا مع الطرح النظري السابق، تم الاستعانة بأسلوب الاستبيان من خلال طرح مجموعة من الأسئلة على المبحوثين التي تتناسب مع هذه الاشكالية وعن طريق استخدام برمجية «spss25» واستخدام الأدوات الإحصائية اللازمة لتحليل نتائج الاستبيان.

1. محاور الاستبيان:

وبذلك اعتمدنا على الاستبيان كأداة هامة للحصول على المعلومات والبيانات من أفراد عينة الدراسة، وانطلاقا من عيني الدراسة تم صياغة الاستبيان وذلك على النحو التالي:

-الجزء الأول: وتضمن البيانات الشخصية لعينة الدراسة، حيث تشكل من ستة (06) عبارات.

-المحور الأول: والذي تضمن عبارات حول تطبيق مؤسسة اتصالات الجزائر للإدارة الالكترونية، حيث تضمن تسعة (09) عبارات.

-**المحور الثاني:** والذي تضمن عبارات حول تحقيق ابعاد جودة الخدمة من المؤسسة، حيث تضمن ثمانية (08) عبارات.

-**المحور الثالث:** والذي تضمن عبارات حول رأي المبحوثين حول جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر، حيث تضمن تسعة (09) عبارات.

2. الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات:

تم القيام بتحليل البيانات تحليلاً جدولياً باستخدام الحزمة الإحصائية لتطبيقات العلوم الاجتماعية "SPSS".

وتمت الاستعانة بالأساليب الإحصائية التالية:

- **أساليب الإحصاء الوصفي:** وتم فيه استخدام الاختبارات الإحصائية التالية:

- **التوزيعات التكرارية:** تم استخدام التوزيعات التكرارية لهدف التعرف على تكرار إجابات أفراد العينة لكل عبارة من عبارات الاستبيان.
- **النسب المئوية:** تم استخدام النسب المئوية لمعرفة نسبة الأفراد الذين اختاروا كل بديل من بدائل الأجوبة عن فقرات الاستبيان.

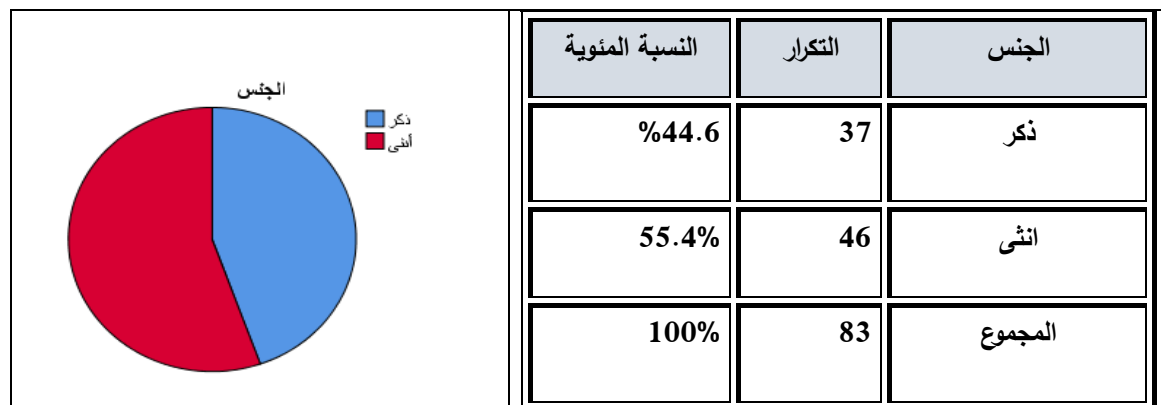
3. تحليل البيانات الشخصية لعينة الدراسة:

لقد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية لوصف خصائص عينة الدراسة، حيث تضمن الاستبيان ستة أسئلة حول البيانات الشخصية لعينة البحث، وهي: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوضع المهني، مكان السكن وعدد سنوات التعامل مع المؤسسة.

والجداول أدناه توضح نتائج التحليل الخاصة بأفراد عينة الدراسة:

1.3 توزيع أفراد العينة حسب مؤهل الجنس:

جدول رقم 4: توزيع أفراد العينة حسب معيار الجنس

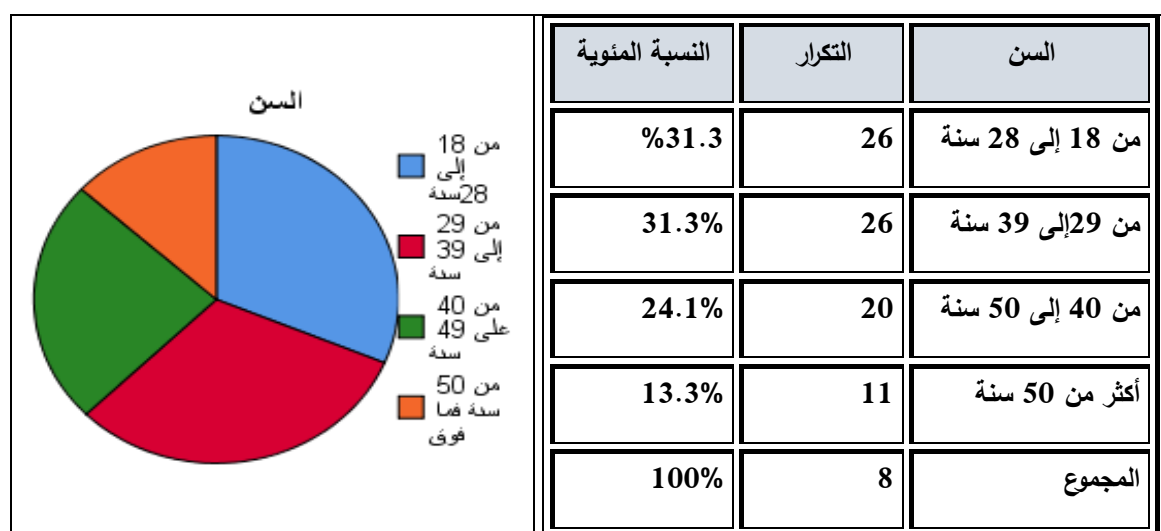


المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يوضح الجدول والشكل أعلاه اختلاف النسبة المئوية بين الجنسين، حيث كانت أعلى نسبة من المبحوثين هم الإناث بنسبة 55.4 %، تليها نسبة الذكور 44.6%، وهذا راجع إلى عشوائية العينة.

2.3 توزيع أفراد العينة حسب مستوى السن:

جدول رقم 5: توزيع أفراد العينة حسب معيار السن

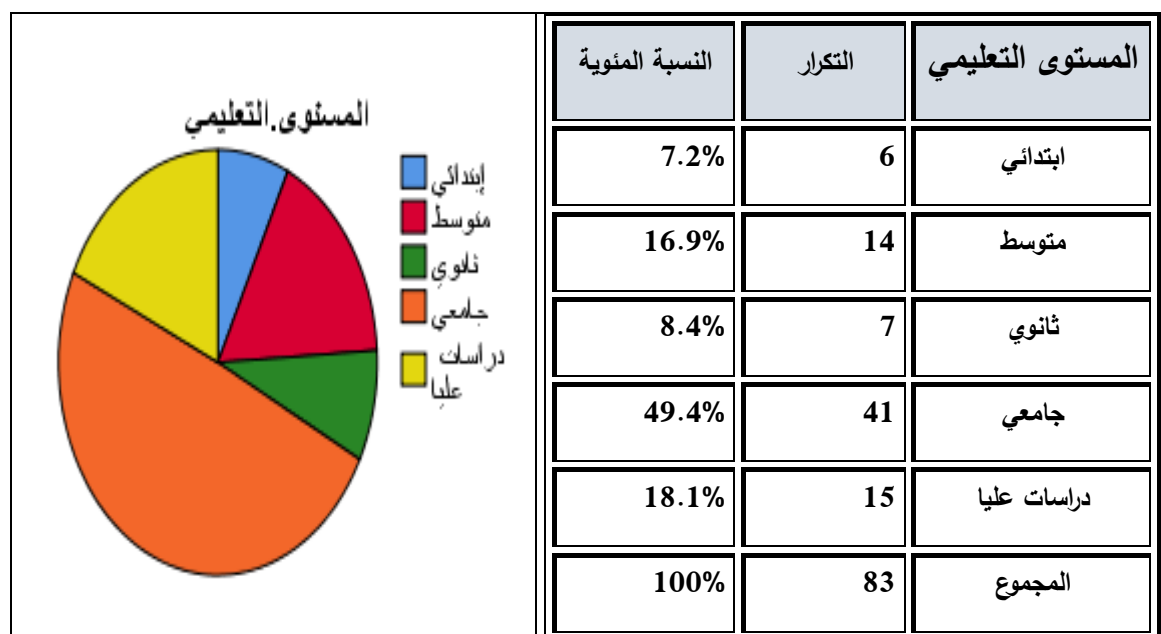


المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن 31.3% من عينة الدراسة بلغت أعمارهم أكثر من 18 إلى 28 سنة وكذلك نسبة 31.3% بلغت أعمارهم من 29 إلى 39 سنة وهي تمثل أعلى نسبة، في حين أن النسبة 24.1% أعمارهم من 40 إلى 50 سنة؛ أما الفئة أكثر من 50 سنة بلغت نسبتهم 13.3%.

3.3 توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

جدول رقم 6: توزيع افراد العينة حسب معيار المستوى التعليمي

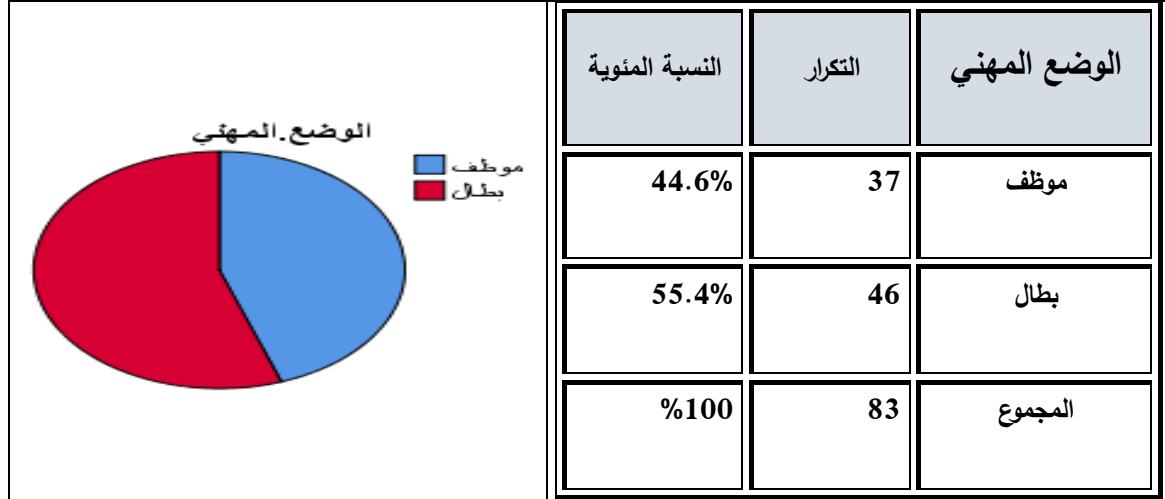


المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن المستوى التعليمي الذي غلب على أفراد العينة هو مستوى الجامعي بنسبة 49.4%؛ ثم يليه مستوى الدراسات العليا بنسبة 18.1%، ثم يليه مستوى التعليم المتوسط بنسبة تقدر بـ 16.9%، في حين أن مستوى التعليم الثانوي كان بنسبة 8.4% وأخيرا نسبة 7.2% للتعليم الابتدائي وهي أصغر نسبة.

4.3 توزيع أفراد العينة حسب الوضع المهني:

جدول رقم 7: توزيع أفراد العينة حسب الوضع المهني

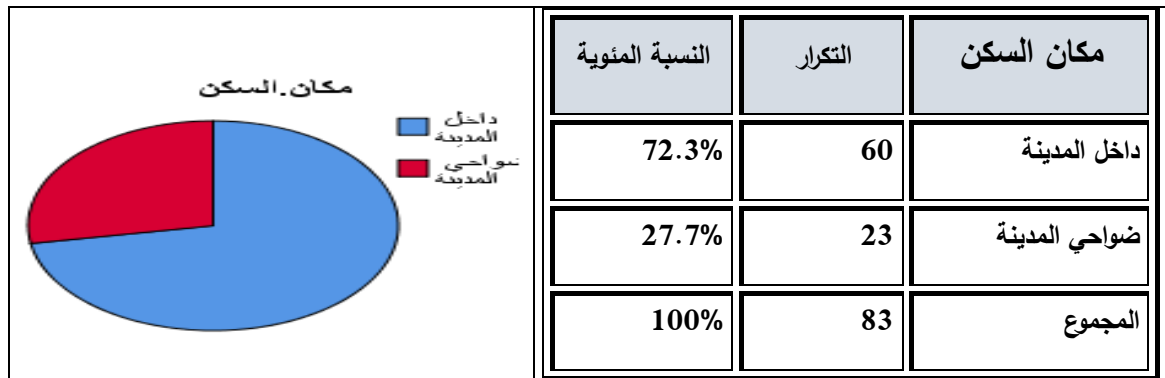


المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول السابق يتضح لنا أن نسبة المبحوثين الذين اجابوا على الاسئلة حسب الوضع المهني أكبر نسبة 55.4% أي 46، لا يشتغلون بطالين والنسبة المتبقية 44.6% أي 37 موظف.

5.3 توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن:

جدول رقم 8: توزيع أفراد العينة حسب مكان السكن

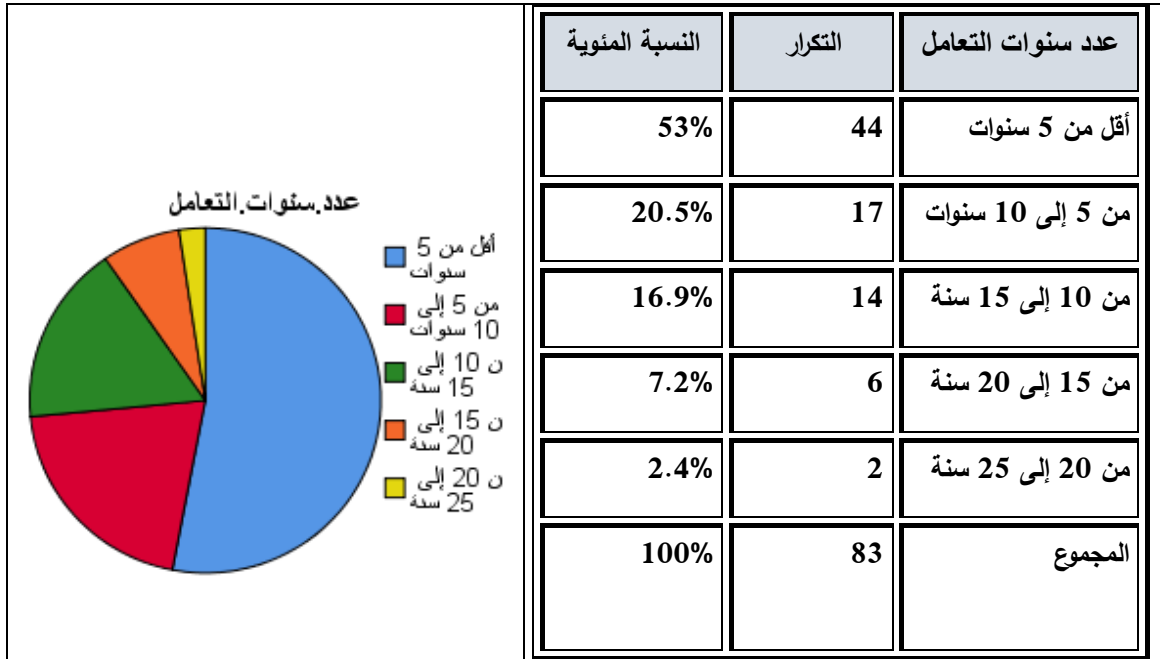


المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد ان اغلب المبحوثين مكان سكنهم داخل المدينة بنسبة 72.3%، والنسبة المتبقية والتي قدرت بـ 27.7% يسكنون في ضواحي المدينة.

6.3 توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات التعامل مع المؤسسة:

جدول رقم 9: توزيع افراد العينة حسب عدد سنوات التعامل مع المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

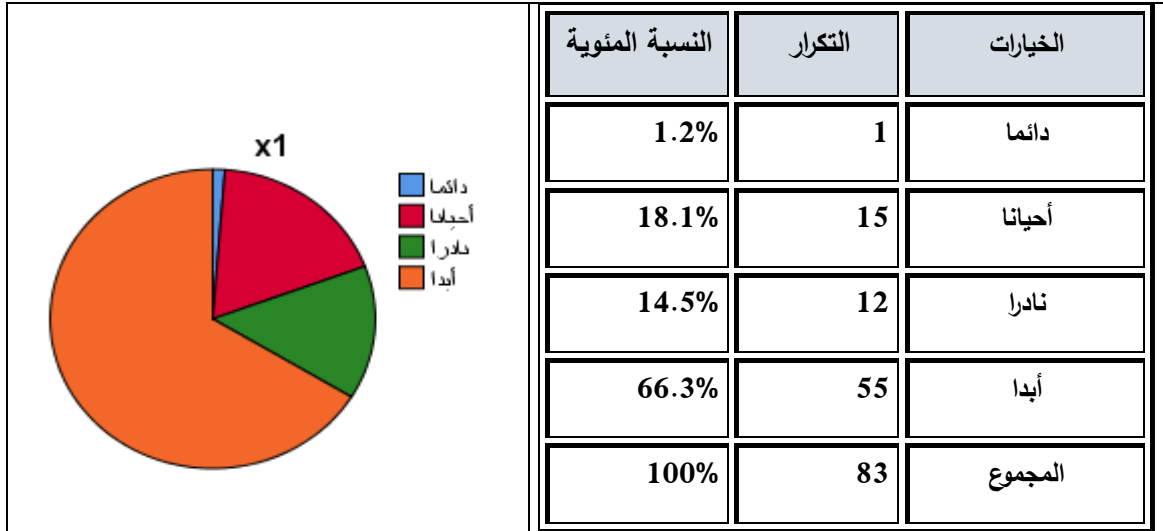
من خلال الجدول والشكل اعلاه يتضح لنا أن اغلب إجابات المبحوثين حول عدد سنوات التعامل مع المؤسسة قدر بـ 53% لأقل من 5 سنوات، تليها نسبة 20.5% من 5 إلى 10 سنوات، وتليها نسبة 16.9% من 10 إلى 15 سنة، ونجد نسبة 7.2% للمتعاملين من 15 إلى 20 سنة، وفي الأخير نسبة 2.4% للمتعاملين من 20 إلى 25 سنة، نلاحظ من خلال هذا التحليل ان معظم المتعاملين لشركة اتصالات الجزائر جدد وذلك لارتفاع نسبة لأقل من 5 سنوات، كما انه نجد نسب ضئيلة جدا عدد السنوات الطويلة أي ليس لديها متعاملين دائمين.

4. تحليل الجداول البسيطة:

يحتوي هذا الجزء على 28 سؤال وهي مقسمة إلى ثلاث محاور على النحو التالي:

المحور الأول: يتضمن هذا الجزء 10 أسئلة كما يلي:

جدول رقم 10: قياس مدى استمرارية اتصال مؤسسة اتصالات الجزائر بزبائنها



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

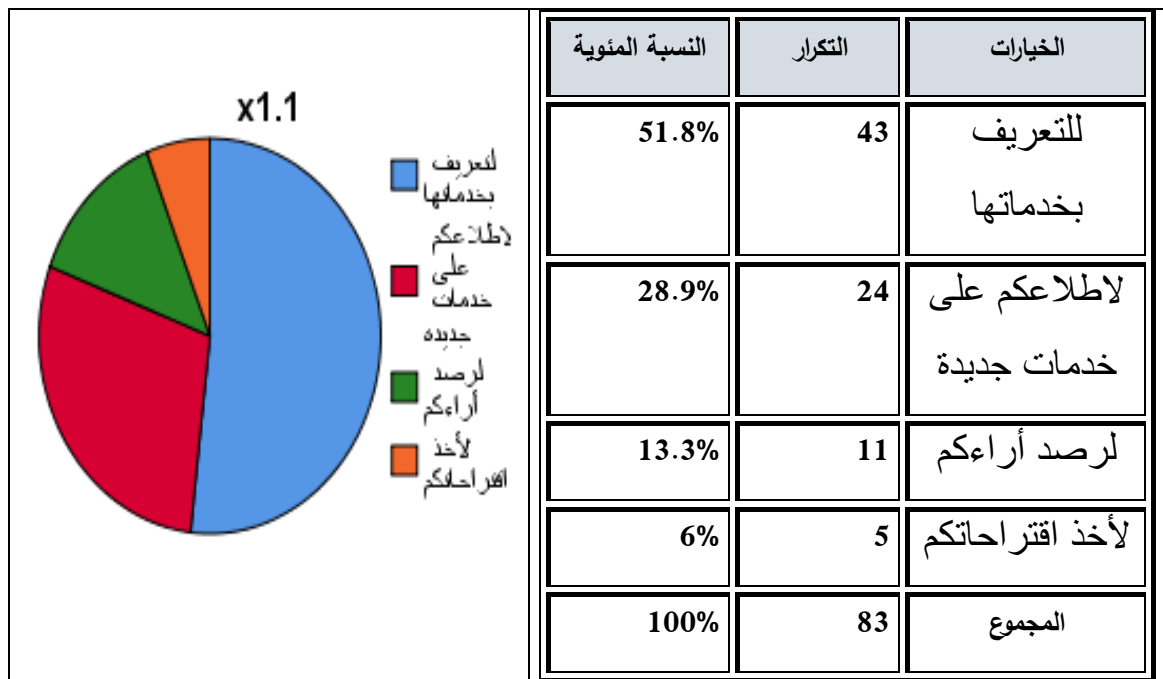
نلاحظ من خلال الجدول السابق أن إجابة المبحوثين حول الاتصال المستمر مع مؤسسة اتصال الجزائر كانت أغلبها أبدا بنسبة 66.3% أي أنه لا يوجد اتصال مستمر مع المؤسسة، وتليها نسبة 18.1% بأن الاتصال مستمر أحيانا فقط، ونجد نسبة 14.5% للإجابة أنه نادرا ما يكون الاتصال مستمر مع مؤسسة اتصال الجزائر، وفي الأخير نسبة 1.2% بأن الاتصال مستمر دائما وهي نسبة ضئيلة جدا.

نلاحظ من خلال هذه النتائج أن الاتصال مع المؤسسة تقريبا غير موجود وهذا ما ينعكس مع الاستراتيجيات الاتصالية للمؤسسات الخدمائية خاصة في ضرورة بقائها في تواصل دائم ومستمر مع جمهورها الخارجي خاصة في ظل تطبيق للإدارة الإلكترونية والتي تساهم بشكل كبير في هذا الجانب في بقاء المؤسسة بشكل دائم مع متعاملها من خلال الوسائل الحديثة المعتمدة في الإدارة الإلكترونية سواء على موقعها

الإلكتروني أو عبر صفحاتها في الفايسبوك والتي تعتبر من أهم الوسائل التي يتم التقرب بها من الزبائن فيجب استغلالها من قبل المؤسسة للبقاء مع تواصل دائم مع متعاملها باعتبارها منصة اجتماعية الأكثر استخداما من قبل الجميع.

ومنه نستنتج أن مؤسسة اتصالات الجزائر أنها نادرا ما تتواصل مع زبائنها وهذا ما ينعكس بالسلب على المؤسسة بإحداثها فجوة بينها وبين المتعاملين.

جدول رقم 11: طبيعة الاتصال للمبحوثين الذين اجابوا با "دائما" أو "أحيانا".



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن اغلب إجابات المبحوثين حول طبيعة الاتصال الذي تقوم به المؤسسة قدر بنسبة 51.8% للتعريف بخدماتها، وتليها نسبة 28.9% لاطلاع المتعاملين على خدمات جديدة، وتليها نسبة 13.3% يتم الاتصال لرصد آراء المتعاملين، وأخيرا نسبة 6% لأخذ اقتراحاتهم.

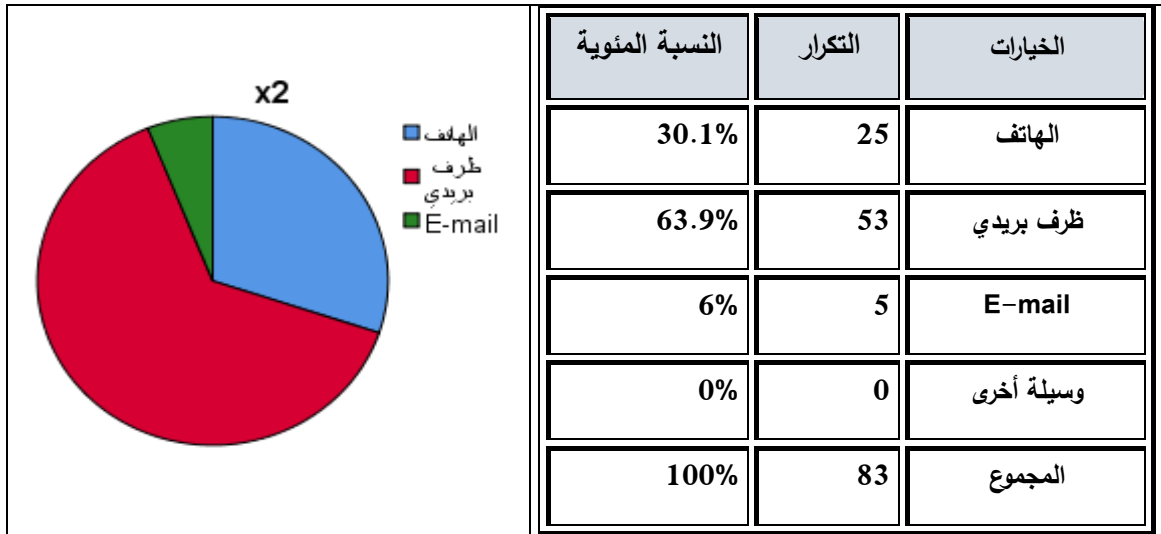
ومنه يتضح ان الاتصالات النادرة التي تقوم بها المؤسسة مع زبائنها للتعريف بخدماتها وهذا لكسب متعاملين جدد وأيضا تقوم بإطلاعهم على خدماتها الجديدة وهذا

لغاية تجارية لزيادة مبيعاتها لكن اتصالاتها فيما يتعلق الامر برصد آراء متعاملها او اخذ اقتراحاتهم فهي بنسبة ضئيلة جدا، فنلاحظ أن المؤسسة لا تقوم بالاتصالات من اجل أخذ آراء واقتراحات متعاملها والذي يعتبر عامل مهم للتعرف على انشغالاتهم والنقاط السلبية التي يرونها في المؤسسة من أجل العمل عليها ومعالجتها لتحقيق رضا زبائننا ولإحساس المتعامل أنه محل اهتمام المؤسسة.

ومنه نستنتج أن المؤسسة من خلال اتصالاتها النادرة مع متعاملها تكون لغاية التعريف بخدماتها ولإطلاعهم على خدماتها الجديدة وليس لرصد الآراء أو لأخذ بالاقتراحات ومنه يتضح أن الغاية من هذه الاتصالات هي غاية تجارية بحتا.

جدول رقم 12: وسيلة الاتصال التي تعتمد عليها المؤسسة من منظور

المتعاملين



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه ان إجابة المبحوثين حول كيفية تواصل مؤسسة اتصالات الجزائر مع المتعاملين معها كانت اغلبها عن طريق ظرف بريدي بنسبة قدرت ب 63.9%، وتليها نسبة 30.1% اجابوا بأن المؤسسة تعتمد على الهاتف

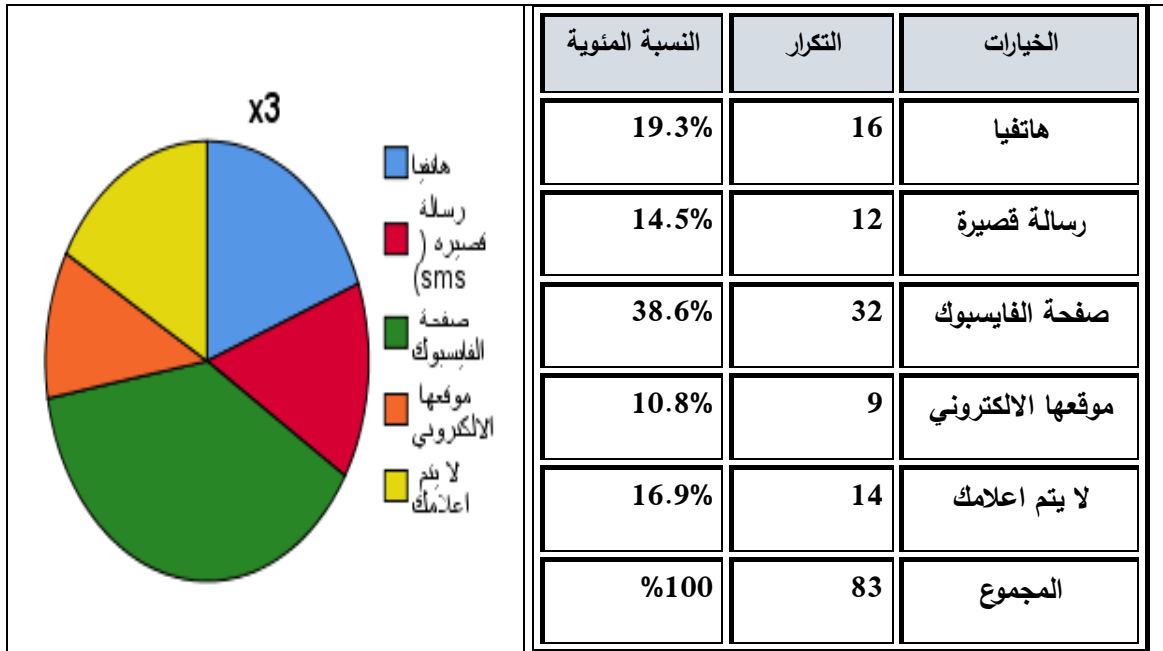
للتواصل مع المتعاملين، وأخيرا نسبة 6% اجابوا بأن المؤسسة تعتمد على E-mail ولا توجد أي وسيلة أخرى للتواصل من غير هذه المذكورة.

يتضح من خلال الجدول أن مؤسسة اتصالات الجزائر لازالت تعتمد بشكل كبير على الطرف البريدي والهاتف في اتصالاتها مع زبائنهم عن طريق الوسائل التقليدية وهذا ما يظهر غياب نوعا ما لمؤشر من مؤشرات مدى تطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسة، والبروفيسور ايكوفان¹ صرح خلال مقابلة أجريت معه: "أن تطبيق الإدارة الإلكترونية يعتمد بالضرورة على تحويل كل ما هو ملموس وتحويله الى الكتروني"، وهنا ليس بالقصود التحول الالكتروني في الجانب الإداري داخل المؤسسة فقط بل التحول نحو النمط الالكتروني في مختلف التعاملات التي تقوم بها المؤسسة سواء داخا الإدارة أو مع جمهورها الخارجي، فاعتماد المؤسسة على الوسائل التقليدية في تعاملاتها في الوقت الحالي وما يشهده العالم من تحولات جذرية في الجانب الإداري بالاعتماد الكلي على النمط الالكتروني في التعاملات، فهذا ما يفقد المؤسسة مكانتها في السوق التنافسية وخاصة باعتبارها مؤسسة تقدم خدمة الانترنت المتعلقة بالمجال التكنولوجي

ومنه نستنتج أن مؤسسة اتصالات الجزائر لازالت تعتمد نوعا ما على الوسائل التقليدية كالطرف البريدي والهاتف في اتصالاتها مع زبائنهم والاعتماد على خدمة E-mail بنسبة ضئيلة، فعلى المؤسسة الاستثمار بشكل فعلي في التحول نحو النمط الالكتروني في وسائلها الاتصالية مع زبائنهم.

¹ - ايكوفان شفيق، مرجع سبق ذكره.

جدول رقم 13: الوسيلة المعتمد عليها للتبليغ في حال وجود مشاكل أو اعطال



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

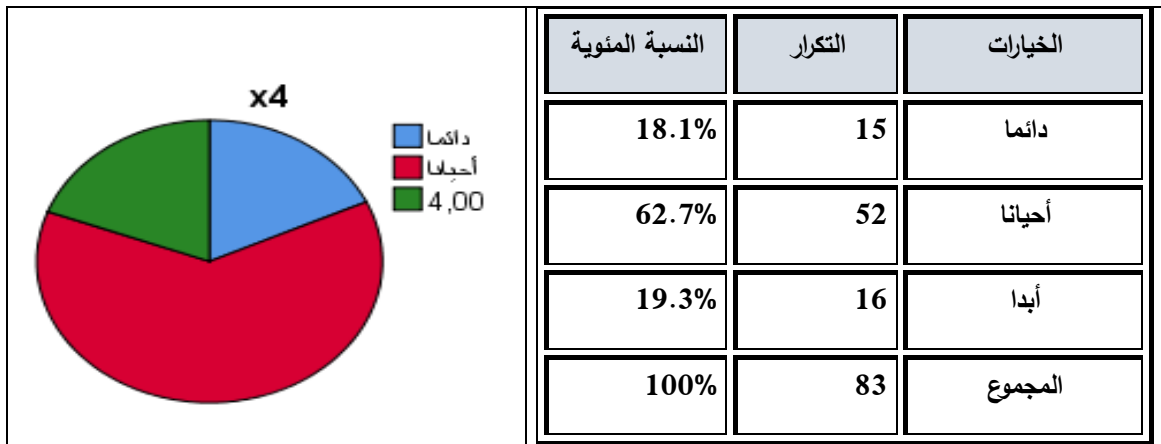
من خلال الجدول السابق يتبين لنا أن إجابة المبحوثين حول في حال وجود مشاكل او اعطال في مؤسسة اتصال الجزائر يتم اعلام المتعاملين بعدة وسائل أهمها بلغت نسبتها 38.6% وهي صفحة الفايسبوك، وتليها نسبة 19.3% يتم الاعلام هاتفيا، وتليها نسبة 16.9% اجابوا انه لا يتم اعلامهم بأي شيء، ونسبة 14.5% اجابوا بأنه يتم إعلامهم عن طريق رسالة قصيرة، وأخيرا نسبة 10.8% يتم اعلامهم عبر الموقع الالكتروني.

ويتبين من خلال هذا ان مؤسسة اتصال الجزائر تعتمد كثيرا على صفحة الفايسبوك والهاتف وهذا ما لاحظناه من خلال تتبعنا لصفحة اتصالات الجزائر عبر الفايسبوك حيث بدأت المؤسسة تعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي كالفايسبوك لتقريبها من جمهورها الخارجي باعتبار هذه الوسيلة الفايسبوك الأكثر استخداما حيث يصل عدد متابعيها عبر الفايسبوك قرابة مليون متابع وما لاحظناه انها تقوم بوضع منشورات يوميا بشكل دوري وهي منشورات تعريفية لمختلف منتوجاتها وخدماتها

واحدث التقنيات التي توفرها في مجال الانترنت، والتعريف بخدماتها الالكترونية وطرق استعمالها، وأيضا لإعلام الزبائن بمختلف المستجدات والانقطاعات والاعطال التي تشهدها المؤسسة، وهذا ما يتبين أن المؤسسة بدأت بشكل فعلي في تبني نظام الإدارة الالكترونية وتحفيز زبائنها للتعامل الكترونيا.

نستنتج أن مؤسسة اتصالات الجزائر تعلم زبائنها عن وجود مشاكل أو اعطال باعتمادها بشكل كبير على وسيلة حديثة كالفيسبوك تليها الوسيلة التقليدية وهي الهاتف فهنا يظهر اعتماد المؤسسة على مزج بين وسائل الاتصال الإدارة الحديثة وبين وسائل الاتصال الإدارة التقليدية.

جدول رقم 14: قياس مدى فورية حل العطل من منظور المتعاملين



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

يتبين من خلال الجدول والشكل أعلاه حول إجابة المبحوثين عن حل المؤسسة للعطل فورا ام لا، كانت اغلب الإجابات بـ أحيانا بنسبة 62.7%، وتليها نسبة 19.3% اجابوا بان حل العطل لا يكون ابدا، وأخيرا نسبة 18.1% اجابوا بانه دائما يتم حل العطل فورا.

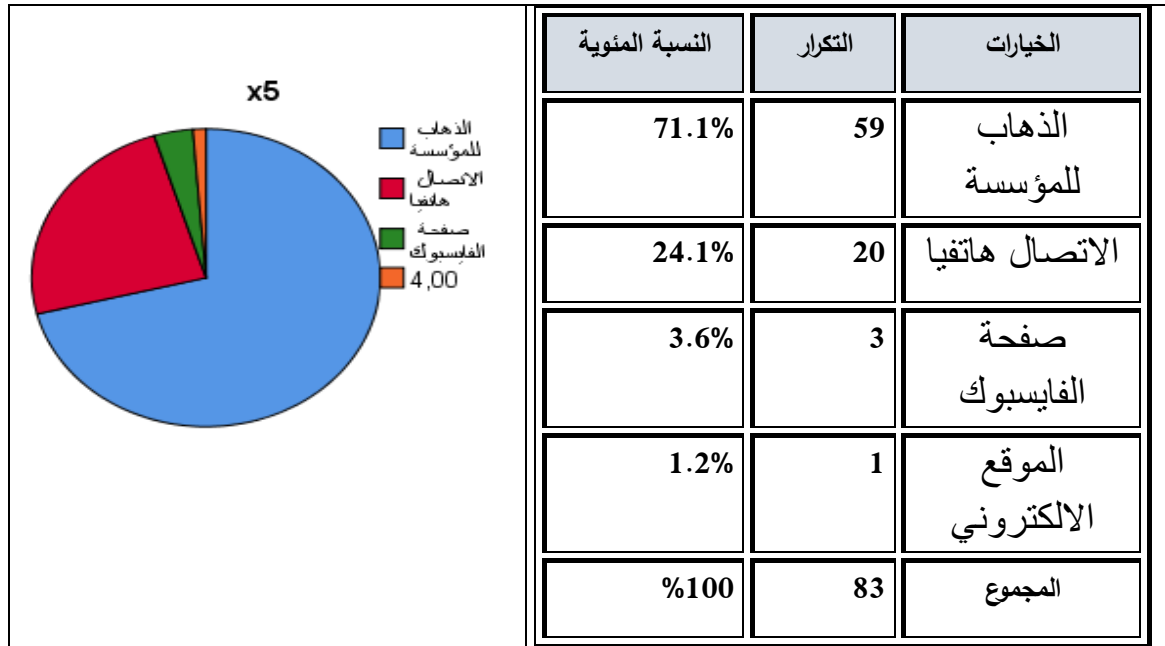
من خلال هذه النتائج يتضح لنا ان مؤسسة اتصال الجزائر تقوم أحيانا بحل العطل بشكل فوري وهذا ما يتماشى في سرعة الاستجابة في طلب الخدمة

للزبائن والتي تعتبر خاصية من خصائص الإدارة الحديثة، وما أكده المبحوثين في ملاحظتهم أنه إضافة لفورية حل العطل، تقوم بالاتصالات بعد حل العطل للتأكد من حل المشكلة، كما إضافة المؤسسة خاصية التبليغ عن الأعطال الكترونيا عبر موقعها الالكتروني والتي أشرنا اليها سابقا في الخدمات الالكترونية للمؤسسة، وهذا ما يبين نية المؤسسة من التحسين في خدماتها خاصة فيما يتعلق بهذا الجانب والذي لطالما يشتكى منه زبائن المؤسسة في كثرت الأعطال والبطء والتمادي في حلها.

نستنتج أن مؤسسة اتصالات الجزائر تقوم بحل الأعطال بشكل فوري من حين لآخر وهذا ما يفسر سعي المؤسسة للاستجابة الفورية في توفير الخدمة لزبائنها.

جدول رقم 15: الوسيلة التي يعتمد عليها الزبائن للتبليغ عن الأعطال أو تقديم

الشكاوى



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال تحليل نتائج الجدول والشكل أعلاه حول الوسيلة التي يعتمد عليها متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر للتبليغ عن الأعطال او تقديم الشكاوى، كانت اغلب اجابتهم انهم يذهبون للمؤسسة بنسبة قدرت بـ 71.1%، وتليها نسبة 24.1%

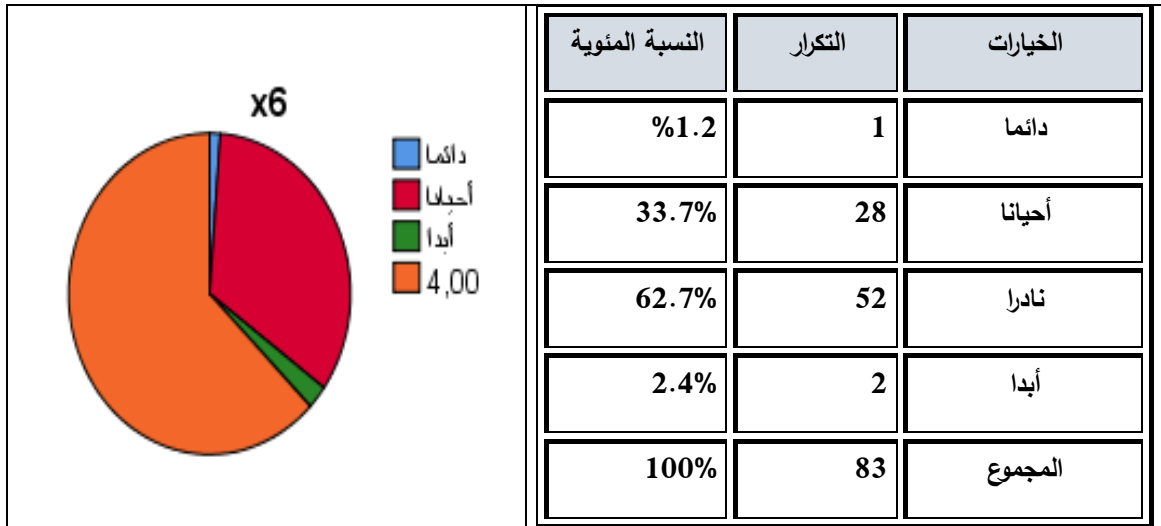
يعتمدون على الاتصال هاتفيا للتبليغ عن الأعطال وتقديم الشكاوى، وبنسبة ضئيلة قدرت بـ 3.6% يعتمدون على صفحة الفايسبوك، وفي الأخير نسبة 1.2% يعتمدون على الموقع الالكتروني وهي شبه معدومة.

نلاحظ ان اغلب المبحوثين يعتمدون على الذهاب لمؤسسة اتصال الجزائر للتبليغ عن الأعطال او تقديم الشكاوى وذلك راجع لتعود الزبائن الذهاب للمؤسسة مباشرة خاصة فيما يتعلق التبليغ عن الأعطال أو تقديم الشكاوى برغم من توفير المؤسسة لخدمات التبليغ الكترونيا عبر الموقع الالكتروني التابع للمؤسسة او عبر فضاء الزبون التي ذكرناها سابقا، الا أن المتعاملين لازالوا يعتمدون على الوسائل التقليدية في شتى تعاملاتهم، كما يمكن ارجاعها ايضا لعدم ثقمتهم بالخدمات الالكترونية.

نستنتج أن المتعاملين مع مؤسسة اتصالات الجزائر يعتمدون بنسبة كبيرة للذهاب الى المؤسسة مباشرة للتبليغ عن الأعطال أو لتقديم الشكاوى، تليها الاتصال الهاتفي.

جدول رقم 16: قياس مدى اعتماد المتعاملين لخدمات الدفع الالكتروني التي وفرتها

المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

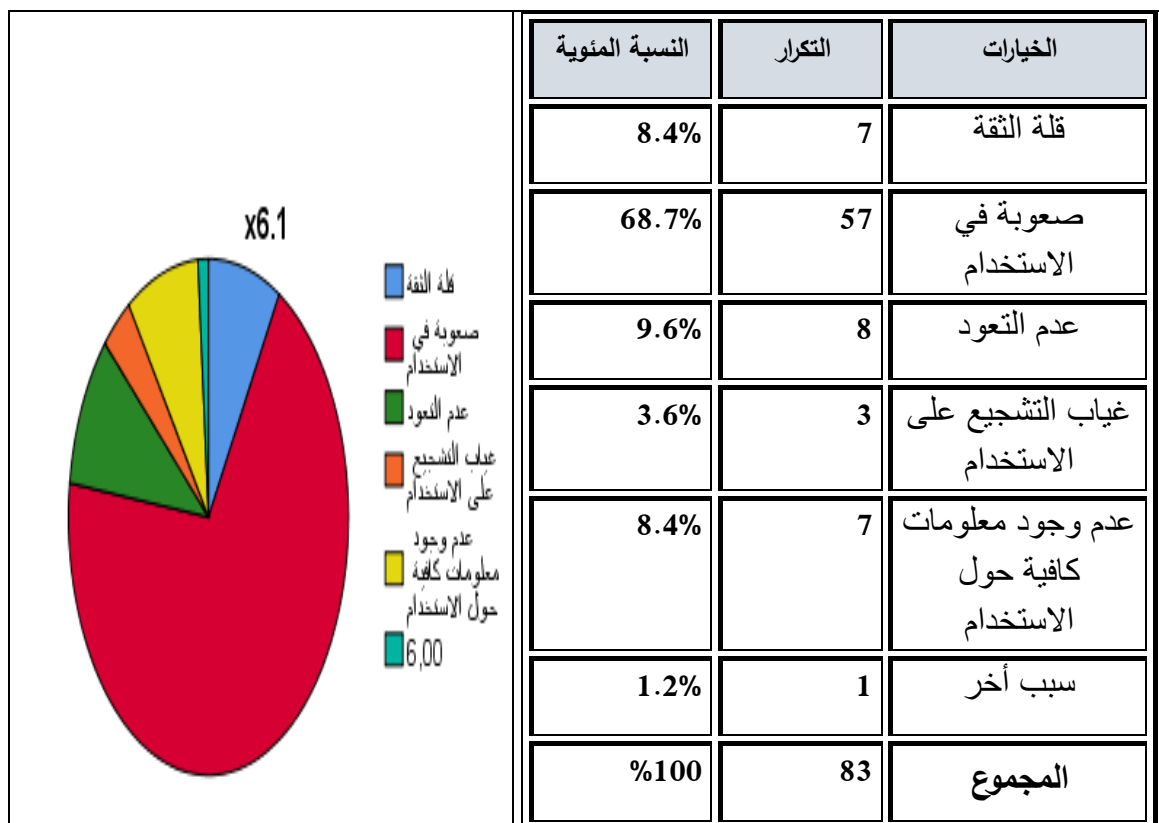
من خلال تحليل نتائج الجدول والشكل أعلاه نجد إجابات المبحوثين حول مدى اعتمادهم على خدمة الدفع الإلكتروني التي توفرها مؤسسة اتصال الجزائر، حيث نجد ان اغلب إجابات المبحوثين كانت نادرا بنسبة 62.7% أي متعاملي مؤسسة اتصال الجزائر نادرا ما يعتمدون على خدمات الدفع الإلكتروني، وتليها نسبة 33.7% اجابوا انهم يعتمدون على خدمات الدفع الإلكتروني، في حين نسبة 2.4% اجابوا انهم لا يعتمدون عليها ابداء، وأخيرا فقط نسبة 1.2% ممن اجابوا على أنهم يعتمدون دائما على خدمات الدفع الإلكتروني،

نلاحظ من خلال الجدول أنه النسبة الكبيرة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر نادرا ما يعتمدون على خدمات الدفع الإلكتروني بالرغم مما لاحظناه في صفحة الفايسبوك وموقع المؤسسة من عروض وتخفيضات عديدة حين يعتمد الزبون على خدمات الدفع الإلكترونية العديدة التي وفرتها المؤسسة والتي ذكرناها سابقا، فالمؤسسة وفرت الدفع سواء عبر تطبيق بريدي موب بالاشتراك مع مؤسسة بريد الجزائر أو عبر تطبيقها الخاص مباشرة E-Paiement espace client، وأيضا وفرت المؤسسة خدمة الدفع عبر تطبيق WIMPAY-BNA بالاشتراك مع مؤسسة البنك الوطني الجزائري، وكذلك وفرت خدمة الدفع عبر فضاء الزبون من موقع المؤسسة وإمكانية الاطلاع على كافة العروض والاشتراكات والإطلاع على مختلف التعاملات التي أجراها الزبون مع المؤسسة أو يمكن أيضا الدفع باستخدام البطاقة الذهبية، ورغم كل هذه الخدمات التي وفرتها إلا انه توجد فئة قليلة ممن تعتمد احيانا على خدمة الدفع الإلكتروني.

ومن هنا يمكن ان نستنتج ان متعاملي مؤسسة اتصال الجزائر لا يعتمدون بشكل كبير على خدمات الدفع الإلكتروني رغم تعدد خدمات الدفع الإلكتروني التي وفرتها

المؤسسة ويمكن ارجاعها لعدم تعودهم عليها ولصعوبة استخدامها مما يؤدي نفور المتعاملين من هذه الخدمات.

جدول رقم 17: يوضح سبب إجابة فئة من المتعاملين با "ابدا"



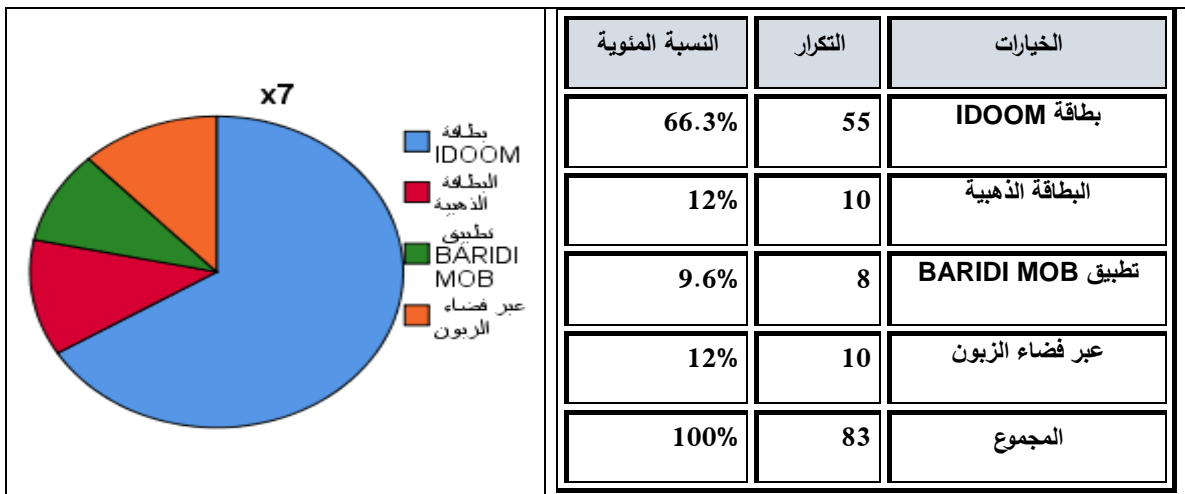
المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه نجد ان إجابة المبحوثين حول سبب عدم اعتمادهم على خدمات الدفع الالكتروني، كانت اعلى نسبة 68.7% تعود لصعوبة في الاستخدام، وتليها نسبة 9.6% لعدم التعود، ونسب متساوية قدرت ب 8.4% لقلة ثقة المتعاملين بالخدمات الالكترونية وأيضا عدم وجود معلومات كافية حول الاستخدام، ونسبة 3.6% لغياب التشجيع على الاستخدام، وفي الأخير نسبة قدرت ب 1.2% شبه ضئيلة تعود لسبب اخر.

ومن هنا يتضح لنا ان مؤسسة اتصال الجزائر وفرت بشكل فعلي خدمات الدفع الالكتروني كما ذكرنا سابقا لكن يكمن السبب الرئيسي لعدم الاعتماد عليها في الصعوبة في الاستخدام، فالمؤسسة وفرت خدمات الدفع الالكتروني لكن لم تفسر المؤسسة وتشرح بشكل تفصيلي حول طرق استخداماتها خاصة بالنسبة لكبار السن الذين يجدون صعوبة في استخدام هذه الوسائل، ويليه السبب الثاني في عدم التعود عليها باعتبارها خدمات جديدة مواكبة لتطبيق الإدارة الالكترونية الحديثة في المؤسسة، فكما ذكرنا سابقا أن المؤسسة لازالت في بداياتها في تطبيقها لهذه الإدارة الجديدة ما يعني أن التعامل الالكتروني مع الزبائن لن يكون إلا بعد مدة طويلة من التطبيق والتعود على مثل هذه الخدمات والتشجيع على الاعتماد عليها بكل أمان وثقة.

ومنه نستنتج أن المؤسسة وفرت خدمة الدفع الالكتروني والتي تعتبر من بوابر ومؤشرات الإدارة الالكترونية في المؤسسات الخدماتية لتسهيل خدمة الدفع للزبون لكنه استخلصنا أن النسبة الكبيرة من المتعاملين مع المؤسسة لا يعتمدون على هذه الخدمة ليس لعدم توفرها بل يجدون صعوبة في استخدامها وعدم تعودهم عليها بحكم انها خدمة حديثة في مراحلها الأولى.

جدول رقم 18: وسائل الدفع الالكترونية المعتمد عليها في عملية التعبئة



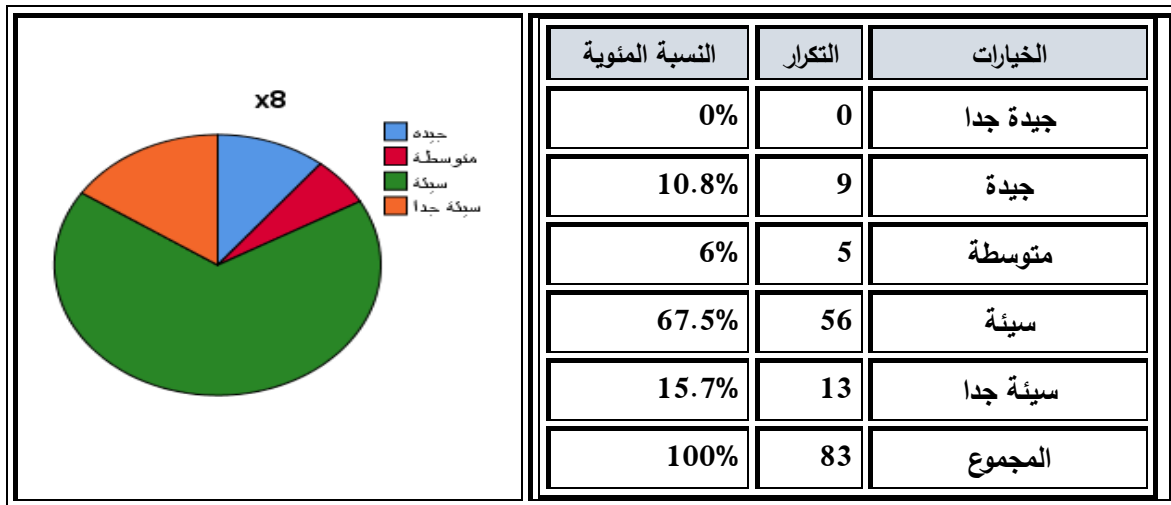
المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول وسيلة الدفع الالكترونية التي يعتمد عليها في عملية التعبئة كانت اغلبها 66.3% لبطاقة IDOOM، وتليها نسب متساوية قدرت بـ 12% اجابوا بان وسيلة الدفع الالكترونية المعتمد عليها هي البطاقة الذهبية وفضاء الزبون، وأخيرا نسبة 9.6% اجابوا بان الوسيلة المعتمد عليها هو تطبيق BARIDI MOB.

من خلاله يتضح أن وسيلة الدفع الالكتروني الأكثر اعتمادا من قبل المتعاملين هي بطاقة IDOOM، ويمكن ارجاع ذلك لسهولة الحصول على البطاقة من نقاط البيع دون عناء التنقل للوكالة من أجل إعادة التعبئة، رغم ان بطاقات التعبئة ليست بالشيء الجديد ولا تعتبر خدمة الكترونية بمفهومها الفعلي عكس الخدمات الأخرى، وتليها البطاقة الذهبية وعبر فضاء الزبون بنسبة متوسطة وهذا راجع لعدم التعود على مثل هذه الخدمات ولحدائتها، وباعتبارها وسائل حديثة لازالت المؤسسة في مرحلتها الأولى من توفير لهذا النوع من الخدمة وكذا في مرحلة التعريف بهذا النوع من الخدمات.

نستنتج أن وسيلة الدفع الالكتروني الأكثر اعتمادا من قبل متعاملين مؤسسة اتصالات الجزائر هي بطاقة IDOOM، وتليها البطاقة الذهبية وفضاء الزبون.

جدول رقم 19: تقييم متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر لخدماتها الالكترونية



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ ان إجابة المبحوثين حول تقييمهم للخدمات الالكترونية التي توفرها المؤسسة كانت اغلبها سيئة بنسبة %67.5، وتليها نسبة %15.7 اجابوا بان الخدمات الالكترونية سيئة جدا، في حين اجابوا المبحوثين بنسبة %10.8 بان الخدمات المقدمة جيدة، ونسبة %6 اجابوا بانها خدمات متوسطة، في حين لم تسجل أي إجابة في تقييم بأن الخدمات جيدة جدا.

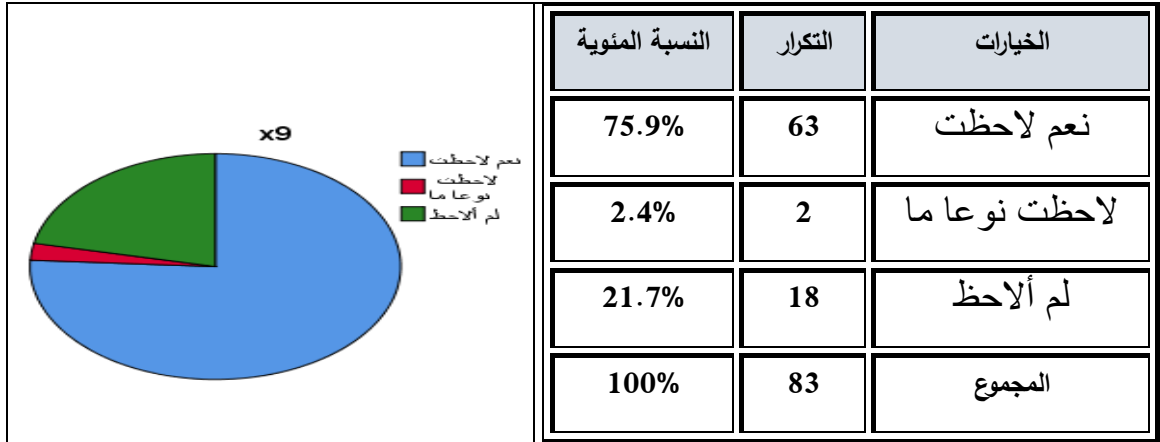
ومن خلاله يتضح لنا أن الفئة الكبيرة من المتعاملين مع المؤسسة يرونا أن الخدمات الالكترونية التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر سيئة ويمكن ارجاع ذلك على أن المؤسسة لازالت في بداياتها في مراحلها الأولى في تطبيقها للإدارة الالكترونية وهذا ما يعني بالضرورة أيضا خدماتها الالكترونية لازالت في مراحلها الأولى فالمؤسسة في مرحلة تعريفها للخدمات الالكترونية لمتعاملليها ومحاولة تعويدهم عليها وهذا ما أكده لنا البروفسور إيكوفان¹: "أن دول العالم الثالث هي مجتمعات تستهلك التكنولوجيا ولا تنتجها وبالتالي محاولتنا لاستخدام هذه التكنولوجيا بمفهومها الحقيقي للإدارة مازالا في مراحلها الأولى." ومن جهة أخرى من الطبيعي أن التقييم يكون سيئاً باعتبار فئة قليلة من المتعاملين ممن يعتمدون على هذه الخدمات الجديدة، كما أن كل خدمة جديدة في بداياتها تكون سيئة وبصعب التحكم فيها سواء من طرف المؤسسة او الزبون، مما ينجم عليها ثغرات وقرصنة لحسابات المتعاملين فالنظام الأمني لهذه الخدمات يكون ضعيف في بداية التحول الى النمط الخدماتي الالكتروني.

ومن هنا يمكن القول بأن كل الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر قيمها متعاملليها على أنها سيئة لكن ليس بمفهومها الفعلي بل لاعتبارها خدمات جديدة على المجتمع لم يتعودوا عليها ولصعوبة استخداماتها.

¹ - إيكوفان شفيق، مرجع سبق ذكره.

جدول رقم 20: ملاحظة متعاملين مؤسسة اتصالات الجزائر لوجود تغيير أو تجديد

في أداء الإدارة الحالية مقارنة بالإدارة السابقة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

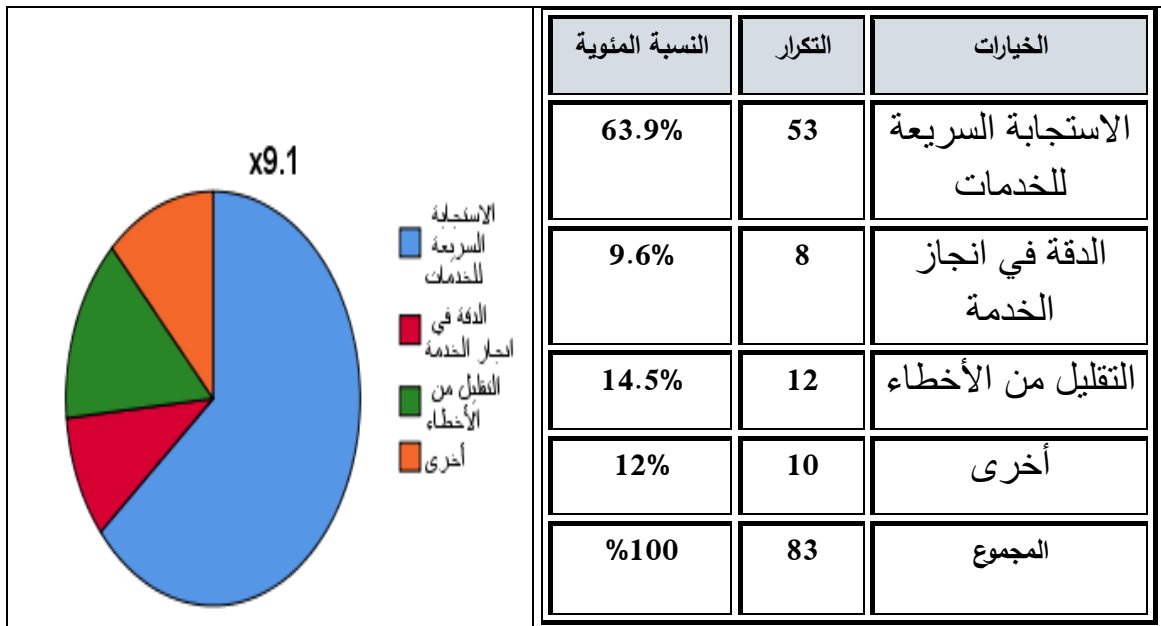
من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه نلاحظ ان إجابة المبحوثين حول ملاحظتهم لوجود تغيير أو تجديد في أداء الإدارة الحالية مقارنة بالإدارة السابقة، كانت اغلبها ب نعم لاحظوا المبحوثين وجود تغيير وتجدد في أداء الإدارة الحالية بنسبة 75.9%، وتليها نسبة 21.7% اجابوا بأنهم لم يلاحظوا أي تغيير بين الإدارة الحالية مقارنة بالسابقة، وأخيرا نسبة 2.4% اجابوا ب لاحظت نوعا ما وجود تغيير.

من خلال هذا التحليل يتضح لنا ان نسبة كبيرة من المتعاملين مع المؤسسة لاحظوا هنالك وجود تغيير وتجدد في أداء الإدارة الحالية لمؤسسة اتصال الجزائر مقارنة بالإدارة السابقة وهذا يدل على مدى اثر تطبيق الإدارة الالكترونية في المؤسسة وهذا ما تطرقنا إليه في الجانب النظري على أن الطبيعة التحولية لهذا النمط الجديد من الإدارة أسفر عنه تحولات عديدة سواء على العمل الإداري للمؤسسة او اتجاه محيطها الخارجي، وبطبيعة الحال هذا التحول اسفر عنه تأثيرات عديدة ما جعلت المتعاملين يلاحظون تغييرات إدارية ملموسة في عدة جوانب، رغم أن المؤسسة لازالت في بداياتها الأولى من تطبيق هذه الإدارة الجديدة، وهذا ما يؤكد أن المؤسسة تسير في

المستوى الصحيح من حيث التطبيق و بروز معالم هذه الإدارة، في حين يوجد نسبة قليلة منهم لم يلاحظوا تغييرات في الإدارة الحالية للمؤسسة.

ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من المتعاملين لاحظوا وجود تغيير في أداء الإدارة الحالية وهذا ما يدل على تطبيق الإدارة الالكترونية بشكل فعلي في المؤسسة، في حين هنالك نسب

جدول رقم 21: الجوانب التي لوحظ فيه التغيير في أداء الإدارة الحالية



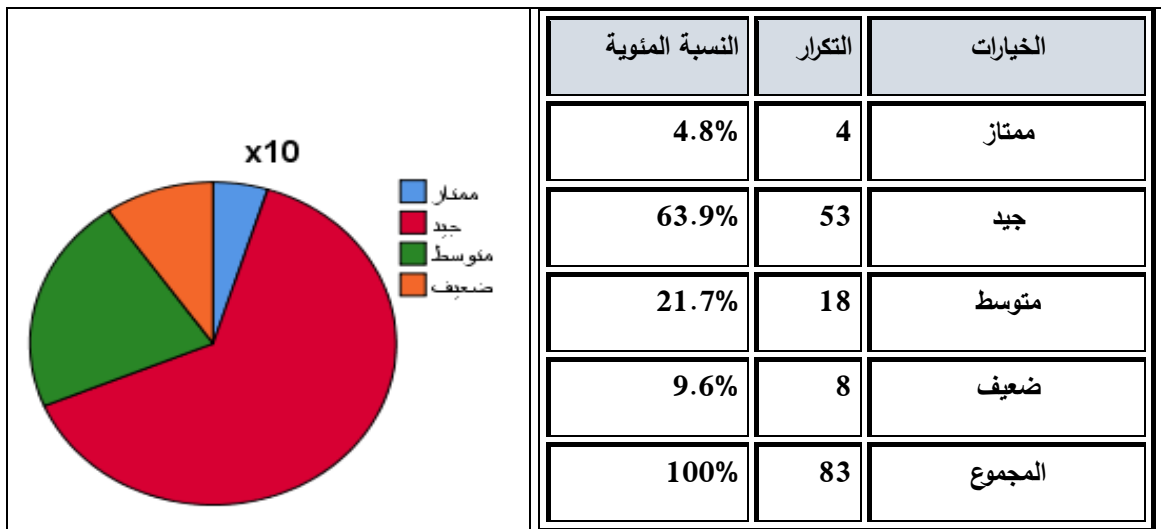
المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه يمثل إجابة المبحوثين حول الجانب التي لاحظوا فيه وجود تغيير او تجديد في أداء الإدارة الحالية، حيث نجد ان أكبر نسبة تمثل في الاستجابة السريعة للخدمات بنسبة 63.9%، وتليها نسبة 14.5% في التقليل من الأخطاء، ونسبة 12% من المبحوثين اجابوا بأن التغيير حصل في أمور أخرى لم تذكر، وفي الأخير نسبة 9.6% اجابوا بان التغيير حدث في الدقة وإنجاز الخدمة.

من خلال هذه النتائج نفسر على أنه لوحظ التغيير بشكل كبير في الاستجابة السريعة في توفير الخدمات وهي من بين أهم الخصائص التي تمتاز بيها الإدارة الالكترونية و تتمثل في خاصية السرعة والوضوح التي تطرقنا إليها في الجانب النظري وذلك وفي ضمان السرعة في استقبال المعلومات والبيانات وارسالها، والنسبة الثانية تمثلت في التقليل من الأخطاء وهي أهم خاصية فالإدارة الالكترونية تظهر في مدى تقليلها من الأخطاء أثناء تعاملاتها مع الزبائن فالتعاملات الالكترونية تنقص بكثير من نسبة الأخطاء وهذا ما يدل على الدقة في انجاز الخدمة، ومن هذا المنطلق تظهر ملامح الإدارة الالكترونية ومدى تأثيرها الإيجابي على المؤسسة بشكل عام والخدمات بشكل خاص.

نستنتج أن نسبة كبيرة من المتعاملين لاحظوا تجديد وتغيير في أداء الإدارة الحالية لمؤسسة اتصالات الجزائر ويظهر هذا التغيير بشكل كبير في الاستجابة السريعة اثناء تقديم الخدمة والتقليل من الأخطاء اثناء تعاملات المؤسسة مع زبائنها واللاتان تعتبران من اهم سيمات الإدارة الالكترونية.

جدول رقم 22: تقييم المتعاملين لأداء إدارة مؤسسة اتصالات الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

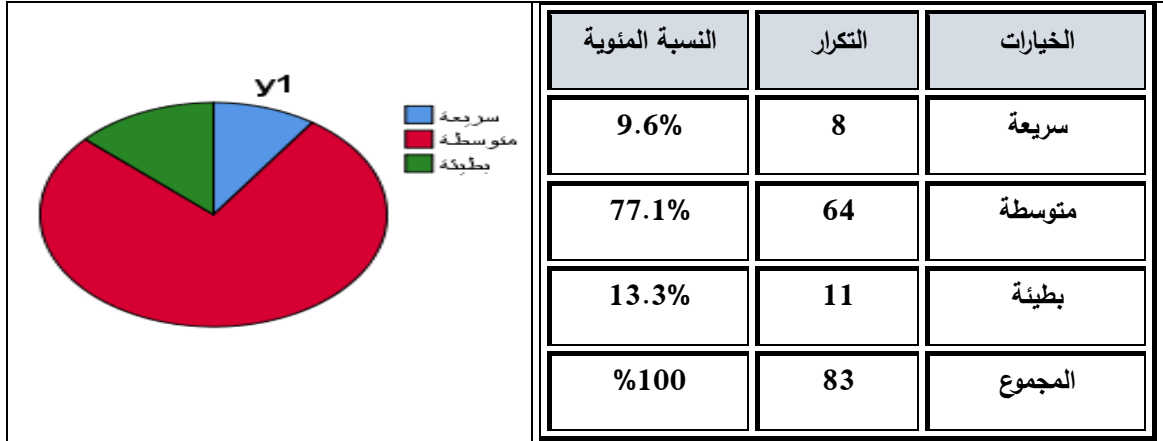
من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد ان إجابة المبحوثين حول تقييمهم لأداء إدارة مؤسسة اتصالات الجزائر كانت اغلبها أنها ذات أداء جيد بنسبة 63.9%، وتليها نسبة 21.7% اجابوا بانه أداء متوسط، وتليها نسبة 9.6% من المبحوثين اجابوا بأن أداء المؤسسة ضعيف، وأخيرا 4.8% نسبة اجابوا بان أداء المؤسسة ممتاز.

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الكبيرة من متعاملي المؤسسة يرونا أن أداء إدارة مؤسسة اتصالات الجزائر في المستوى الجيد وهذا ما يدل على تطوير المؤسسة من حيث أدائها وسعيها لإرضاء متعامليلها بتباعها لمختلف الاستراتيجيات والوسائل الحديثة وكذلك بإسهام الإدارة الالكترونية والتي حسنت بشكل كبير في أداء المؤسسة وأثرت عليها بشكل إيجابي وهذا ما يزيد من رضا المتعاملين من أداء المؤسسة، ولا يقف هدف المؤسسة في تحقيق الرضا بل أيضا لمواكبة التطور الحضاري الذي يشهده العالم واستغلال المجال التكنولوجي وادخاله في المجال الإداري بهدف الرفع من مستوى الأداء خلافا لما كانت عليه سابقا ولما الدخول في السوق التنافسية في ذات المجال، وتليها النسبة الثانية من المتعاملين الذين اجابوا على أن أداء إدارة المؤسسة متوسط وفئة قليلة اجابوا على انها ذات مستوى ضعيف.

وفي الأخير يمكن القول على العموم ان مؤسسة اتصالات الجزائر حققت نقلة نوعية من حيث التحسين في أدائها وهذا ما لاحظته المبحوثين حيث قيموا أداء المؤسسة على انه جيد وفي المستوى المطلوب الذي يرضي العملاء، ويبين مدى إرادة المؤسسة في تحقيق تغيير جذري سواء في أدائها وفي تعاملاتها مع زبائننا وبالتالي الرفع من جودة خدماتها.

المحور الثاني: يتضمن 9 أسئلة على النحو التالي:

جدول رقم 23: تقييم المتعاملين على الرد والاستجابة عند طلبهم للخدمة من مؤسسة اتصالات الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

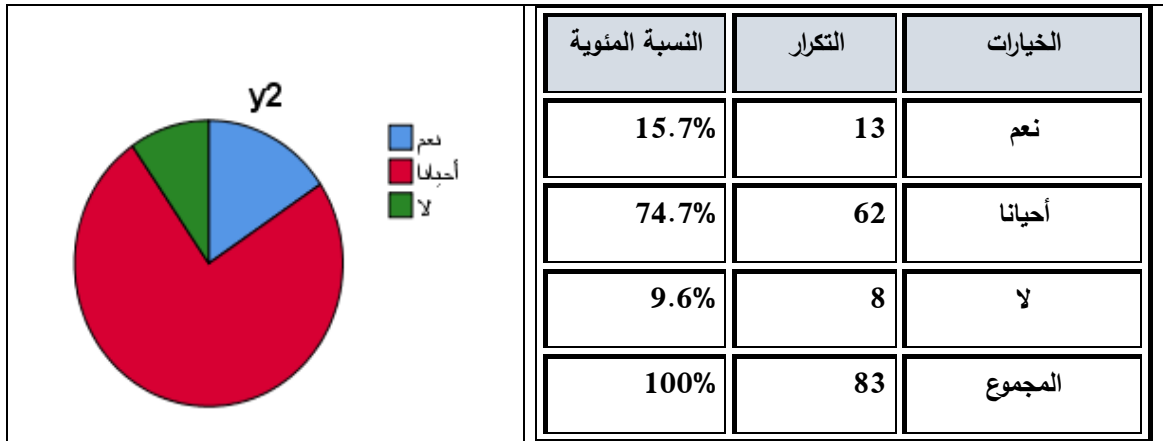
من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد ان إجابة المبحوثين حول تقييم الرد والاستجابة عند طلب المتعاملين خدمة من مؤسسة اتصالات الجزائر، كانت اغلبها متوسطة الاستجابة بنسبة قدرت بـ 77.1%، وتليها نسبة 13.3% من المبحوثين اجابوا بان الاستجابة في الرد بطيئة، وأخيرا فئة ضئيلة قدرت بـ 9.6% اجابوا بان الاستجابة في تقديم الخدمات سريعة.

يتضح من خلال الجدول أن النسبة الكبيرة من المتعاملين يرون أن الرد والاستجابة متوسط عند طلبهم الخدمة من المؤسسة وهذا ما يعني أن المؤسسة حققت بدرجة متوسطة معيار الاستجابة لقياس جودة خدمة المؤسسة فكما ذكرنا في الإطار النظري على أن معيار الاستجابة متعلق بمدى قدرة تقديم الخدمة للزبون بشكل دائم وفي الوقت المناسب ومدى جاهزية المؤسسة للاستجابة لأي خدمة يطلبها المتعاملين، والسرعة في الاستجابة للخدمة من مقومات الإدارة الالكترونية ومن خصائصها فهي تلعب دور كبير في التحسين من جودة الخدمة فقد ساهمت في تحقيق أحد المعايير الأساسية في

قياس جودة الخدمة، وتليها فئة قليلة من المتعاملين أجابوا على أن المؤسسة بطيئة في الاستجابة للخدمة.

يمكن القول بأن أغلب التقييمات حول الاستجابة والرد عند طلب المتعاملين لخدمة من مؤسسة اتصالات الجزائر بأنها متوسطة وبطيئة نوعا ما فقد حققت معيار الاستجابة بدرجة متوسطة.

جدول رقم 24: تقييم المتعاملين في تأدية مؤسسة اتصالات الجزائر لخدماتها في المرة الأولى بشكل صحيح



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

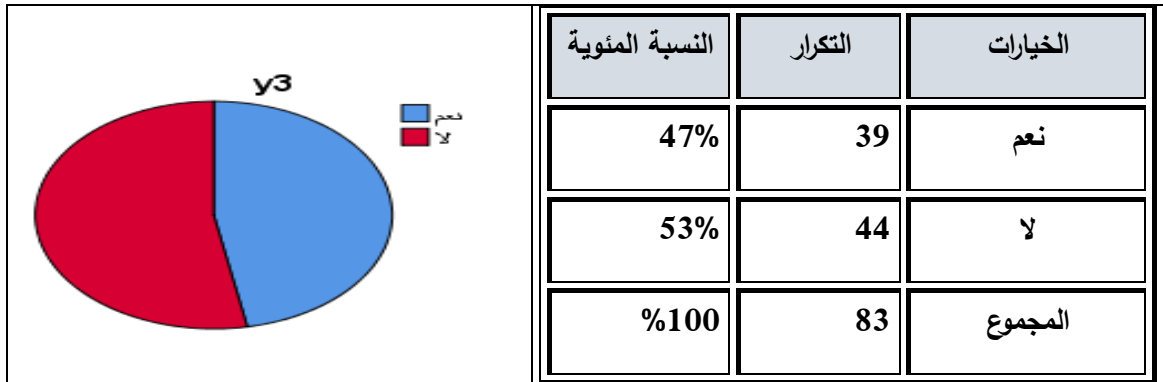
من خلال النتائج الموضحة في الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين أغلبها كانت تبين بأن مؤسسة اتصالات الجزائر تؤدي خدماتها في المرة الأولى بشكل صحيح أحيانا فقط وذلك بنسبة قدرت بـ 74.7%، وتليها نسبة 15.7% من إجابات المبحوثين بنعم، وأخيرا نسبة 9.6% أجابوا بـ لا أي لا تؤدي المؤسسة خدماتها بشكل صحيح في المرة الأولى.

ومن خلال هذه النتائج يتبين أن نسبة كبيرة من المتعاملين يرون أن مؤسسة اتصالات الجزائر تقوم بتوفير خدماتها بشكل صحيح أحيانا فقط وتليها نسبة متوسطة من المبحوثين أجابوا بنعم وهذا ما يعني أن المؤسسة حققت بدرجة متوسطة لمعيار

الاعتمادية لقياس جودة خدمة المؤسسة بحكم أن المتعاملين يرون أن المؤسسة توفر الخدمات للمرة الأولى بشكل صحيح أحيانا فقط فكما ذكرنا في الإطار النظري على أن معيار الاعتمادية هو القدرة على تقديم الخدمة حسب ما وعدت به المؤسسة فتكون بدرجة عالية من الصحة والدقة، وأيضا هذا المعيار متعلق بمدى اسهام الإدارة الالكترونية في التقليل من الأخطاء عند اجراء المعاملات فالتعامل الالكتروني يكون بشكل ألي يعتمد على الضبط والإحكام بدون أي أخطاء، فهنا ساهمت هذه الإدارة نوعا ما في تقليل من الأخطاء التي يرتكبها الموظفين أثناء التعامل مع الزبون.

ومنه نستنتج أن مؤسسة اتصالات الجزائر لم تحقق بشكل فعلي معيار الاعتمادية لقياس جودة الخدمة بحكم أن أغلبية المبحوثين أجابوا على أنه أحيانا فقط تقوم المؤسسة بتوفير خدماتها بشكل صحيح في المرة الأولى.

جدول رقم 25: تقييم المتعاملين في صعوبة حصولهم على الخدمة من طرف المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول إيجادهم صعوبة في الحصول على الخدمة من طرف المؤسسة، حيث نجد ان اغلب الإجابات كانت ب لا بنسبة قدرت ب 53% أي المتعاملين لا يجدون أي صعوبة في حصولهم على الخدمات

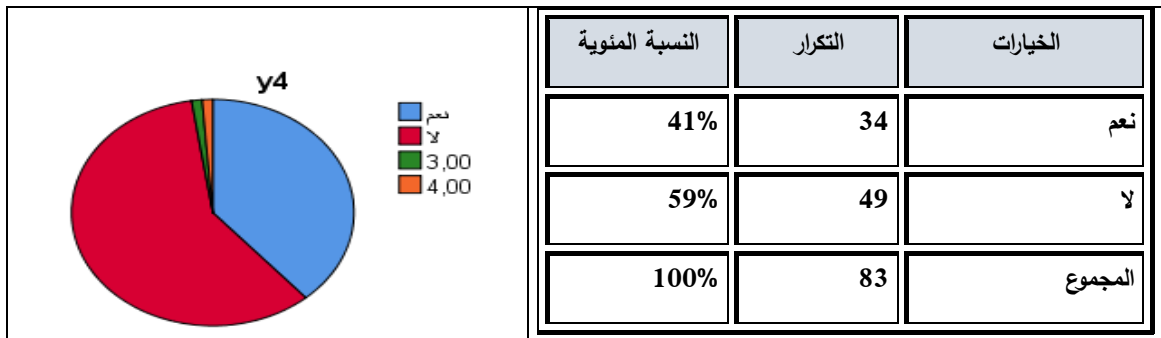
من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر، والنسبة المتبقية المقدرة بـ 47% اجابوا بـ نعم أي أنهم يجدون صعوبة في حصولهم على الخدمة.

يتضح أن نسبة كبيرة من المتعاملين لا يجدون صعوبة في حصولهم على الخدمة وهذا ما يدل على تحقيق معيار قياس جودة الخدمة المتعلق بدرجة تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبون ففي المؤسسة الخدمائية يتطلب بذل المجهود لتفهم الحاجات ورغبات الزبائن من خلال البحوث والمقابلات لغرض التعرف على الخدمة التي تحقق رضاهم، فالحصول على الخدمة بكل سهولة يبين مدى قدرة المؤسسة في التحكم الفعلي في تلبية المتطلبات بدون أي تعقيدات أو صعوبات يواجهها المتعامل وكذلك مدى جاهزيتها في وتفهمها لمتطلبات الزبون، ومن جهة أخرى التخلي عن التعقيدات الإدارية مثل طلب وثائق عديدة، التعاملات المعقدة والتي تحتاج لوقت طويل من اجل الحصول على الخدمة، وهذا ما حققته مؤسسة اتصالات الجزائر في هذا الجانب من منظور المبحوثين.

نستنتج أن متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر لا يجدون صعوبة في حصولهم على الخدمة ونسبة قليلة ممن يجدون الصعوبة، فنستخلص أن المؤسسة حققت معيار "تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبون" المتعلق بقياس جودة الخدمة.

جدول رقم 26: تقييم المتعاملين للاهتمام الشخصي الذي توليه المؤسسة عند

تعاملهم معها



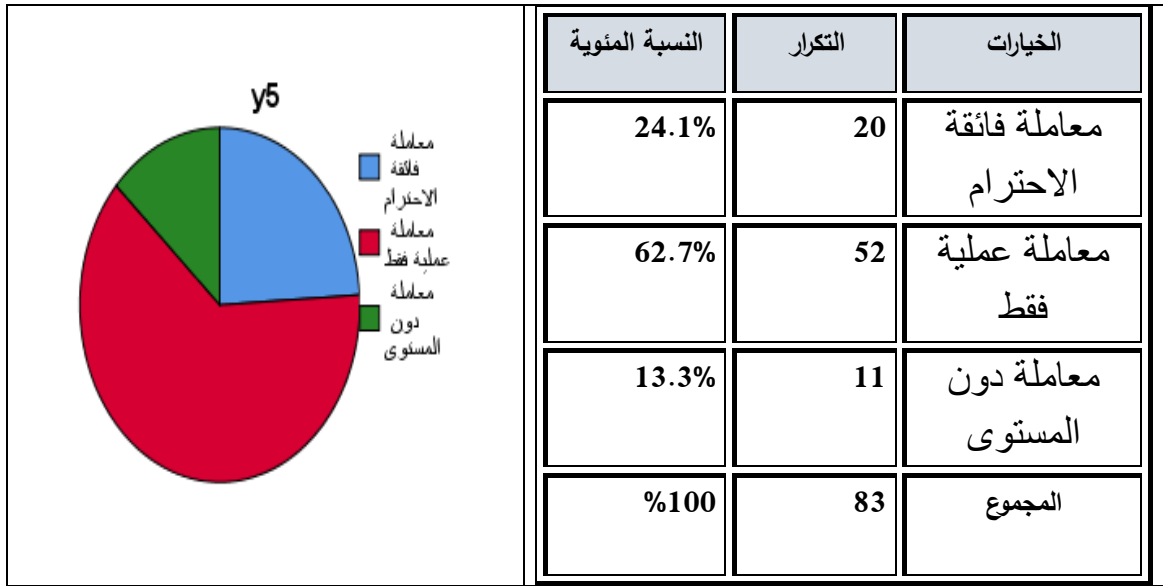
المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابات المبحوثين حول تولي المؤسسة الاهتمام الشخصي عند التعامل معهم، كانت أغلبها لا قدرت بـ 59% أي المؤسسة لا تولي الاهتمام الشخصي عند التعامل معهم، والنسبة المتبقية 41% اجابوا بنعم أي ان المؤسسة تولي الاهتمام الشخصي عند التعامل مع المتعاملين.

ومن خلال هذه النتائج يتضح لنا أن المتعاملين يرون أن المؤسسة لا تولي بالاهتمام الشخصي لزيائنها وهذا ينقص من درجة جودة الخدمة فجودة الخدمة لا تقتصر فقط على توفير الخدمة بل يجب أيضا التركيز على الجانب النفسي للزبون في طريقة تعامل الموظفين معه وهذا لشعوره بدرجة من الراحة والأمان وعدم التمييز عن غيره من الزبائن، فلتحقيق خدمة ذات كفاءة وفعالية ومتكاملة على المؤسسة الحرص على مراعات الجانب النفسي والاهتمام بكل زبون اهتماما شخصيا فالجانب النفسي للزبون يلعب دور هام دور هام في رضاه، وشعور المتعامل بمكانته في المؤسسة ودوره الهام فيها وهذا من خلال طريقة التعامل معه في المؤسسة، فهناك دراسات نفسية واستراتيجيات في مجال التجارة حول الطرق المناسبة للتعامل مع الزبون تأثر عليه نفسيا لشعوره بالرضا التام ولكسب المتعامل من جهة أخرى وبهدف عدم شعوره مباشرة أن المؤسسة تسعى من خلال التعامل معه الى الربح المادي فقط، فعلى المؤسسة مراعات هذا الجانب الأساسي والعمل عليه.

ومنه نستنتج أن مؤسسة اتصالات الجزائر لا تولي الاهتمام الشخصي بشكل كبير مع متعاملليها ولكن لا يعني أن المؤسسة لا تهتم بهم بصفة كلية فهناك تباين طفيف ممن أجابوا بنعم تولي الاهتمام وبمن أجابوا بالا، فعليه لابد من المؤسسة الاهتمام بهذا الجانب ولا تركز فقط في تلبية الخدمات وإهمال الجانب الإنساني.

جدول رقم 27: تقييم متعاملين مؤسسة اتصالات الجزائر لطريقة تعامل الموظفين



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

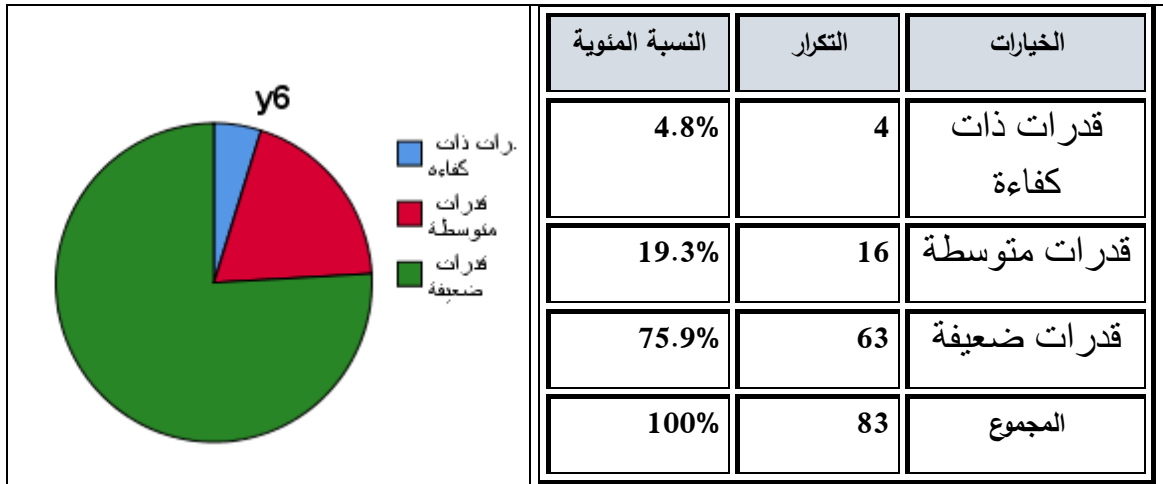
من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول معاملة موظفو المؤسسة معهم، إذ نجد ان اغلب الإجابات قدرت بنسبة 62.7% اجابوا بأن معاملتهم عملية فقط، وتليها نسبة 24.1% اجابوا بأن معاملة موظفو المؤسسة فائقة الاحترام، وفي الأخير النسبة المتبقية 13.3% اجابوا بانها معاملة دون المستوى.

من خلال هذه النتائج يتضح لنا أن فئة كبيرة من المتعاملين يرون أن طريقة تعامل موظفو المؤسسة تكون معاملة عملية فقط وتليها معاملة فائقة الاحترام في المرتبة الثانية وهذا ما يبين أن المؤسسة حققت نوعا ما بدرجة متوسطة معيار الملموسية لقياس جودة الخدمة وهو المتعلق بالخصائص الشكلية والمرئية التي يحكم من خلالها المتعاملين على جودة خدمة المؤسسة، لكن المعاملة العملية فقط لا تكفي إن كانت المؤسسة تنوي تحقيق الجودة بكل ابعادها في تقديم الخدمة، فطريقة تعامل الموظف مع الزبون تنعكس على صورة المؤسسة فهي النقطة المحورية التي من خلالها يقيم الزبون تلك المؤسسة، في حين مؤسسة اتصالات الجزائر حصرت هذا الجانب بالاكتماء في التعامل مع الزبون بتقديم الخدمة فقط، ومن جانب اخر فئة قليلة جدا

من المتعاملين الذين يرونا أن معاملة موظفو المؤسسة معهم تكون معاملة دون المستوى.

نستنتج ان موظفو مؤسسة اتصالات الجزائر تعامل اغلب عملائها معاملة عملية وفي حالات أخرى تكون فائقة الاحترام، لكن فئة قليلة اجابت بأن المعاملة دون المستوى ومنه نستخلص أن مؤسسة اتصالات الجزائر حققت بدرجة متوسطة معيار الملموسية المتعلق بقياس جودة الخدمة.

جدول رقم 28: تقييم المتعاملين لقدرات موظفو المؤسسة في تقديم الخدمة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

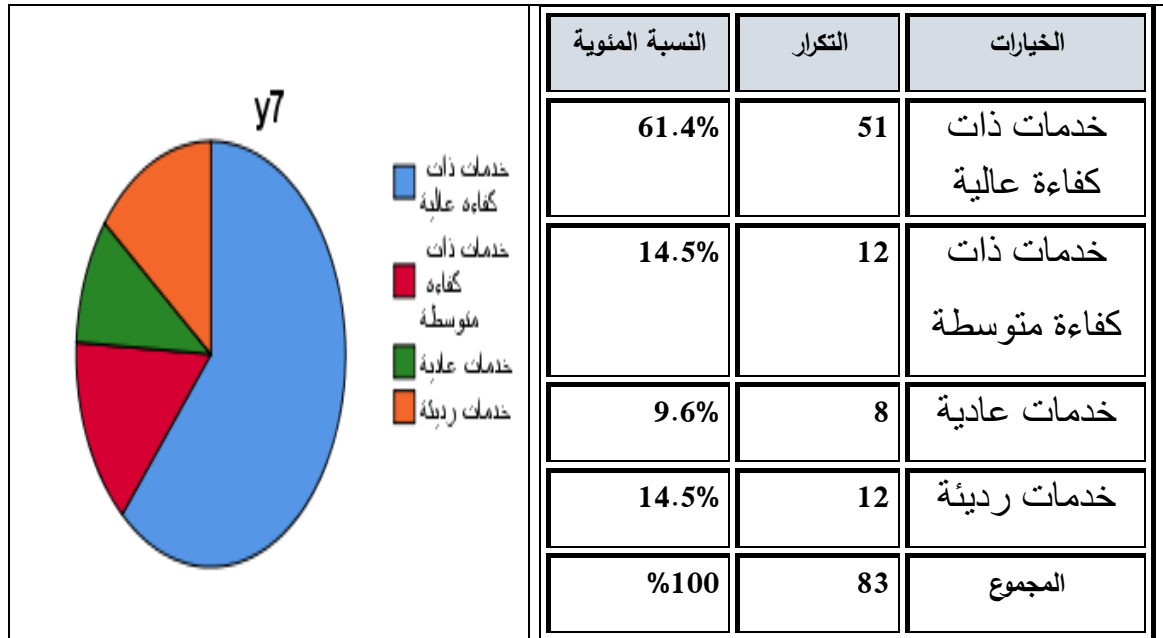
من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول امتلاك موظفو المؤسسة قدرات في تقديم الخدمة والتعامل، اذ نجد ان اغلب الإجابات كانت بانها قدرات ضعيفة في تقديم الخدمة بنسبة 75.9%، وتليها نسبة 19.3% اجابوا بانها قدرات متوسطة، وفي الأخير نسبة ضئيلة جدا 4.8% اجابوا بأن موظفو المؤسسة يمتلكون قدرات ذات كفاءة عالية.

يتضح لنا من خلال هذه النتائج أن النسبة الكبيرة من المتعاملين يرونا أن موظفو المؤسسة لهم قدرات ضعيفة في تقديم الخدمة فهنا نستنتج أن المؤسسة لم تحقق معيار الكفاءة في قياس جودة الخدمة فكما ذكرنا في الاطار النظري أن معيار الكفاءة يتعلق

بجدارة تقديم الخدمة ومقدمي الخدمة من عيث مهاراتهم وقدرتهم على التحليل والاستنتاج والمعرفة التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل جيد، وهذا ما لم يجده المتعاملين في المؤسسة، وثم تليها نسبة متوسطة من المتعاملين الذين أجابوا على أن موظفو المؤسسة لهم قدرات متوسطة نوعا ما وفئة ضئيلة جدا ممن أجابوا على أنهم يمتازون بقدرات ذات كفاءة، ومن هنا يتبين التعامل وقدرات موظفي المؤسسة ليسوا في المستوى المطلوب من خلال تعاملهم مع الزبائن والذي يعتبر عامل أساسي وهمزة وصل بين الزبون والمؤسسة، فيستلزم اختيار موظفين ذات قدرات ومتكافئ باعتباره ممثل المؤسسة مع جمهورها الخارجي.

ومنه نستنتج ان قدرات موظفو مؤسسة اتصالات الجزائر في تقديم الخدمة وقدراتهم في التعامل مع المتعاملين ضعيفة وهذا ما يعني أن المؤسسة لم تحقق معيار الكفاءة المتعلق بقياس جودة الخدمة.

جدول رقم 29: تقييم المتعاملين للخدمات التي توفرها المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

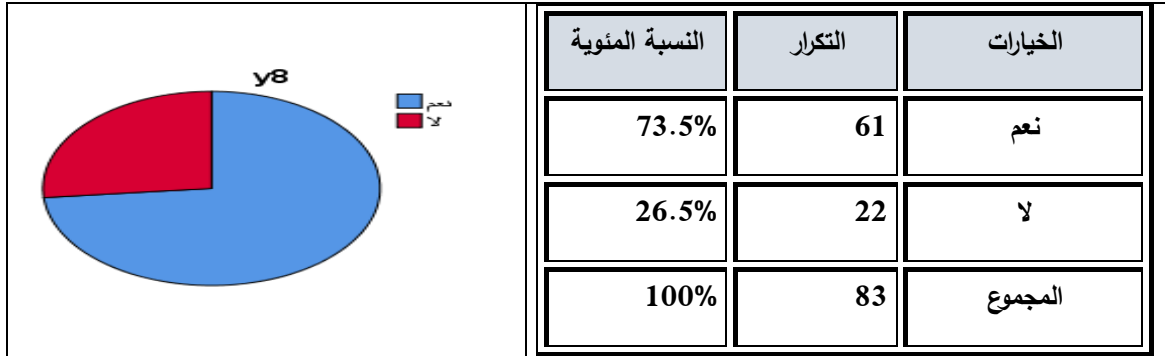
من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول تقييمهم للخدمات التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر، حيث نجد ان اغلب المبحوثين اجابوا بانها خدمات ذات كفاءة عالية بنسبة قدرت بـ 61.4%، وتليها نسب متساوية قدرت بـ 14.5% اجابوا بانها خدمات ذات كفاءة متوسطة وخدمات رديئة، وفي الأخير نسبة 9.6% من المبحوثين اجابوا بانها خدمات ذات كفاءة عادية.

ويتضح من خلال هذه النتائج أن أغلبية المتعاملين يرون أن خدمات المؤسسة تمتاز بالكفاءة العالية وهذا لما له علاقة بدور الإدارة الالكترونية وهذا ما تطرقنا إليه في الاطار النظري في دور الإدارة الالكترونية في زيادة كفاءة وفعالية الخدمة وما تلعبه في المنظمات العمومية من بينها مؤسسة اتصالات الجزائر، فهذه الإدارة الحديثة اضافت مزايا عديدة إذ حققت درجة عالية من الراحة والملائمة والسرعة في انجاز المهام وأداء الخدمات بحيث مكنت الإدارة الالكترونية من توصيل الخدمات بشكل أفضل وفعال للمستخدم، وفي ضل التطور الهائل الذي يشهده العالم يستلزم على كل المؤسسات الدخول في السوق التنافسية وتبيان مدى قدرتها وكفاءتها في التحسين والتطوير من منتوجاتها وخدماتها بجودة ونوعية عالية وهذا ما حققته مؤسسة اتصالات الجزائر من منظور المبحوثين خاصة باعتبارها المؤسسة الوحيدة والمتحكمة في سوق اتصالات الجزائر، في حين يأتي في المرتبة الثانية فئة من المتعاملين قيموا خدمات المؤسسة بنسب متساوية على أنها خدمات متوسطة الكفاءة وبين خدمات رديئة غير متكافئة ونسبة قليلة جدا ممن يرون على أنها خدمات عادية.

يمكن القول ان الخدمات التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر اعتمادا على اغلبية الآراء انها خدمات ذات كفاءة عالية وهذا لما يعود عليه اسهام الإدارة الالكترونية ودورها في تحقيق كفاءة الخدمات.

جدول رقم 30: مدى تحقيق معيار الثقة التامة خلال تعامل الزبائن مع مؤسسة

اتصالات الجزائر



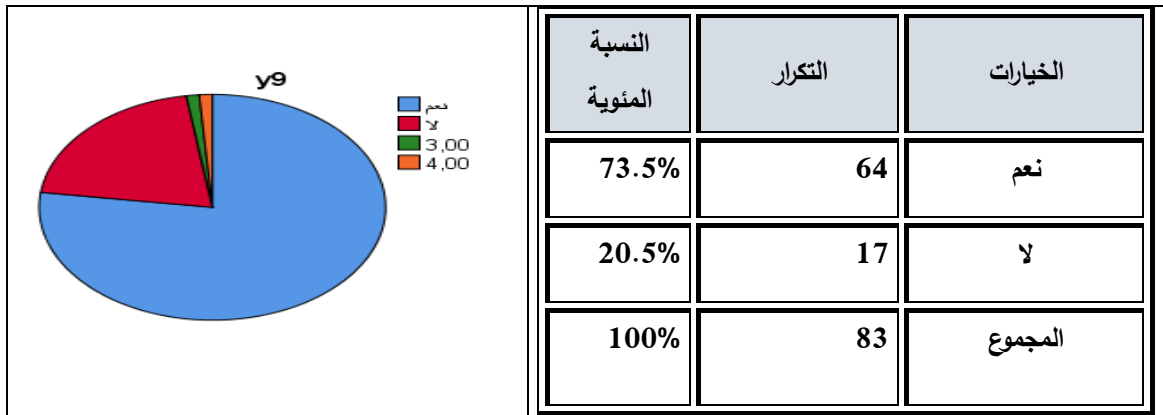
المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين اجابوا حول وجود الثقة التامة اثناء تعاملهم مع المؤسسة، إذ نجد اغلب الإجابات بنعم حيث قدرت النسبة بـ 73.5% أي ان المتعاملين لديهم ثقة تامة اثناء تعاملهم مع مؤسسة اتصالات الجزائر، والنسبة المتبقية اجابوا بـ لا بنسبة قدرت بـ 26.5% أي انه لا توجد ثقة تامة اثناء التعامل مع المؤسسة.

ويتضح من خلاله أن أغلبية المتعاملين لهم الثقة التامة أثناء تعاملهم مع المؤسسة وهذا ما يعني أن المؤسسة حققت معيار في الحكم على جودة الخدمة والمتمثل في معيار الثقة والمصادقية فكما ذكرنا في الإطار النظري أن هذا المعيار يتعلق في درجة الثقة التي يصفها حين تقدم له الخدمة وتعامله مع المؤسسة، وكسب ثقة المتعامل لا تكون إلا بعد مرور المؤسسة بمراحل عديدة والمتمثلة بتوفير خدمات ذات جودة كما هي معن عنها في العروض الاشهارية، وكذلك حل الأعطال في نطاق المواعيد المحددة، فلا بد من توفر مصادقية المؤسسة وضمن الوعود التي تقدم للزبون من أجل كسب ثقته، وهذا ما حققته مؤسسة اتصالات الجزائر والذي يعتبر من اصعب المعايير التي يمكن لأي مؤسسة تحقيقه، فكسب ثقة الزبون يتطلب مجهودات عديدة من قبل المؤسسة.

نستنتج أن فئة كبيرة من المتعاملين مع مؤسسة اتصالات الجزائر لهم الثقة التامة أثناء تعاملهم مع المؤسسة، وهذا ما يبرز تحقيق المؤسسة لمعيار الثقة والمصادقية في الحكم على جودة الخدمة.

جدول رقم 31: مصادفة المتعاملين لأي نوع من المشاكل أثناء تعاملهم مع المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

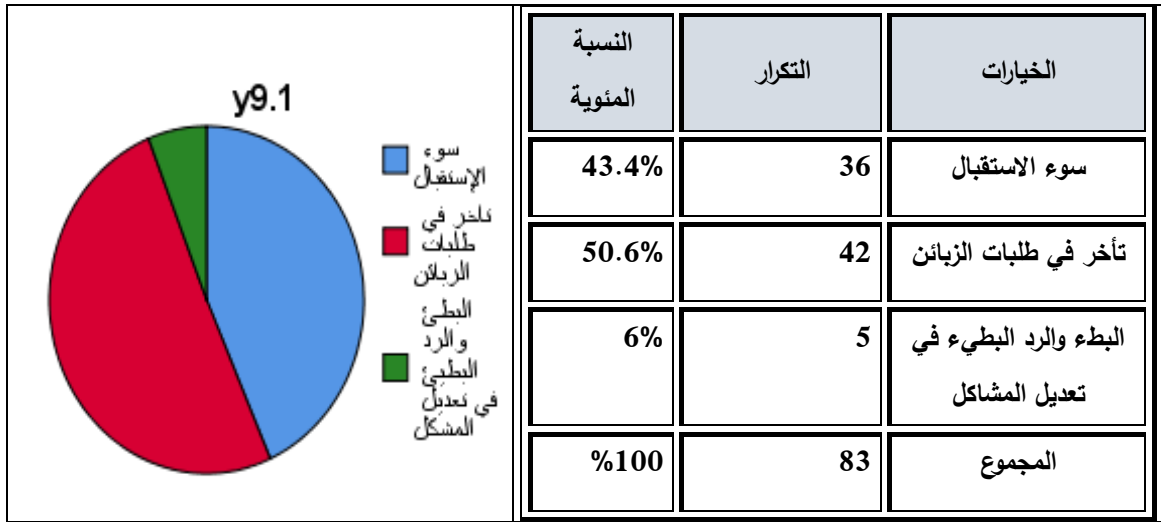
من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول التساؤل ان صادفوا المتعاملين أي نوع من المشاكل اثناء تعاملهم مع مؤسسة اتصالات الجزائر، فكانت اغلب اجابتهم بنعم بنسبة 73.5% أي انهم صادفوا مشاكل مع المؤسسة اثناء تعاملهم معها، والنسبة المتبقية قدرت بـ 20.5% اجابوا بـ لا أي انهم لم يجدوا أي نوع من المشاكل.

نلاحظ ان أغلبية المتعاملين مع مؤسسة اتصالات الجزائر صادفوا مشاكل متعددة أثناء التعامل معها وهذا لما له انعكاسات سلبية على جودة خدمات المؤسسة وخاصة مشاكل التعقيد الإداري والمرض البيروقراطي الذي يعاني منه زبائن المؤسسات الخدمائية في الجزائر وهنا يظهر الدور الفعال للإدارة الإلكترونية والذي تطرقنا إليه في الجانب النظري في التخلص من العديد من المعوقات الإدارية والتعقيدات من خلال توفر الإدارة الإلكترونية على قاعدة متكاملة من أدوات المعالجة، فقد أسهمت الإدارة

الالكترونية بشكل كبير في التلخص على مختلف التعقيدات التي يعاني منها الزبائن والمتعلقة في التعنت والبيروقراطية الإدارية والتي لازالت بذورها متجذرة في الإدارات الجزائرية من بينها مؤسسة اتصالات الجزائر وهذا ما يعني أن المتعاملين لازالوا يعانون من عدة معوقات وعراقيل.

ومنه تستنتج أن نسبة كبيرة من المتعاملين أجابوا على مصادفتهم لمشاكل متعددة أثناء تعاملهم مع المؤسسة ونوضح أنواع هذه المشاكل في الجدول الموالي.

جدول رقم 32: أنواع المشاكل التي صادفها متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر.



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

نجد إجابة المبحوثين حول أنواع المشاكل التي تصادفهم أثناء تعاملهم مع مؤسسة اتصالات الجزائر، حيث نجد ان اغلب المبحوثين اجابوا بنسبة 50.6% ان اهم مشكل يتمثل في تأخر طلبات الزبائن، وتليها نسبة 43.4% اجابوا بان من المشاكل التي صادفوها هي سوء الاستقبال، وأخيرا نسبة ضئيلة جدا 6% اجابوا بان من هذه المشاكل البطء والرد البطيء في تعديل المشاكل.

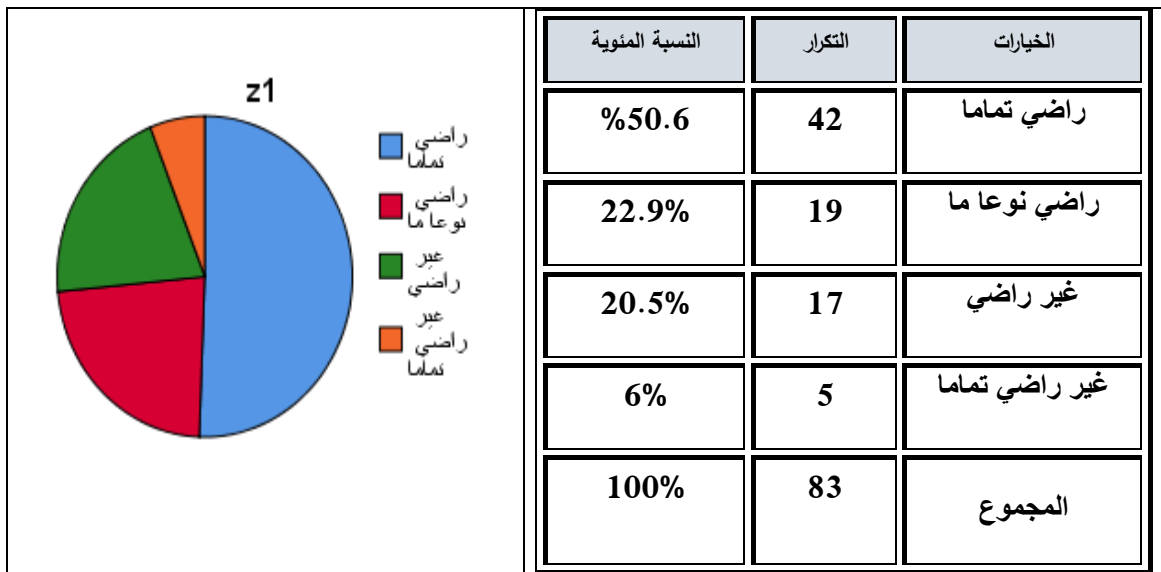
يتضح من خلال هذه النتائج أن النسبة الكبيرة من المتعاملين يعانون بالدرجة الأولى في التأخر في تلبية طلباتهم وهذا ما ينعكس وتليه في المرتبة الثانية مشكل

سوء الاستقبال وهذا ما يؤثر على جودة الخدمة من ناحية التعامل مع الزبائن، والمشكل الأخير في المرتبة الثالثة والمتمثل في الرد البطيء في تعديل المشاكل، ووضحنا من هذا الجانب في الإطار النظري حول معوقات والعراقيل التي تواجه الخدمة العمومية الراجعة لعدة أسباب ونذكر منها: ضعف النظام في المتابعة والتقييم للخدمات العامة وتحقيق الرقابة الفعالة بغرض التحقيق إن تم توصيل الخدمة للزبائن، ببطء أداء الخدمة لأسباب تعود إلى تعقيد الإجراءات والعمليات اللازمة لإنتاج وتوفير الخدمة، غياب الاتصال بين الإدارة في منظمات الخدمة العمومية وبين جماهير الخدمة الأمر الذي ينتج عنه وجود فجوة، التمييز في أداء وتوفير الخدمة بسبب نقشي ظاهرة الوساطة.

يمكن القول ان متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر يعانون من مشاكل عديدة ولهذا يجب معالجتها لإرضاء متعاملها خاصة تلك المتعلقة بطرق الاستقبال والتعامل مع الزبائن والمتعلقة ببطء توفير الخدمة.

المحور الثالث: ويتضمن 9 أسئلة على النحو التالي:

جدول رقم 33: مدى رضا المتعاملين عن خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

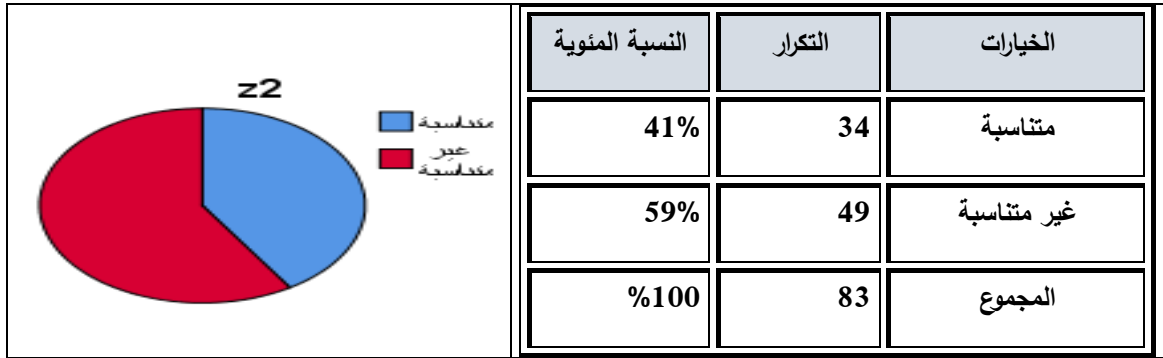
يوضح الجدول والشكل أعلاه إجابة المبحوثين حول رضاهم على خدمات المؤسسة، نجد اغلب المبحوثين راضيين تماما عن الخدمات بنسبة 50.6%، وتليها نسبة 22.9% من المبحوثين راضيين نوعا ما عن الخدمات، وتليها نسبة 20.5% من المبحوثين اجابوا بأنهم غير راضيين عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة، وأخيرا نسبة 6% من المبحوثين غير راضيين تماما.

من خلال هذا التحليل نجد ان النسبة الأكبر من المتعاملين راضيين تماما عن خدمات المؤسسة ولتحقيق هذا الرضا يعتمد في الأساس على إرادة ونية المؤسسة في جذب والاحتفاظ بالزبون وهذا ما قامت به مؤسسة اتصالات الجزائر، الكاتب الفرنسي Pierre mogat في كتابه « *fidélisez vos clients* » والكاتب Don peppers في كتابه « *le one to one- valorisez vos capital client* » وضعوا بعض المستويات لتحقيق هذا الرضا: المستوى الأول: الجسور المالية: وهي البرامج التي تكافئ المستهلكين الذين يقومون بتكرار الشراء أو الذين يتعاملون مع المؤسسة عدة مرات، المستوى الثاني: الجسور الاجتماعية: بحيث تسعى المؤسسة من خلال تبنيتها لهذا المدخل تحويل المستهلكين الأكثر ربحية الى زبائن أوفياء لا يمكن لأي مؤسسة منافسة من جذبهم والتأثير عليهم، وأما المستوى الثالث: الجسور الهيكلية: وتتمثل في تقديم خدمات ذات قيمة عالية جدا للمستهلك في الوقت الذي لا تتوافر فيه تلك الخدمات لدى المنافسين كثلا ما تقوم به مؤسسة اتصالات الجزائر خاصة على شبكة الأنترنت أين يتم تزويد خط الزبون ببعض الامتيازات لا يقدمها المنافسون، في حين يأتي في المرتبة الثانية ممن أجابوا راضيين نوعا ما، وفي المرتبة الأخيرة فئة من المتعاملين الذين أجابوا على أنهم غير راضيين تماما وعللوا على ذلك: بمشكلة النقص في التغطية وسرعة الأنترنت.

ومنه نستنتج أن أغلبية متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر أجابوا على أنهم راضيين تماما على خدمات المؤسسة لما توفر لهم المؤسسة من خدمات متعددة واشتراكات متنوعة تخدم كل فئات المجتمع وأيضا باعتبار مؤسسة اتصالات الجزائر الوحيدة في سوق اتصالات الجزائر الموفرة لخدمة الهاتف الثابت وخدمة ADSL، ونجد أيضا فئة قليلة من المتعاملين الذين أجابوا على أنهم غير راضين عن خدمات المؤسسة.

جدول رقم 34: تقييم المتعاملين في تناسبية التسعيرات مع الخدمات التي

تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

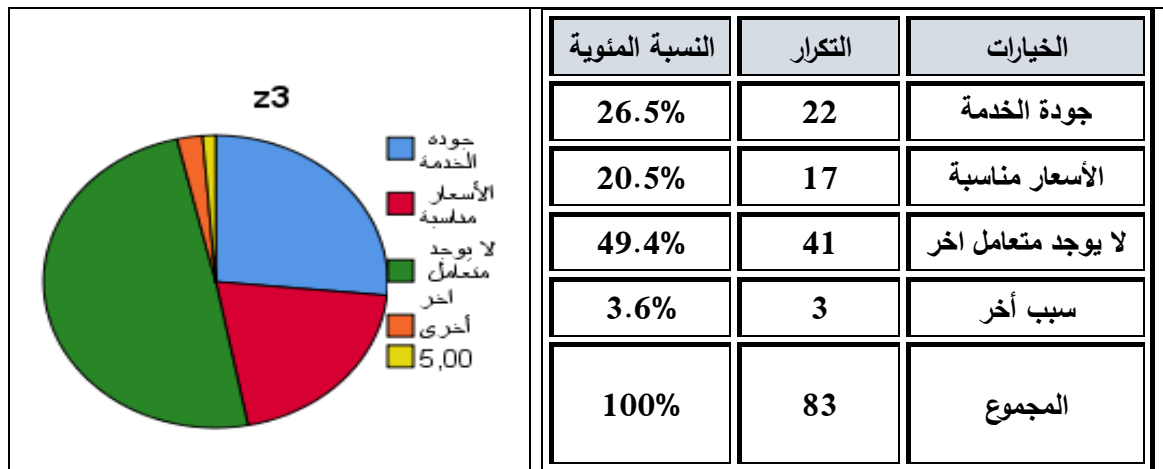
من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول إن كانت التسعيرات متناسبة مع الخدمات التي تقدمها المؤسسة نجد ان اغلب إجابات المبحوثين يرونا ان التسعيرة غير متناسبة من الخدمات التي تقدمها المؤسسة بنسبة قدرت بـ 59%، وتليها نسبة 41% من المبحوثين اجابوا بان التسعيرات متناسبة مع الخدمات المقدمة وهي نسب ليست متفاوتة بشكل كبير.

من هنا نلاحظ أن نسبة المتعاملين الذين يرونا أن التسعيرات غير متناسبة مرتفعة بشكل قليل مقارنة بالذين أجابوا على أن الأسعار متناسبة، فكما ذكرنا في الإطار النظري في معايير الخدمة العمومية أن الأسعار يجب أن تكون نسبية ولتحديد الأسعار في المؤسسات الخدمائية ترتب الخدمات ترتيبا تنازليا حسب نوعية الخدمة ومستوى دخل المستفيد، ومن جهة أخرى من خلال ملاحظتنا لأسعار مختلف خدمات

اتصالات الجزائر والتي ذكرناها سابقا لاحظنا أن المؤسسة تعددت عروضها الاشتراكية مثلا كخدمة الأنترنت لها عرض متعددة بأسعار متفاوت تخدم كل فئات المجتمع، فالاشتراك ب: 20ميغابايت 2599دج/للشهر، 15ميغابايت 1999دج/للشهر، 10ميغابايت 1600دج/للشهر، وأما تسعيرات الجيل الرابع تتراوح ما بين 500دج الى 2500دج، فالمتعامل له الخيار باشتراكه بالعرض الذي يراه مناسب معه، لكن من جهة أخرى تعدد التسعيرات لا يعني بالضرورة رضا المتعاملين عنها فالتسعيرات متعلقة بنوعية الخدمة وإن كانت تلك التسعيرة تتناسب مع تلك الخدمة فعليا فمثلا إن تم اختيار الاشتراك ب 20 ميغابايت لن تصل للمتعامل كاملة يكون تدفق الأنترنت اقل، وأيضا مشكلة الانقطاعات المتكررة مثلا لا يتم تعويض الزبون عنها رغم أن الخلل متعلق بالمؤسسة ولا علاقة له بالزبون.

نستنتج أن متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر يرون أن أسعار خدمات المؤسسة غير متناسبة رغم تعدد العروض والاشتراكات بمختلف التسعيرات، فعلى المؤسسة إعادة النظر في تناسبية الأسعار مع نوعية الخدمة التي تقدمها، فتعدد التسعيرات والعروض المقدمة للزبون لا تعني بالضرورة رضا المتعامل عنها.

جدول رقم 35: أسباب اختيار المبحوثين للتعامل مع مؤسسة اتصالات الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

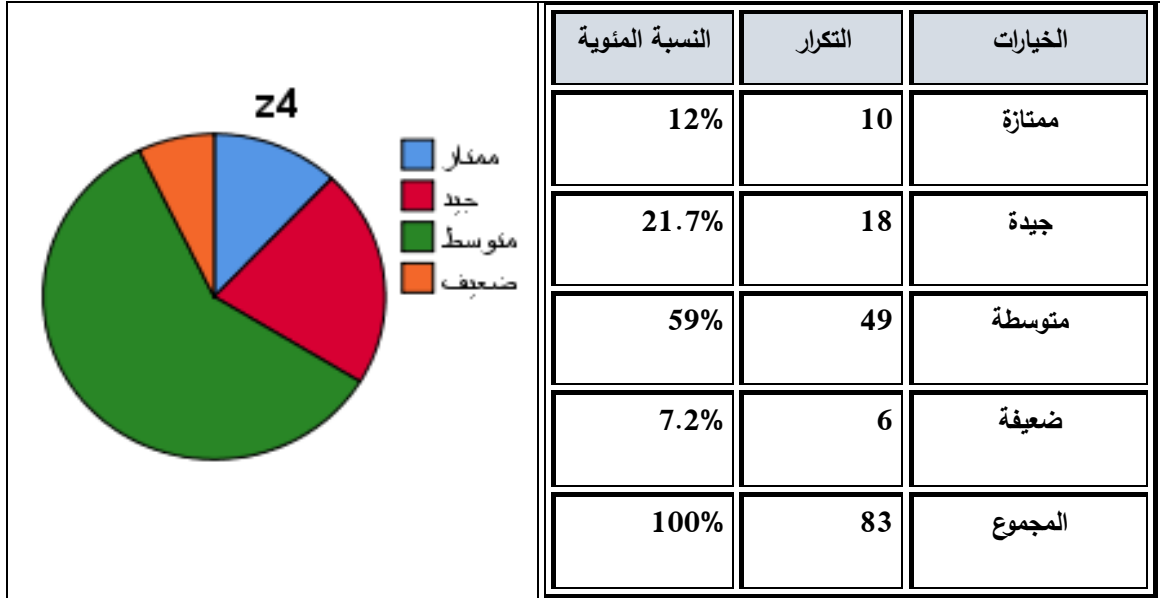
من خلال النتائج الموضحة في الشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول سبب اختيارهم التعامل مع مؤسسة اتصالات الجزائر، نجد اغلب الإجابات قدرت بنسبة 49.4% اجابوا بأنه لا يوجد متعامل اخر غير هذه المؤسسة، وتليها نسبة 26.5% من المبحوثين اجابوا بان سبب اختيارهم التعامل هو جودة الخدمة، وتليها نسبة 20.5% اجابوا بان الأسعار المناسبة هو سبب اختيار التعامل، وفي الأخير نسبة ضئيلة جدا 3.6% اجابوا بأنه سبب اخر للاختيار لم يذكر.

يتضح من خلال هذه النتائج أن النسبة الأكبر من المتعاملين كان سبب اختيارهم للتعامل مع مؤسسة اتصالات الجزائر هو أنه لا يوجد متعامل آخر في مجال الاتصالات أي أن المتعاملين لا يملكون خيارات أخرى للتعامل معها غير مؤسسة اتصالات الجزائر باعتبارها هي المحكرة حاليا في سوق اتصالات الجزائر على خدمات الهاتف الثابت والانترنت ADSL، وبالتالي اضطرار المواطن على التعامل مع المؤسسة، ويأتي في المرتبة الثانية عن سبب اختيار هذه المؤسسة هو لجودة خدماتها وهذا ما يؤكد على رضا المتعاملين إلى درجة ما عن جودة الخدمة التي توفرها المؤسسة بالرغم من اعتبارها المتعامل الوحيد والعدد الضخم من المشتركين سعت لتحقيق رضا زبائنها، فمؤخرا المؤسسة تعمل على الرفع من جودة الخدمة بشتى الطرق لدخول مؤسسات منافسة في مجال توفير خدمة الانترنت اللاسلكية كخدمة 3G و 4G اعتمادا على شريحة الهاتف النقال، وبالتالي دخول مؤسسة اتصالات الجزائر في السوق التنافسية في مجال الانترنت مع هذه المؤسسات مما يعني بالضرورة التحسين من جودة الخدمة للحفاظ على المتعاملين، ويأتي في المرتبة الأخيرة فئة صغيرة من المتعاملين الذين أرجعوا سبب اختيارهم يعود لتناسب الأسعار.

من هنا يمكن القول ان السبب الرئيسي الذي أرجعوه متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر عن سبب اختيارهم للتعامل مع هذه المؤسسة هو لعدم وجود متعامل، وفئة

متوسطة من المتعاملين ارجعوا السبب لجودة خدمات المؤسسة ويأتي السبب الأخير في المرتبة الأخيرة وهو لتناسبية الأسعار.

جدول رقم 36: تقييم المتعاملين لجودة خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

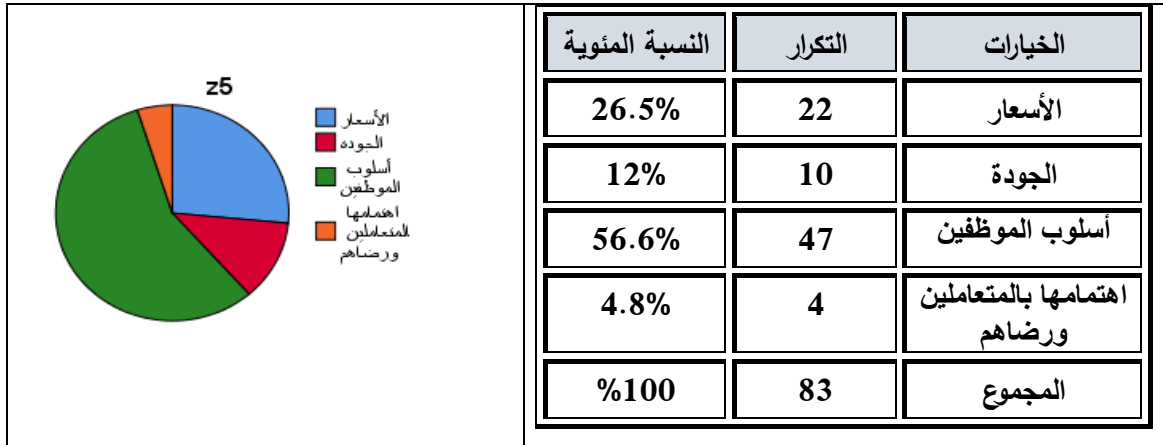
من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول تقييم جودة خدمات المؤسسة بشكل عام، نجد اغلب إجابات المبحوثين بانها خدمات متوسطة بنسبة قدرت بـ 59%، وتليها نسبة 21.7% من المبحوثين اجابوا بانها خدمات جيدة، وتليها نسبة 12% من المبحوثين اجابوا بانها خدمات ممتازة، وفي الأخير نسبة 7.2% اجابوا بانها خدمات ضعيفة.

يتضح لنا من خلال هذه النتائج أن النسبة الأكبر من المتعاملين قيموا خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر من حيث جودتها على أنها خدمات ذات متوسطة الجودة وهذا ما يبين عن رضا المتعاملين بدرجة متوسطة عن جودة خدمات المؤسسة ومن منظور آخر يبين أن المؤسسة حققت بعض معايير جودة الخدمة، وفي الترتيب الثاني يرونا أنها خدمات جيدة الجودة وفي المرتبة الثالثة يرونا على أنها ممتازة الجودة وفي

المرتبة الأخيرة فئة قليلة من المتعاملين يرونا أنها خدمات ضعيفة الجودة، فعلى العموم يتبين أن المتعاملين راضيين بشكل عام عن جودة خدمات المؤسسة لما لاحظوه من تحسينات وتطورات في الخدمات من السرعة في الاستجابة والمرونة والدقة في انجاز الخدمة بالاعتماد على الإدارة الالكترونية، واهتمام المؤسسة بمتعاملها، فكل هذه العوامل أسهمت الى حد كبير في الزيادة من كفاءة تقديم الخدمة.

ويمكن القول ان جودة خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر متوسطة الى جيدة نوعا ما وهذا ما يؤكد رضا المتعاملين بدرجة متوسطة عن جودة خدمات المؤسسة وهذا ما يعني أن المؤسسة تعمل على تحقيق الجودة وهذا بالاعتماد على المزايا التي تملكها الإدارة الالكترونية والتي رفعت بشكل كبير من مستوى جودة خدمة المؤسسة بهدف كسب رضا متعاملها من جهة وكسب متعاملين جدد.

جدول رقم 37: ما يميز خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر من منظور متعاملها



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الجدول نجد إجابة الباحثين حول ما يميز خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر، نجد اغلب الإجابات بانها تتميز بأسلوب الموظفين بنسبة قدرت بـ 56.6%، وتليها نسبة 26.5% ان ما يميز المؤسسة هي الأسعار، وتليها نسبة 12% من الباحثين اجابوا ان ما يميز المؤسسة هو الجودة، وفي الأخير

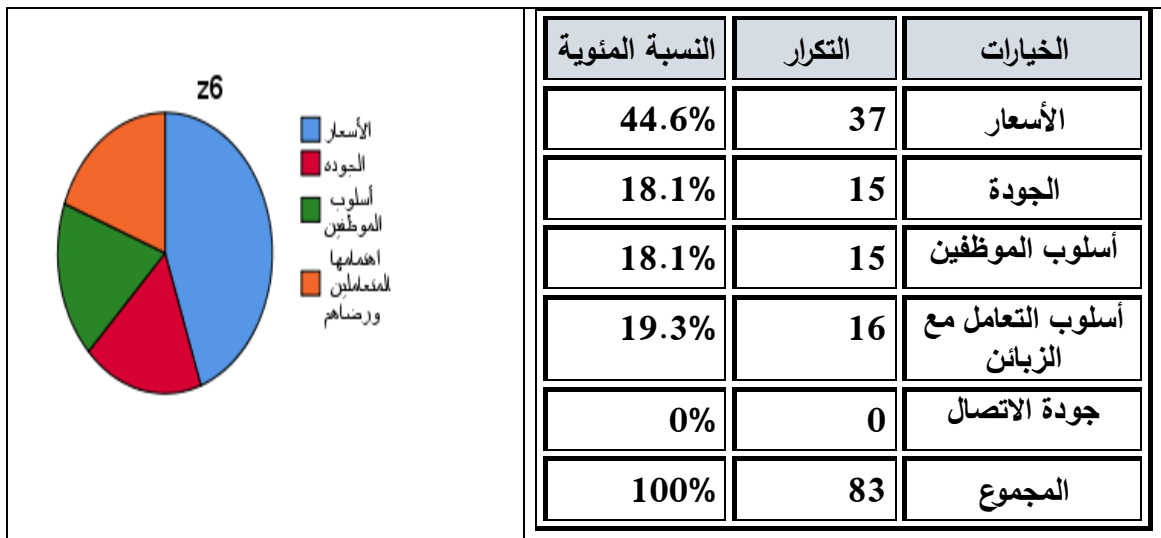
نسبة ضئيلة جدا 4.8% اجابوا بان ما يميز المؤسسة هو اهتمامها بالمتعاملين ورضاهم.

يتضح لنا أن أغلبية المتعاملين أجابوا على أن ما يميز خدمات المؤسسة بالدرجة الأولى هو أسلوب الموظفين في التعامل مع الزبائن أي انهم راضيين عن طريقة تعامل الموظفين وهذا ما أكدوه في إجاباتهم السابقة على أن الموظفين يتعاملون معهم معاملة عملية ليست دون المستوى، و صنفوا الأسعار والجودة في المرتبة الثانية والثالثة بنسبة متوسطة أي راضيين عنها نوعا ما عنها لما تعمل عليه المؤسسة في التحسين من جودة الخدمة بالاعتماد على الإدارة الالكترونية، وفيما يخص اهتمام المتعاملين ورضاهم يأتي في المرتبة الأخيرة فيروننا أن المؤسسة لا تهتم برضا زبائنها نوعا ما فعلى المؤسسة التركيز على هذا الجانب باعتباره معيار أساسي للحفاظ على زبائنها.

ومن هنا يمكن القول ان ما يميز مؤسسة اتصالات الجزائر هو أسلوب الموظفين بالإضافة الى الجودة نوعا ما لكن نجد ان المؤسسة لا تهتم برضا المتعاملين كثيرا.

جدول رقم 38: ما يحتاج للتغيير في خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر من وجهة

نظر متعاملها



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

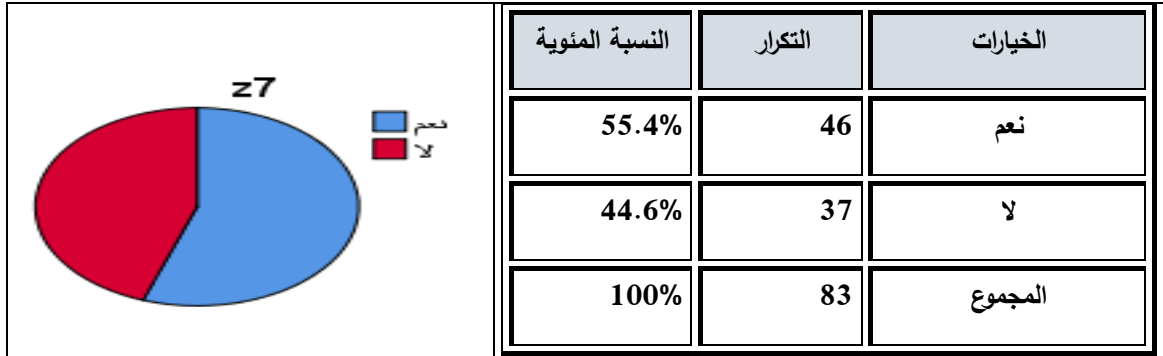
من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول رأيهم فيما يحتاج للتغيير في خدمات المؤسسة، نجد اغلب إجابات المبحوثين بأن الذي يحتاج للتغيير هو أسعار خدمات المؤسسة بنسبة %44.6، وتليها نسبة %19.3 من المبحوثين اجابوا بان أسلوب التعامل مع الزبائن يجب التغيير فيه، وتليها نسب متساوية %18.1 اجابوا بان الذي يحتاج للتغيير كل من الجودة وأسلوب الموظفين من حيث قدراتهم في التعامل.

يتبين من خلال الجدول أن النسبة الأكبر من المتعاملين غير راضيين عن الأسعار ويعتبرونه العامل الأول الذي يجب تغييره في خدمات المؤسسة رغم أن المؤسسة وضعت اشتراكات متنوعة بأسعار متعددة تخدم كل فئات المجتمع والتي ذكرناها سابقا فيمكن إرجاع عدم رضاهم عن الأسعار بسبب الانقطاعات المتكررة لخدمة الأنترنت والمشاكل التقنية التي تعاني منها المؤسسة، وبالتالي تلك الأسعار التي حددتها المؤسسة لا تتناسب مع نوعية الخدمة، وتأتي في المرتبة الثانية من أجوبة المتعاملين فقد صنفوا أسلوب التعامل مع الزبائن كعامل ثاني وجب تغييره باعتباره عامل ضروري لكسب الزبائن وضمان وفائهم فالتعامل الذي يربط الزبون مع المؤسسة لا يقتصر فقط على عملية البيع والشراء بل أيضا في طريقة تعامل المؤسسة مع الزبون، فرضا الزبون لا يقتصر مضمون الخدمة بل يتعدى ذلك إذ يجب التركيز أيضا على العامل النفسي وطرق التعامل مع الزبون، وفي المرتبة الثالثة فئة قليلة من المتعاملين صنفوا أسلوب التعامل مع الزبائن والجودة كعاملين وجب المؤسسة تغييرها وتأتي جودة الاتصال في المرتبة الأخيرة.

نستنتج من خلال النتائج السابقة وفق ما أجابوا عليه المتعاملين أنه من الأشياء التي يجب على مؤسسة اتصالات الجزائر التغيير فيها هي الأسعار بالدرجة الأولى لأنه أحد العناصر الأساسية التي تساهم في عملية الشراء، وكذا التغيير في أسلوب

التعامل مع الزبائن والذي يتمثل في أسلوب الموظفين مع التغيير نوعا ما في جودة خدماتها.

جدول رقم 39: رأي المتعاملين حول خدمة الانترنت التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر إن كانت تتسم بالرداءة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين متقاربة نوعا ما حول ان كانت خدمة الانترنت التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر تتسم بالرداءة، نجد ان اغلب الإجابات بنعم تتسم خدمة الانترنت بالرداءة بنسبة قدرت بـ 55.4% من المبحوثين، والنسبة المتبقية 44.6% اجابوا بـ لا أي ان خدمة الانترنت لا تتسم بالرداءة.

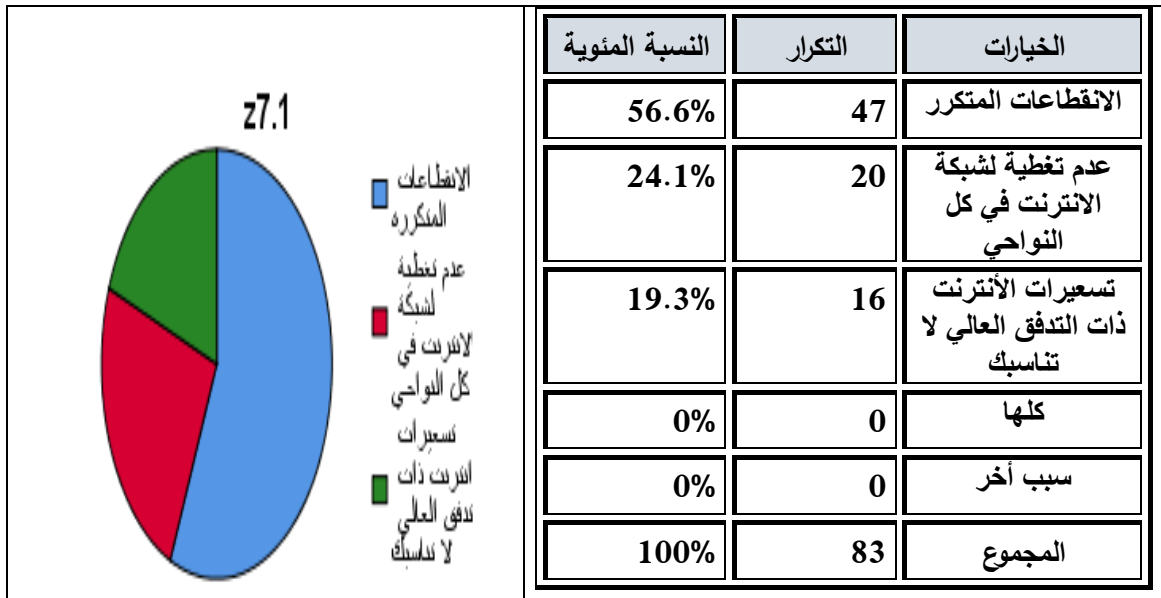
يتضح من خلال هذه النتائج أن النسبة الأعلى من إجابات المتعاملين يرونا أن خدمة الأنترنت التي تقدمها المؤسسة رديئة وهذا ما يعني أنهم غير راضيين عن الخدمة الأساسية التي توفرها المؤسسة مقارنة بخدمة الهاتف الثابت، ومن الأسباب التي تؤدي الى رداءة الانترنت والتي ذكرناها سابقا تتمثل في حجم اشتراك الانترنت الذي لا يصل للمتعامل كامل وبالتالي يكون تدفق الأنترنت اقل ضعف، التغطية الضعيفة في المناطق المعزولة التي يعاني منها المتعاملين، فعلى المؤسسة معالجة هذا الجانب للحفاظ على زبائننا وخاصة في ظل دخول متعاملين منافسين جدد

يوفرون خدمة الإنترنت اللاسلكية عن طريق شريحة الهاتف النقال اعتمادا على خدمة الجيل الثالث والرابع وهذا ما يؤدي بالضرورة الى فقدانها للزبائن.

نستنتج ان أغلبية متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر يرونا أن المؤسسة لا تقدم خدمات الانترنت بالشكل المطلوب بل هي رديئة وعلل المتعاملين عن اجاباتهم بنعم بعدة أسباب نذكرها في الجدول الموالي.

* الأسباب التي أرجعها المبحوثين الذين اجابوا "بنعم" حول رداءة الإنترنت:

جدول رقم 40: يفسر تعليل المتعاملين الذين اجابوا "بنعم" حول رداءة الإنترنت



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

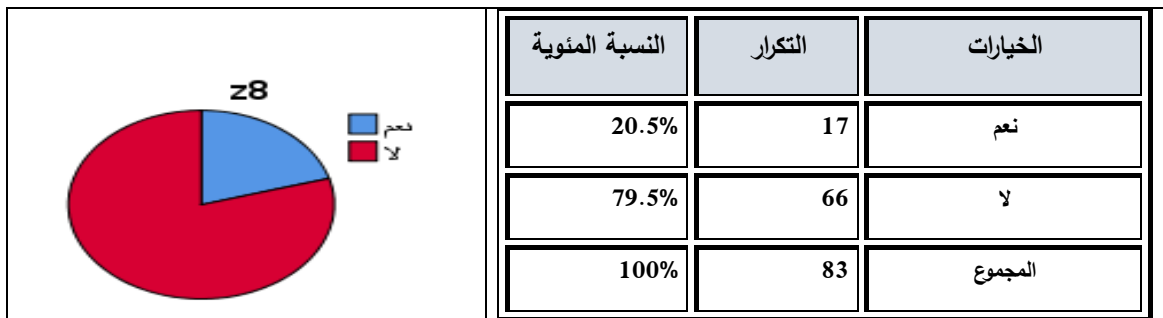
من خلال نتائج الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول ان كانت خدمات الانترنت تتسم بالرداءة، حيث نجد ان اغلب إجابات المبحوثين كانت بسبب الانقطاعات المتكررة بنسبة قدرت بـ 56.6%، وتليها نسبة 24.1% من المبحوثين اجابوا بانه بسبب عدم تغطية لشبكة الانترنت في كل النواحي، وأخيرا نسبة 19.3% اجابوا بان السبب يعود الى تسعيرات الانترنت ذات التدفق العالي لا تناسبهم.

يتضح أن السبب الرئيسي الذي أرجعوه المتعاملين حول رداءة الأنترنت يعود للانقطاعات المتكررة وما يعانون من تذبذبات في الشبكة والسبب الثاني المندرج في المرتبة الثانية يعود لعدم تغطية لشبكة الأنترنت في كل النواحي خاصة في مناطق الأرياف رغم توفير المؤسسة لجهاز رابط الأنترنت (IDOOM 4G LTE) خاص بالمناطق المنعزلة والأرياف، إلا أن تغطيته وتدفق الأنترنت ليست مماثلة للأنترنت الكابلي، والسبب الأخير أرجعوه على أن تسعيرات ذات التدفق العالي لا تناسبهم، فتعتبر كلها من المسببات التي تؤدي لرداءة الانترنت، فمنه المؤسسة لم تحقق رضا المتعاملين حول الخدمة الأساسية والتي يتعامل من أجلها زبائن المؤسسة.

ويمكن القول ان أغلبية متعاملي المؤسسة أجابوا بنعم على رداءة الأنترنت التي توفرها المؤسسة وأرجعوا السبب الرئيسي لذلك وهو بسبب الانقطاعات المتكررة في الشبكة، وعدم تغطية لشبكة الأنترنت في كل النواحي، فعلى المؤسسة معالجة هذه الأسباب لما يسبب لما من نفور الزبائن عن خدماتها خاصة في ظل دخول منافسين جدد يوفر خدمات الأنترنت اللاسلكية.

جدول رقم 41: تقييم المتعاملين لخدمة الجيل الرابع 4G التي توفرها مؤسسة

اتصالات الجزائر إن كانت متاحة فعليا بالشكل المطلوب



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول والشكل أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول توفر خدمة الجيل الرابع في مؤسسة اتصالات الجزائر إن كانت متاحة فعليا بالشكل المطلوب، فنجد

اغلب إجابات المبحوثين بـ لا بنسبة %79.5 أي لا تتوفر المؤسسة على هذه الخدمة بالشكل المطلوب، واجابت النسبة المتبقية من المبحوثين بنعم بنسبة %20.5 أي ان المؤسسة توفر وتتيح خدمة الجيل الرابع بالشكل المطلوب.

يتضح من خلال هذه النتائج أن معظم إجابات متعاملي المؤسسة يرونا أن خدمة الجيل الرابع التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر ليست في المستوى المطلوب ويمكن إرجاع السبب لغياب غالبية معايير الجيل الرابع مثلا إذا كنت متصلا بشبكة الجيل الرابع وتلقيت مكالمة ستتصل تلقائيا بالجيل الثالث أو الثاني وفي غالب الأحيان قد لا تعود مجددا الى شبكة الجيل الرابع إلا عبر معاودة الاتصال بالشبكة من جديد وهذا يعود لغالبية معايير الجيل الرابع أنها لا تدعم تلقي وإرسال المكالمات ما لم يوفر مزود خدمة الأنترنت المحمول ميزة "Voice Over LTE"، ومن الأسباب الأخرى عدم تغطية الجيل الرابع في مناطق الظل، تذبذبات في الشبكة، فبالناتالي خدمة الجيل الرابع التي وفرتها المؤسسة ليست موجودة بالشكل الفعلي الذي يسمح للمتعامل الولوج الى خدمة الجيل الرابع ذات تدفق جيد للأنترنت.

من خلال هذه النتائج يمكن القول ان مؤسسة اتصالات الجزائر توفر خدمة الجيل الرابع 4G لمتعامليها لكن ليست وفق المعايير اللازمة فعليا وبالشكل المطلوب وهذا ما يؤدي بالضرورة لعدم رضا المتعاملين بهذه الخدمة.

المطلب الثاني: عرض تحليل الجداول المركبة

من خلال هذا المطلب سنعرض الجداول المركبة وتحليلها، بحيث ربطنا بعض الأسئلة الأساسية من الاستبيان بعدة متغيرات: الجنس، السن، المستوى التعليمي، الوضع المهني، وعدد سنوات التعامل مع المؤسسة، ومن خلالها توصلنا الى نتائج عديدة نذكرها في هذا المطلب.

الجدول رقم 42: الوسيلة المعتمدة من قبل المبحوثين للتبليغ عن الأعطال والشكاوى حسب متغيرين السن والمستوى التعليمي

المستوى التعليمي					السن					
دراسات عليا	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي	من 50 سنة فما فوق	من 40 الى 49 سنة	من 29 الى 39 سنة	من 18 الى 28 سنة	الخيارات	
9	32	5	11	2	9	15	17	18	التكرار	الذهاب للمؤسسة
10,8%	38,6%	6,0%	13,3%	2,4%	10,8%	18,1%	20,5%	21,7%	النسبة المئوية	
6	7	1	3	4	2	5	7	7	التكرار	الاتصال هاتفيا
7,2%	8,4%	1,2%	3,6%	4,8%	2,4%	6,0%	8,4%	8,4%	النسبة المئوية	
0	2	1	0	0	0	0	2	1	التكرار	صفحة الفايسبوك
0,0%	2,4%	1,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	2,4%	1,2%	النسبة المئوية	
15	41	7	14	6	11	20	19	26	مجموع التكرارات	
18%	49.4%	8.4%	16.9%	7.2%	13.2%	24.1%	31.3%	31.3%	مجموع النسب	
100%					100%					

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال النتائج الموضحة في الشكل أعلاه إجابة المبحوثين حول الوسيلة التي يعتمدون عليها للتبليغ عن الأعطال او تقديم الشكاوى حسب متغيرين السن، والمستوى التعليمي.

التحليل على أساس السن:

نجد اجابة المبحوثين حول التساؤل على أساس السن اغلبها كانت الذهاب الى المؤسسة، بنسبة 21,7% للفئة العمرية من 18 الى 28 سنة، وتليها نسبة 20,5%

للفئة العمرية من 29 الى 39 سنة، وبعدها نسبة 18,1% للفئة من 40 الى 49 سنة، وأخيرا وهي أصغر نسبة 10,8% للفئة من 50 سنة فما فوق، نجد ان النسب تتطور بتطور الفئات العمرية باعتماد أصحاب السن الأقل من 40 سنة بالذهاب الى المؤسسة وتقديم الشكاوى. ونجد إجابات المبحوثين حول الوسيلة التي يعتمدونها هي الاتصال هاتفيا، بنسب متساوية 8,4% لكلا الفئتين من 18 الى 39 سنة، وتليها نسبة 6,0% للفئة من 40 الى 49 سنة، وأخيرا نسبة 2,4% للفئة من 50 سنة فما فوق، وأيضا اجابوا بان من الوسائل المعتمدة للتبليغ على المشاكل هي صفحة الفايسبوك لكن بنسب جد ضئيلة ربما هذا راجع لعدم تعامل المؤسسة بالخدمة الانترنت حيث نجد نسبة 2,4% للفئة من 29 الى 39 سنة، وتليها نسبة 2,4% للفئة من 18 الى 28 سنة، في حين نلاحظ انه لم يتم تسجيل أي نسب في الفئة من 40 سنة فما فوق وهذا بسبب عدم استعمال هذه الفئة للصفحات الفايسبوك.

من خلال النتائج أعلاه يتضح لنا أن الفئة العمرية المتراوحة من 18 الى 28 سنة تعتبر الفئة المتحصلة على أكبر نسبة من حيث الاعتماد في الذهاب للمؤسسة من أجل التبليغ عن الأعطال مقارنة بالوسائل الأخرى، فيمكن اعتبار هذه الفئة الشبابية هي الأكثر استخداما لخدمات الانترنت فهي المعنية أكثر بهذه الخدمة من جهة ومن جهة أخرى يفضلون الذهاب للمؤسسة مباشرة للتبليغ عن الأعطال وهذا راجع لعدم اعتماد المؤسسة على خدمات التبليغ الالكتروني بشكل كبير رغم توفر خدمة عبر موقع المؤسسة، وتأتي في المرتبة الثانية الفئة العمرية المتراوحة من 29 الى 39 سنة بنسبة متقاربة مع الفئة الأولى فهم أيضا يفضلون الذهاب للمؤسسة مباشرة للتبليغ والتي يرونها أفضل طريقة من أجل إيصال شكاوهم وتبليغاتهم بشكل رسمي مقارنة بالوسائل الأخرى وتليها في المرتبة الثالثة الفئة العمرية من 40 الى 49 سنة بنسبة متوسطة ممن يفضلون الذهاب أيضا مباشر للمؤسسة للتبليغ، وفي المرتبة الأخيرة نجد الفئة

العمرية 50 سنة فما فوق، وفيما يخص الوسيلة الثانية وهي عبر الاتصال الهاتفي فهي لا يعتمد عليها بشكل كبير فالفئة العمرية المتراوحة بين 18 الى 28 سنة و بين 29 الى 39 سنة هم الفئتين الذين يعتمدون بشكل متوسط على خدمة الإبلاغ عبر اتصال هاتفي، في حين تأتي في المرتبة الثالثة والرابعة الفئتين العمريتين المتراوحة بين 40 الى 49 سنة و بين 50 سنة فما فوق بنسب ضعيفة حيث أغلبية هاتين الفئتين لا يعتمدون عموماً على وسيلة الهاتف من أجل التبليغ نظراً لكبر سن هذه الفئة فهم لا يزالون يفضلون التنقل مباشرة للمؤسسة وهذا لتعودهم على الطرق والوسائل التقليدية للتبليغ، وفيما يخص التبليغ عبر صفحة الفيسبوك فمعظم كل الفئات العمرية لا يعتمدون تماماً عبر هذه الوسيلة من أجل التبليغ بحيث تتراوح نسبة الاعتماد على هذه الوسيلة بالنسبة لكل الفئات من 1% الى 0% فهذا يمكن ارجاعه لعدم اعتماد المؤسسة بشكل كبير على صفحة الفيسبوك من أجل التبليغات.

التحليل على أساس المستوى التعليمي:

نجد إجابة المبحوثين حول الوسيلة التي يعتمد عليها على أساس المستوى التعليمي بالذهاب الى المؤسسة بنسبة 38,6% للمستوى الجامعي، وتليها نسبة 13,3% للمستوى المتوسط، وتليها نسبة 10,8% للمستوى دراسات عليا، وأخيراً نسبة 6,0% للمستوى الثانوي، وتليها نسبة 2,4% للمستوى الابتدائي، ونجد نسبة المبحوثين الذين اعتمدوا على وسيلة الاتصال هاتفياً بان أغلبها ذات مستوى الجامعي بنسبة 8,4%، وتليها نسبة لمستوى الدراسات العليا، وتليها نسبة 7,2% للمستوى الابتدائي، وتليها نسبة 3,6% للمستوى المتوسط، وأخيراً نسبة 1,2% للمستوى الثانوي، نجد ان الاتصال الهاتفي مستعمل من طرف المستوى الجامعي والدراسات العليا بدرجة معينة، لكن شبه معدوم للمستويات الأخرى. واختارت فئة معينة من المبحوثين الاعتماد على

صفحة الفايسبوك للإبلاغ على المشاكل وذلك بأكثر نسبة 2,4% للمستوى الجامعي، وتليها نسبة 1,2% لمستوى الدراسات العليا، ولم تسجل أي نسب للمستويات الأخرى.

يتضح من خلال هذه النتائج أن الفئة الغالبة التي تفضل الذهاب للمؤسسة مباشرة من أجل التبليغ هم الفئة ذو المستوى الجامعي باعتبار هذه الفئة الأكثر اعتماداً على خدمة الأنترنت وبالتالي هم المعنيين بمختلف التعاملات مع المؤسسة من بينها التبليغ عن الأعطال فهذه الفئة يفضلون الذهاب للمؤسسة من أجل التبليغ رغم أن هذه الفئة تفضل الاعتماد على الخدمات الإلكترونية باعتبارها الأسهل والأسرع في تقديم الخدمة فهذا ما يوضح أن المؤسسة لا تعتمد بشكل كبير على خدمة الأنترنت للتبليغ عن الأعطال، في حين تأتي في المرتبة الثانية فئة ذو المستوى التعليمي المتوسط وتليها فئة الحاملة لمستوى الدراسات العليا بنسب متوسطة ومقاربة ممن يفضلون الذهاب للمؤسسة مباشرة وأما في المرتبتين الأخيرتين نجد الفئة ذو المستوى الثانوي والابتدائي، ونجد نسبة المبحوثين الذين اعتمدوا على وسيلة الاتصال هاتفياً بان أغلبها ذات مستوى الجامعي وتليها نسبة لمستوى الدراسات العليا بنسب مقاربة جداً وهذا ما يعني أن الفئة المثقفة ذو مستوى تعليمي عالي هم الفئة الأكثر اعتماداً على خدمة التبليغ عبر الهاتف لدرابتهما بما تميز هذه الوسيلة من سهولة في الاستخدام ودون عناء التنقل للمؤسسة للتبليغ، مقارنة بالمستويات الأخرى الابتدائي، المتوسط، والثانوي فهم فئة ضئيلة جداً ممن يعتمدون على هذه الوسيلة، واختارت فئة من المبحوثين الاعتماد على صفحة الفايسبوك للإبلاغ على المشاكل وذلك بأكثر نسبة للمستوى الجامعي تليها فئة لمستوى الدراسات العليا بنسب مقاربة وهذا ما يؤكد أن الفئة المتعلمة ذات مستوى عالي هم الفئة التي تعتمد على الوسائل الحديثة من أجل التبليغ أو طلب شكاوى، في حين لم تسجل أي نسب بالنسبة للمستويات الأخرى فهم فئة ذات مستوى محدود

يصعب نوعا ما تقديم خدمات او طلب شكاوى وتبليغات عبر صفحة الفايسبوك أو عبر وسيلة إلكترونية أخرى.

نستنتج ان متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر اغلبهم يذهبون الى المؤسسة للإبلاغ عن الأعطال وتقديم الشكاوى بنسبة كبيرة جدا ولكامل المستويات ولمختلف الفئات العمرية، وان اختيار صفحة الفايسبوك للإبلاغ بنسبة ضئيلة جدا وتم استعمالها فئة من 18 الى 39 سنة.

الجدول رقم 43: إجابة المبحوثين حول وجود تغيير او تجديد في أداء الإدارة الحالية مقارنة بالإدارة السابقة على أساس متغيرين عدد سنوات التعامل مع المؤسسة والمستوى التعليمي

المستوى التعليمي					عدد سنوات التعامل مع المؤسسة					الخيارات	
دراسات عليا	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي	من 20 الى 25 سنة	من 15 الى 20 سنة	من 10 الى 15 سنة	من 5 الى 10 سنوات	أقل من 5 سنوات	التكرار	نعم لاحظت
10	33	7	10	3	2	6	10	11	34	التكرار	نعم لاحظت
12,0%	39,8%	8,4%	12,0%	3,6%	2,4%	7,2%	12,0%	13,3%	41,0%	النسبة المئوية	نعم لاحظت
0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	التكرار	نوعا ما لاحظت
0,0%	0,0%	0,0%	1,2%	1,2%	0,0%	0,0%	1,2%	1,2%	0,0%	النسبة المئوية	نوعا ما لاحظت
5	8	0	3	2	0	0	3	5	10	التكرار	لم ألاحظ
6,0%	9,6%	0,0%	3,6%	2,4%	0,0%	0,0%	3,6%	6,0%	12,0%	النسبة المئوية	لم ألاحظ
15	41	7	14	6	2	6	14	17	44	مجموع التكرارات	
18%	49,4%	8,4%	16,8%	7,2%	2,4%	7,2%	16,8%	20,5%	53%	المجموع النسب	
100%					100%						

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول ملاحظة وجود تغيير أو تجديد في أداء المؤسسة الحالية عن الإدارة السابقة، حسب متغيرين، عدد سنوات التعامل مع المؤسسة، والمستوى التعليمي.

التحليل على أساس عدد سنوات التعامل مع المؤسسة:

نجد إجابة المبحوثين حول ملاحظة التغيير في أداء الإدارة نجد اغلب الإجابات بنعم لاحظوا تغيرات في أداء الإدارة بنسبة قدرت 41,0% لفئة المبحوثين الذين لهم تعامل مع المؤسسة لأقل من 5 سنوات، وتليها نسبة 13,3% لمن لديهم تعامل من 5 الى 10 سنوات، وتليها نسبة 12,0% لمن لديهم مدة التعامل من 10 الى 15 سنة، وتليها نسبة 7,2% للمدة من 15 الى 20 سنة، وأخيرا نسبة 2,4% للمدة من 20 الى 25 سنة، ونجد فئة من المبحوثين اجابوا بلم لاحظ، حيث سجلت أكبر نسبة 12,0% لمدة التعامل اقل من 5 سنوات، وتليها نسبة 6,0% لمدة التعامل من 5 الى 10 سنوات، وتليها نسبة 3,6% لمن لديهم مدة التعامل من 10 الى 15 سنة، في حين لم تسجل أي نسب في باقي المدة، وأخيرا نجد إجابة المبحوثين الذين لاحظوا نوعا ما وجود تغيير في أداء الإدارة الحالية بنسب متساوية 1,2% لكل المتعاملين الذين لديهم مدة تعامل من 5 الى 15 سنة.

من خلال النتائج أعلاه يتبين لنا أن أكبر نسبة من المتعاملين لمن لديهم تعامل أقل من 5 سنوات مع المؤسسة لاحظوا وجود تغيير في أداء الإدارة الحالية باعتبارهم متعاملين جدد مما يستوجب على المؤسسة الاهتمام بهذه الفئة سواء من جانب التعامل او في الإسراع في توفير الخدمات لهم وكل هذا بهدف المحافظة على الزبائن الجدد من جهة وترسيخ فكرة صورة ذهنية جديدة عند هذه الفئة على أن المؤسسة تغيرت على ما كانت عليه سابقا ودخولها في نمط اداري جديد نحو تبني الإدارة الالكترونية، وتليها في المرتبة الثانية والثالثة الفئة المتعاملة من 5 سنوات الى 10 سنوات ومن 10 الى

15 سنة بنسب متقاربة جدا لاحظوا أيضا وجود تجديد في حين نسبة قليلة جدا من فئة المتعاملين من 15 الى 20 سنة ومن 20 الى 25 سنة ممن لاحظوا وجود تغيير رغم ان هاتين الفئتين الأقدم من حيث التعامل مع المؤسسة فمن الأجدر أن هاتين الفئتين من يلاحظون التغيير بشكل أكبر باعتبارهم متعاملين قدامى لاحظوا أداء الإدارة سابقا والأداء الحالي، ونجد إجابة المبحوثين الذين لاحظوا نوعا ما وجود تغيير في أداء الإدارة الحالية بنسب تقريبا منعدمة ومتساوية 1,2% لكل المتعاملين الذين لديهم مدة تعامل من 5 الى 15 سنة، ونجد فئة من المبحوثين اجابوا بلم لاحظ، حيث سجلت أعلى نسبة لمدة التعامل اقل من 5 سنوات وذلك يمكن إرجاعه على أنهم متعاملين جدد لم يلاحظوا التغيير على ما كانت عليه الإدارة السابقة للمؤسسة وفترة الانتقال والتحول نحو الإدارة الالكترونية، وتليها في المرتبة الثانية والثالثة بنسب متقاربة وهي نسب ضعيفة نوعا ما والمتعلقة بمدة التعامل من 5 الى 10 سنوات، ولمن لديهم مدة التعامل من 10 الى 15 سنة أي أن أقلية من المتعاملين القدامى ممن لم يلاحظوا التغيير في أداء المؤسسة وهذا ما يوضح من جهة اخرى أن الأغلبية لاحظوا التغيير في الأداء وهذا ما يبرز نقطة التحول في أداء إدارة المؤسسة وذلك من خلال ملاحظة المتعاملين القدامى للتحول التدريجي خاصة فيما يتعلق التحول من التعامل التقليدي نحو التعامل الالكتروني فهي نقطة واضحة تبرز مدى تحول وتبني المؤسسة للإدارة الالكترونية.

التحليل على أساس المستوى التعليمي:

نجد إجابة المبحوثين حول ملاحظة التغيير في أداء الإدارة نجد أغلب الاجابات على اساس المستوى التعليمي بأكثر نسبة قدرت ب 39.8% للمستوى الجامعي، وتليها 12% نسب متساوية لمستوى الدراسات العليا والمستوى المتوسط، وتليها نسبة 8.4% للمستوى الثانوي، واخيرا 3.6% للمستوى الابتدائي، نجد أن قوة الملاحظة عند

المستويات العالية أكثر من الملاحظة عند المستوى التعليمي الأدنى، كما نلاحظ أن إجابة المبحوثين الذين لم يلاحظوا التغيير في الأداء بنسبة 9.6% للمستوى الجامعي، وتليها نسبة 6% للمستوى الدراسات العليا، وتليها نسبة 3.6% للمستوى المتوسط واخيرا نسبة 2.4% للمستوى الابتدائي، ونجد إجابة المبحوثين الذين جاوبوا بأنهم لاحظوا وجود التغيير في أداء الإدارة نوعا ما بنسب جد ضئيلة 1.2% في المستويين المتوسط والابتدائي.

من خلال الجدول يتضح لنا أن الفئة الأكبر الذين لاحظوا وجود تغيير في أداء الإدارة الحالية للمؤسسة كانت لفئة المستوى التعليمي الجامعي، وهذا ما يعني أن فئة الطلبة هم بالأغلبية ممن لاحظوا التغيير وهذا يمكن ارجاعه أن هذه الشريحة الأكثر استخداما لخدمة الأنترنت وهذا ما يعني أنها الفئة الأكثر تعاملًا مع المؤسسة فهي من ستلاحظ التغيير إن وجد في إدارة المؤسسة، وتليها الفئة ذو المستوى المتوسط والدراسات العليا بنسب متساوية ممن لاحظوا أيضا وجود تغيير في أداء الإدارة، ومنه يتبين أن الفئات ذو المستوى التعليمي الجامعي والعالي هم الفئة الأكثر ملاحظة للتغييرات الإدارية في المؤسسة مقارنة بالفئات ذو المستويات الأخرى، فالمستوى التعليمي يلعب دورا هاما في الملاحظة وتحليل الأشياء وملاحظة التغييرات التي تحدث، أما الفئة التي لاحظت نوعا ما تغييرات في الإدارة فهي نسب شبه منعدمة، بالنسبة للفئة ذو المستوى الابتدائي والمتوسط لهما نسب متساوية وفئة منعدمة بالنسبة للفئات ذو المستوى الثانوي، الجامعي والدراسات العليا، وأما بالنسبة للمبحوثين الذين اجابوا بلم يلاحظوا التغييرات في إدارة المؤسسة فهي أيضا نسبة قليلة نوعا ما، فأعلى نسبة كانت لفئة ذو المستوى الجامعي وفئة ذو مستوى الدراسات العليا، وتليها الفئتين ذو المستوى المتوسط والابتدائي بنسب ضعيفة جدا ممن لم يلاحظوا التغييرات في الإدارة.

نستنتج ان اغلب الملاحظين لوجود تغيير في الإدارة هم المتعاملين اقل من 5 سنوات لكن بنسب قليلة لمن لديهم مدة التعامل تفوق 10 سنوات، وبالتالي يمكن القول ان المتعاملين الجدد في المرحلة الأولى من تعرفهم على المؤسسة او ان مؤسسة اتصالات الجزائر تغيرت خلال الخمس سنوات الأخيرة، كما نجد ان المتعاملين الذين لاحظوا وجود تغيير اكثرهم ذو مستوى جامعي وكذلك مستوى الدراسات العليا.

الجدول رقم 44: تقييم المبحوثين لأداء إدارة مؤسسة اتصالات الجزائر على أساس

المتغيرين عدد سنوات التعامل والسن

السن				عدد سنوات التعامل مع المؤسسة					الخيارات	
من 50 سنة فوق فما	من 40 الى 49 سنة	من 29 الى 39 سنة	من 18 الى 28 سنة	من 20 الى 25 سنة	من 15 الى 20 سنة	من 10 الى 15 سنة	من 5 الى 10 سنوات	أقل من 5 سنوات	التكرار	النسبة المئوية
1	0	1	2	0	0	10	0	2	التكرار	ممتاز
1,2%	0,0%	1,2%	2,4%	0,0%	0,0%	12,0%	0,0%	2,4%	النسبة المئوية	
7	11	17	18	1	5	1	12	30	التكرار	جيد
8,4%	13,3%	20,5%	21,7%	1,2%	6,0%	1,2%	14,5%	36,1%	النسبة المئوية	
3	5	5	5	1	1	3	5	7	التكرار	متوسط
3,6%	6,0%	6,0%	6,0%	1,2%	1,2%	3,6%	6,0%	8,4%	النسبة المئوية	
0	4	3	1	0	0	3	0	5	التكرار	ضعيف
0,0%	4,8%	3,6%	1,2%	0,0%	0,0%	3,6%	0,0%	6,0%	النسبة المئوية	
11	15	27	26	2	6	17	17	46	مجموع التكرارات	
13.1%	24.7%	30.8%	30.9%	2.4%	7.2%	20.7%	32.5	50.4%	مجموع النسب	
100%				100%						

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول نجد إجابة المبحوثين حول أدائهم لتقييم أداء إدارة مؤسسة اتصالات الجزائر وذلك على مستوى عدد سنوات التعامل مع المؤسسة، ومتغير السن.

التحليل على اساس عدد سنوات التعامل مع المؤسسة:

نجد من خلال نتائج الجدول إجابة المبحوثين لتقييم أداء المؤسسة في المستوى الجيد بأكبر نسبة 36.1% لعدد سنوات التعامل أقل من 5 سنوات، وتليها نسبة 14.5% لعدد سنوات من 5 إلى 10 سنوات، وتليها نسبة 6% لعدد السنوات من 15 إلى 20 سنة، واخيرا نسب متساوية 1.2% وشبه معدمة لعدد سنوات التعامل من 10 إلى 15 سنة ومن 20 إلى 25 سنة، وتليها اجابات المبحوثين وتقييم الأداء بمستوى ممتاز بنسبة 12% لعدد سنوات التعامل من 10 إلى 15 سنة، وتليها نسبة 2.4% لأقل من 5 سنوات، في حين لم تسجل أي نسبة فيما يخص عدد سنوات التعامل الأخرى. ونجد تقييم أداء المؤسسة في المستوى المتوسط بنسبة 8.4% لسنوات التعامل أقل من 5 سنوات، وتليها نسبة 6% لعدد سنوات التعامل من 5 إلى 10 سنوات، وتليها نسبة 3.6% من إلى سنة، وفي الأخير نسب متساوية 1.2% لعدد السنوات من 15 إلى 25 سنة. ونجد تقييم أداء المؤسسة في المستوى الضعيف بنسبة 6% لعدد السنوات أقل من 5 سنوات، وتليها نسبة 3.6% لعدد سنوات التعامل من 10 إلى 15 سنة، في حين باقي السنوات لم تسجل أي تقييم.

يتضح لنا من خلال الجدول المتمثل في تقييم أداء المؤسسة من حيث المستوى الجيد، ففي اعلى نسبة لهذا المستوى كانت للمتعاملين الذين لهم سنوات التعامل اقل من 5 سنوات وهذا باعتبارهم متعاملين جدد يحظون بتعامل خاص وهذا بهدف حفظ هذه الفئة وكسبهم، وتأتي في المرتبة الثانية الفئة المتعاملة من 5 الى 10 سنوات بنسب متوسطة واما الفئات الثلاث المتعاملة من 10 الى 15 سنة ومن 15 الى 20

سنة ومن 20 الى 25 سنة فنسبهم جد قليلة تتراوح ما بين 1% الى 6% فالتقييم الاصح يعود لهذه الفئات باعتبارهم متعاملين قدامى يمكن الاخذ بأرائهم، واما اجابات المبحوثين بمستوى ممتاز فكانت اعلى نسبة للمتعاملين مع المؤسسة من 10 الى 15 سنة، فهم يرون أن خدمات المؤسسة ممتازة في حين تأتي في المرتبة الثانية المتعاملين اقل من 5 سنوات بنسبة جد ضعيفة، واما بقية الفئات المتعاملة من 5 الى 25 سنة فلم يجيبوا كليا على انها خدمات ممتازة، ومنه يتضح لنا أن الفئة المتعاملة مع المؤسسة منذ القدم يرون ان خدمات المؤسسة لم ترتقي بعد الى درجة الامتياز، وفيما يخص التقييم ذات المستوى المتوسط فكانت اعلى درجة لفئة اقل من 5 سنوات، وتليها الفئة من 5 الى 10 سنوات، في حين المتعاملين من 15 الى 20 سنة ومن 20 الى 25 سنة فكانت اضعف نسب لهاتين الفئتين فهم لا يرون أن خدمات المؤسسة ذات مستوى متوسط، وفيما يخص التقييم ذات المستوى الضعيف فنأجبه شبه منعدمة ضعيفة جدا فمعظم الفئات لا يرون ان خدمات المؤسسة ليست من المستوى الضعيف.

التحليل على اساس السن:

حيث نجد التقييم في المستوى الجيد بنسبة 21.7% لفئة العمرية من 18 إلى 28 سنة، وتليها نسبة 20.5% لفئة من 29 إلى 39 سنة، وتليها نسبة 13.3% من 40 إلى 49 سنة، واخيرا نسبة 8.4% لفئة أكثر من 50 سنة، واجابوا فئة من المبحوثين على التقييم للمؤسسة في المستوى المتوسط بنسب متساوية 6% لكل من الفئات العمرية من 18 إلى 49 سنة، ونسبة 3.6% لفئة من 50 سنة فما فوق. ونجد التقييم في المستوى الضعيف بنسبة 4.8% للفئة العمرية من 40 إلى 49 سنة، وتليها نسبة 3.6% الفئة من 29 إلى 39 سنة، واخيرا نسبة ضئيلة جدا 1.2% من 18 إلى 28 سنة، ولم يقدم أي تقييم للفئة من 50 سنة فما فوق، وفي الأخير نجد التقييم في

المستوى الممتاز بنسبة 2.4% الفئة من 18 إلى 28 سنة، وتليها نسب متساوية 1.2% لكلا من الفئتين من 29 إلى 39 سنة، وفئة من 50 سنة فما فوق.

من خلال النتائج اعلاه يتبين ان اعلى نسبة من المتعاملين من الفئة العمرية من 18 الى 20 سنة تليها فئة من 29 الى 30 سنة بنسب متقاربة جدا حيث كانت اجاباتهم على أن خدمات المؤسسة ذات مستوى جيد، فهتئين الفئتين معظمهم فئة شبابية فهم الفئة الاقرب للتحكيم من حيث مستوى الخدمات المتعلقة بالانترنت وخدمات اخرى فهم الفئة الاكثر استخداما لخدمات المؤسسة تقييمهم يؤخذ بعين الاعتبار، وهذا ما تبين لنا أن خدمات المؤسسة في مستوى مقبول مما يعني رضا الفئة الشبابية على خدمات المؤسسة، وهذا ما يؤكد سير المؤسسة على النحو المطلوب في تحسين وتطوير خدماتها، ثم تليها في المرتبة الثالثة الفئة العمرية من 40 الى 49 سنة بنسبة متوسطة ممن يرون ان الخدمات ذات المستوى الجيد، وكأخر فئة هم الفئة الاكثر من 50 سنة بنسبة قليلة جدا من المبحوثين قيموا الخدمات على انها ذات مستوى جيد، واما التقييم ذات المستوى المتوسط فكانت نسب ضعيفة نوعا ما فالإجابات كانت بنسب متساوية من 18 الى 49 سنة، واضعف واخر نسبة كانت للفئة العمرية الاكثر من 50 سنة، ومنه يتضح ان معظم الفئات العمرية لا يرون أن خدمات المؤسسة ذات المستوى المتوسط، واما التقييم في المستوى الضعيف فنجد ايضا اغلبية المبحوثين لم يجيبوا على هذا المستوى، فكانت النسب الاولى الفئتين العمريتين من 40 الى 49 سنة وتليها الفئة من 29 الى 39 سنة بنسب متقاربة، ونسبة ضئيلة جدا من المتعاملين من الفئة العمرية من 18 الى 28 سنة ممن يرون أن المؤسسة تقدم خدمات ذات مستوى ضعيف فأغلبية هذه الفئة العمرية هي التي ترى أن خدمات المؤسسة ذات مستوى جيد وانها في المستوى المطلوب في تلبية رغبات المتعاملين خاصة الفئة الشبابية في حين لم يقدم اي تقييم للفئة من 50 سنة فما فوق، وفيما يخص التقييم في المستوى الممتاز

فنسبة اجابة المبحوثين لهذا المستوى كانت ضعيفة جدا تتراوح من 1.2% الى 2.4% ومنه يتضح أن خدمات المؤسسة لم ترتقي بعد الى المستوى الممتاز من وجهة نظر كل الفئات العمرية.

نستنتج انه يمكن الأخذ بتقييم المؤسسة للفئات العمرية الاكثر من 40 سنة بسبب خبرتهم في التعامل وايضا يمكن الاعتماد على تقييم ورأي المبحوثين الذين تتعدى سنوات تعاملهم مع المؤسسة أكثر 10 سنوات، وذلك بسبب معرفتهم الكافية بالأمر المتعلقة بالمؤسسة وتقييم أداء المؤسسة في المستوى الجيد والمتوسط حسب هذه الفئة.

الجدول رقم 45: رأي المبحوثين حول وجود ثقة تامة أثناء التعامل مع المؤسسة وعلاقته بمتغير عدد سنوات التعامل مع المؤسسة ومتغير السن

الخيارات		عدد سنوات التعامل								
		أقل من 5 سنوات	من 5 الى 10 سنوات	من 10 الى 15 سنة	من 15 الى 20 سنة	من 20 الى 25 سنة	من 18 الى 28 سنة	من 29 الى 39 سنة	من 40 الى 49 سنة	من 50 سنة فما فوق
نعم	التكرار	33	14	7	5	2	19	21	12	9
	النسبة المئوية	39,8%	16,9%	8,4%	6,0%	2,4%	22,9%	25,3%	14,5%	10,8%
لا	التكرار	11	3	7	1	0	7	5	8	2
	النسبة المئوية	13,3%	3,6%	8,4%	1,2%	0,0%	8,4%	6,0%	9,6%	2,4%
مجموع التكرارات		44	17	14	6	2	26	26	20	11
مجموع النسب		53.1%	20.5%	16.8%	7.2%	2.4%	31.3%	31.3%	23.8%	13.2%
100%					100%					

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نجد إجابة المبحوثين حول وجود ثقة تامة في التعامل مع المؤسسة على اساس متغيرين، عدد سنوات التعامل مع المؤسسة، وعلى اساس السن.

التحليل على اساس عدد سنوات التعامل مع المؤسسة:

نجد إجابة المبحوثين بنعم توجد ثقة تامة أثناء التعامل مع المؤسسة على اساس مدة التعامل بنسبة %39.8 لأقل من 5 سنوات، وتليها نسبة %16.9 من 5 إلى 10 سنوات، وتليها نسبة %8.4 من 10 إلى 15 سنة، وتليها نسبة %6 من 15 إلى 20 سنة، واخيرا نسبة %2.4 من 20 إلى 25 سنة، واجابت فئة من المبحوثين بلا أي لا توجد ثقة تامة أثناء التعامل مع المؤسسة بنسبة %13.3 أقل من 5 سنوات، وتليها نسبة %8.4 من 10 إلى 15 سنة، وتليها نسبة %3.6 من 5 إلى 10 سنوات، وتليها نسبة %1.2 من 15 إلى 20 سنة.

من خلال النتائج اعلاه يتبين لنا أن اعلى نسبة من المبحوثين من فئة المتعاملين لأقل من 5 سنوات لديهم الثقة الكاملة اثناء التعامل مع المؤسسة باعتبارهم زبائن جدد ولديهم الثقة اثناء التعامل مع المؤسسة وهذا ما يؤكد ان المؤسسة غيرت من نمطها الاداري وسعيها لكسب ثقة المتعاملين خاصة الجدد ودخولها في النمط الاداري الالكتروني المبني على الثقة والسرعة في انجاز المعاملات والوفى بالوعد، وهذا ايضا ما يؤكد من جهة اخرى أن المؤسسة حققت معيار الثقة مقياس جودة الخدمة المقدمة في المؤسسة، وتليها المرتبة الثانية للفئة المتعاملة من 5 الى 10 سنوات بمعدل متوسط من الاجابات الذين اجابوا بنعم، وتليها فئتين متقاربتين من حيث النسب وهم الفئة المتعاملة من 10 الى 15 سنة وتليها الفئة المتعاملة من 15 الى 20 سنة، فهاتين الفئتين بالرغم من انهم قديمين في التعامل مع المؤسسة إلا أن عدد اجاباتهم بنعم كانت قليلة نوعا ما، وهذا يمكن ارجاعه على ما عانت به هاتين الفئتين في عهد

الإدارة التقليدية أين كثرت فيه مشاكل البيروقراطية الإدارية، وهذا ما أدى بالضرورة إلى فقد هاتين الفئتين لعامل الثقة بالمؤسسة، رغم تغيير النمط الإداري الحالي والتحول نحو النمط الإداري الإلكتروني الذي قضى بشكل كبير على عائق البيروقراطية والمشاكل الإدارية، ومن جهة أخرى اجابت فئة من المبحوثين بلا أي ليس لديهم الثقة أثناء تعاملهم مع المؤسسة لكن هذه الفئة ليست كبيرة جدا بحيث الفئة الأولى من المبحوثين الذين اجابوا بلا كانت للفئة المتعاملة لأقل من 5 سنوات، وهذا يمكن ارجاعه على أن بعض من المبحوثين الذين اجابوا بلا في هذه الفئة باعتبارهم متعاملين جدد لم يصلوا بعد إلى حد الثقة التامة بالمؤسسة فهم في المراحل الأولى من التعامل، وتليها في المرتبة الثانية الفئة المتعاملة من 10 إلى 15 سنة، وهي فئة قليلة نوعا ما، وهذا ما يؤكد ان معظم هذه الفئة المتعاملة لهم الثقة أثناء التعامل، واما الفئتين من المتعاملين من 5 إلى 10 سنوات ومن 15 إلى 20 سنة فهم الفئتين المتحصلتين على اقل نسبة ممن اجابوا بلا، منه يتضح لنا ان معظم الفئات المتعاملة بكل المستويات لهم الثقة أثناء التعامل مع المؤسسة.

التحليل على اساس السن:

نجد اغلب الاجابات المبحوثين حول وجود ثقة تامة أثناء التعامل مع المؤسسة على اساس الفئة العمرية، حيث نجد اغلب المبحوثين بنسبة %22.9 ينتمون للفئة من 18 إلى 28 سنة، وتليها نسبة %25.3 من 29 إلى 39 سنة، وتليها نسبة %14.5 ينتمون من 40 إلى 49 سنة، واخيرا نسبة %10.8 ينتمون من 50 سنة فما فوق، وبقية المبحوثين اجابوا بلا أي لا توجد ثقة تامة وذلك بنسبة %9.6 ينتمون من 40 إلى 49 سنة، وتليها نسبة %8.4 من 18 إلى 28 سنة، وتليها نسبة %6 ينتمون إلى الفئة من 29 إلى 39 سنة، واخيرا نسبة %2.4 من 50 سنة فما فوق.

نلاحظ من خلال جدول اعلاه ان اكبر عدد الاجابات من الفئة العمرية الذين اجابوا بنعم على ثقتهم اثناء التعامل مع المؤسسة هم الفئة من 29 الى 39 سنة كأعلى نسبة، وتليها الفئة الثانية من 18 الى 28 سنة، ومنه لاحظنا ان الفئة الشبابية الاكثر ثقة اثناء تعاملهم مع المؤسسة وهذا ما يتبين تغيير السياسة الادارية والنمط الاداري للمؤسسة فقد اصبحت تهدف على كسب ثقة متعاملها خاصة الفئة الشبابية باعتبارهم متعاملين جدد مقارنة بالفئات العمرية الاخرى المتراوحة من 40 الى 49 سنة و 50 سنة فما فوق، فنسب اجابات هاتين الفئتين متوسط نوعا ما، لكن رغم ذلك يبقى عدد الاجابات الذين لديهم الثقة اكبر من عدد الذين جابوا بلا في هاتين الفئتين، ومن جهة اخرى نجد اجابات المبحوثين الذين اجابوا بلا هي نسب قليلة جدا في كل المستويات العمرية، فأول فئة هم من 40 الى 49 سنة وتليها مباشرة الفئة من 18 الى 28 سنة بنسب جد متقاربة وتليها في المرتبة الثالثة الفئة العمرية من 29 الى 39 سنة، وكأضعف نسبة من حيث الاجابات هي الفئة العمرية المتراوحة من 50 سنة فما فوق، ومنه يتضح من خلال هذه النتائج ان معظم الفئات العمرية كلها لم تجب بلا وأن النسبة الاكبر لهم الثقة اثناء التعامل مع المؤسسة، رغم ذلك توجد فئات قليلة جدا على كل المستويات العمرية ليس لديهم الثقة اثناء التعامل مع المؤسسة ويمكن ارجاع ذلك الى المشاكل والعراقيل التي يعانون منها اثناء تعاملاتهم وهذا ما يفقد في بعض الاحيان ثقتهم بالمؤسسة

نستنتج ان إجابة المبحوثين حول وجود ثقتهم في تعاملهم مع المؤسسة نعم توجد ثقة لكن اغلب النسب للمتعاملين اقل من خمس سنوات، لكن نجد انه أيضا ممن لديهم عدد سنوات التعامل أكثر من 10 سنوات لديهم ثقة في تعاملهم مع المؤسسة وكذا المتعاملين الذين سنهم أكبر من 30 سنة، وبالتالي يمكن القول انه توجد ثقة بين المتعاملين ومؤسسة اتصالات الجزائر.

الجدول رقم 46: اجابات المبحوثين حول تقييم الرد والاستجابة عند طلبهم للخدمة من المؤسسة على اساس عدد سنوات التعامل مع المؤسسة

عدد سنوات التعامل مع المؤسسة					الخيارات	
من 20 الى سنة 25	من 15 الى سنة 20	من 10 الى سنة 15	من 5 الى 10 سنوات	أقل من 5 سنوات		
0	1	1	3	4	التكرار	جيدة
0,0%	1,2%	1,2%	3,6%	4,8%	النسبة المئوية	
0	0	1	1	3	التكرار	متوسطة
0,0%	0,0%	1,2%	1,2%	3,6%	النسبة المئوية	
1	4	11	8	32	التكرار	سيئة
1,2%	4,8%	13,3%	9,6%	38,6 %	النسبة المئوية	
1	1	1	5	5	التكرار	سيئة جدا
1,2%	1,2%	1,2%	6,0%	6,0%	النسبة المئوية	
2	6	14	17	46	مجموع التكرارات	
2.4%	7.2%	16.9%	20.4%	50%	مجمع النسب	
100%						

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال نتائج الجدول اعلاه نجد اجابات المبحوثين حول تقييم الرد والاستجابة عند طلبهم للخدمة من المؤسسة، على اساس عدد سنوات التعامل مع المؤسسة.

التحليل على اساس عدد سنوات التعامل مع المؤسسة:

نجد ان اغلب اجابات المبحوثين حول تقييم الرد عند طلب خدمة ما من المؤسسة نجد اغلبها في المستوى السيء بنسبة 38.6% لعدد المتعاملين أقل من 5 سنوات،

وتليها نسبة 13.3% من 10 إلى 15 سنة، وتليها نسبة 9.6% من 5 إلى 10 سنوات، وتليها نسبة 4.8% من 15 إلى 20 سنة واخيرا نسبة 1.2% من 20 إلى 25 سنة، ونجد اجابات المبحوثين الذين قيموا الرد والاستجابة عند طلب الخدمة بالمستوى الجيد بنسبة 4.8% أقل من 5 سنوات، وتليها نسبة 3.6% من 5 إلى 10 سنوات، ونسب متساوية 1.2% من 10 إلى 20 سنة، ونجد تقييم المبحوثين في المستوى المتوسط بنسبة 3.6% لأقل 5 من سنوات، ونسب متساوية 1.2% لعدد سنوات التعامل من 5 إلى 15 سنة.

يتبين من اجابات المبحوثين حول تقييم الرد والاستجابة عند طلبهم للخدمة أن اغلبية المبحوثين يرونا انها في المستوى السيء فكانت اعلى نسبة ممن اجبوا على هذا المستوى هم فئة المتعاملين اقل من 5 سنوات، باعتبارهم المتعاملين الجدد من مؤسسة ويتضح انه لحد الان المؤسسة لم تصل للحد المطلوب في الرد والاستجابة الخدمات المطلوبة بشكل أسرع رغم تبنيها للنمط الاداري الجديد الالكتروني والذي من مميزاته الاستجابة السريعة في تلبية الخدمة للزبون، وتليه المرتبة الثانية فئة المتعاملين من 10 الى 15 سنة وتليها نسب ضعيفة ومقاربة ممن اجبوا بأنها سيئة كل من الفئتين من 5 الى 10 سنوات ومن 15 الى 20 سنة، وأضعف نسبة كانت للفئة المتعاملة من 20 الى 25 سنة، ومن خلال هذه النتائج تبين ان معظم الفئات العمرية لكل المستويات يرونا ان سرعة الاستجابة للخدمات في مؤسسة اتصالات الجزائر ضعيفة وهذا ما يعني انها لم تحقق معيار الاستجابة لقياس جودة الخدمة، وفيما يخص الذين قيموا بجيد حول تقييم الرد والاستجابة عند طلب الخدمة فكانت النسب ضعيفة الى حد كبير على كل مستويات عدد سنوات التعامل فأول فئتين كانت للمتعاملين اقل من 5 سنوات والفئة من 5 الى 10 سنوات بنسب متقاربة، في حين نسب متساوية وشبه منعدمة للفئتين من 10 الى 15 سنة ومن 15 الى 20 سنة، واما الفئة المتعاملة

من 20 الى 25 سنة وهم الفئة الاكثر مدة في التعامل مع المؤسسة لم تكن اي إجابة
 جيد من حيث تقييم الخدمة، وهذا ما يتبين أن هذه الفئة الاخيرة لم تلاحظ اي تغيير
 من حيث سرعة الاستجابة في تقديم الخدمة من فترة طويلة، واما تقييم المبحوثين على
 المستوى المتوسط فكانت اجاباتهم ايضا جد ضعيفة واول نسبة للفئة المتعاملة لأقل من
 5 سنوات، وتليها نسب متساوية للفئتين من 5 الى 10 سنوات ومن 10 الى 15 سنة،
 ولم تكن ولا اجابة للفئتين المتعاملة من 15 الى 25 سنة، فمنه يتضح ان معظم
 الفئات المتعاملة لكل السنوات لا يرونا ان الرد والاستجابة للخدمات في المستوى
 المتوسط، واما التقييم بسيئة جدا فكانت هي ايضا بنسب ضعيفة جدا بحيث كانت اسم
 متساوية بالنسبة للفئتين اقل من 5 سنوات ومن 5 الى 10 سنوات، وتليها نسب
 متساوية بأضعف نسبة للفئات المتعاملة من 10 الى 25 سنة، ومنه يتضح ان معظم
 الفئات المتعاملة في كل السنوات ترى ان الرد والاستجابة عند طلب الخدمة لم يصل
 الى المستوى السيء جدا.

نلاحظ ان كل المتعاملين في كل مستويات عدد سنوات التعامل مع المؤسسة قيموا
 الرد الاستجابة حول طلب خدمة ما كلها في المستوى السيء أي ان الاستجابة ليست
 جيدة ولا تعجب المتعاملين اذ نجد حتى الذين لديهم تعامل اقل من خمس سنوات وهذا
 يجعل المؤسسة معرضة لان تفقد سمعتها بسبب عدم الرد والاستجابة لزيانها وهذا ما
 يؤدي بالضرورة الى فقدان زبائننا.

الجدول رقم 47: إجابات المبحوثين حول مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة وهذا على أساس متغير الجنس والوضع المهني

الوضع المهني		الجنس		الخيارات	
بطل	موظف	أنثى	ذكر		
25	17	21	21	التكرار	راضي تماما
30,1%	20,5%	25,3%	25,3%	النسبة المئوية	
12	7	14	5	التكرار	راضي نوعا ما
14,5%	8,4%	16,9%	6,0%	النسبة المئوية	
7	10	8	9	التكرار	غير راضي
8,4%	12,0%	9,6%	10,8%	النسبة المئوية	
2	3	3	2	التكرار	غير راضي تماما
2,4%	3,6%	3,6%	2,4%	النسبة المئوية	
46	37	46	37	مجموع التكرارات	
55.4%	44.5%	55.4%	44.5%	مجموع النسب	
100%		100%			

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نجد إجابات المبحوثين حول مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة، وذلك على أساس متغير الجنس، والوضع المهني.

التحليل على أساس متغير الجنس:

نجد اغلب إجابات المبحوثين على مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من المؤسسة على أساس الجنس راضيين تماما بنسب متساوية قدرت بـ 25,3% بين

الذكور والانات، وأيضا اجابوا بأنهم راضيين نوعا ما عن الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة بنسبة %16,9 للإناث، وتليها نسبة %6,0 للذكور، ونجد فئة اجابتهم بأنهم غير راضيين بنسبة %10,8 للذكور، وتليها نسبة %9,6 للإناث، وأيضا اجابوا بأنهم غير راضيين تماما بنسبة %3,6 للإناث، ونسبة %2,4 للذكور.

يتضح من خلال اجابات المبحوثين حول مدى رضاهم عن خدمات المؤسسة على اساس متغير الجنس، فسجلت أعلى نسب من الاجابات على الرضا تماما من خدمات المؤسسة، فكانت النسب متساوية لكلى الجنسين ومنه يتضح ان كل المتعاملين من كلا الجنسين راضين عن خدمات المؤسسة وهذا ما يؤكد انها تعمل على تحقيق الرضا لكل متعاملها دون تمييز، واما عن الخيار راضي نوعا ما فنجد اعلى نسبة عند فئة الاناث ونسبة قليلة جدا عند فئة الذكور، وفيما يخص الخيار غير راضي فأعلى نسبة نجدها عند الذكور وأقل نسبة عند الاناث وهذا باعتبار ان جنس الذكور هم الاكثر تعاملًا مع المؤسسة مقارنة بالإناث فالمتعاملين من جنس الذكور بالأغلبية هم يقومون بالتبليغات والشكاوى وغيرها فهذا بالضرورة ما يؤدي الى عدم رضاهم عن خدمات المؤسسة، وفيما يتعلق بالخيار غير راضي تماما فنجد نسب الاجابات على هذا المستوى جد قليلة بالنسبة للجنسين وينسب متقاربة فهذا ما يؤكد ان كلا الجنسين لم يصلوا الى درجة عدم الرضا تماما عن خدمات المؤسسة.

التحليل على أساس متغير الوضع المهني:

نجد إجابات المبحوثين حول مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة على أساس الوضع المهني، حيث نجد اغلب اجاباتهم راضيين تماما عن الخدمات بنسبة %30.1 للبطالين، ونسبة %20.5 للموظفين، وفئة من المبحوثين راضيين نوعا ما عن الخدمات بنسبة %14.5 للبطالين، ونسبة %8.4 للموظفين،

وهناك فئة غير راضيين بنسبة 12.0% للموظفين، وبنسبة 8.4% للبطالين، وأخيرا فئة غير راضيين تماما بنسبة 3.6% للموظفين، وبنسبة 2.4% للبطالين،

يتبين لنا من خلال الجدول حول رضا المتعاملين عن خدمات المؤسسة على حساب الوضع المهني لمتعاملي المؤسسة فان اعلى نسبة كانت لكلى الوضعين المهنيين الموظفين والبطالين فكلاهما راضين تماما عن خدمات المؤسسة وهذا ما يؤكد من جهة تناسب الاسعار وتعدد تسعيرات الاشتراكات التي تناسب كل الاطراف سواء الموظفين او البطالين خاصة، واما فيما يخص الخيار راضي نوعا ما كانت عدد الاجابات مقارنة نوعا ما بين فئة الموظفين والبطالين، واما الخيار الثالث غير راضي فكانت اعلى نسبة لفئة الموظفين مقارنة بالبطالين، واما الخيار الاخير غير راضي تماما فكانت اجابات المبحوثين على هذا الخيار بنسب منعدمة تقريبا سواء لفئة الموظفين او فئة البطالين، ومن خلاله يتبين ان كلا الفئتين راضين عن الخدمات التي توفرها المؤسسة خاصة فيما يتعلق تسعيرات الخدمات فهي التي تبين اكثر عن مدى رضا المتعاملين، وما لاحظناه انه حتى فئة البطالين راضين عن خدمات المؤسسة بما فيها التسعيرات وهذا ما يبين ان المؤسسة تسعى لتحقيق التوافق في تقديم الخدمات كل فئات المجتمع بما فيهم الموظفين والبطالين.

نستنتج ان المتعاملين راضيين عن الخدمات التي تقدمها المؤسسة وذلك بعد التحليل على كل من السن، والجنس، والوضع المهني، وبنسب متساوية أي انهم في كل صفات وكل الاعمار راضيين عن خدمات التي تقدمها المؤسسة بالرغم من وجود بعض المشاكل وبعض النقائص الا انهم راضيين عنها وهذا السبب يعود ربما الى احتكار مؤسسة اتصالات الجزائر للسوق.

الجدول رقم 48: إجابات المبحوثين حول ما يميز خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر وهذا على أساس متغير المستوى التعليمي والسن

السن				المستوى التعليمي					الخيارات	
أكثر من 50 سنة	من 40 إلى 49 سنة	من 29 إلى 39 سنة	من 18 إلى 28 سنة	دراسات عليا	جامعي	ثانوي	متوسط	ابتدائي		
3	3	2	14	2	16	1	3	0	التكرار	الأسعار
3,6%	3,6%	2,4%	16,9%	2,4%	19,3%	1,2%	3,6%	0,0%	النسبة المئوية	
0	5	3	2	4	4	1	1	0	التكرار	الجودة
0,0%	6,0%	3,6%	2,4%	4,8%	4,8%	1,2%	1,2%	0,0%	النسبة المئوية	
8	10	19	10	7	19	5	10	6	التكرار	أسلوب الموظفين
9,6%	12,0%	22,9%	12,0%	8,4%	22,9%	6,0%	12,0%	7,2%	النسبة المئوية	
0	2	2	0	2	2	0	0	0	التكرار	اهتمامها بالمتعاملين ورضاهم
0,0%	2,4%	2,4%	0,0%	2,4%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	النسبة المئوية	
11	21	26	26	15	41	7	11	6	مجموع التكرارات	
%13.2	%24	%31.3	%31.3	18	%49.4	%8.4	%15.8	%7.2	مجموع النسب	
%100				%100						

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS.

من خلال الجدول أعلاه نجد إجابات المبحوثين حول ما يميز خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر، وذلك على أساس المستوى التعليمي، والسن.

التحليل على أساس المستوى التعليمي:

نجد ان اغلب المبحوثين اجابوا حول ما يميز خدمات المؤسسة حسب المستوى التعليمي هو أسلوب الموظفين، وذلك بنسبة 22.9% للمستوى الجامعي، وتليها نسبة 12% للمستوى المتوسط، وتليها نسبة 8.4% لمستوى الدراسات العليا، ونسبة 7.2% للمستوى الابتدائي، وأخيرا نسبة 6% للمستوى الثانوي، ووقعت إجابات من فئة من المبحوثين على ان ما يميز خدمات المؤسسة الأسعار، وذلك بنسبة 19.3% للمستوى الجامعي، وتليها نسبة 3.6% للمستوى المتوسط، ونسبة 2.4% لدراسات العليا، وأخيرا نسبة 1.2% للمستوى الثانوي، في حين لم تسجل أي نسبة في المستوى الابتدائي، ونجد نسبة من المبحوثين جاوبوا على انه ما يميز خدمات المؤسسة هي الجودة بنسب متساوية 4.8% للمستوى الجامعي والدراسات العليا، وتليها نسب جد ضئيلة قدرت بـ 1.2% لكلا المستويين الثانوي والمتوسط، وأخيرا اجابوا على ان ما يميز خدمات المؤسسة هو اهتمامها بالمتعاملين ورضاهم لكن بنسب متساوية قدرت بـ 2.4%.

من خلال النتائج اعلاه المتمثلة حول ما يميز خدمات اتصالات الجزائر على اساس المستوى التعليمي، فان النسبة الكبيرة من الاجابات كانت حول اسلوب الموظفين، واعلى نسبة من الاجابات حول هذا الخيار كانت لفئة المستوى التعليم الجامعي، وهذا باعتبار هذه الفئة الاكثر تعاملًا مع المؤسسة والاكثر احتياجا لخدمات الانترنت فمنه يمكن الاخذ بعين الاعتبار لإجابات هذه الفئة، وهذا ما نوّده حيث ان مؤسسة اتصالات الجزائر تكون اول مؤسسة جزائرية متحصلة على وسم جودة الاستقبال واتي هذا بعد التدقيق الذي اجراه المعهد الجزائري للتقييس والتي استجابت المؤسسة للمعايير الاربعة عشر الخاصة بشروط استقبال الزبائن والتكفل بهم، كما هو موضح في (الملحق رقم 03)، وتليها في المرتبة الثانية بنسب متوسطة من الاجابات حول المستوى المتوسط ونسب متقاربة وضعيفة للفئات الثلاث نو مستوى الدراسات العليا و يليها المستوى الابتدائي وتليه كأخر نسبة للمستوى الثانوي، واما الخيار الثاني المتعلق

بالأسعار فالفئة الاولى التي ترى ان جودة خدمات المؤسسة تكمن في الاسعار هي فئة ذو المستوى الجامعي بنسبة متوسطة نوعا ما من الاجابات، باعتبار ان هذه الفئة الاكثر تعامللا مع المؤسسة كما ذكرنا سابقا، فترى ان الاسعار تأتي في المرتبة الثانية من حيث ما يميز خدمات المؤسسة وهذا يمكن ارجاعه ان المؤسسة تعددت في تسعيرات الاشتراكات وخاصة المتعلقة ببطاقات التعبئة IDOOM فقد ساعدت الكثير من الفئات خاصة فئة الطلبة الجامعيين في اعادة الشحن بطرق سهلة وبأقل التكلفة، في حين المستويات التعليمية الاخرى لم تجب على هذا الاختيار فكانت نسبيهم ضعيفة جدا، فهم يرون ان الاسعار لا تميز خدمات المؤسسة، واما خيار الثالث المتعلق بالجودة فان اجابات المبحوثين حول هذا الخيار كانت ضعيفة جدا بنسب متساوية متقاربة من الاجابات فمعظم الفئات لكل المستويات التعليمية لا يرون ان الجودة هي ما يميز المؤسسة، فمن منظور كل الفئات التعليمية لا يرون ان المؤسسة حققت جودة الخدمة بالشكل المطلوب الذي يتناسب مع متطلباتهم، واما الخيار الاخير والمتعلق بالاهتمام بالمتعاملين ورضاهم كانت الاجابات شبه منعدمة لكل المستويات التعليمية، وهذا ما يبين ان كل فئات المستويات التعليمية لا يرون ان المؤسسة حققت رضا المتعاملين بالشكل المطلوب ليكون رضا المتعاملين ما يميز خدمات المؤسسة.

التحليل على أساس السن:

نجد إجابة المبحوثين على ما يميز خدمات المؤسسة على أساس السن حيث نجد اغلب الإجابات حول أسلوب الموظفين بنسبة 22.9% للفئة العمرية من 29 الى 39 سنة، وتليها نسب متساوية قدرت ب 12% للفئة من 18 الى 28 سنة ومن 40 الى 49 سنة، وأخيرا نسبة 9.6% للفئة من 50 سنة فما فوق، ونجد فئة من المبحوثين اجابوا على أساس السن ان ما يميز خدمات المؤسسة هي الأسعار بنسبة 16.9% للفئة العمرية من 18 الى 28 سنة، ونسب متساوية قدرت ب 3.6% للفئة العمرية من 40 الى 49 سنة والفئة من 50 سنة فما فوق، وأخيرا نسبة 2.4% للفئة من 29 الى

39 سنة، ونجد إجابات وقعت على ان ما يميز خدمات المؤسسة هو الجودة بنسبة 6.0% للفئة من 40 الى 49 سنة، وتليها نسبة 3.6% للفئة العمرية من 29 الى 39 سنة، ونسبة 2.4% للفئة من 18 الى 28 سنة، وأخيرا إجابات وقعت على اهتمامها بالمتعاملين ورضاهم ، بنسب متساوية 2.4% للفئة العمرية من 29 الى 49 سنة،

من خلال النتائج اعلاه يتضح لنا أن ما يميز خدمات المؤسسة على اساس متغير السن فإن اغلب الاجابات كانت حول اسلوب الموظفين، فكانت النسبة الاكبر من الاجابات للفئة العمرية المتراوحة من 29 الى 39 سنة، هذه الفئة بحكم اعمارهم وخبرتهم في الحياة يرون ان خدمات المؤسسة تتميز بأسلوب الموظفين اثناء تعاملهم مع المؤسسة، فحسن تعامل الموظفين واحترامهم للزبائن يؤدي بالضرورة الى كسب المتعاملين رغم العراقيل التي تواجهها المؤسسة، وتليها في المرتبة الثانية نسب متساوية من الاجابات للفئات العمرية من 18 الى 28 سنة ومن 40 الى 49 سنة، هذه الفئات العمرية بدورها ايضا ترى ان تعامل الموظفين معهم هو ما يميز خدمات المؤسسة وهذا ما يبين مدى اهتمام موظفي المؤسسة بكل الفئات العمرية دون التمييز بين المتعاملين والسعي لرضا كل الفئات، واما الخيار الثاني المتعلق بالأسعار، فالفئة العمرية من 18 الى 28 سنة هي الفئة الاولى التي ترى ان ما يميز خدمات المؤسسة هي الاسعار فهذه الفئة العمرية الشبابية الاكثر تعاملًا مع المؤسسة بحكم السن واكثرهم استخدامًا لخدمة الانترنت فيمكن الاخذ بعين الاعتبار اجاباتهم، غير ان الفئات العمرية الاخرى من 29 الى 50 سنة فما فوق فكانت اجاباتهم ضعيفة جدا حول خيار الاسعار فهم لا يرون ان الاسعار هي اساس جودة خدمة المؤسسة رغم تعدد التسعيرات الاشتراكات، ربما لم يقع اختيار هذه الفئة على هذا الخيار لمختلف العراقيل والانقطاعات المتكررة لخدمة الانترنت وهذا ما يجعلها ترى ان اسعار الخدمة لا تتوافق مع الخدمة وبالتالي الاسعار التي وضعتها المؤسسة لا تتوافق نوعا ما مع اغلب الفئات العمرية، وفيما

يخص عامل الجودة فنسب اجابات المتعاملين حول هذا الخيار قليلة جدا ومتقاربة فيما بينها، فهذا ما يظهر ان كل الفئات العمرية لا ترى ان الجودة هي ما يميز خدمات المؤسسة، ان المؤسسة لم تحقق بالشكل المطلوب جودة الخدمة وهذا من منظور كل الفئات العمرية، واما الخيار الاخير المتعلق باهتمام المؤسسة بالمتعاملين ورضاهم حول الخدمات المقدمة فكانت اجابات المبحوثين تقريبا منعدمة على كل مستويات الفئات العمرية، فمن هنا يتضح ان ما يميز المؤسسة بالدرجة الاولى هو تعامل الموظفين مع الزبائن تليها الاسعار، لكن اغفلت نوعا ما على معيار الجودة ورضا المتعاملين وهذا ما تبين لنا وفق اجابات كل الفئات العمرية لمتعاملي المؤسس.

نستنتج ان اهم ما يميز خدمات المؤسسة هو أسلوب الموظفين والاسعار بالدرجة الاولى وذلك على حسب المستوى التعليمي الأكثر والذي يتمثل في كل من المستوى الجامعي والمتوسط والدراسات العليا، وأيضا على الفئة العمرية من 18 الى 39 سنة.

المبحث الثالث: عرض النتائج الجزئية والعامّة للدراسة

تتمثل نتائج هذه الدراسة في النتائج الجزئية والنتائج العامة والتي سنذكرها من خلال هذا المبحث.

المطلب الأول: عرض النتائج الجزئية للدراسة

1- نستنتج أن اغلبية المبحوثين يرونا أن مؤسسة اتصالات الجزائر ليست في تواصل دائم معهم وهذا بنسبة تقدر بـ 66.3%، وبالنسبة لفئة المبحوثين الذين اجابوا على ان المؤسسة في تواصل دائم او احيانا من مؤسسة فاجبوا على ان طبيعة هذا الاتصال هو للتعريف بخدماتها وهذا بنسبة 51.8%.

2- نستنتج ان وسيلة الاتصال التي تعتمد عليها مؤسسة اتصالات الجزائر من منظور

متعاملها هي عبر الظرف البريدي وهذا بنسبة 63.9%، فلا زالت المؤسسة تعتمد على الوسائل التقليدية في اتصالاتها مع زبائنها.

3-اغلبية المبحوثين يؤكدون على ان المؤسسة تعتمد على وسيلة صفحة الفيسبوك لإعلام زبائنهم في حال وجود مشاكل او اعطال وهذا بنسبة 38.6%، وهذا ما يتبين ان المؤسسة تعتمد ايضا على الوسائل الحديثة في اتصالاتها.

4-نستنتج ان اغلبية المبحوثين اجابوا على ان المؤسسة تقوم بحل الاعطال بشكل فوري من حين لآخر وهذا بنسبة تقدر 62.7%.

5-اغلبية المبحوثين اجابوا على انهم يعتمدون على الذهاب لمؤسسة اتصالات الجزائر مباشرة للتبليغ عن الاعطال او تقديم الشكاوى وهذا بنسبة تقدر 71.1%.

6-نستنتج ان متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر نادرا ما يعتمدون على خدمات الدفع الالكتروني التي وفرتها المؤسسة وهذا بنسبة تقدر 62.7%، وعلل المبحوثين عن سبب عدم اعتمادهم على هذه الخدمات هو لصعوبة استخدامها وهذا بنسبة 68.7%.

7-نستنتج ان اغلبية المتعاملين اجابوا على انهم يعتمدون على بطاقات IDOOM كوسيلة الكترونية لإعادة عملية التعبئة وهذا بنسبة تقدر 66.3%.

8-نستنتج ان اغلبية المتعاملين قيموا الخدمات الالكترونية التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر على انها في المستوى السيء وهذا بنسبة 67.5%.

9-اغلبية المتعاملين لاحظوا وجود تغيير وتجديد في اداء الادارة الحالية لمؤسسة اتصالات الجزائر بنسبة تقدر 75.9%، وعللوا حول الجانب الذي لاحظوا فيه هذا التغيير في الاستجابة السريعة في تقديم الخدمات وهذا بنسبة 63.9%.

10-نستنتج ان اغلبية المبحوثين قيموا اداء ادارة مؤسسة اتصالات الجزائر على انها في المستوى الجيد وهذا بنسبة 63.9%.

11-يتضح ان اغلبية المتعاملين قيموا الرد والاستجابة عند طلبهم الخدمة من

- المؤسسة على انها في المستوى المتوسط نوعا ما وهذا بنسبة تقدر %77.1.
- 12- استنتج ان اغلبية المتعاملين اجابوا على ان المؤسسة تقوم بتأدية خدماتها في المرة الاولى بشكل صحيح من حين لآخر وليس بشكل دائم وهذا بنسبة %74.7.
- 13- نستنتج ان اغلبية المبحوثين لا يجدون صعوبة في حصولهم على الخدمة بنسبة تقدر %53، وهذا اثناء طلبهم للخدمة من المؤسسة، فهذا ما يعني ان المؤسسة حققت معيار تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبون المتعلق بقياس جودة الخدمة.
- 14- اغلبية المبحوثين اجابوا على ان مؤسسة اتصالات الجزائر لا تولي بالاهتمام الشخصي بنسبة تقدر %59 وهذا عند تعاملهم مع المؤسسة.
- 15- نستنتج ان اغلبية المبحوثين قيموا لطريقة تعامل موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر على انها معاملة عملية فقط بنسبة تقدر %62.7، وهذا ما يعني انها حققت نوعا ما معيار الملموسية لقياس جودة الخدمة.
- 16- اغلبية المبحوثين اجابوا على ان موظفو مؤسسة الاتصالات الجزائر لا يمتلكون القدرات الكافية في تقديم الخدمة، فلهم قدرات ضعيفة في التعامل وهذا بنسبة تقدر %75.9، وهذا ما يبين ان المؤسسة لم تحقق معيار الكفاءة المتعلق بقياس جودة الخدمة.
- 17- نستنتج ان المبحوثين قيموا الخدمات التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر على انها خدمات ذات كفاءة عالية وهذا بنسبة %61.4، وهذا ما يعني ان المؤسسة حققت جودة لخدمات بشكل عام.
- 18- نستنتج ان اغلبية المبحوثين لديهم الثقة اثناء تعاملهم مع المؤسسة بنسبة تقدر %73.5 وهذا ما يبين تحقيق المؤسسة لمعيار الثقة والمصادقية في الحكم على جودة الخدمة.
- 19- اغلبية المبحوثين صادفوا مشاكل وعراقيل متعددة اثناء تعاملهم مع المؤسسة بنسبة %73.5، ومعظم المتعاملين أرجعوها الى مشكل التأخر في تلبية الخدمات

- للزبائن وهذا بنسبة %50.6.
- 20- نستنتج ان اغلبية المبحوثين اجابوا على انهم راضين تماما عن خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر وهذا بنسبة %50.6.
- 21- اغلبية المتعاملين مع مؤسسة اتصالات الجزائر يرونا ان اسعار خدمات المؤسسة غير متناسبة بنسبة تقدر %59.
- 22- اغلبية المتعاملين اجابوا حول اختيارهم للتعامل مع مؤسسة اتصالات الجزائر وهو لسبب عدم وجود متعامل اخر بنسبة تقدر %49.4 من الاجابات، وهذا يعود لاحتكار مؤسسة اتصالات الجزائر على سوق اتصالات الهاتف الثابت و ADSL.
- 23- قيم اغلبية المتعاملين لجودة خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر على انها في المستوى المتوسط بنسبة تقدر %59، وهذا ما يبين رضا المتعاملين نوعا ما على جودة الخدمات التي توفرها لهم المؤسسة.
- 24- نستنتج ان معظم المتعاملين اجابوا حول ما يميز خدمات المؤسسة هو اسلوب الموظفين بنسبة تقدر %56.6.
- 25- اغلبية المبحوثين اجابوا حول ما يحتاج للتغيير في خدمات المؤسسة في الدرجة الاولى هي الاسعار وهذا بنسبة تقدر %44.6 من الاجابات.
- 26- نستنتج من اجابات المبحوثين ان اغليبتهم يرونا ان خدمة الانترنت التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر تتسم بالرداءة بنسبة تقدر %55.4 من الاجابات، وارجعوا السبب بالدرجة الاولى حول الانقطاعات المتكررة للانترنت بنسبة %56.6.
- 27- اجاب اغلبية المبحوثين على ان خدمة الجيل الرابع 4G التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر ليست متاحة فعليا بالشكل المطلوب بنسبة تقدر %79.5 من الاجابات.
- 28- نستنتج ان اغلبية المبحوثين من الفئة العمرية المتراوحة (من 18 الى 28 سنة) يفضلون الذهاب للمؤسسة مباشرة بنسبة %21.7 وهذا للتبليغ عن الاعطال والشكاوى،

واما الفئة من المستوى التعليمي الجامعي يفضلون ايضا الذهاب للمؤسسة للتبليغ عن الاعطال بنسبة تقدر %38.6.

29- نستنتج ان اغلبية المبحوثين من الفئة المتعاملة مع المؤسسة اقل من 5 سنوات لاحظوا وجود تغيير في اداء ادارة المؤسسة مقارنة بالإدارة السابقة بنسبة تقدر %41، وهذا ما يؤكد ان المؤسسة تبنت منهج الادارة الالكترونية وتسير وفقه، في حين اغلبية الفئة ذو المستوى الجامعي هم ايضا لاحظوا وجود تغيير في اداء الادارة الحالية بنسبة تقدر %39.8 من الاجابات.

30- نستنتج ان اغلبية المبحوثين من الفئة المتعاملة مع المؤسسة لأقل من 5 سنوات اجابوا على ان اداء ادارة المؤسسة في المستوى الجيد بنسبة تقدر %36.1 من الاجابات، في حين المبحوثين من الفئة العمرية المتراوحة (من 18 الى 28 سنة) اجابوا على ان ادارة المؤسسة في المستوى الجيد بنسبة تقدر %21.7.

31- نستنتج ان اغلبية المبحوثين من الفئة المتعاملة المؤسسة لأقل من 5 سنوات لهم الثقة التامة اثناء تعاملهم مع المؤسسة بنسبة تقدر %39.8، في حين اغلبية المبحوثين من الفئة العمرية المتراوحة (من 29 الى 39 سنة) هم ايضا لهم الثقة التامة اثناء تعاملهم مع المؤسسة بنسبة تقدر %25.3.

32- نستنتج ان اغلبية المبحوثين من الفئة المتعاملة مع المؤسسة لأقل من 5 سنوات قيموا الرد والاستجابة عند طلبهم للخدمة من المؤسسة على انها في المستوى السيء بنسبة تقدر %38.6، وهذا ما يعني ان المؤسسة لم تحقق معيار الاستجابة السريعة في توفير الخدمات لمتعامليها.

33- نستنتج ان اغلبية المبحوثين من كلا الجنسين ذكر وانثى انهم راضين تماما الخدمات التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر بنسبة تقدر %25.3، واما المبحوثين من فئة البطالين فأغليبتهم ايضا راضينا تماما على خدمات المؤسسة، وهذا ما تهدف اليه المؤسسة في تحقيق الرضا لزيائنها.

34- نستنتج ان اغلبية المبحوثين من المستوى التعليمي الجامعي اجابوا على ما يميز خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر يتمثل في اسلوب الموظفين بنسبة تقدر 22.9%، في حين اغلبية اجابات المبحوثين من الفئة العمرية المتراوحة (من 29 الى 39 سنة) هم ايضا يرونا ان ما يميز خدمات المؤسسة هو اسلوب الموظفين بنسبة تقدر 22.9%.

المطلب الثاني: عرض النتائج العامة للدراسة

الإجابة على التساؤل الرئيسي: "كيف ساهمت الادارة الالكترونية بمؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية تيزي وزو في تحقيق كفاءة وفعالية الخدمة المقدمة لمتعاملينا؟"

1- توجيه مؤسسة اتصالات الجزائر نحو النمط الاداري الجديد وبالتالي الاعتماد على الخدمات الالكترونية، ستمكن هذه الادارة الحديثة من توفير الخدمات وتوصيلها بشكل فعال للزبون، وهذا في ظل الاعتماد على موارد بشرية ذات كفاءة ومهارات عالية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، كل هذا ما سيؤدي بالضرورة الى توفير ادارة ذات كفاءة وخدمات ذات فعالية وكفاءة ايضا.

2- اعتماد مؤسسة اتصالات الجزائر على الادارة الالكترونية عزز من زيادة اهتمام المؤسسة بالمتعاملين والتعرف اكثر على احتياجاتهم والأخذ بأرائهم حول نوعية الخدمات المقدمة، فهذا ما يزيد من شعور الزبون باهتمام المؤسسة به وبالتالي زيادة الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمة.

3- تطبيق الادارة الكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر بفرع ولاية تيزي وزو ادى الى حل الكثير من العراقيل التي كانت تواجه المتعاملين في ظل الادارة التقليدية، ومن بين هذه العراقيل البيروقراطية الادارية فبتطبيق هذا النوع من الادارة أسهم بشكل كبير توسيع نطاق الشفافية الادارية.

4- ساهمت الادارة الالكترونية بمؤسسة اتصالات الجزائر بتقريب المؤسسة بمتعاملينا،

وبقائها مع تواصل دائم معهم عبر منصات التواصلية عبر شبكة الانترنت، وبذلك ازلت هذه الادارة الفجوة القائمة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.

الاجابة على التساؤلات الفرعية:

✓التساؤل الاول: ما مدى تطبيق مؤسسة اتصالات الجزائر للإدارة الالكترونية من

منظور الزبائن؟

1-نستنتج ان تطبيق الادارة الالكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر لازال في مراحله الاولى، وهذا ما يعني عدم التحكم الفعلي في هذه الادارة، فقد اشار البروفيسور ايكوفان في هذا الجانب، حيث صرح ان: "رغم وجود بعض الانجازات التي حققتها هذه الادارة الحديثة على مستوى المؤسسات الجزائرية لكن الغاية الاساسية والحقيقية لم تصلها بعد وهذا راجع لعدم التحكم الجيد في هذه التكنولوجيا من جهة وعدم وجود رغبة و ارادة حقيقية في تطبيق هذه التكنولوجيا في الادارة الجزائرية، لأنه لازالت توجد بعض بذور البيروقراطية متجذرة في الادارة الجزائرية وهذا ما لا يسمح بالتجسيد الحقيقي للإدارة الالكترونية."

2-رغم تجسيد الادارة الالكترونية في مؤسسة اتصالات الجزائر لازالت في بداياتها، الا انها في المستوى الجيد وهذا ما اكده المتعاملون، فهي في المستوى المطلوب الذي يرضي العملاء خاصة من حيث الاستجابة السريعة الخدمات، التقليل من الاخطاء، وخاصة تظهر في الشفافية الادارية، حيث اكد البروفيسور ايكوفان¹: "انه يوجد نوع من التغيير مقارنة بالإدارة الكلاسيكية التي كانت تسودها البيروقراطية والتعنت والمشاكل الادارية، فالتغيير يظهر خاصة فيما يتعلق في الشفافية، لان رقمنة الادارة يعني بالضرورة وجود نوع من الشفافية، لان المعلومة تتداول وبالتالي تصبح

¹ - ايكوفان شفيق، مرجع سبق ذكره.

عمومية والتساوي في تقديمها وهذا ما يعني ان لكل شخص له الحق في الاطلاع على المعلومة وبالتالي تسود الشفافية".

✓التساؤل الثاني: هل سعت مؤسسة اتصالات الجزائر على تحقيق ابعاد جودة الخدمة في ظل تطبيقها للإدارة الالكترونية؟

1-نستنتج ان مؤسسة اتصالات الجزائر حققت على العموم ابعاد جودة الخدمة وهذا في ظل تطبيقها للإدارة الالكترونية، ويظهر ذلك في:

*مؤسسة اتصالات الجزائر تقوم بتأدية خدماتها للمرة الاولى بشكل صحيح من حين لآخر، وهذا ما يعني تحقيق معيار الاعتمادية، فتطبيق هذه الادارة غالبا ما تساهم في التقليل من الاخطاء وبذلك تكون درجة عالية من الصحة والدقة في تقديم الخدمة.

*نستنتج ان متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر لا يجدون صعوبة اثناء طلبهم للخدمة، وهذا ما يعني ان المؤسسة حققت معيار تفهم مقدم الخدمة لحاجات الزبون.

*نستنتج ان موظفو مؤسسة اتصالات الجزائر يعاملون الزبائن معاملة عملية بحثا، وهذا ما يبين ان المؤسسة حققت بدرجة متوسطة لمعيار الملموسية.

*نستنتج ان موظفو مؤسسة اتصالات الجزائر لا يمتلكون القدرات الكافية في تقديم الخدمة وهذا ما يتبين ان المؤسسة لم تحقق معيار الكفاءة، وبالتالي تطبيق الادارة الالكترونية يحتاج الى موظفين ذات كفاءة ومتخصصين في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

*نستنتج ان متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر لهم الثقة التامة اثناء تعاملهم مع المؤسسة، وهذا ما يتبين تحقيق المؤسسة لمعيار الثقة والمصادقية.

✓التساؤل الثالث: كيف يقيم متعاملون مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها؟

1-نستنتج ان الخدمات التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر ذات كفاءة وهذا من منظور المتعاملين، باعتبارها المؤسسة الوحيدة والمحتكرة لسوق اتصالات الجزائر سواء

من حيث خدمات الهاتف الثابت او خدمات ADSL، ومن جهة اخرى تعددت الخدمات التي وفرتها المؤسسة بمختلف عروضها ومنتجاتها الجديدة في تقنيات وسائل الاتصال التكنولوجيا الحديثة كخدمة IDOOM FIBRE ذات التدفق العالي للإنترنت، والتي تسعى لنشر هذه الخدمة الجديدة على اوسع نطاق، فمن هنا يظهر تركيز المؤسسة على توفير احسن الخدمات ذات جودة بهدف تحقيق رضا متعاملها.

2- نستنتج ان الخدمات الالكترونية التي وفرتها مؤسسة اتصالات الجزائر في ظل تطبيقها للإدارة الالكترونية بهدف التسهيل مختلف المعاملات مع زبائننا هي ليست في المستوى المطلوب من منظور متعاملها، وهذا يمكن ارجاعه لصعوبة استخدامها ولعدم تعود المتعاملين لمثل هذه الخدمات الجديدة.

✓التساؤل الرابع: ما مستوى رضا المتعاملين مع مؤسسة اتصالات الجزائر عن

الخدمات المقدمة من حيث الكفاءة والفاعلية؟

1- نستنتج ان المتعاملين راضين على العموم بالخدمات التي وفرتها مؤسسة اتصالات الجزائر لكن ليس بالمستوى المطلوب الذي يحقق درجة الكفاءة والفاعلية في توفير الخدمة المطلوبة.

2- نستنتج ان المتعاملين غير راضين عن بعض الخدمات المقدمة كخدمة الانترنت والتي يعانون من الانقطاعات المتكررة وبالتالي عدم رضاهم عن تسعيرات الخدمة رغم تعدد الاشتراكات والعروض بمختلف التسعيرات.

3- ومنه نستنتج ان مؤسسة اتصالات الجزائر حققت رضا متعاملها في جوانب دون الأخرى كتحقيق رضا المتعاملين من حيث جودة الخدمات، توفير الخدمات الالكترونية، ولم تحقق الرضا في جوانب اخرى والتي ذكرناها سابقا، وبالتالي لتحقيق الرضا التام للمتعاملين بدرجة الكفاءة والفاعلية يجب تحقيق رضاهم من حيث كل الجوانب دون اهمال الاخرى.

الخاتمة

الخاتمة:

وفي ختام دراستنا نخلص الى ان مشروع الادارة الالكترونية والذي تبنته الجزائر في مختلف القطاعات ومن بين هذه القطاعات نجد القطاع الخدماتي والذي طرأت عليه العديد من التحولات بفضل الإدارة الإلكترونية، هي بديل جديد في تقديم الخدمة العمومية والتي اسهمت بشكل كبير على توفير الخدمات للمتعاملين بشكل افضل من حيث سرعة الاستجابة وكسب المال والجهد و الدقة في انجاز المعاملات.

تعد دراستنا والتي ناقشت موضوع أثر تطبيق الادارة الالكترونية على جودة الخدمات العمومية في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية تيزي وزو، ضمن البحوث الميدانية والاستكشافية بهدف تقييم أثر تطبيق هذه الادارة على المؤسسة ومدى تطبيقها وبالتالي مدى اسهام هذا التطبيق في تحقيق اهم ابعاد جودة الخدمة بهدف الوصول الى تحقيق رضا الزبائن.

ومن خلال الدراسة التي اجريناها مع متعاملي المؤسسة بولاية تيزي وزو، اتضح ان هذه الاخيرة لازالت لم تطبق هذه الادارة بالشكل الفعلي بمفهومها الكامل ولا زالت في المراحل الاولى من التطبيق الا ان هذا التطبيق الاولي انعكس من خلاله اثار ايجابية فقد بدأت تتضح ملامح هذا التطبيق من خلال تحقيق الاستجابة السريعة للخدمات، والمرونة الكافية في تقديم الخدمات، كما اسهمت هذه الادارة بتقريب المؤسسة بزبائنها بشكل كبير فقد كونت علاقة الكترونية من جهة ومن خلال التحفيز والامتيازات التي وضعتها المؤسسة لمختلف التعاملات الالكترونية التي يقوم بها الزبون من جهة اخرى، وهذا بهدف التشجيع على التعامل الالكتروني، كما ان المؤسسة حققت على العموم جودة الخدمة، فقد اسهم تطبيق هذه الادارة على تحقيق مختلف ابعاد الجودة من معيار الثقة، الاعتمادية، الملموسية، والدقة في تقديم الخدمة، ويبقى تحقيق رضا المتعاملين الرهان الذي لم تستجب له المؤسسة، فلازالت هنالك عراقيل تواجهها وعلى المؤسسة العمل عليها خاصة فيما يتعلق بنوعية الخدمات، وبالتالي المؤسسة لم ترتقي بعد الى درجة كفاءة وفعالية الخدمة المقدمة لمتعاملينا.

التوصيات والاقتراحات:

بناء على النتائج التي تم التوصل اليها من خلال هذه الدراسة، يمكننا صياغة بعض الاقتراحات والتوصيات التي من خلالها يمكن انجاح الادارة الالكترونية كمشروع في مؤسسة اتصالات الجزائر وايصاله الى المستوى الذي تتطلب اليه المؤسسة بغية الارتقاء بمستوى الخدمات المقدمة للمتعاملين، ومن خلاله نذكر اهم هذه التوصيات:

- ضرورة توفر الرغبة الحقيقية من قبل مسؤولي المؤسسة في تجسيد مشروع الادارة الالكترونية بشكل فعلي وتوفير الدعم التنظيمي والدعم المالي خاص بهذا المشروع.
- على المؤسسة تحديد اهدافها بدقة من هذه الادارة الجديدة والتي يجب ان يكون اولها رضا المتعاملين بالدرجة الاولى.
- الزامية تركيز المؤسسة على الادارة الالكترونية فيها تتيح كافة المعلومات للزبائن وبالتالي المتعامل هو ايضا بدوره يبدي رغباته، انشغالاته، ومقترحاته بشكل الكتروني، وهذا مما يمكن من معرفة مستوى الجودة المراد بلوغها.
- القضاء على مشكلة الامية الرقمية من خلال الوعي الالكتروني بالنسبة للمتعاملين من خلال تقديم شروحات تفصيلية حول طرق استعمال الخدمات الالكترونية.
- ضرورة التوافق بين تطبيق الادارة الالكترونية وبين توفير خدمات ذات نوعية، فلا يمكن توفير خدمة الدفع الالكتروني مقابل رداءة خدمة الانترنت، فلا بد من التوافق على كل المستويات من اجل الرضا التام للمتعاملين من جهة وتحقيق جودة الخدمة من جهة اخرى.
- الابتعاد عن التعقيدات المتعلقة بالخدمات الالكترونية من خلال التسهيلات للولوج الى التطبيقات الالكترونية بكل سهولة وامان.
- على موظفي المؤسسة التحلي باللباقة اثناء التعامل مع الزبائن وعدم الاكتفاء بالتعامل العملي فقط فلا بد من اظهار الاهتمام وحسن التعامل والاستقبال، فبلوغ الجودة لا يكفي فقط بتوفير خدمة ذات كفاءة بل تقتصر ايضا على الجانب الانساني في طرق التعامل مع الزبون.

- ضرورة وضع نصوص قانونية تكفل الحق الزبائن اثناء كل تعاملاته الالكترونية مع المؤسسة.

- ضرورة تكثيف المؤسسة للتعاملات الالكترونية مع زبائننا لتعويدهم عليها من جهة ولتفادي ضياع الوقت عند انجاز كل معاملة.

- قدم البروفيسور ايكوفان بعض الاقتراحات للتحسين في تقديم الخدمة العمومية في ظل تطبيق المؤسسات الخدماتية الجزائرية للإدارة الالكترونية:

• **أولاً. تغيير الذهنيات:** أي بمعنى تغيير ذهنيات المسؤولين الذين يسيرون هذه المؤسسات، وبالتالي تغيير هذه الذهنيات سيؤدي الى خلق إرادة ورغبة في تطبيق الإدارة الالكترونية على حقيقتها.

• **ثانياً. الاستثمار الحقيقي في الإدارة الالكترونية:** وذلك ليس فقط بتوفير العتاد الالكتروني، فتوفير المعدات الالكترونية لا يعني بالضرورة تطبيق الإدارة الالكترونية، بل يجب تطبيق كل الشروط التي تستلزمها الإدارة الالكترونية، ففي المؤسسات الخدماتية لتطبيق الإدارة الالكترونية يستلزم تطبيقها بكل شروطها: وجود خدمة الكترونية، طلب الخدمة الكترونياً، الرد على طلب الخدمة الكترونياً، الدفع الالكتروني، طلب شكوى أو استفسار الكترونياً.

• **ثالثاً. تكوين المجتمع الكترونياً:** حتى نستطيع تطبيق الإدارة الالكترونية بحيث اننا نصل الى مجتمع قادر على استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة بشكل عام.

• **رابعاً. الحماية القانونية:** وضع إطار قانوني منظم لهذه العملية تنظيمياً حقيقياً حتى تستطيع المؤسسات ان تخوض غوار هذا المشروع بكامل متطلباته.

قائمة المصادر والمراجع

المراجع باللغة العربية:

أولاً: الكتب:

1. الحسن محمد حسين، الإدارة الإلكترونية المفاهيم-الخصائص-المتطلبات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2011.
2. إسماعيل حسن محمود، مناهج البحث الإعلامي، دار الفكر العربي القاهرة، 2011.
3. قنديلجي عامر إبراهيم، التجارة الإلكترونية وتطبيقاتها، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2015.
4. الجنبهني محمد منير، ممدوح محمد الجنبهني، الشركات الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2005.
5. الضمور حامد هني، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، ط 03، عمان، 2005.
6. القحطاني احمد رايه، النمطية المنهجية في الرسائل الجامعية، (مجلة كلية الخدمة الاجتماعية للدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الفيوم، العدد 20، دس)، القاهرة.
7. العضالية علي محمد، نهي خالد المحارب، أثر تطبيق معايير جودة الخدمات الإلكترونية وأثرها على رضا الطالبات جامعة الأميرة نوره بالمملكة العربية السعودية، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، المجلد 13، العدد 03، الأردن، 2017.
8. العلاق بشير، الادارة الحديثة نظريات ومفاهيم، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
9. المجالي دمثان، أسامة عبد المنعم، التجارة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
10. السويسي دلال، نظام المعلومات كأداة لتحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة الاستشفائية محمد بوضياف، ورقة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم

التسيير، جامعة ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص نظم المعلومات، 2011.

11. الخماسية صدام، الحكومة الالكترونية الطريق نحو الاصلاح الإداري، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن.

12. القدوة محمود، الحكومة الالكترونية الادارة المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2016.

13. ثابت عبد الرحمن إدريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، مفاهيم أساسية وطرق القياس والتقييم، الإسكندرية دار الجامعية، 2006.

14. الضمور حامد هاني، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2005.

15. الأمين محمد بن جدو، دور إدارة الكفاءات في تحقيق استراتيجية التميز، الجزائر، جامعة سطيف1، 2013.

16. العالي شعبان مزهر وشوقي نادي، الإدارة الالكترونية، ط1، دار الثقافة، عمان، الأردن، 2014.

17. بوعافية رشيد، أسس منهجية البحث العلمي في العلوم الاقتصادية وإدارة الأعمال، المكتبة الجزائرية، الجزائر، 2011.

18. بدران عباس، الحكومة الالكترونية من الاستراتيجية الى التطبيق، دار الفارس للنشر والتوزيع، عمان، 2004.

19. حمود كاظم خضير، إدارة الجودة الشاملة، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2000.

20. عقيلي وصفي عمر، المنهجية الكاملة للإدارة والجودة الشاملة، ط1، دار وائل للنشر، عمان، 2001.
21. عبد الله اشيرة لحسن وآخرون، البحث العلمي (مفاهيم أساليب تطبيقات)، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
22. عبد الرزق سالماني علاء، الإدارة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.
23. عبد الرؤوف طارق، الإدارة الالكترونية، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
24. مصطفى ربحي عيان، البيئة الالكترونية، ط1، كلية التخطيط والإدارة، جامعة البلقاء التطبيقية، الأردن، 2012.
25. طهراوي هاني علي، القانون الإداري التنظيم الإداري، النشاطات الإدارية، ط5، عمان الأردن.
26. عبد المحسن الطائي مؤيد نبأ، إمكانية تطبيق الإدارة الرقمية، دار الكتب القانونية، مصر، 2011، ص89. ومحمد محمود المكاوي، الإدارة الالكترونية، دار الفكر، مصر، 2011.
27. عبود نجم نجم، الإدارة الالكترونية، الاستراتيجية والوظائف والمشكلات، دار المريخ للنشر والتوزيع، 2004.
28. عبود نجم، الإدارة والمعرفة الإلكترونية استراتيجية الوظائف والمجالات، دار اليازور للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
29. عبد العزيز، عثمان سعيد، قراءات في اقتصاديات الخدمات والمشروعات العامة دراسة نظرية تطبيقية، ط01، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2000.

30. عماد لبيد، موزاي بلال، الخدمة العمومية الإلكترونية في الجزائر معطيات الواقع ورهانات المستقبل، ط1، المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية، ألمانيا، 2021.

31. غازي عناية، منهجية إعداد البحث العلمي، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2008.

32. غنيم محمد احمد، الادارة الكترونية افاق الحاضر وتطلعات المستقبل، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

33. ياسين غالب سعد، الإدارة الالكترونية وأفاق تطبيقها، الإدارة العامة للنشر والتوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2005.

34. هاني علي طهراوي، القانون الإداري التنظيم الإداري، النشاطات الإدارية، عمان

ثانيا: المذكرات والأطروحات:

1. العريشي محمد، محمد ابن سعيد، الإدارة العامة للتربية والتعليم بالعاصمة المقدسة بنين، رسالة ماجستير في الإدارة التربوية والتخطيط، قسم إدارة التربية والتخطيط، كلية التربية، جامعة أم القرى، المملكة العربية السعودية، 2001.

2. الزهرة الأصولي، النظام القانوني للعقد الالكتروني، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 2008/2007.

3. بوزكري جلاي، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وأفاق، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2016/2015.

4. سلوى نايل، سيد احمد احمد، جودة الخدمات التأمينية وأثرها على الرضا الزبون، رسالة ماجستير، جامعة نور الهدى محمدين، 2006، ص36.

5. عبد الله علي، أثر البيئة التسويقية على أداء المؤسسات العمومية الاقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001.
6. عمر بوبراس، علاقة إدارة المجلس الشعبي البلدي وأثارها على الخدمة العمومية والتنمية المحلية، رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2012.
7. عاشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة للحصول على شهادة الماجستير في العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2010/2009.
8. عوض حسنا ساري، معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعات الفلسطينية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الدراسات التربوية، الجامعة الإسلامية فلسطين، غزة، 2011.
9. نهاد قنان، المفهوم الأوربي للخدمة العامة وتأثيره على المرفق العام العمومي في الجزائر، مذكرة لنيل ماجستير جامعة قسنطينة، 2013.
10. نور الدين برنان، جودة الخدمة وأثرها على رضا العملاء، مذكرة شهادة ماجستير، تخصص علوم التسيير، جامعة جامعة الخليل، كلية الدراسات العليا وكلية التمويل والإدارة، برنامج الماجستير في إدارة الأعمال، فلسطين 2014.

ثالثا: المقالات والمجلات:

1. احمد حسين علاء، صدام حسين علي، مدى توفر متطلبات الاستعداد للتحويل نحو الإدارة الإلكترونية، تنمية الرافدين، مجلد 33، العدد 104، جامعة الموصل، العراق، 2011.

2. أبو عاشور خليفة مصطفى، ديانا جميل النمري، مستوى تطبيق الإدارة الإلكترونية في جامعة اليرموك، (المجلة الأردنية في العلوم التربوية، العدد 02، المجلد 09، 2013، جامعة اليرموك، 2013)، الأردن.
3. امال سي موسى، مساهمة تكنولوجيا الاتصال وادارة المعرفة في ترقية الخدمة العمومية دراسة حالة بلدية وزرة، (مجلة الدراسات الاعلامية دورية دولية محكمة، العدد 05، 2018)، ألمانيا.
4. سفيان ريميلوي، عصنة الخدمة العمومية المحلية: دراسة في الاليات والتحديات، (مجلة دفاثر السياسة والقانون، المجلد 13، العدد 03، 2021)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة لونيبي علي البلدية 02، الجزائر.
5. عبد الله لعور، عبد الرزاق كبوط، العلاقة بين النقود الإلكترونية، العملات الرقمية، العملات الافتراضية والعملات المشفرة: البحث في المفهوم، (مجلة الاقتصاد الصناعي خزارتك، المجلد 11، العدد 02، 2021)، الجزائر.
6. علال قاشي، استخدم تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمة العمومية، (المجلة الأكاديمية للبحوث القانونية والسياسية، المجلد 03، العدد 02، سبتمبر 2019)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة عمار تليجي الاغواط، الجزائر.
7. عبد الجليل طواهرير، قوارح اليامنة، دور عصنة الخدمة العمومية في تحسين أداء المورد البشري بقطاع الجمعات المحلية ورقلة، (مجلة بحوث الاقتصاد والمناجمنت، المجلد 01، العدد 02، ديسمبر 2020)، جامعة قصدي مرياح ورقلة، الجزائر.
8. علي حسين بكير، المفهوم الشامل لتطبيق الإدارة الإلكترونية، (مجلة آراء حول الخليج للأبحاث، العدد 23، مركز الخليج للأبحاث، 2006)، الإمارات، ص 21.

9. زين الدين فريد، إدارة للجودة الشاملة ازو، (مجلة البحوث التجارية، زقازيق، العدد 01)، جانفي 1995.

10. لامية طالة، الإدارة الالكترونية وعصرنة الخدمة العمومية: خيار تكنولوجي استراتيجي للإصلاح الإداري، (مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، مجلد 04، العدد 02، ديسمبر 2020)، كلية علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

11. محمد غربي، الديمقراطية والحكم الراشد رهانات المشاركة السياسية وتحقيق التنمية، (مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص، افريل 2011)، الجزائر.

12. كافية عبدوني، حميد ابن حجلة، الإدارة الالكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها (واقع وآفاق)، (مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية والإدارية، العدد 02، ديسمبر 2007)، جامعة عباس لغرور خنشلة، الجزائر.

رابعاً: المقابلات الشخصية:

1. ايكوفان شفيق، بروفيسور وأستاذ محاضر، فرع علوم الاعلام والاتصال، متخصص في مجتمع المعلومات، قسم العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة مولود معمري تامدة، تاريخ اجراء المقابلة: 4 جويلية 2022، على الساعة: 10:39.

المراجع باللغة الاجنبية:

1. Philip kotler, **Marketing management**, 13ème édition, Pearson éducation, Paris, 2009, p52.

المواقع الالكترونية:

<https://www.asjp.cerist.dz>

saff.univ-batna2.dz

www.manaraa.com

<https://www.univ-chlef.dz>

<https://www.cordial.fr>

<https://www.hopital-dz>

<https://www.abahe.co.UK>

<https://client.at.dz/ar>

<https://www.facebook.com/AlgerieTelecom>

الملاحق

ملحق رقم 01: الاستبيان

جامعة مولود معمري تيزي وزو
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية
فرع علوم الاعلام والاتصال



استمارة الاستبيان

حول موضوع:

أثر تطبيق الإدارة الالكترونية على جودة الخدمات بمؤسسة اتصالات الجزائر
-دراسة وصفية تحليلية لعينة من زبائن المؤسسة
بولاية تيزي وزو

في إطار التحضير لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال تنظيمي

نهدف من خلال هذه الاستمارة الى جمع البيانات والمعلومات لدراسة أثر الإدارة الالكترونية على جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر لزبائننا.

ولإتمام البحث والتوصل لنتائج علمية وتحليلها وتفسيرها، نرجو منكم التنسيق والتعاون معنا للإجابة على الأسئلة، علما أن المعلومات ستحظى بالسرية التامة ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي، وفي الأخير نتقدم اليكم بخالص الشكر والتقدير.

المطلوب منكم:

1-القرأة المتأنية لكل سؤال.

2-وضع علامة (x) في الخانة التي تعبر عن وجهة نظرکم.

تحت إشراف الأستاذة:

أمينة شلابي

من إعداد الطالبين:

- نبيل أوهاب

- لونس سعدي

السنة الجامعية: 2021-2022

الجزء الأول: البيانات الشخصية

1-الجنس:

ذكر أنثى

2-السن:

من 18 سنة إلى 28 سنة من 29 سنة إلى 39 سنة من 40 سنة إلى 49 سنة
من 50 سنة فما فوق

3-المستوى التعليمي:

دون مستوى ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
دراسات عليا

4-الوضع المهني:

موظف بطل

5-مكان السكن:

داخل المدينة ضواحي المدينة

6-عدد سنوات التعامل مع المؤسسة:

.....سنة

المحور الأول: تطبيق مؤسسة اتصالات الجزائر للإدارة الالكترونية من منظور المبحوثين

7-هل مؤسسة اتصال الجزائر في اتصال مستمر معك:

دائما أحيانا نادرا ابدا

*إذا كانت اجابتك "دائما" أو "أحيانا"، ما طبيعة هذا الاتصال:

للتعريف بخدماتها لاطلاعكم على خدمات جديدة لرصد آراءكم
لأخذ اقتراحاتكم

8-كيف يتم التواصل معك عادة من طرف المؤسسة:

الهاتف ظرف بريدي E-mail

وسيلة أخرى، يرجى ذكرها.....

9-في حال وجود مشاكل أو اعطال هل يتم اعلامك:

هاتفيا رسالة قصيرة (sms) صفحة الفايسبوك موقعها الالكتروني
لا يتم اعلامك

10- هل يتم حل العطل فورا:

نعم أحيانا لا

11- ماهي الوسيلة التي تعتمد عليها لتبليغك عن الأعطال أو تقديم الشكاوى:

الذهاب للمؤسسة الاتصال هاتفيا صفحة الفايسبوك الموقع الالكتروني

12- هل تعتمد على خدمات الدفع الالكتروني:

نعم أحيانا لا

*إذا كانت اجابتك "لا" هل يعود السبب:

قلة الثقة صعوبة في الاستخدام عدم التعود غياب التشجيع على الاستخدام
عدم وجود معلومات كافية حول الاستخدام

سبب اخر، يرجى ذكره.....

13- ماهي وسيلة الدفع الالكترونية التي تعتمد عليها في عملية التعبئة:

بطاقة IDOOM البطاقة الذهبية تطبيق BARIDI MOB عبر فضاء الزبون

14- ماهو تقييمك للخدمات الالكترونية التي توفرها لك المؤسسة:

جيدة جدا جيدة متوسطة سيئة سيئة جدا

15- من خلال تعاملك مع المؤسسة هل لاحظت وجود تغيير أو تجديد في أداء الإدارة الحالية مقارنة بالإدارة السابقة:

نعم لاحظت لاحظت نوعا ما لم ألاحظ

*إذا كانت اجابتك "نعم لاحظت" أو "لاحظت نوعا ما" في أي جانب لاحظت التغيير:

الاستجابة السريعة للخدمات الدقة في انجاز الخدمة التقليل من الأخطاء

أخرى، يرجى ذكرها.....

16- كيف تقم أداء الإدارة الحالية:

ممتاز جيد متوسط ضعيف

المحور الثاني: تحقيق ابعاد جودة الخدمة من قبل مؤسسة اتصالات الجزائر

17- كيف تقم الرد والاستجابة عند طلبك للخدمة من المؤسسة:

سريعة متوسطة بطيئة

18- هل تؤدي المؤسسة خدماتها في المرة الأولى بشكل صحيح:

نعم أحيانا لا

19- هل تجد صعوبة في حصولك على الخدمة من طرف المؤسسة:

نعم لا

20- هل تولي المؤسسة الاهتمام الشخصي عند التعامل معك:

نعم لا

21- كيف يتعامل معك موظفو المؤسسة:

معاملة فائقة الاحترام معاملة عملية فقط معاملة دون المستوى

22- هل يمتلك موظفو المؤسسة قدرات في تقديم الخدمة والتعامل معك:

قدرات ذات كفاءة قدرات متوسطة قدرات ضعيفة

23- كيف تقيم الخدمات التي توفرها المؤسسة:

خدمات ذات كفاءة عالية خدمات ذات كفاءة متوسطة خدمات عادية

خدمات رديئة

24- هل لديك الثقة التامة اثناء تعاملك مع المؤسسة:

نعم لا

25- هل صادفت أي نوع من المشاكل أثناء تعاملك مع المؤسسة:

نعم لا

* إذا كانت اجابتك "نعم" يرجى ذكرها إن أمكن.....

.....

المحور الثالث: رأي المبحوثين حول جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر

26- ما مدى رضاك عن خدمات المؤسسة:

راضي تماما راضي نوعا ما غير راضي غير راضي تماما

* إذا كانت اجابتك "غير راضي" أو "غير راضي تماما" يرجى ذكر السبب.....

.....

27- في رأيك هل التسعيرات متناسبة مع الخدمات التي تقدمها المؤسسة:

متناسبة غير متناسبة

28-ماهو سبب اختيارك للتعامل مع مؤسسة اتصالات الجزائر:

جودة الخدمة الأسعار مناسبة لا يوجد متعامل اخر

سبب اخر، يرجى ذكره.....

29-كيف تقيم جودة خدمات المؤسسة بشكل عام:

ممتازة جيدة متوسطة ضعيفة

30-في رأيك ما الذي يميز خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر:

الأسعار الجودة أسلوب الموظفين اهتمامها بالمتعاملين ورضاهم

جودة الاتصال عامل آخر، يرجى ذكره.....

31-في رأيك ما الذي يحتاج للتغيير في خدمات المؤسسة:

الأسعار الجودة أسلوب الموظفين أسلوب التعامل مع الزبائن

جودة الاتصال عامل آخر، يرجى ذكره.....

32-هل تتسم خدمة الانترنت التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بالرداءة:

نعم لا

*اذا كانت اجابتك "نعم" هل يعود السبب:

الانقطاعات المتكررة عدم تغطية لشبكة الانترنت في كل النواحي

تسعيرات الانترنت ذات التدفق العالي لا تناسبك كلها

سبب اخر، يرجى ذكره.....

33-هل خدمة الجيل الرابع 4G التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر متاحة فعليا بالشكل

المطلوب:

نعم لا

34-من خلال تعاملاتك مع مؤسسة اتصالات الجزائر ماهي العيوب والنقائص التي لاحظتها:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

الملحق رقم 02: دليل المقابلة

أسئلة المقابلة

مقابلة مع البروفيسور: ايكوفان شفيق

أستاذ محاضر: بكلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة مولود معمري "تامدة"

فرع: علوم الاعلام والاتصال

متخصص في: مجتمع المعلومات

تاريخ اجراء المقابلة: 4 جويلية 2022

الساعة: 10:39

مكان إجراء المقابلة: مكتب البروفيسور

تساؤلات المقابلة حول موضوع: اثر تطبيق الإدارة الالكترونية على جودة الخدمات بمؤسسة اتصالات الجزائر - دراسة وصفية تحليلية لعينة من زبائن المؤسسة -

- ✓ بشكل عام ما هو مفهوم الإدارة الالكترونية وما علاقتها في التحسين من جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات؟
- ✓ في رأيكم هل المؤسسات الجزائرية من بينها المؤسسات الخدماتية تبنت بشكل فعلي نظام الإدارة الالكترونية؟
- ✓ هل تبني المؤسسات الجزائرية للإدارة الالكترونية ساهم في تحقيق الجودة من حيث الكفاءة والفعالية في تقديم الخدمات لمواطنيها؟
- ✓ كخبير في مجتمع المعلومات في رأيكم ماهي المعوقات التي تعرقل تطبيق الإدارة الالكترونية في المؤسسات الجزائرية؟
- ✓ ماهي الاقتراحات التي تقدمونها للتحسين في تقديم الخدمات في ظل تطبيق المؤسسات الجزائرية الخدماتية للإدارة الالكترونية؟

شكرا لكم أستاذ على تعاونكم معنا.

الملحق رقم 03: منشور عبر صفحة الفيسبوك التابعة لمؤسسة اتصالات الجزائر
يبين تحصل المؤسسة على وسم جودة الاستقبال



يسرنا أن نكون أول مؤسسة جزائرية متحصلة على وسم
جودة الاستقبال "Fikhidmatikoum" ،
هذا الاستحقاق الاستثنائي أتى بعد التدقيق الذي أجراه
المعهد الجزائري للتقييس على مستوى 5 وكالات تجارية
لاتصالات الجزائر والتي استجابت للمعايير الأربعة عشر
(14) الخاصة بشروط استقبال الزبائن و التكفل بهم،
المحددة من طرف نفس المعهد.
ونسعى من جهتنا لتعميم هذا التوسيم تدريجيا على مستوى
كافة وكالاتنا التجارية، تأكيداً لغايتنا في تحسين الخدمة و
تطويرها لترقى لتطلعاتكم



فهرس الجداول:

فهرس الجداول:

الرقم	العنوان	الصفحة
1	الفروقات بين الإدارة التقليدية والإدارة الالكترونية	39
2	التخطيط التقليدي والتخطيط الالكتروني	46
3	معايير قياس جودة الخدمة العمومية	91
4	توزيع أفراد العينة حسب معيار الجنس	110
5	توزيع أفراد العينة حسب معيار السن	110
6	توزيع أفراد العينة حسب معيار المستوى التعليمي	111
7	توزيع افراد العينة حسب الوضع المهني	112
8	توزيع افراد العينة حسب مكان السكن	112
9	توزيع افراد العينة حسب عدد سنوات التعامل مع المؤسسة	113
10	قياس مدى استمرارية اتصال مؤسسة اتصالات الجزائر بزبائنها	114
11	طبيعة الاتصال للمبحوثين الذين اجابوا با "دائما" أو "أحيانا"	115
12	وسيلة الاتصال التي تعتمد عليها المؤسسة من منظور المتعاملين	116
13	الوسيلة المعتمد عليها للتبليغ في حال وجود مشاكل أو اعطال	118
14	قياس مدى فورية حل العطل من منظور المتعاملين	119
15	الوسيلة التي يعتمد عليها الزبائن للتبليغ عن الأعطال	120
16	قياس مدى اعتماد المتعاملين لخدمات الدفع الالكتروني التي وفرتها المؤسسة	121
17	يوضح سبب إجابة فئة من المتعاملين با "ابدا"	123
18	وسائل الدفع الالكترونية المعتمد عليها في عملية التعبئة	124
19	تقييم متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر لخدماتها الالكترونية	125
20	ملاحظة متعاملين مؤسسة اتصالات الجزائر لوجود تغيير أو تجديد في أداء الإدارة الحالية مقارنة بالإدارة السابقة	127
21	الجوانب التي لوحظ فيه التغيير في أداء الإدارة الحالية	128

فهرس الجداول:

129	تقييم المتعاملين لأداء إدارة مؤسسة اتصالات الجزائر	22
131	تقييم المتعاملين على الرد والاستجابة عند طلبهم للخدمة من مؤسسة اتصالات الجزائر	23
132	تقييم المتعاملين في تأدية مؤسسة اتصالات الجزائر لخدماتها في المرة الأولى بشكل صحيح	24
133	تقييم المتعاملين في صعوبة حصولهم على الخدمة من طرف مؤسسة	25
134	تقييم المتعاملين للاهتمام الشخصي الذي توليه المؤسسة عند تعاملهم معها	26
136	تقييم متعاملين مؤسسة اتصالات الجزائر لطريقة تعامل الموظفين	27
137	تقييم المتعاملين لقدرات موظفو المؤسسة في تقديم الخدمة	28
138	تقييم المتعاملين للخدمات التي توفرها المؤسسة	29
140	مدى تحقيق معيار الثقة التامة خلال تعامل الزبائن مع مؤسسة اتصالات الجزائر	30
141	مصادفة المتعاملين لأي نوع من المشاكل أثناء تعاملهم مع المؤسسة	31
142	أنواع المشاكل التي صادفها متعاملي مؤسسة اتصالات الجزائر	32
143	مدى رضا المتعاملين عن خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر	33
145	تقييم المتعاملين في تناسبية التسعيرات مع الخدمات التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر	34
146	أسباب اختيار المبحوثين للتعامل مع مؤسسة اتصالات الجزائر	35
148	تقييم المتعاملين لجودة خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر	36
149	ما يميز خدمات المؤسسة من منظور متعاملها	37
150	ما يحتاج للتغيير في خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر من وجهة نظر متعاملها	38

فهرس الجداول:

152	رأي المتعاملين حول خدمة الانترنت التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر إن كانت تتسم بالرداءة	39
153	يفسر تعليل المتعاملين الذين اجابوا "بنعم" حول رداءة الأنترنت	40
154	تقييم المتعاملين لخدمة الجيل الرابع 4G التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر إن كانت متاحة فعليا بالشكل المطلوب	41
156	الوسيلة المعتمدة من قبل المبحوثين للتبليغ عن الأعطال والشكاوى حسب متغيرين السن والمستوى التعليمي	42
160	إجابة المبحوثين حول وجود تغيير او تجديد في أداء الإدارة الحالية مقارنة بالإدارة السابقة على أساس متغيرين عدد سنوات التعامل مع المؤسسة والمستوى التعليمي	43
164	تقييم المبحوثين لأداء إدارة مؤسسة اتصالات الجزائر على أساس المتغيرين عدد سنوات التعامل والسن	44
168	رأي المبحوثين حول وجود ثقة تامة أثناء التعامل مع المؤسسة وعلاقته بمتغير عدد سنوات التعامل مع المؤسسة ومتغير السن	45
172	اجابات المبحوثين حول تقييم الرد والاستجابة عند طلبهم للخدمة من المؤسسة على اساس عدد سنوات التعامل مع المؤسسة	46
175	إجابات المبحوثين حول مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة وهذا على أساس متغير الجنس والوضع المهني	47
178	إجابات المبحوثين حول ما يميز خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر وهذا على أساس متغير المستوى التعليمي والسن	48

الصفحة	العنوان	الرقم
48	الوحدات الإدارية الجديدة في التنظيم الالكتروني	1
52	أهداف الإدارة الإلكترونية	2
54	عناصر الإدارة الالكترونية	3
57	مراحل التحول نحو الإدارة الإلكترونية	4
77	مصطلح العصرنة في الأداء العمومي	5
81	إمكانيات الخدمة العامة الرقمية المعاصرة	6

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
-	شكر وتقدير
-	الإهداء
-	ملخص الدراسة
أ- ب	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
12	1. إشكالية الدراسة
14	2. أسباب اختيار الموضوع
15	3. أهداف الدراسة
15	4. أهمية الدراسة
16	5. تحديد المفاهيم والمصطلحات
20	6. منهج الدراسة وأدواته
24	7. مجتمع البحث وعينة الدراسة
25	8. الدراسات السابقة
الفصل الأول: المدخل النظري للإدارة الإلكترونية	
36	المبحث الأول: مدخل الى الإدارة الالكترونية
36	المطلب الأول: نشأة الإدارة الالكترونية
37	المطلب الثاني: مفهوم الإدارة الالكترونية
38	المطلب الثالث: الفرق بين الإدارة الالكترونية والادارة التقليدية
39	المطلب الرابع: خصائص الادارة الالكترونية

41	المبحث الثاني: أساسيات الادارة الالكترونية
41	المطلب الأول: مبادئ الإدارة الالكترونية
43	المطلب الثاني: متطلبات الادارة الالكترونية
45	المطلب الثالث: وظائف الادارة الالكترونية
51	المطلب الرابع: أهداف الإدارة الالكترونية
53	المبحث الثالث: منهجية تطبيق الإدارة الإلكترونية
53	المطلب الأول: عناصر الإدارة الالكترونية
55	المطلب الثاني: مجالات تطبيق الإدارة الإلكترونية
56	المطلب الثالث: مراحل التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكتروني
57	المطلب الرابع: تقييم الإدارة الإلكترونية
الفصل الثاني: عصرنة الخدمة العمومية في ظل تطبيق الإدارة الالكترونية	
64	المبحث الأول: ماهية الخدمة العمومية
64	المطلب الأول: مفهوم وخصائص الخدمة العمومية
67	المطلب الثاني: انواع ومعايير الخدمة العمومية
70	المطلب الثالث: مبادئ الخدمة العمومية والعراقيل التي تواجهها
73	المطلب الرابع: عناصر وامتدادات فكرة تحسين الخدمة العمومية
75	المبحث الثاني: عصرنة الخدمة العمومية
75	المطلب الأول: مفهوم عصرنة الخدمة العمومية
78	المطلب الثاني: اهمية عصرنة الخدمة العمومية

79	المطلب الثالث: أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة العمومية وعصرنته
81	المطلب الرابع: اساليب تقديم الخدمات العمومية الالكترونية المعاصرة
84	المبحث الثالث: الإدارة الإلكترونية كألية لتحسين جودة الخدمة العمومية
85	المطلب الأول: مفهوم جودة الخدمة العمومية
85	المطلب الثاني: نماذج تقييم جودة الخدمة العمومية
87	المطلب الثالث: دور الإدارة الإلكترونية في زيادة كفاءة وفعالية الخدمة العمومية
88	المطلب الرابع: معايير قياس جودة الخدمة العمومية
الإطار التطبيقي للدراسة	
95	المبحث الأول: نبذة شاملة عن مؤسسة اتصالات الجزائر
95	المطلب الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر
96	المطلب الثاني: مهام وأهداف مؤسسة اتصالات الجزائر
98	المطلب الثالث: الخدمات التي توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر
108	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتحليلها
108	المطلب الأول: عرض تحليل البيانات الشخصية والجدول البسيطة
155	المطلب الثاني: عرض تحليل الجداول المركبة
182	المبحث الثالث: عرض النتائج الجزئية والعامه للدراسة
182	المطلب الأول: عرض النتائج الجزئية للدراسة
187	المطلب الثاني: عرض النتائج العامة للدراسة
192	الخاتمة

مفهرس المحتويات

-	التوصيات والاقتراحات
-	قائمة المصادر والمراجع
-	الملاحق
-	فهرس الجداول
-	فهرس الأشكال
-	فهرس المحتويات