



وزارة التعليم العالي والبحث
العلمي



جامعة الشاذلي بن جديد – الطارف-

UNIVERSITE CHADLI BENDJEDID – EL- Taref-

كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

Faculté des Sciences Economiques, Commerciales et Sciences de Gestion

السنة الجامعية: 2024/2023

الرقم التسلسلي:

قسم: علوم التسيير

مذكرة مقدمة في إطار متطلبات نيل شهادة الماستر
تحت عنوان:

مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين
الخدمات
- دراسة حالة -

تخصص: إدارة إستراتيجية

تحت إشراف:

د/ لونييسي محمد

من إعداد الطلبة:

— صايفية نسمة

— سعيدي سوهيلة

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات دراسة حالة شركة اتصالات الجزائر بالطارف، حيث تم الوقوف على مختلف جوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والخدمات على حد سواء الجانب النظري للبحث، كما شملت لدراسة استطلاع آراء عينة عشوائية مكونة من اثنان وثلاثون (32) موظفا ينتمون للشركة محل الدراسة، وهذا في إطار الدراسة القياسية من خلال الاستبيان الموجه لهذه العينة، وتحليل المعطيات المحصل عليها في البرنامج الإحصائي SPSS وصولا لتحديد صحة أو نفي فرضيات الدراسة.

وقد خلصت الدراسة إلى وجود مساهمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في الشركة محل الدراسة بصفة خاصة، وهذا من خلال ما تتمتع به تكنولوجيا المعلومات والاتصال من مرونة وحداثة في إطار الخدمات، مما يجعلها قادرة على المساهمة في تحسين هذه الخدمات.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، المعلومات، تكنولوجيا المعلومات، الاتصال، الخدمات، جودة الخدمة.

résumé

Cette étude visait à mettre en évidence la contribution des technologies de l'information et de la communication à l'amélioration des services, une étude de cas de la société Algérie Télécom à Al-Tarf, où ont été examinés divers aspects liés aux technologies et aux services de l'information et de la communication, tant du côté théorique de la recherche. , et il a également été inclus pour l'étude de sonder les opinions d'un échantillon aléatoire de trente-deux (32) Un employé appartenant à l'entreprise étudiée, et cela dans le cadre de l'étude standard à travers le questionnaire adressé à cet échantillon , et l'analyse des données obtenues dans le programme statistique SPSS afin de déterminer la validité ou le refus des hypothèses de l'étude.

L'étude conclut que les technologies de l'information et de la communication contribuent à l'amélioration des services dans l'entreprise étudiée en particulier, et cela grâce à la flexibilité et à la modernité dont bénéficient les technologies de l'information et de la communication dans le cadre des services, ce qui les rend capables de contribuer à l'amélioration de ces services.

Mots clés : technologies de l'information et de la communication, information, technologie de l'information, communication, services, qualité de service.

الإهداء

قال تعالى: "ربي اوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين".

الحمد لله الذي أعانني على إتمام هذا العمل

أهدى عملي هذا إلى الغالية التي ربت وكبرت وسهرت الليالي لأجلنا أُمِّي "هاشمي حورية" أطال الله في عمرها، وإلى من تعب وثابر لأجلنا أبي "صايفية حواس" رحمه الله وأدخله فسيح جنانه إلى من كانوا سنداً لي أخوتي "نجوى، سارة، أسامة" حفظهم الله وإلى أختي الصغيرة الغالية "حبيبة" رحمها الله إلى الغالية زوجة أخي "ريم" وابنته الغالية "حنين"

إلى صديقتي الغوالي "حياة، جودة، إيمان، زهرة، غادة"، وإلى كل زملائي في العمل بخزينة عن غسل إلى كل من شاركت معهم أجمل اللحظات إلى كل من ملئ قلبي ولم يسعه قلبي إلى كل قارئ لهذه الأسطر

صايفية نسمة

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي التي تمنيت إهدائها وتقديمها في احلي طبق
إلى التي حملتني وهنا على وهن، إلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها، من علمتني معنى
الصبر وعانت الصعاب لأصل إلى ما أنا فيه، وعندما تكسوبي الهموم أسبح في بحر حنانها ليخفف من الآلام
إلى عظيمة هي أمي ثم أمي ثم أمي متمنيتا رضاك عني، وأتمنى أن أكون قد حققت حلمك في إتمام مشواري
العلمي بنجاح حفظها الله وأمد في عمرها
كما أهدى أيضا إلى سبب وجودي في الحياة الذي تعب وكد وجد لأجلنا والدي الحبيب لك كل التجلي
والاحترام والتقدير، متمنيتا أن أكون البنت الصالحة التي ترفع اسمك حفظك الله وأمد في عمرك
إلى من تقاسموا معي الحلو والمر وسندي في الحياة إخوتي وأخواتي الأعزاء كل باسمه
إلى رمز البراءة أبناء إخوتي
إلى كل زميلات وزملائي في العمل بجامعة الشاذلي بن جديد الطارف
إلى كل من ارتبطت بيني وبينهم مودة
إلى كل من سقط اسمه مني سهوا معذرة
إلى كلب هؤلاء اهدي ثمرة جهدي

سعيدى سوهيلة

شكر وعرفان

قال الله تعالى: "الذين إن مكنهم في الأرض أقاموا الصلاة وءاتوا الزكاة وأمروا بالمعروف ونهوا عن المنكر والله عاقبة

الأمر". سورة الحج الآية 41

قبل كل شيء الحمد لله حمدا كثيرا طيبا، فالشكر لله تعالى على توفيقه لنا نحمده ونشكره شكرا كثيرا على توفيقه لنا لإتمام هذه الدراسة.

فسبحان الله لا إله إلا هو العليم الحكيم

والصلاة والسلام على سيدنا محمد صلوات الله والسلام عليه

نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الأستاذ المشرف، الدكتور "لوني سي محمد" الذي أمطر علينا بنصائح وتوجيهاته

لضمان السير الحسن لهذا العمل الموقر جزاه الله كل خير

كما نتوجه بفائق الشكر إلى أعضاء اللجنة المناقشة لقبولهم مناقشة هذا العمل

كما نشكر كل من ساهم في المساعدة لإنجاز هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد.

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
(07)	مكونات تكنولوجيا المعلومات	الشكل رقم 1-1
(46)	زهرة الخدمة	الشكل رقم 1-2
(50)	دورة حياة الخدمة	الشكل رقم 2-2
(71)	الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر للمديريات الإقليمية	الشكل رقم 1-3
(72)	الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر بالطارف	الشكل رقم 2-3
(75)	دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب الجنس	الشكل رقم 3-3
(76)	أعمدة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب السن	الشكل رقم 4-3
(77)	دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي	الشكل رقم 5-3
(78)	أعمدة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب المستوى الوظيفي	الشكل رقم 6-3
(79)	دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب الخبرة	الشكل رقم 7-3
(93)	يمثل الشكل الانتشاري لمدى مساهمة المشاريع المبتكرة في تحقيق التنمية الاقتصادية	الشكل رقم 8-3

قائمة الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول رقم 1-1	التطور المتزامن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال	(03)
جدول رقم 2-1	تصنيف حسب معيار تسيير وقت المعلومة	(23)
جدول رقم 3-1	تصنيف حسب دراسة France Télécom	(23)
جدول رقم 1-3	يوضح مستويات معامل ألفا كرونباخ	(74)
جدول رقم 2-3	صحة الاستبيان	(74)
جدول رقم 3-3	توزيع مفردات العينة حسب الجنس	(75)
جدول رقم 4-3	توزيع مفردات العينة حسب السن	(76)
جدول رقم 5-3	توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي	(76)
جدول رقم 6-3	توزيع مفردات العينة حسب المستوى الوظيفي	(77)
جدول رقم 7-3	توزيع مفردات العينة حسب الخبرة	(78)
جدول رقم 8-3	جدول ليكارت الخماسي	(79)
جدول رقم 9-3	يوضح إجابات أسئلة الاستبيان ودلائلهم	(80)
جدول رقم 10-3	معامل الثبات والصدق لمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات	(80)
جدول رقم 11-3	اختبار التوزيع الطبيعي (Kolomogorov – Smirnov test)	(81)
جدول رقم 12-3	الوسيط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد الموارد الأخرى	(81)
جدول رقم 13-3	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد الأجهزة والمعدات	(83)
جدول رقم 14-3	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد البرمجيات	(85)
جدول رقم 15-3	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات البعد جودة الخدمة	(87)
جدول رقم 16-3	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد تسهيلات الخدمة	(88)
جدول رقم 17-3	الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات البعد ضمانات الخدمة	(90)
جدول رقم 18-3	يبين الانحدار الخطي البسيط	(92)
جدول رقم 19-3	يبين تحليل تباين الانحدار ANOVA	(94)
جدول رقم 20-3	يبين معاملات الارتباط	(95)
جدول رقم 21-3	يوضح مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة	(96)
جدول رقم 22-3	دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسهيلات الخدمة	(96)
جدول رقم 23-3	يوضح مدى تمكين تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة	(97)

(97)	يوضح اختبار صحة الاستبيان	جدول رقم 3-24
------	---------------------------	---------------

الصفحة	المحتوى
I	ملخص
II	Abstract
III	إهداء
V	شكر وعرفان
VI	قائمة الأشكال
VII	قائمة الجداول
VIII	فهرس المحتويات
أ - د	مقدمة
(1- 38)	الفصل الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال
(02)	تمهيد الفصل الأول
(03)	المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(03)	المطلب الأول: تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(06)	المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(12)	المطلب الثالث: أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(14)	المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة
(14)	المطلب الأول: مكونات وأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(22)	المطلب الثاني: أنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(26)	المطلب الثالث: عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(30)	المبحث الثالث: مميزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(30)	المطلب الأول: وظائف واستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(34)	المطلب الثاني: أثر ومتطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(37)	المطلب الثالث: صعوبات الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال
(38)	خلاصة الفصل الأول
(39-65)	الفصل الثاني: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات
(40)	تمهيد الفصل الثاني
(41)	المبحث الأول: ماهية الخدمة

(41)	المطلب الأول: مفهوم الخدمة وأهمية التجربة فيها
(43)	المطلب الثاني: أبعاد ومختلف أنواع وتصنيفات الخدمة
(48)	المطلب الثالث: المزيج التسويقي للخدمة ودورة حياتها
(52)	المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمة
(52)	المطلب الأول: تعريف جودة الخدمة
(54)	المطلب الثاني: أبعاد وأنواع وخطوات تحقيق جودة الخدمة
(56)	المطلب الثالث: نماذج ومؤشرات تقييم جودة الخدمة
(59)	المبحث الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات
(59)	المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة
(60)	المطلب الثاني: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين المزيج التسويقي للخدمة
(63)	المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة وعرض الخدمة
(65)	خلاصة الفصل الثاني
(98-66)	الفصل الثالث: الإطار التطبيقي لشركة اتصالات الجزائر بالطارف
(67)	تمهيد الفصل الثالث
(68)	المبحث الأول: تقديم عام لشركة اتصالات الجزائر بالطارف
(68)	المطلب الأول: مفهوم وتطور شركة اتصالات الجزائر بالطارف
(70)	المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر
(72)	المطلب الثالث: مصادر جمع البيانات ومجتمع الدراسة
(75)	المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة
(75)	المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة الخاصة بالبيانات الشخصية
(79)	المطلب الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات
(81)	المطلب الثالث: تحليل فقرات محاور الدراسة
(92)	المبحث الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة
(92)	المطلب الأول: الدراسة القياسية
(93)	المطلب الثاني: الدراسة الاقتصادية
(94)	المطلب الثالث: الدراسة الإحصائية
(98)	خلاصة الفصل الثالث
(101-99)	خاتمة.
(110-102)	قائمة المراجع.

(134-111)	الملاحق
-----------	---------

المقدمة

لقد شهدت منظمات الأعمال تغيرات عديدة في شتى المجالات خاصة في ظل المنافسة الداخلية والخارجية التي جعلتها تواجه صعوبات وتحديات متسارعة، بالإضافة إلى التطور التكنولوجي واستخدام الآلة التي ساهمت في تقدم المؤسسة واستمرارها إلا أنها لم تلغي الدور الكبير الذي يلعبه المورد البشري، فالمؤسسات أضحت تدرك الأهمية البارزة التي يتخذها العنصر البشري بوصفه المورد الأساسي فيها، إذ من الضروري وجود تفاعل وتشارك بين كل من الموارد البشرية والموارد الأخرى للوصول إلى تحقيق الأهداف المرجوة.

ظهرت مفاهيم إدارية معاصرة من شأنها مواكبة التطورات الحاصلة حيث اعتمدت على الاهتمام بالأفراد داخل التنظيمات وتنمية قدراتهم ومهاراتهم وتطوير أدائهم في العمل لتقديم الأفضل، فنجح المؤسسة يركز على العنصر البشري بدرجة أولى وما يقدمه من عطاء للوصول إلى الأهداف المحددة.

ومن بين تلك ظهر ما يعرف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال وهذه الأخيرة لها أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات التي تعمل على الرفع من مستوى كفاءة وفعالية أدائها حتى تحقق أهدافها المتمثلة في الريادة والتميز.

كما يعتبر موضوع تحسين الخدمات ابرز اهتمامات المؤسسات الرائدة مهما كانت طريقة عملها، والمؤسسات الخدمية بشكل خاص، والتي تسعى إلى تحقيق مجموعة من الملامح والصفات في مجال الخدمات، وذلك بهدف الرفع من مستوى أدائها وتقديم خدمات ذات جودة ومتميزة تلبى وتشبع حاجات المستفيدين والطلابين لهذه الخدمات ومنه تعزز قيمتها التنافسية في السوق.

وفي هذا الإطار سنحاول إبراز إذا كان هناك أثر بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف.

أولاً: طرح الإشكالية

يمكن القول أن موضوع المؤسسات الناشئة والتنمية الاقتصادية لا يزال يحتاج إلى الكثير من الدراسات لتأتي هذه الدراسة كأحد الجهود الرامية لمحاولة القيام بإضافة في هذا المجال، ومن خلال ما تقدم تتمحور إشكالية هذه الدراسة فيما يلي:

ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات؟

ولنتمكن من الإلمام بجميع جوانب الموضوع ولتحقيق أهداف الدراسة، ندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات الفرعية، تتمثل فيما يلي:

ثانياً: الإشكاليات الفرعية

1. هل تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة الخدمة؟

2. هل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيل الخدمة؟

3. هل تمكن تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ضمانات الخدمة؟

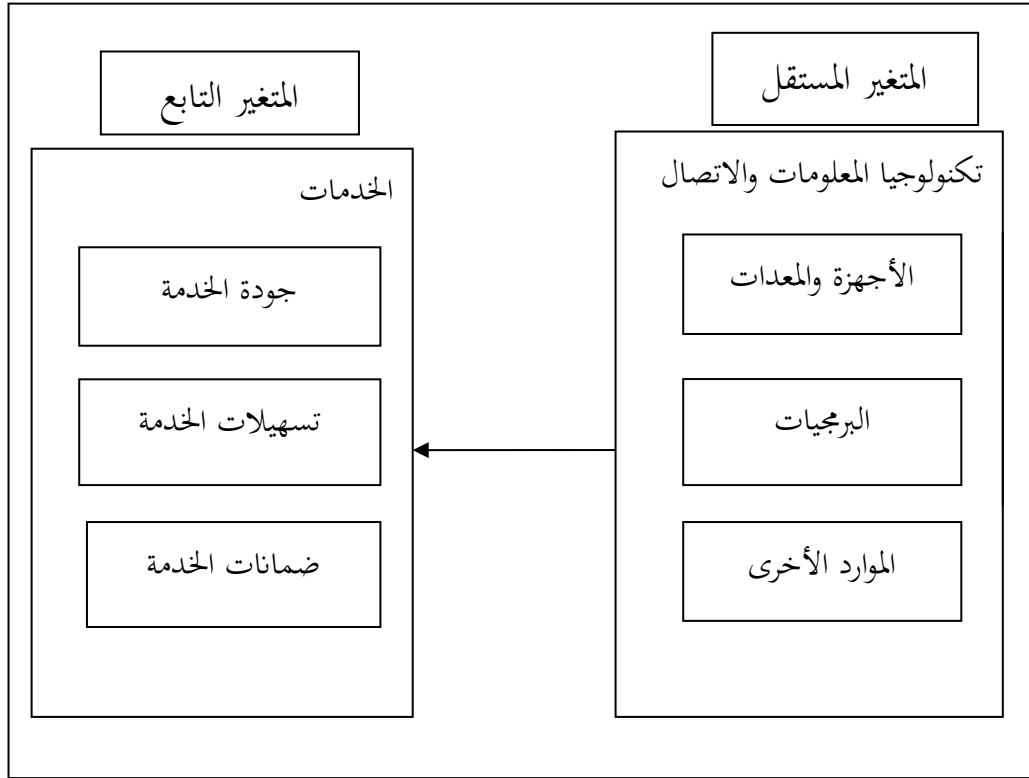
ثالثا: الفرضيات

وللإجابة على التساؤلات المطروحة تم اقتراح الفرضيات التالية بهدف مناقشتها ومن ثم الحكم على مدى صحتها أو خطأها:

1. تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05؛
H0 لا تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05؛
H1 تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05؛
2. لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05؛
H0 لا يوجد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05؛
H1 يوجد لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05؛
3. تمكننا تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة عند درجة معنوية 0.05؛
H0 لا تمكننا تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة عند درجة معنوية 0.05؛
H1 تمكننا تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة عند درجة معنوية 0.05.

رابعا: هيكل الدراسة

من أجل دراسة وتحليل تكنولوجيا المعلومات والاتصال والخدمة تم تصميم الهيكل التالي:
يتكون النموذج المقترح للدراسة من المتغير المستقل المتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والمتغير التابع المتمثل في الخدمة.



خامسا: أسباب اختيار الموضوع

هناك عدة دوافع ومبررات لاختيار هذا الموضوع أهمها:

1. ارتباط موضوع الدراسة بطبيعة التخصص وهو الإدارة الإستراتيجية حيث تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال من المواضيع الجديدة والمهمة التي تعالجها الإدارة الإستراتيجية؛
2. أهمية الموضوع في ظل التطورات التغيرات الحديثة؛
3. الميل والاقتناع الشخصي بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة؛
4. محاولة معرفة مدى اهتمام شركة اتصالات الجزائر بالطرف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين خدماتها.

سادسا: أهمية الدراسة

يعتبر موضوع الدراسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات بالإشارة إلى شركة اتصالات الجزائر بالطرف موضوعا مهما، وتستمد أهميتها من خلال ما يلي:

1. ما ستضيفه هذه الدراسة من إثراء معرفي علمي وبناء قاعدة معرفية لمفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمات؛
2. محاولة لفت الانتباه لأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال والدور الذي تؤديه لتحقيق التحسين المستمر في الخدمات المقدمة؛

3. إبراز تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف.

سابعاً: أهداف الدراسة

تتمثل الأهداف الرئيسية المرجوة من هذه الدراسة في:

1. التعرف على مختلف الجوانب الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
2. إبراز أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات؛
3. التعرف على مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات؛
4. التعرف على مدى اهتمام شركة اتصالات الجزائر باعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين خدماتها؛
5. تحليل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات.

ثامناً: حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة فيما يلي:

1. **الحدود الزمنية:** تتمثل في المدة الزمنية المستغرقة لإنجاز الجانب التطبيقي وقد امتدت في الفترة ما بين شهر أفريل 2024 إلى ماي 2024؛
2. **الحدود المكانية:** أجريت هذه الدراسة على شركة اتصالات الجزائر بالطارف؛
3. **الحدود البشرية:** يمثل المجال البشري مجتمع العينة التي أجريت عليها الدراسة، حيث يتمثل مجتمع الدراسة في موظفي شركة اتصالات الجزائر بالطارف، حيث اخترنا عينة عشوائية عددها 32 موظف، من مجتمع الدراسة في شركة اتصالات الجزائر بالطارف، تم عن طريق استمارة ورقية قابلة للدراسة والتحليل؛
4. **الحدود الموضوعية:** تمثلت حدود الموضوعية في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف.

تاسعاً: منهجية الدراسة

نظراً لطبيعة الموضوع، وللإجابة على إشكالية البحث وإثبات صحة الفرضيات المتبناة من عدمها، اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي لعرض مفاهيم تكنولوجيا المعلومات والاتصال والخدمة الخاصة بمجال الدراسة في الجانب النظري وذلك بالاعتماد على وسائل جمع المعلومات المتمثلة في الكتب، الملتقيات، المجلات العلمية، المذكرات، الرسائل والأطروحات الجامعية، بالإضافة إلى وثائق الجمعية من شركة اتصالات الجزائر بالطارف.

أما فيما يخص الدراسة الميدانية فقد اعتمدنا المنهج التحليلي في تفسير العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع واستخلاص النتائج بغرض التعمق والتفصيل في الدراسة على أرض الواقع وإسقاط نتائج البحث النظري عليها.

عاشرا: الدراسات السابقة

1. دراسة زناقي سامية، البنوك وشركات التأمين بين المنافسة والاستراتيجيات التحالف وأثرها على جودة الخدمات -دراسة حالة بعض البنوك وشركات التأمين في الجزائر-، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص مالية بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2020-2021: هدفت الدراسة إلى التعرف على أثر المنافسة واستراتيجيات التحالف بين البنوك وشركات التأمين على جودة الخدمة البنكية وجودة الخدمة التأمينية لدى بعض البنوك وشركات التأمين في الجزائر، حيث تم تطوير استبيانين لغرض جمع البيانات، الأول وجه للبنوك وشركات التأمين محل الدراسة والتي بلغ تعدادها 41 وقد تم اعتماد 4 محاور فيه هي المنافسة، المشروع المشترك، اتفاق الترخيص والتحالف في مجال التسويق، أما الثاني فوجه لربائهم وتم اعتماد فيه 5 أبعاد لجودة الخدمة هي الملموسية، الاعتمادية، الأمان، الاستجابة والتعاطف، وقد تم استخدام برنامج SPSS لتحليل بيانات الاستمارات اعتمادا على المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري، وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان من أبرزها:

- وجود منافسة منخفضة بين البنوك وشركات التأمين محل الدراسة؛
- هناك مستوى مرتفع لتطبيق المشروع المشترك بين البنوك وشركات التأمين محل الدراسة. يتجه ربائن البنوك وشركات التأمين إلى عدم الموافقة على جودة الخدمة البنكية والتأمينية؛
- هناك أثر للمنافسة واستراتيجيات التحالف بين البنوك وشركات التأمين محل الدراسة على جودة الخدمة البنكية وجودة الخدمة التأمينية.

2. دراسة عمورات أعرب، دور التسويق الداخلي في تعزيز المكانة الذهنية للخدمات البنكية -دراسة مقارنة بين بعض البنوك الجزائرية والأجنبية في السوق الجزائرية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم تجارية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2018-2019: تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مدى تطبيق البنوك محل الدراسة لسياسات التسويق الداخلي ودورها في تعزيز المكانة الذهنية للخدمات البنكية، والكشف عن الفروق الموجودة بين البنوك الجزائرية والأجنبية في السوق الجزائرية، واختبار الفرضيات تم الاعتماد على الاستبانة أداة رئيسية لجمع البيانات من العاملين وربائن البنوك، ومعالجة المعطيات المتحصل عليها باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS وتوصلت الدراسة بأن البنوك تطبق سياسات التسويق الداخلي مع وجود فروق لصالح البنوك الأجنبية، وتوصلت أيضا أن البنوك لها مكانة ذهنية معتبرة لدى ربائهم مع عدم وجود فروق بين البنوك الجزائرية والأجنبية؛ ولا يوجد أثر لتطبيق لسياسات التسويق الداخلي على المكانة الذهنية للخدمات البنكية.

3. دراسة بن بوريس نشاط الدين، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية -دراسة لبعض البنوك التجارية الجزائرية (عمومية وخاصة)-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص بنوك مالية وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2017-2018: هدف هذا البحث إلى دراسة أثر تكنولوجيا العالم والاتصال على جودة الخدمة البنكية المقدمة من قبل البنوك التجارية الجزائرية بالنسبة لعينة من العملاء الذين لديهم اشتراك في الموقع الالكتروني، حيث تم الاعتماد على المعاينة كأسلوب إحصائي للدراسة واستخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وذلك بهدف معرفة العناصر المهمة والأقل أهمية بالنسبة للعملاء حيث تتمكن البنوك من تحسين جودة خدماتها في ظل تبين هذه التكنولوجيات، وقد أظهرت النتائج وجود اختلاف في الأهمية النسبية للمؤشرات التقييمية التي يستخدمها العملاء للحكم على مستوى الخدمة الالكترونية المقدمة لهم. وتوفر الدراسة مقترحات تمس الجانب المغفل منها وتفتح آفاق لبحوث جديدة.

4. دراسة بلفكرات رشيد، دور تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرار الإداري -دراسة حالة في ولاية غليزان-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص إدارة الموارد البشرية، قسم التنظيم السياسي والإداري، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، الجزائر، 2017-2018: تمت هذه الدراسة بموضوع دور تكنولوجيا المعلومات وتأثيرها على عملية اتخاذ القرارات في الإدارة العامة المحلية - حالة ولاية غليزان-، حيث هدفت هذه الدراسة إلى تشخيص ووصف العالقة بين النظم والتقنيات الحديثة لتكنولوجيا المعلومات وتأثيراتها على العملية الإدارية وطبيعة القرارات المتخذة في الإدارة المحلية، وذلك بغرض معرفة مدى تأثير استخدام موارد تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال الحديثة في تطوير وتحديث طرق وأساليب العمل الإدارية، ومدى قدرتها على دعم أنظمة المعلومات وزيادة كفاءة وفعاليتها من خلال العمل على تزويد متخذي القرار وعلى جميع المستويات الإدارية في المؤسسة بالمعلومات والبيانات المناسبة التي يحتاجها صانع القرار

5. دراسة عمران عز الدين، اثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال على فعالية ادارة العلاقة مع الزبائن -دراسة مقارنة بين شركات الهاتف النقال في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2016-2017: هدفت هذه الدراسة إلى تبيني العناصر التي من خلالها تؤثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية إدارة العلاقة مع الزبائن في قطاع الهاتف النقال في الجزائر، مع المقارنة بين المتعاملين الثلاثة، وتم استخدام الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات من تحتف شرائح الزبائن، ودعمت هذه البيانات من خلال المصادر الثانوية المتمثلة بالأساس في تقارير سلطة الضبط للبريد والمواصلات، المقابلات الميدانية وبعض التقارير الدولية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها أن عناصر تكنولوجيا الإعلام والاتصال المتمثلة في: إدماج الزبون، التفاعل مع الزبون وتكنولوجيا الخدمة تعتبر ذات دلالة يف التأثير على مؤشرات فعالية إدارة العلاقة مع الزبائن، المتمثلة في: ولاء الزبون، رضا الزبون، جودة الخدمة، القيمة المقدرة، الثقة والالتزام. وقد كان المتعامل القطري OOREDOO

أفضل المتعاملين الثلاثة حسب آراء الزبائن، وذلك رغم احتلال شركة DJEZZY المرتبة الأولى في جانب الحصة السوقية الكلية وشركة MOBILIS المرتبة الأولى في الحصة السوقية للجيل الثالث.

6. دراسة بو عبد الله صالح، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة -دراسة تطبيقية على خدمات مؤسسة بريد الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم اقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013-2014: تعالج هذه الرسالة موضوع قياس الجودة الذاتية والموضوعية للخدمة والربط بينهما لفائدة عملية التحسين الهدف هو أولا استكشاف محددات الجودة المدركة للخدمة في السياق الجزائري، خاصة الخدمة لدى "بريد الجزائر"؛ وثانيا توجيه جهود التحسين نحو الأولويات الصحيحة، لتحقيق الهدف الأول بحثت هيكلية الجودة المدركة للخدمة عبر دراسة متعددة القطاعات، في هذا الجانب لم تؤيد النتائج عمومية وملائمة الهيكلية الشهيرة "RATER" لسياقنا كبلد نامي، قام بوعبد الله صالح ببناء مقياس خاص لهذه الخدمة أطلق عليه "جودة-البريد" "PostQual" لتحقيق الهدف الثاني اعتمد منهجية من أربع خطوات اختصرها بالرمز "أوفق (DPOE)" تحديد أبعاد الجودة، تحديد أولوية الجودة، تحديد فرصة التحسين، وأخيرا تقدير أثر فرصة التحسين المقترحة على الجودة، الخطوة الأولى تمت عند تطوير "جودة البريد"، وأعطى الأبعاد الثلاثة: الجودة الوظيفية، الجودة التقنية وجودة معالجة الشكاوى، لإتمام الخطوة الثانية قام بتحليل الأهمية النسبية والمستوى المحقق في الأبعاد الثلاثة، وأفضى ذلك إلى اختيار الجودة الوظيفية كأولوية، خاصة مدة الخدمة في المكاتب، في الخطوة الثالثة تفحص تقليص تذبذب مدة الخدمة كفرصة تحسين، في الخطوة الرابعة قام بمحاكاة نظام الخدمة في مكتب بريدي رئيسي لتقدير التحسن في مدة الانتظار الذي يحتمل إن تحققه الفرصة المقترحة.

إحدى عشر: موقع البحث من الدراسات السابقة

جاءت هذه الدراسة استكمالاً للدراسات السابقة ذات الصلة التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل شامل بالإضافة إلى أنها تناولت كل أبعاد كل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، الموارد الأخرى)، وأبعاد الخدمة (جودة الخدمة، تسهيلات الخدمة، ضمانات الخدمة)، لذلك لم نجد من بحث في هذا الموضوع في حد ذاته وهو (مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات)، وبالتالي فإن هذه الدراسة تتميز عن الدراسات السابقة بما يلي:

1. تتميز هذه الدراسة باعتبارها شاملة لكل متغيرات الدراسة، وأبعاد المتغيرين تكنولوجيا المعلومات والاتصال (الأجهزة والمعدات، البرمجيات، الموارد الأخرى)، وأبعاد الخدمة (جودة الخدمة، تسهيلات الخدمة، ضمانات الخدمة)
2. تعتبر هذه الدراسة الأولى من بين الدراسات الموجودة في جامعتنا والتي تناول موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات.

اثنا عشر: تقسيمات الدراسة

بهدف الإلمام بمختلف جوانب الموضوع تم الاعتماد على خطة تنقسم إلى ثلاثة فصول، فصلين نظريين وفصل تطبيقي، بالإضافة إلى مقدمة وخاتمة.

حيث تم في **المقدمة** طرح الإشكالية الدراسة والتصور العام للموضوع إضافة إلى تقديم أسباب اختيار الموضوع وإبراز أهمية وأهداف الدراسة، والتعريف بأهم مصطلحات الدراسة مع تحديد متغيرات ونموذج الدراسة وفي الأخير تم تحديد المنهج المستخدم في الدراسة وتقديم بعض الدراسات السابقة التي تم الاعتماد عليها في إعداد البحث؛

سيتم التطرق في **الفصل الأول** إلى دراسة كل ما له علاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث احتوى المبحث الأول على ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وفي المبحث الثاني تطرقنا إلى واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة، أما المبحث الثالث فقد تطرقنا إلى مميزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛

وتطرقنا في **الفصل الثاني** إلى دراسة كل ما له علاقة بالخدمات تطرقنا فيه إلى ثلاثة مباحث أيضا، حيث تناولنا في المبحث الأول ماهية الخدمة، أما المبحث الثاني ماهية الخدمات، وتطرقنا في المبحث الثالث إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات؛

أما **الفصل الثالث** الذي خصص للدراسة التطبيقية فقد تطرقنا فيه إلى نشأة وتطور شركة اتصالات الجزائر بالطارف بالإضافة إلى هيكلها التنظيمي، وفي المبحث الثاني تناولنا الأدوات الإحصائية وعينة الدراسة، وتطرقنا أيضا في المبحث الثالث إلى تحليلي النتائج من خلال برنامج spss؛

أخيرا في **الخاتمة** قمنا بتقديم ملخصا عاما عن الموضوع متبوعا بالإجابة على التساؤلات والفرضيات المقترحة من خلال النتائج المتوصل إليها، وقدمنا مجموعة من التوصيات والمقترحات.

الفصل الأول:
الإطار النظري
لتكنولوجيا المعلومات
والإتصال

تمهيد الفصل الأول

تشكل تكنولوجيا المعلومات والاتصال محركا أساسيا للإنتاجية والنمو في العديد من القطاعات الاقتصادية، ومن الصعب تصور بناء قطاعات فعالة وحديثة ومتطورة في كل المجالات في غياب مكون أساسي وهو تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

ففي ظل تراكم المعرفة والبيانات والمعلومات ووسائل الحصول عليها وتداولها، وبفعل التطورات المستمرة في مجال التكنولوجيا والاتصالات، أصبحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي المورد الأكثر أهمية في المؤسسات باعتبارها نقطة قوة وتميز في عصر سمته الأساسية المعلوماتية وكيفية الحصول عليها.

ومن أجل الإلمام بماهية وبكل مفاهيم تكنولوجيا المعلومات والاتصال تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث كما يلي:

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة

المبحث الثالث: مميزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الأول: ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أوضحت تكنولوجيا المعلومات والاتصال مركز اهتمام مختلف الباحثين والاقتصاديين في مجال التكنولوجيا والاتصال، فهو مصطلح ناتج عن تداخل ميادين المعلوماتية والاتصالات والإلكترونيك وغيرها، وهذا التداخل المعقد جعلها مصدرا لاهتمام هؤلاء الباحثين قصد التعرف عليها بشكل أكثر شمولية ودقة والتعرف على أهر مكوناتها وخصائصها.

المطلب الأول: تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لم تكن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وليدة الصدفة بل هي نتاج لتطورات القدرات والمهارات البشرية في مجال حفظ وتبادل المعلومات والتي تعود إلى بدايات العصور التاريخية منذ ظهور الكتابة لأول مرة ولا تزال في تطور مستمر، ولقد اختلف الكتاب والباحثين في تصنيف المراحل التي مرت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات كل حسب اجتهاده ومنظوره الخاص إذ تعد كل مرحلة بمثابة ثورة حقيقية غيرت مجريات الأحداث العالمية في حينها لذا سيتم إجمال هذه المراحل بحسب تسلسلها الزمني وفق الجدول الموالي¹:

الجدول رقم 1-1: التطور المتزامن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تاريخ البث	سنوات 1960	سنوات 1970	سنوات 1980	سنوات 1990	سنوات 2000
التكنولوجيا المعنية	المعلومات الثقيلة والمركزة	تألية وظيفة الإنتاج	المعلومات التشاركية والمكتبية	الربط الداخلي	التكنولوجيا المحمولة أو النقلة
موضوع التألية والهدف منها	مهام معينة الهدف منها الحصول على مكاسب الإنتاج		الروتين والمهارات الهدف: قابلية رد الفعل وتخفيض تكاليف الصفقات	التبادل: توثيق العلاقة بين المهام والمعارف	
	خاص بالسماوات الإدارية	خاص بالمسارات الصناعية		التألية الداخلية للمؤسسة	التألية الممتدة خارج المؤسسة
التأثير ألية مستعمل	محددة من طرف المختصين		الدخول المباشر للمستعمل إلى مصادر المعلومات	التكامل ما بين المختصين في الشبكة والمستعملين	

¹ حمادوش سميرة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2019-2020، ص 6.

التكنولوجيا المكونة للمقاييس المستعملة	Usages des terminaux	الوظائف التوسع للآلات الأوتوماتيكية	الحواسيب والفاكس والمنتيل	الانترنت والتبادل الآلي للمعطيات	الانترنت حواسيب وهواتف نقالة
نموذج التنظيم	التركيز والتخصيص الوظيفي التبولوجية	تنظيم مركز مع تكامل قوي اسكندينا في	لامركزية وتخصيص وظيفي الياني	المؤسسة الشبكية اللامركزية كاليفورنية	

المصدر: حمادوش سميرة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2019-2020.

من الجدول يمكن حصر المراحل التي مرت بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في أربعة مراحل أساسية وهي تتمثل فيما يلي:

المرحلة الأولى تغطي هذه المرحلة سنوات (1960-1970) والتي تتعلق بتألية مهام محددة من أجل تحقيق لمرحلة سنوات مكاسب على مستوى الإنتاجية بواسطة نوعين من التكنولوجيا معلوماتية ثقيلة ومركزة من جهة ومن جهة أخرى التألية (الآلة) استعملت في سنوات الستينيات من أجل المسارات الإدارية والبحث، ثم في سنوات السبعينات استعملت في المسارات الصناعية وبسبب التقنية العالية للآلات واللغة المعلوماتية المعقدة والصعبة فإن التعامل مع الآلة والمستخدم (المستعمل) استوجب مختصين في البرمجة، وما كان يميز هذين العقدين زيادة اعتماد الحواسيب في المؤسسات وظهور الحاجة إلى المصاريف وتحويل الإشارات القياسية التناظرية إلى إشارات رقمية كما ظهرت خدمات البريد الإلكتروني وخدمات التلنكست والفيديوتكست والمؤتمرات عن بعد؛

المرحلة الثانية هي مرحلة المعلوماتية تستهدف تحقيق مكاسب على مستوى قابلية رد الفعل بدأت في سنوات الثمانينات مع تطور استعمال الحاسوب والأدوات المكتبية (الفاكس،المنتيل) فهي تساهم في تحقيق العقلانية وتألية المسارات والمهام والمهارات والتخلص من الروتينيات، تميزت هذه الفترة بالعلاقة المباشرة بين المستعمل والآلة حيث تم تطوير الحواسيب المصغرة والحواسيب الشخصية والأقراص المكتبية وظهور الأقراص متعددة الأغراض¹؛

المرحلة الثالثة بدأت مع سنوات التسعينات وتميزت بتقاطع الاتصالات عن بعد والمعلوماتية عند هذا الجيل من التكنولوجيا التي تتمحور حول الاتصالات، وبدأت فيها مرحلة جديدة من تألية التبادلات قائمة على تألية العلاقات بين المهام والمعارف وزيادة استخدام الانترنت خاصة بعد إضافة خدمات الشبكة العنكبوتية العالمي؛

¹ حمادوش سميرة، مرجع سابق، ص 7.

- المرحلة الرابعة بدأت خلال سنوات الألفية والتي عرفت تطور المبادلات الخارجية مع تطور الإنترنت وتكنولوجيا المحمول (الحواسيب والهواتف النقالة) واستمرت سلسلة التطورات التي شهدتها الإنترنت وصولاً إلى إنترنت الأشياء¹.
- وعلى الرغم من حداثة النسبية التي يحظى بها مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال وارتباطه الكبير بالابتكارات والاختراعات الحديثة التي عرفها العلم الحديث في مجال الصناعة الالكترونية، بظهور الكتابة وانتشار المعرفة منذ القديم هذا المصطلح ارتبط أساساً إلا أن بها تطور تكنولوجيا المعلومات ويمكن أن نحدد المراحل الأساسية التي مر بها في المراحل التالية:
1. **ثورة المعلومات والاتصال الأولى:** وتتمثل في اختراع الكتابة ومعرفة الإنسان لها مثل الكتابة المسمارية والسومرية ثم الكتابة التصويرية وحتى ظهور الحروف التي عملت على إنهاء عهد المعلومات الشفهية التي تنتهي بوفات الإنسان وضعف قدراته؛
 2. **ثورة المعلومات والاتصالات الثانية:** والتي تشمل ظهور الطباعة بأنواعها المختلفة وتطورها والتي ساعدت على نشر المعلومات وإيصالها عن طريق المطبوعات عبر مناطق جغرافية أكثر اتساعاً؛
 3. **ثورة المعلومات والاتصالات الثالثة:** وتتمثل بظهور مختلف أنواع وأشكال مصادر المعلومات المسموعة والمرئية مثل: الهاتف والمذياع والتلفاز والأقراص الصلبة، الأشرطة الصوتية واللاسلكي إلى جانب المصادر المطبوعة الورقية، هذه المصادر وسعت من سرعة نقل المعلومات وزادت من حركة الاتصالات؛
 4. **ثورة المعلومات والاتصالات الرابعة:** وتتمثل باختراع الحاسوب وتطور مراحله وأجياله المختلفة مع كافة مميزاته وفوائده وآثاره الإيجابية على حركة نقل المعلومات عبر وسائل الاتصال المرتبطة بالحاسوب؛
 5. **ثورة المعلومات والاتصالات الخامسة:** تمثلت هذه المرحلة في التزاوج والترابط بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة وتكنولوجيا الاتصالات المختلفة الأنواع والاتجاهات التي حققت إمكانية تنقل كميات هائلة من البيانات والمعلومات عبر مسافات جغرافية هائلة بسرعة فائقة، وبغض النظر عن الزمان والمكان وصولاً إلى شبكات المعلومات وفي قمته شبكة الإنترنت².

ثانياً: عوامل تطور استخدام تكنولوجيا المعلومات

- رصدت الدراسات التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات عدداً من العوامل التي كان لها دوراً مهماً في استخدام التكنولوجيا، ومن أهم هذه العوامل المتفق أهميتهما في هذا المجال هي كالتالي:
1. **العولمة الاقتصادية وما رافقها من كسر للحواجز التقليدية بين الأسواق، ومن تعميم بعض أنماط السلوك الاستهلاكي على المجتمعات كافة، وذلك على تباين الثقافات السائدة في هذه المجتمعات وتفاوت مستويات المعيشة فيها ويرى**

¹ حمادوش سميرة، مرجع سابق، ص 7.

² بلفكرات رشيد، **دور تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرار الإداري -دراسة حالة في ولاية غليزان-**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص إدارة الموارد البشرية، قسم التنظيم السياسي والإداري، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، الجزائر، 2017-2018، ص.ص، 24-25.

- الباحث فرانسيس كارنكروس أن أكبر عاملين في نمو الاقتصاد العالمي هما الثورة المعلوماتية والعملة، ويرى أن العامل الأول يولد الثاني، وينتج انهيار الحدود أمام التجارة الخارجية والدولية؛
2. الاستخدام المكثف للعملة في العمليات الإنتاجية، وقد تمثل ذلك أساسا بالاعتماد المتزايد على تقنيات أكثر تطور وأساليب عمل أشد تعقيدا مع ما يستدعيه ذلك من ضرورة اللجوء بصورة متزايدة إلى المهارات متخصصة وخبرات متنوعة من أجل تشغيل تلك التقنيات وإدارة هذه الأساليب؛
3. التطور الكبير في بيئة الأعمال الحالية، وما أدى إليه من تغيرات مهمة في بنية الأنشطة الاقتصادية وأساليب ممارستها؛
4. التغيير التكنولوجي السريع وانخفاض تكاليف النقل والاتصالات جعل من الأوفر اقتصاديا إجراء تكامل بين العمليات المتباعدة ونقل المنتجات والمكونات عبر أرجاء العالم بحثا عن الكفاءة؛
5. المنافسة المتزايدة التي أجبرت الوحدات الاقتصادية على اكتشاف طرق جديدة لزيادة كفاءتها، بما في ذلك استخدام أسواق جديدة وتغيير أماكن الأنشطة الإنتاجية معينة لتقليل التكاليف¹.

المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

نحاول من خلال هذا المطلب عرض مختلف المفاهيم المرتبطة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال ومختلف خصائصها.

أولا: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في وقتنا الحالي من أهم مرتكزات المؤسسات في ظل التطور المستمر للتكنولوجيا والاتصال وتبادل سريع للمعلومات عبر مختلف الوسائل والشبكات.

1. تعريف تكنولوجيا المعلومات

أ. تعريف التكنولوجيا

تعرف التكنولوجيا بأنها: "مختلف الأنواع الوسائل التي تستخدم لإنتاج المستلزمات الضرورية لراحة الإنسان واستمرارية وجوده كذلك هي الطرق الفنية المستحدثة لانجاز أعمال وأغراض علمية"².

¹ أية جوادي، مريم وصيف بالناصر، مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة خدمة التامين -دراسة ميدانية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء CNAS -وكالة الوادي-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2020-2021، ص.ص، 9-10.

² عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2009، ص

ب. تعريف المعلومات

تعريف المعلومات بأنها: مجموعة بيانات منظمة ومرتبطة بموضوع معين تشكل حقائق ومفاهيم وآراء واستنتاجات ومعتقدات والتي تشكل خبرة ومعرفة محسوسة ذات قيمة مدركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع¹.

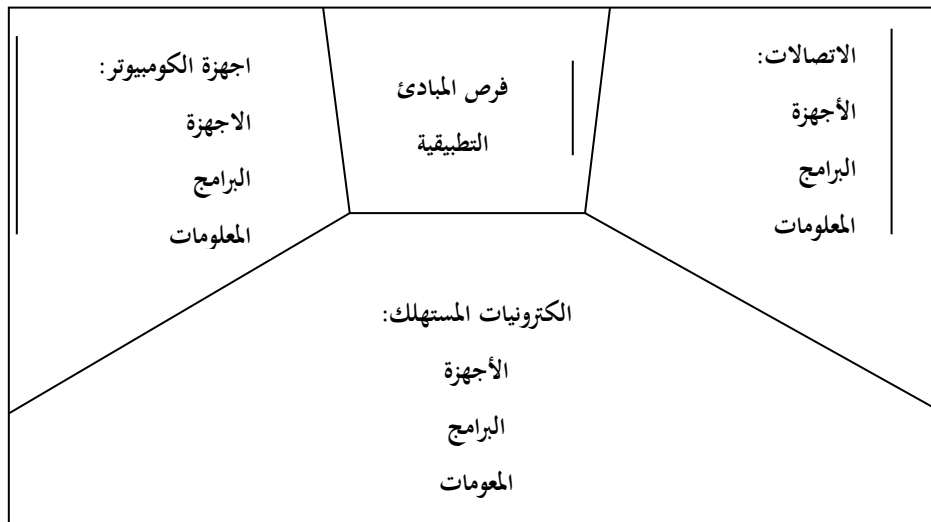
ت. تعريف تكنولوجيا المعلومات

تعريف تكنولوجيا المعلومات بأنها: "المعرفة بكيفية صناعة وتطبيق اقتصاد المعرفة المبني على المعلومات التي تعد المادة الخام والمنتج النهائي للمعرفة والتي بدورها سوف تمكن الأفراد والمستخدمين من تطوير مجتمعاتهم بواسطة استدامة تنمية المعلومات"².

ث. مكونات تكنولوجيا المعلومات

توسعت تكنولوجيا المعلومات لتشمل ليس فقط الحاسوب والاتصالات، بل أيضا مكون ثالث وهو الكترونيات المستهلك تتمثل مكونات تكنولوجيا المعلومات فيما يلي:

الشكل رقم 1-1: مكونات تكنولوجيا المعلومات



المصدر: علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.

والكترونيات المستهلك تستخدم بشكل أساسي لتلبية رغبات الناس ومتطلباتهم ومن أمثلتها ما يلي:

- تلفزيون شركة وتعطي قدرات تصوير فيديو تقدم لغرض تحسين أداءه الصورة؛

¹ محمود حسن جمعة، حيدر شاكر البرزنجي، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة منظور (إداري-تكنولوجي)، دار الكتب والوثائق، بغداد، العراق، 2013، ص 17.

² منال عشري، تكنولوجيا المعلومات ورأس المال البشري رؤيا للتنمية المستدامة 2030، دار التعليم الجامعي، الإسكندرية، مصر، 2022، ص 35.

- مسجل كاميرا لشركة شارب يمكن حملها بكف اليد ومشاهدة شاشة ملونة؛
- مسجل ديسك الليزري لشركة بايونير يعطي قدرات التحكم هن بعد؛
- نظام الستيريو يشتمل على أجهزة ميكروفون وكاسيت مزدوج ومنغم رقمي مع ذاكرة ومضخم صوت وجهاز CD متعدد مع ذاكرة تحكم عن بعد.

يتبن مما تقدم أن تكنولوجيا المعلومات هي عبارة عن كل التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها والتي تستخدم من قبل المستخدمين منها في كافة مجالات الحياة¹.

2. تعريف الاتصال

أ. تعرف عملية الاتصال

يعرف الاتصال بأنه: "عبارة عن تبادل المعلومات والأفكار بين شخصين أو أكثر"².
كما عرف أرسطو الاتصال بأنه: "البحث في كل وسائل الإقناع"³.
كما يعرف الاتصال أيضا بأنه: "العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات والراء والأفكار في رموز دالة بين الأفراد في إطار نفسي واجتماعي وثقافي معين مما يساعد على تحقيق التفاعل بينهم من أجل تحقيق الأهداف المنشودة"⁴.

ب. خصائص عملية الاتصال

- تتميز عملية الاتصال بعدة خصائص نذكر منها:
- الاتصال عملية تفاعلية بين طرفين لا يشترط فيها تساوي في النوع؛
 - الاتصال عملية مستمرة ودائمة تنتهي بانتهاء حياة أحد الطرفين أو زواله؛
 - الاتصال عملية مفيدة ومقصودة يكون الهدف منها ايجابيا انطلاقا من وجهة نظر أحد الطرفين؛
 - الاتصال عملية رمزية تستخدم فيها الكلمات أو الأشكال أو الألوان أو الأصوات أو الروائح أو الحركات أو الإشارات؛

¹ علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009، ص 19 .

² ضرار عبد الحميد توم، مهارات الاتصال، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2022، ص 22.

³ القس مجدي جرجس، الاتصال: العصر، النظرية، التطبيق، المرجع الشامل في المجالات المتعددة للاتصال الإنساني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 60.

⁴ محي الدين عارف حسن، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015، ص 20.

- الاتصال عملية تعتمد على الموقف، أي أنها تتأثر بعوامل بيئية أو ثقافية أو اجتماعية؛
- الاتصال عملية متغيرة تتغير بتغير الموقف وسماته؛
- الاتصال عملية كونية لدعم الكائن الحي واستمرار نسله¹.

3. تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعددت تعريفات تكنولوجيا المعلومات والاتصال منها:

يعرفها هربت سيمون بأنها: " أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تساعد على جعل كل المعلومات مسموعة أو رمزية أو مرئية، تقرأ على حاسوب أو كتب أو مذكرات تخزن في الذاكرات الالكترونية"².

تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أنها: "هي مجمل الأدوات المادية والمعرفية المستخدمة في الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة والصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها وإتاحتها بالشكل المرغوب وفي الوقت المناسب، وبالسعة اللازمة، فهي تهدف إلى: جعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وأقل تكلفة وتوفير المعلومات الدقيقة والحديثة لدعم اتخاذ القرار"³.

كما عرفها أيضا Palvia بأنها: "تشمل جميع الجوانب المتعلقة بالحاسبات الآلية (المكونات المادية والبرامج الجاهزة) والاتصالات عن بعد والية المكتب"⁴.

ثانيا: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتميز تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من إنترنت، وسائط متعددة، حاسبات إلكترونية قواعد البيانات، الاتصالات الفضائية وشبكات المعلومات... إلخ، بجملة من الخصائص تميزها عن الوسائل التقليدية تتمثل فيما يلي:

- **التفاعلية:** حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على أدوار الآخرين، وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد

¹ حمد بن عبد الله القيمي، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، مكتبة الشقيري للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2016-2017، جدة، السعودية، ص.ص، 25-26.

² إبراهيم عمر يحيوي، تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر (مادة الفيزياء نموذجاً)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2019، ص 28.

³ بن بوريش نشاط الدين، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية (دراسة بعض البنوك التجارية الجزائرية)، ملخص في مجلة الاستراتيجية والتنمية، العدد 12، المجلد 7، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017، ص 62.

⁴ حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة -دراسة مقارنة بين ماليزيا، تونس، الجزائر-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2012-2013، ص 26.

من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والمتفاعل عن بعد، مما يجعل المتلقي متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا؛

- **اللاتزامنية:** حيث يكون بإمكان المستخدم إرسال واستقبال الرسائل في أي وقت مناسب، وهو غير مطالب باستخدام النظام في الوقت نفسه، مثل: تخزين الفيديوهات ومشاهدتها في الأوقات المناسبة له؛
- **الشيوع والانتشار:** أي قابلية الشبكة للتوسع والانتشار عبر مختلف مناطق العالم، وهذا ما يسمح بتدفق المعلومات عبر مسارات مختلفة مما يعطيها الطابع العالمي؛
- **سهولة الاستخدام:** حيث تتسم بسهولة وبساطة التشغيل، مثل: الفيديو والفاكس... الخ؛
- **الحركية:** تغيرت ملامح الوسائل الاتصالية بفضل التطورات فاتجهت شيئا فشيئا نحو التصغير المتناهي، مما أكسبها ميزات جديدة تتمثل في إمكانية حملها ونقلها ليعم "عالم اللاسلكي"، فضلا عن تمتعها بالاستقلالية التامة في التشغيل المحكم لاحتوائها على بطاريات دقيقة المتحرك "ومتقنة"، سمحت قابلية تحرك هذه الوسائل لمستخدميها بالاتصال من أي مكان، وحتى أثناء الحركة. ونذكر منها: الهاتف النقال، الهاتف المدمج في ساعة اليد، جهاز فيديو الجيب، حاسب آلي نقال مزود بطابعة؛
- **قابلية التوصيل:** لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت أنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال، ومن الأمثلة الدالة على ذلك وحدات الهوائي المقعر التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع، لكنها تؤدي وظيفتها في مجال استقبال الإشارات التلفزيونية على أكمل وجه؛
- **التوجه نحو التصغير:** تتجه الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكنها نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات، ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال والحاسب النقال المزود بطابعة إلكترونية؛
- **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال إلكترونيا عبر الحدود الدولية جيئة وذهابا، من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه، في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم؛

- **الاجماهيرية:** وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد¹.

ثالثا: العلاقة بين المؤسسات وتكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعتبر العلاقة بين المؤسسات وتكنولوجيا المعلومات علاقة ذات اتجاهين ، فكل منهما يؤثر في الآخر ضمن مجموعة من العوامل، كالحيط الخارجي، والثقافة، والهيكل التنظيمي، وعمليات التشغيل، إلى جانب المؤثرات السياسية الداخلية والخارجية ، فلاستثمار في تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات يتزايد يوما بعد يوم، فلو تصورنا الواقع الحالي وقارناه مع ما كان عليه الحال في السنوات السابقة حيث كان البريد الالكتروني والرسائل القصيرة، في ذلك الوقت، هي أفضل وسائل اتصالات الأعمال، عندها لا يمكننا أن نتخيل وان نتوقع ما سيكون عليه الحال بعد ذلك، فقد تطورت اتصالات الأعمال ودخلت عالم الأعمال باستخدام وسائل جديدة ومتعددة، فمثلا أصبحت المعلومات تدخل وتخرج من المنظمة بأشكال ثلاث هي المقروءة والمسموعة والمرئية، وفي آن واحد، ودخلت إلى عالم الأعمال أيضا المواقع الافتراضية وغيرها من التطورات الجارية في تكنولوجيا الأعمال، لذا وجب على المدير والمنظمة معا مواكبة تطور تكنولوجيا المعلومات وإدماجها في المؤسسات من اجل دفع عجلة تطورها إلى الأمام وتكنولوجيا المعلومات هي أدوات رقمية في خدمة المؤسسة ومع ذلك ومن اجل الاستفادة عجلة تطورها إلى الأمام الكاملة منها تتطلب تكنولوجيا المعلومات والاتصال تغييرات تنظيمية كبيرة، بمعنى آخر لا يمكن نشر وسائل رقمية داخل المؤسسة دون تغيير تنظيمي عميق، لذلك يمكن رسم علاقة نظامية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمؤسسة، وبالتالي فان الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن إطار تنظيمي غير مناسب لن يحقق مكاسب ملموسة، على العكس في هذا النوع من الحالات ينبغي للمرء أن يتوقع نتائج سيئة أو حتى تدهور في الأداء العام للمؤسسة.

وما يلاحظ في هذا الصدد أن انتشار مختلف تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتوظيفها في مختلف المؤسسات قد غير إلى حد كبير القواعد التي كانت تسير عليها هذه المؤسسات والتي كانت سائدة في السابق، حيث تمر المؤسسات بمرحلة جديدة تنتشر فيها الشبكات والوسائل التكنولوجية الحديثة مما ساعدها في الانتقال من المؤسسات التقليدية إلى مؤسسات حديثة الكترونية رقمية وبالتالي الانتقال إلى انجاز وإجراء الأعمال والاتصالات الكترونيا والذي يساهم حتما في نمو وتطور المؤسسة وزيادة مكانتها وحصتها التنافسية².

¹ صليحة خربوش، فضيلة حمودة، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة الشركة الإفريقية للزجاج

أولاد صالح بالطاهر -جيجل-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2016-2017، ص.ص، 66-67

² عبد الحكيم عمارية، رشيدة سبتى، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحتمية التحول الالكتروني للمؤسسات، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية،

العدد 35، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2018، ص 972.

المطلب الثالث: أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال مثل غيرها بأهمية بالغة في الإدارة وداخل المؤسسة، كما تسعى أيضا إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، ويمكن توضيح هذه الأهمية والأهداف كما يلي:

أولا: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن أهمية تكنولوجيا المعلومات تتجلى في زيادة اعتمادنا عليها في نشاطاتها كأفراد أو منظمات، تجعلنا نهتم دائما بالفرد وبأهمية العامل الإنساني في المنظمات، وتكمن أيضا في أهمية تكنولوجيا المعلومات في الوظائف التي تؤديها في إدارة ومعالجة المعلومات والتي يمكن حصرها في ستة وظائف أساسية:

- تجميع البيانات.
 - المعالجة: تتمثل في معالجة النصوص والأشكال والأصوات.
 - تنظيم البيانات والمعلومات في شكل أكثر إفادة، سواء على شكل أرقام أو نصوص أو أشكال أو من خلال خلق صيغ جديدة.
 - التخزين.
 - الاسترجاع.
 - النقل: ويتم من خلال إرسال بيانات أو معلومات من موقع إلى آخر، ويتم عادة باستعمال البريد الإلكتروني أو الصوتي.
- كما أن لتكنولوجيا المعلومات عدة فوائد بسبب المزايا التي توفرها للمستخدمين، ويمكن حصرها في أربع مزايا رئيسية هي:

- **السرعة:** تسمح بأداء عمل من خلال فترة زمنية قصيرة وربح الوقت.
- **الثبات:** حيث يجد الإنسان صعوبة في تكرار أداء نفس العمل وبنفس الصورة أو الكيفية، غير أن الأجهزة التكنولوجية وخاصة الحواسيب، تمتاز بقدرتها على تكرار العمل بصورة ثابتة.
- **الدقة:** تسمح بالإشارة إلى أدق الاختلافات التي يعجز الإنسان عادة عن تحديدها، بسبب كثرتها وتكرارها.
- **الموثوقية:** وتتمثل في إتباع الأجهزة التكنولوجية لنفس الإجراءات، وثبات حيث يمكننا توقع نتائج موثوقة واستخدام أكيد وبالشكل المطلوب عندما نحتاج إليها بغض النظر عن ظروف وطبيعة الاستخدام¹.

¹ نوي طه حسين، ياقوتة بودوشنن غربي يسين سي لاختضر، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية -الحكومة الذكية في الإمارات العربية المتحدة نموذجاً-، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد5، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2018، ص 139.

كما يمكن أيضا تلخيص أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال فيما يلي:

تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا كبيرا في تحديث وتطوير الإدارة، بخلق وظائف جديدة ومجالات عمل ونشاطات متنوعة، يمكن إبرازها في النقاط التالية:

- تساعد في توفير الوقت خاصة الإدارة العليا والتفرغ لواجبات أكثر أهمية؛
- تساعد على زيادة قنوات الاتصال الإداري بين مختلف الإدارات؛
- تساعد على توفير قوة عمل فعلية داخل التنظيم؛
- تساعد على تقليص حجم التنظيمات؛
- تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية¹.

ثانيا: أهداف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتبنى اغلب المؤسسات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغية تحقيق أهداف عدة تسعى للوصول إليها، نذكر أهمها فيما يلي:

- تحقيق انسيابية المعلومات والبيانات الضرورية لحسن سير العمل داخل الحكومة؛
- تزويد العاملين بما يحتاجونه من معلومات دقيقة في مواقع التنفيذ حتى يتمكنوا من اتخاذ قرارات سليمة ومناسبة؛
- التنسيق بين جهود العاملين في المؤسسة؛
- نقل أهداف وخطط المؤسسة إلى العاملين فيها بمجهوداتها خارج المؤسسة من أجل كسب ودعم تأييدهم؛
- تمكين القيادة العليا من إيصال توجيهاتها وأفكارها وخصائصها إلى العاملين في الوقت نفسه؛
- تهدف إلى استكمال النقص في قدرات الإنسان وقواه؛
- تهدف تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى حل المشكلات التي تواجه الافراد العاملين؛
- تهدف إلى نقل المعلومات والبيانات من المرسل إلى المرسل إليه في أقل مدة زمنية وبأقل تكلفة وبأكبر دقة².

¹ عنون فؤاد، ضويفي حمزة، إسهامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة العمومية (دراسة حالة -بلدية واد العلايق-)، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد 1، المجلد 4، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2020، ص 85.

² وسام بلكرديد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل أداء إدارة الموارد البشرية -دراسة حالة مديرية الموارد البشرية بمناء جن جن جيجل-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة الموارد البشرية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، الجزائر، 2018-2019، ص 30.

المبحث الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشكل خاص في تسيير حياة الأفراد والمؤسسات عند توظيفها بحكمة، فقد أضحت اليوم هامة جدا في حياة كل منها بفعل التطورات المستمرة التي يشهدها العالم في كل المجالات.

المطلب الأول: مكونات وأبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتكون تكنولوجيا المعلومات والاتصال من عدة مكونات تساهم في تنسيق مختلف عملياتها كما تتميز بعدة أبعاد، وسنعرض كلاهما كما يلي:

أولا: مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتضمن تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموعة من المكونات متفق عليها حسب آراء مجموعة من الباحثين تتمثل هذه المكونات فيما يلي:

1. المستلزمات المادية للأجهزة والمعدات:

تشمل المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات وتخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وتوزيعها على المستخدمين¹.

ويمكن تسميتها أيضاً بالتجهيزات، وهي تشمل الحواسيب الالكترونية، والأجزاء المادية، وأجهزة الفاكس والتلكس، والتي هي على تماس مباشر مع البيانات، وتحديث ومراجعة المعلومات المخزونة ومعالجتها واسترجاعها. وقد تتكون هذه الأجهزة من عناصر أدق وأصغر يتم اختيارها وفق ما تتطلب الحاجة داخل المنظمة وخارجها، وما هو متوفر من التكاليف، وعادة ما تواجه الشركات تحديات كثيرة في تحديد نوع الأجهزة والمعدات المؤلفة لتكنولوجيا المعلومات، ما تكون عالية التكاليف مقارنة مع إذ عادة البرمجيات وغيرها، مما يفرض على الإدارة دراسة شاملة لاختيار نوع هذه الأجهزة لكي لا تعيق أهدافها في أداء وظائفها².

¹ بن بوريش نشاط الدين، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية -دراسة لبعض البنوك التجارية الجزائرية (عمومية وخاصة)-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص بنوك مالية وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2017-2018، ص 24.

² عمار محمد زهير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات MTN & Syriate، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال التخصص MTN الجامعة الافتراضية السورية، 2018-2019، ص 37.

2. البرمجيات:

يعد هذا العنصر من مركبات تكنولوجيا المعلومات بمثابة الروح والجسد، فبدونها لا يمكن الاستفادة من العتاد التكنولوجي، فهي بذلك تعد حلقة وصل بين المستخدم والآلة أي أنها برامج تساعد على حفظ المعلومات بالنظام¹. تعد البرمجيات الوسيلة المساعدة للأجهزة والمعدات في أداء عملها، وهي مجموعة من الأوامر تنفذ في وحدة المعالجة المركزية للبيانات بالطريقة التي تضمن تحقيق أهداف المنظمة، وبطبيعة الحال تحتاج البرمجيات إلى أفراد مؤهلين للعمل وتصميم الأنظمة وبرمجتها.

وعلى الرغم من تنوع البرمجيات بشكل كبير، إلا أن هناك تطبيقات متعددة يمكن من خلالها تحديد أنواع كثيرة من البرمجيات، و أن التطبيق الأكثر شمولاً هو الذي يقسم البرمجيات إلى نوعين رئيسيين هما برامج التشغيل والإدارة، والبرامج الخدمية والإنتاجية.

3. التطبيقات:

وتمثل الجانب العملي لتكنولوجيا المعلومات من خلال مساهمتها في حل المشكلات التي تواجه إدارة المنظمة، وهي تستخدم تقنيات عديدة إضافة إلى الحواسيب لغرض خزن، وجمع، ومعالجة، ونشر المعلومات التي حققت مساهمة فاعلة في أداء الوظائف الإدارية سواء من حيث الخزن الهائل للمعلومات ومعالجتها من جهة، والاتصالات الالكترونية، وإدارة الملفات، وحل مشكلات الطباعة التقليدية من جهة أخرى.

4. الموارد البشرية:

وتتمثل بأنواع القوى العاملة في تكنولوجيا المعلومات بدءاً المدراء، ومروا المتخصصين في تنفيذ عمليات جمع البيانات، وتحليلها، ومصممي البرامج، ومشغلي الأجهزة والمعدات، بعمال الصيانة سواء ما يتعلق منها بصيانة البرامج أم صيانة الأجهزة، إذً وانتهاء تعتمد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بشكل كبير على الفكر البشري مما يكسبها أهمية كبرى في تنمية الموارد البشرية، وبناء ما يسمى برأس المال الفكري القابل للتكيف إلى ما النهاية مع الظروف والتكنولوجيات المتغيرة باستمرار.

وتزداد أهمية الموارد البشرية بازدياد المعلومات المتوفرة لدى المنظمة في اتخاذ قرار ما، مما يتطلب منها الاهتمام بجانب مهم وكبير في كيفية تحويل هذه المعلومات الهائلة إلى معرفة، وتحديد أماكن الاستفادة منها وتوقيتها، وهذا بدوره يتطلب أنظمة وتكنولوجيا معلومات متقدمة للأقسام والشعب كافة المكونة للمنظمة بشكل يسمح لها بالترباط المنطقي الذي يقود إلى تكامل المنظمة كأنها نشاط واحد يؤديه فرد واحد².

¹ عصام الدين مصطفى صالح، اقتصاديات تكنولوجيا المعلومات والإعلان الإلكتروني في عصر العولمة في المجتمعات العربية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2020، ص 260.

² عمار محمد زهير تيناوي، مرجع سابق، ص.ص، 38-39.

5. الاتصالات:

هي العملية التي تهتم بنقل وتبادل الأفكار بين أطراف عملية الاتصال مما يؤدي إلى تحقيق الهدف المرجو منها، أو يمكن وصفها بأنها العملية التي يحاول من خلالها الأفراد بناء معان مشتركة عن طريق الرسائل الرمزية. ومن أهداف تطبيق نظم الاتصالات الحديثة في المنظمة تسهيل تدفق البيانات في قنواتها المختلفة على النحو الذي يسمح بوصولها إلى أماكن معالجتها في الكم، والوقت، والنوع، والدقة المناسبة، كما يهدف إلى تسهيل تدفق المعلومات من الأماكن التي تتوافر فيها إلى مختلف مراكز صنع القرارات التي تحتاجها لأغراض صنع مختلف القرارات التخطيطية، والتنظيمية، والقيادية، والرقابية، كما تهدف إلى تحقيق التماسك والترابط وذلك على المستويين الداخلي (بين أجزاء المنظمة)، أو الخارجي (بين المنظمة وبيئتها الخارجية)، وأيضا تخفيف حدة الصراعات سواء ما يتعلق منها بالصراع على مستوى المنظمة الصراع التنظيمي أو ما يتعلق منها بصراع المنظمة ضمن البيئة المحيطة مع المنظمات الأخرى المعاضدي وآخرون¹.

ثانيا: أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال

توجد أبعاد عدة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، لكن من خلال هذا العنصر سنقوم بحصر البعض منها فقط بناءا على ما تم اختياره كما يلي:

أولا: الأجهزة والمعدات

وتشمل كافة المكونات المادية التي تستخدم في استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، من حواسيب، وطابعات، ومساحات ضوئية، وكاميرات مراقبة، هواتف، فاكس،... إلخ ولعل أهمها جهاز الحاسوب إذ سنتطرق إليه بنوع من التفصيل؛ 1. مفهوم الحاسوب لقد أصبح استخدام الحاسوب ضروريا في حياة المؤسسات، فالتطور الهائل والسريع في تكنولوجيا المعلومات ما هو إلا دليل على أهمية استخدامه، إذ لم يعد هناك حقل من حقول المعرفة إلا وللحاسوب دورا مهم فيه.

ويمكن تعريف الحاسوب على أنه:

- وسيلة الكترونية صممت المستقبل للمجاميع الكبيرة من البيانات بشكل آلي، ومن ثم تخزينها معالجتها، وتحويلها إلى شكل نتائج ومعلومات مفيدة وقابلة للاستخدام، بموجب مجموعة من التعليمات التي يطلق عليها اسم البرمجيات².

¹ عمار محمد زهير تيناوي، مرجع سابق، ص 39.

² هناء عبدوي، مساهمة تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية -دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تسيير المنظمات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015-2016، ص 82.

- جهاز آلي قادر على معالجة وحفظ وترميز المعلومة رقمياً، وتوجد عدة أنواع تختلف حسب الحجم والتعقيد والقوة (الحاسب الكبير والحاسب المتوسط والحاسب الصغير) إلا أنها تتميز بنفس المكونات الأساسية التي تساعد في تشغيله.

ومن زاوية نظم المعلومات يمكن تعريف الحاسوب على أنه نظام أي مجموعة مكونات تؤدي مهام الإدخال، المعالجة، الإخراج، التخزين، والمراقبة. فهو إذا أداة معالجة المعلومات¹.

الحاسوب عبارة عم مجموعة من الأجهزة المستقلة والمتراصة فيما بينها تؤدي كل منها وظيفة محددة تسمى المعدات، تعمل بشكل متناسق ومنظم فيما بينها بفضل البرمجيات، ثم تقوم الحاسوب بوظيفة معالجة البيانات عن طريق عمليات حسابية ومنطقية عديدة دون تدخل الإنسان القائم على تشغيل الجهاز خلال تنفيذ العمليات².

على ضوء ما تقدم نعرف جهاز الحاسوب على أنه " عبارة عن جهاز إلكتروني مصنوع من مكونات منفصلة يتم ربطها ثم توجيهها باستخدام أوامر خاصة لمعالجة وإدارة البيانات بطريقة ما

هذا ويمكن القول أن نظام الحاسوب يتكون من ثالث عناصر رئيسية هي :

المدخلات: وهي البيانات التي يغذى بها الحاسوب لتجهيز المعلومات، وقاد تكون رقمية أو أبجدية أو أبجدية رقمية .

العمليات: وهي مجموعة العمليات التي تجرى على المدخلات لتحويلها إلى معلومات .

المخرجات: وهي المعلومات الناتجة عن عملية معالجة البيانات.

أ. أنواع الحواسيب الحواسيب عدة أنواع من أشهرها

• **حواسيب الإطار الرئيسي:** وهي الحواسيب ذات السعات التخزينية الضخمة والكفاءة العالية في المعالجة والتي

تستخدم في المنشآت الكبيرة كالدوائر الحكومية، والجامعات والشركات الكبرى حيث يتم ربط الجهاز الرئيسي بمجموعة من الأجهزة الفرعية تسمى نهايات طرفية؛

• **حواسيب شخصية:** وهي الحواسيب التي تستعمل في المنازل والمكاتب ويستعمل مصطلح الحاسوب أو الكمبيوتر بشكل عام في الإشارة إلى الحواسيب الشخصية³؛

• **حواسيب كيفة:** وهي أجهزة صغيرة لا يتجاوز حجمها كف اليد، تستخدم في إجراء بعض المهام الحاسوبية البسيطة كحفظ البيانات الضرورية والمواعيد وقد توسع استخدامها مؤخراً حتى أصبحت تضاهي باستخدامها

¹ هناء عبداوي، مرجع سابق، ص 82.

² قبائلي عبد الوهاب، تقييم أنظمة الرقابة الداخلية من طرف المدقق الداخلي في ظل استعمال المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في معالجة العمليات

المالية للمؤسسة -دراسة ميدانية للمؤسسة الوطنية لإنتاج أجهزة القياس والمراقبة AMC العلمية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص دراسات مالية ومحاسبية معمقة، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2020-2021، ص 105.

³ هناء عبداوي، مرجع سابق، ص 82.

الحواسيب الأخرى، حيث تستخدم بعضها في الدخول إلى الانترنت أو الاستدلال في الطرق من خلال أنظمة الإبحار ؛

- **حواسيب مدمجة:** وهي الحواسيب الموجودة في العديد من الأجهزة، حيث تحتوي هذه الأخيرة على حواسيب تستخدم لأغراض خاصة فمثالاً توجد الحواسيب في هواتف السيارات، أجهزة الفيديو والطائرات وغيرها؛
- **الحواسيب المحمولة:** أو حاسوب المفكرة هو شكل من أشكال الحواسيب يتميز بوزن خفيف مقارنة بالحاسوب الشخصي مما يجعله قابل للحمل، من الخصائص المميزة للحاسوب المحمول اندماج لوحة المفاتيح وشاشة العرض في الجهاز.

ب. **مميزات الحاسوب من أهم مميزات الحاسوب ما يلي:**

- **السرعة:** يمتاز الحاسوب بقدرته الفائقة على إنجاز العمليات الحسابية والمنطقية وتخزين البيانات، وسرعته الهائلة في استرجاع المعلومات. وتختلف السرعة من حاسوب لآخر، فالحواسيب البطيئة نسبياً تستطيع إجراء مئات الآلاف من عمليات الجمع في الثانية الواحدة بينما يرتفع الرقم في الحواسيب السريعة إلى عدة ملايين العمليات في الثانية الواحدة، لذلك لا تستخدم الدقائق أو الثواني لقياس سرعة الحواسيب وإنما هناك وحدات أصغر من ذلك بكثير فهناك:

- الملي ثانية : واحدة على الألف من الثانية
- الميكرو ثانية : واحدة على المليون من الثانية
- النانو ثانية : واحدة على البليون من الثاني

- **الدقة:** إن النتائج التي تستخرج بواسطة الحاسوب تكون غاية في الدقة، ولكن للحصول على نتائج دقيقة يشترط أن تكون المعلومات المدخلة إلى الجهاز دقيقة وخالية من الأخطاء، كما يشترط أن يكون البرنامج خالياً من الأخطاء كذلك.

- **التخزين:** للحواسيب قدرة فائقة على التخزين ويمكن حفظ عشرات المجلدات في ذاكرة الحاسوب ويكون التخزين إما في الذاكرة الداخلية أو على أشرطة وأقراص ممغنطة
- **سهولة التشغيل:** يمتاز الحاسوب بسهولة التشغيل والاستخدام دون تعقيدات فنية مما يوفر طاقات وجهد المستخدم¹.

ثانياً: البرمجيات:

3. **المكونات البرمجية أو البرمجيات:** أي البرامج التي تحتاجها المكونات المادية للحاسوب لتتمكن من إنجاز أعمالها ومعالجتها الضرورية المطلوبة، وتشير البرامج إلى التعليمات التي توجه إلى الحاسب الآلي بغرض أداء الضرورية المطلوبة مهمة معينة، وتحتاج الحاسبات الآلية إلى البرامج لكي تؤدي كل مهمة تقوم بها، على سبيل المثال تمكن برامج

¹ هناء عبداوي، مرجع سابق، ص 82.

الحاسب المستخدم من كتابة، مراجعة، وطباعة مستند ما، وكذلك حساب وتقدير المؤشرات المالية أو إعداد جداول زمنية بتوقعات استخدام المعدات ونظرا لأهمية البرامج فإن موجودات المؤسسة من تكنولوجيا المعلومات تصبح لا شيء بغياب مختلف البرامج التي تشغيلها، وهي أنواع نخص بالذكر منها :

أ. **البرامج القاعدية:** وهي البرامج التي تسهل استعمال الآلة، من أمثلتها نظام التشغيل الذي ينفذ البرامج التطبيقية، وسيط بين الآلة ومختلف تطبيقاتها، برامج الخدمات مثل برامج تصنيف وتسيير البيانات، البرنامج المترجم (أي البرنامج الذي يترجم البرامج من اللغة العادية إلى لغة الحاسب)، وبرامج تخزين المعلومات واسترجاعها، والبرامج الخاصة بتسيير الاتصالات وتسيير المعاملات وكذا تسيير واجهة المستخدم، وهي برامج تسيير التطبيقات المختلفة لتكنولوجيا المعلومات، وعادة ما يتم شراؤها جاهزة وتعد داخل المؤسسة.

ب. **البرامج التطبيقية:** وهي البرامج الخاصة باستعمالات تكنولوجيا المعلومات، التي يمكن إعدادها بالمؤسسة من طرف المختصين بالتعاون مع المستعملين النهائيين لهذه البرامج لتحقيق الملائمة. وهي أنواع: برامج خاصة بوسائل تكنولوجيا المعلومات، برامج عامة لمعالجة النصوص وتسيير الملفات، أو برامج تطبيقية خاصة ببرامج وتحليل القدرات. هذه البرامج تحتاج لتشغيلها إلى البرامج القاعدية، ويمكن اقتنائها بدل إعدادها ثم تكييفها مع خصائص المؤسسة، وتنوع حسب تعقيدها إلى برامج بسيطة أو فرعية Programme ، وبرامج معقدة نسبيا Logiciel ، وهي مجموعة برامج بسيطة، أو برامج مركبة أو معقدة جدا Progiciel وهي برامج مكونة من مجموعة البرامج المركبة سألقة الذكر.

ومن أهم هذه البرامج التطبيقية، البرامج الإحصائية، أشهرها البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية ونظام التحليل الإحصائي، وعادة ما تكون نمطية وموحدة، ويتم شراؤها جاهزة وما على المستعمل إلا إدخال الإحصائيات للتحليل نتيجة للطبيعة الإحصائية والرياضية التي تميزها، إضافة إلى برامج خاصة بالنماذج وتخص هذه النماذج معالجة بعض المشكلات الحقيقية في المحيط الخارجي، مثل نماذج خطوط الانتظار، البرمجة الخطية، وغيرها من النماذج التي تعالج السلوك الخاص للتنظيمات الاقتصادية والمشكلات التحويلية للمنظمة.

تستعمل لإعداد هذه البرامج لغات متطورة، كالفورترن، الكوبول، وغيرها. وحاليا توجد لغات الجيل الرابع التي تمكن من تحسين أداء مختلف البرامج والتطبيقات وسهولة استعمالها من طرف المستعمل النهائي متوسط الخبرة، وتهدف إلى البحث عن ما يمكن أدائه بما لدينا من موارد وليس كيفية الأداء¹.

¹ هناء عبداوي، مرجع سابق، ص 89.

ثالثاً: الموارد الأخرى:

1 **المورد البشري:** وهم الأفراد الذين يقومون بإدارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من إداريين ومتخصصين ومستخدمين نهائيين للنظام، ويكاد يتفق أغلب المتخصصين في مجال نظم المعلومات على أن أهمية العنصر البشري في إدارة وتشغيل نظام المعلومات تفوق أهمية المستلزمات المادية على نحو كبير، وكذلك يعزى إليها أسباب أغلب حالات الفشل في النظام. ويمكن تصنيفهم إلى:

أ. **المتخصصون:** من محللين ومصممي النظم، المبرمجين، المتخصصون في تشغيل الأجهزة وصيانتها والمتخصصون في تقنيات الاتصالات وهؤلاء يطلق عليهم برأس المال الفكري في النظام

الإداريون: وهم الأفراد المشاركون في إدارة النظام، الموظفون المستخدمون لأنظمة المعلومات من محاسبين، رجال بيع، مهندسين، كتبة الحسابات، مدراء¹.

3. قواعد البيانات:

يقصد بها: "مجموعة من البيانات المنظمة التي يمكن الوصول إلى محتوياتها وإدارتها وتحديثها بسهولة، ويمثلها في ذلك مجموعة التسجيلات وهذه القاعدة مهما اختلفت مسمياتها أو تعريفاتها فهي عبارة عن مجموعة من الملفات مرتبطة ببعضها البعض"².

كما تعتبر مجموعة متكاملة من البيانات التي تنظم و تخزن بطريقة يسهل من خلالها استرجاعها و تجب أن تضم الهياكل الأساسية لقواعد البيانات بصورة تتوافق مع احتياجات المنظمات و تسمح بسهولة الوصول إليها كما يجب أن تكون بالشكل الذي يمكن من خلاله إجراء أكثر من برنامج تطبيقي عليها و يكون ذلك من خلال مجموعة من البرامج التي تساعد على القيام بهذه الوظائف وتسمى هذه البرامج بنظم ألدارة قواعد البيانات حيث تساعد هذه الأخيرة المستخدم النهائي في القيام بالعملية التالية:

- تحديث وصيانة قواعد البيانات.
- إمداد المستخدم النهائي للتطبيقات بالمعلومات اللازمة للقيام بمهامه بفاعلية.
- ت. **مكونات قواعد البيانات** وفقاً للمفهوم السابق لقواعد البيانات تنظم هذه القواعد عادة أربعة مستويات منطقية وذلك وفقاً لدرجة تجميع و تسلسل البيانات بداخلها، و تتكون من أربعة عناصر أساسية هي:
- قواعد البيانات
- الملفات

¹ عمار محمد زهير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات MTN & Syriate رسالة مقدمة لنسب شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال التخصص MTN الجامعة الافتراضية السورية، 2018-2019

² أحمد أمين أبو سعدة، الدليل العلمي لمتطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 2009، ص 30.

• السجلات

وعليه تكون قواعد البيانات عبارة عن مجموعة من البيانات المنظمة في ملفات هذه الأخيرة بدورها عبارة عن مجموعة من البيانات المنظمة في سجلات و التي تنتمي جميعا إلى موضوع محدد كما يجب أن تكون هذه البيانات مترابطة ومجموعة بطريقة تمكن من استخدامها وتحديثها من وقت لآخر¹.

4. الشبكات

1. ماهية شبكات الاتصال:

تعرف الشبكة بأنها: "مؤسستان أو أكثر تشتركان في عملية تبادل المعلومات من خلال روابط اتصال وذلك خدمة لأهداف مشتركة"².

تعد شبكات الاتصال عن بعد مكونات البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات داخل المؤسسات حيث تمكن هذه الأخيرة كال من المؤسسات وفرق العمل والأفراد بداخلها من تبادل البيانات والمعلومات الكترونيا من خلال الشبكات بما يمكنها من المشاركة في اتخاذ القرار وإدارة عمليات و موارد المؤسسات بصورة أكثر فعالية. ومن ثم رفع القدرة التنافسية لها داخل البيئة المتغيرة التي تتعامل معها، وقد شهدت صناعة تكنولوجيا الاتصالات العديد من التغيرات التي أحدثت تأثيرات كبيرة على توجهات المؤسسات وإستراتيجيتها، فلم تعد المؤسسات تعتمد على البيانات المحددة والمتدفقة إليها من شبكات المعلومات المحلية على نظام الاتصال المكتبي لإتمام الصفقات والاتفاقيات عبر الاتصال لمسافات طويلة بل أصبحت تعتمد على شبكات المعلومات العالمية في تدعيم تجارتها وإتمام صفقاتها أو في رفع تكاليف ووقت انجاز الأعمال وكذلك تقديم منتجات وخدمات جديدة بل واستمرار عملية التطوير مما سبق يتضح أن تكنولوجيا الاتصالات من الوسائل الهامة التي يجب الاعتماد عليها والاستثمار فيها لضمان بقاء المؤسسات على ساحة المنافسة العالمية والمحلية.

2. المكونات الأساسية لشبكات الاتصال عن بعد: تتكون تكنولوجيا شبكات الاتصال عن بعد غم اتساع وتعدد صناعته من خمس مكونات أساسية لا تتغير وهي:

- **الأجهزة الطرفية:** وهي الأجهزة التي تقوم بإدخال وإخراج البيانات تستخدم لإرسال واستقبال المعلومات وهي تشمل شبكات الحاسبات، شبكات الحاسبات الشخصية، أجهزة الهاتف .
- **أجهزة معالجة عملية الاتصال عن بعد:** هي تلك الأجهزة التي تدعم عملية إرسال واستقبال البيانات بين الأجهزة الطرفية وأجهزة الحاسبات مثل: أجهزة الموديم، وحدات الاتصال المتعددة، أجهزة التبديل.³

¹ هناء عبداوي، مرجع سابق، ص 87.

² عبد الرحمان القري، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وأثرها على الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية —دراسة حالة مؤسسة اقتصادية—، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015-2016، ص 53.

³ هناء عبداوي، مرجع سابق، ص 91.

- **قنوات الاتصال عن بعد:** هي القنوات التي يتم من خلالها إرسال واستقبال البيانات وتستخدم قنوات الاتصال مزيج من الأوساط مثل موجات الميكرو، الأقمار الصناعية،... الخ .
- **أجهزة الحاسبات الآلية:** تتربط أجهزة الحاسبات الآلية على اختلاف أنواعها وأصحابها بشبكات الاتصال عن بعد بما يمكنها من استكمال معالجة البيانات المحولة إليها
- **برامج مراقبة الاتصالات:** وهي برامج تقوم بمراقبة وتدعيم أنشطة شبكات الاتصالات عن بعد وإدارة جميع وظائفها مثل برامج مراقبة اتصالات الحاسبات المضيفة، برامج نظم تشغيل الشبكات والخاصة بالحاسبات الصغيرة¹.

المطلب الثاني: أنواع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن تعدد التكنولوجيا أدى إلى وجود عدة تقسيمات لتكنولوجيا المعلومات والاتصال من ابروها ما يلي:

1. تصنيف E.Brousseau

- لقد اقترح E.Brousseau تصنيفا قائما على الوسائل أو نوع التكنولوجيا و حسبه فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تنقسم في ثلاث مجموعات أساسية هي: وسائل الاتصال عن بعد، الوسائل المعلوماتية ووسائل التليماتيك.
- أ. **وسائل الاتصال عن بعد:** تساعد هذه الوسائل على الاتصال المباشر بين الأفراد بتعبير و لفظ طبيعيين، من بين هذه الوسائل نجد الهاتف، الفاكس، البريد الإلكتروني... الخ؛
- ب. **الوسائل المعلوماتية:** ترتبط بأنشطة محددة تتمثل في جمع و تخزين ومعالجة المعلومات وهذه العمليات تبقى في حدود التركيبة التنظيمية سواء كانت مركز عمل أو خدمة أو مؤسسة؛
- ت. **وسائل التليماتيك:** وسائل وأساليب عمل تهدف إلى ربط نظم معلوماتية فيما بينها كالتبادل الآلي للمعطيات EDI وتختلف وسائل التليماتيك عن الوسائل المعلوماتية من حيث أنها تؤثر مباشرة على ميكانيزمات التنسيق².

2. التصنيف حسب معيار تسيير وقت المعلومة

حسب هذا المعيار نجد صنفين من تكنولوجيا المعلومات والاتصال الوسائل المتزامنة والوسائل الغير متزامنة، فالوسائل المتزامنة تضمن تبادل المعلومات في الوقت الحالي، أما الوسائل غير المتزامنة فتضمن تبادل المعلومات في أوقات مختلفة والجدول التالي يبين هذا التصنيف:

¹ هناء عبداوي، مرجع سابق، ص 91.

² بن بوزيد شهرزاد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة -دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة آل داودي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2011-2012، ص 77.

جدول رقم 1-2: تصنيف حسب معيار تسيير وقت المعلومة

وسائل متزامنة	الهاتف الثابت، النقال، الوسائل اللحظية، المحادثات، المحاضرات المصورة.
وسائل غير متزامنة	الفاكس، الانترنت، الوسائل الالكترونية، المواقع الالكترونية، المدونات الالكترونية

المصدر: بن بوزيد شهرزاد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة —دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة والتجارة ال دوداي-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2011-2012.

3. تصنيف دراسة France Télécom

جاء هذا التصنيف نتيجة دراسة قامت بها مجموعة بحث بوحدة اتصالات فرنسا وقد توصلت إلى التقسيم حسب أربعة أبعاد ¹ les 4C وهي:

جدول رقم 1-3: تصنيف حسب دراسة france télécom

الاتصال Communication	الوسائل الالكترونية، المحادثات عن بعد، المدونات، الأصوات على IP.
التعاون Collaboration	تقاسم الوثائق، البث المباشر، مجموعات النقاش، قائمة المنشورات، المجموعات الافتراضية.
التنسيق Coordination	التدفق الآلي للوثائق، تسيير المهام.
المعرفة Connaissance	تسيير الكفاءات، محركات البحث، امن المعلومات، أرضية مشتركة.

المصدر: بن بوزيد شهرزاد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة —دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة والتجارة ال دوداي-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2011-2012.

4. تصنيف تكنولوجيا المعلومات : شبكات - تطبيقات مرافقة:

أ. **الشبكات:** إن السبب الرئيسي لظهور شبكات الحاسوب هو حاجة الأشخاص وبرمجياتهم إلى التشارك بالبيانات و المصادر فالحواسيب الشخصية المستقلة تعتبر أداة فعالة في انجاز الكثير من الأنشطة ولكنها غير قادرة على الاستفادة مما هو متاح من إمكانيات في الأجهزة الأخرى في الماضي كان أبسط أشكال المشاركة التي يمكن تحقيقها هو المشاركة بالبيانات والبرامج فقط وذلك من خلال استخدام الأشرطة الممغنطة في تنفيذ هذه المشاركة

¹ بن بوزيد شهرزاد، مرجع سابق، ص 77.

وفي أوائل السبعينات وتحقيقاً لمبدأ المشاركة بكل أشكالها تم تطوير أنظمة الشبكات وتوالت عمليات التطوير والتحديث في جميع جوانب شبكات الحاسوب إلى أن وصلت إلى ما هي عليه الآن من تطور وهذا ما نجده جلياً في شبكة الانترنت¹.

● **شبكة الإنترنت:** هي شبكة الشبكات حيث تتكون الانترنت من عدد كبير من الحاسبات المترابطة في جميع

أنحاء العالم، ومعظم استعمالاتها هي البريد الإلكتروني، كما تمكن الانترنت مستخدميها من الاستفادة من عشرات الخدمات المختلفة والتخاطب مع المستخدمين الآخرين فهي نافذة على العالم بشعوبه وثقافته وعلومه المختلفة ووسيلة اتصال بين الباحثين ورجال الأعمال والدوائر والقطاعات المشتركة².

● **الانترانت:** تطلق على التطبيق العلمي لمستخدم تقنيات الانترنت والويب في الشبكات الداخلية للمؤسسة بغرض

رفع كفاءة العمل الإداري، وتحسين آليات مشاركة الموارد والمعلومات للاستفادة من تقنيات الحواسيب المشتركة، كما ذكر ادريس مزايا يمكن تحقيقها من خلال شبكة الانترانت، وهي كالآتي:

- تدريب وإعادة تعليم العاملين في المؤسسة؛
- تعزيز الكفاءة المطلوب تحقيقها في أداء الأعمال؛
- تحسين مستوى الاتصالات؛
- توفير المعلومات في الوقت والمكان المناسبين، وفقاً لاحتياجات العاملين؛
- دعم التفاعلات على المستوى العالمي.

● **الاكسترانيت:** تعرف على أنها شبكة التي تربط شبكات الانترانت الخاصة بالشركات والعملاء ومراكز

البحث الذين تجمعهم أعمال مشتركة وتؤمن لهم التبادل المعلومات والمشاركة فيها مع الحفاظ على خصوصية الانترانت المحلية. كما يعرفها ياسين على أنها شركة مؤسسة خاصة إلى تصمم لتلبية احتياجات الناس من المعلومات، ومتطلبات المنظمات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال³.

¹ بن بوزيد شهرزاد، مرجع سابق، ص 79.

² على فلاح مفلح الزعبي، احمد صالح النصر، التسويق الإلكتروني في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019، ص 25.

³ عبد الله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 224.

الفرق بين الانترانيت والاكسترانيت:

الانترانيت:

هي شبكة خاصة تقام على أساس الويب لها نفس تطبيقات الانترنت ولكن على مستوى المؤسسة فقط¹.
كما أنها ما هي إلا عبارة عن شبكة محلية (LAN) أو شبكة (MAN) لكنها مصممة بحيث يسمح بالولوج إليها من قبل أي مستخدم أعطي امتيازًا بالولوج إلى داخلها.

الاكسترانيت:

أما الاكسترانيت فهي عبارة عن تفاعل اتصال امن بين شبكتي انترانت أو أكثر فهي مبنية على نفس المراجع الخدمية والتطبيقية العاملة في شبكة الانترانيت، ولكنها تسمح لمستخدمين أو المؤسسة من الخارج بالولوج إليها عن طريق منحهم حساب خاص (اسم مستخدم + كلمة سر)².

● **الشبكات المحلية:** يتكون هذا النوع من الشبكات من مجموعة من الأجهزة و الحواسيب الموصولة ببعضها البعض بواسطة كبل واحد أو أكثر وموزعة ضمن منطقة جغرافية محدودة أو صغيرة نسبياً كأن تكون طابق من بناية أو مجموعة أبنية بدون استعمال تكنولوجيا الانترنت.

ب. **التطبيقات المرافقة للشبكات:** تقدم هذه الشبكات خدمات اتصالية ومعلوماتية كثيرة وقد تم استغلالها وتطويرها بما يخدم المؤسسة ويسهل اتصالها مع بيئتها الداخلية والخارجية ومن الخدمات نذكر:

- **خدمة البريد الالكتروني:** وهو تبادل للرسائل النصية وملفات متنوعة (أصوات، صور، برامجيات ...) وهو يحد ويقلل كثيرا من التكاليف العالية للنداءات الهاتفية بعيدة المدى و يفعل الاتصال بين مختلف أجزاء المؤسسة .
- **البرمجيات الجماعية:** هي شكل متخصص من أشكال المؤتمرات عن بعد ومؤتمرات البيانات التي تسمح للأفراد الذين يعملون في مواقع مختلفة من أن يعملوا سوياً على وثائق ومشاريع مشتركة بطريقة متزامنة أو غير متزامنة.
- **التدفق الآلي للوثائق:** هي دائرة وثائق يعمل عليها بالتناوب مستخدمين في مستويات مختلفة ففيما يعمل المستخدمون في البرمجيات الجماعية بصفة جماعية على نفس الوثائق وفي أوقات مختلفة فإن تدفق الوثائق يضم تتبع سيرورة معينة فالمستعمل X من المستوى الأول يعمل على الملف ثم يؤكد ويبحث إلى المستعمل Y من المستوى الثاني والذي بدوره يؤكد ويبحث إلى المستعمل Z من المستوى الثالث كما يمكن لعدة مستعملين في مستوى واحد العمل ثم الإرسال إلى المستوى الأعلى للتأكيد³.

¹ احمد توفيق محمد الأنصاري، الإعلام الآلي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2023، ص 1.

² يوسف عبد الله قرقر، شبكات الحاسب الآلي، دار الكتاب الثقافي للنشر والتوزيع والدعاية والإعلان، اربد، الاردن، 2008، ص 59.

³ بن بوزيد شهرزاد، مرجع سابق، ص 80.

- **التبادل الإلكتروني للمعطيات:** هو نظام معلوماتي جماعي هدفه التبادل بطريقة إلكترونية لرسائل مهيكلية ومعبرة عن العمليات التسييرية بين حواسيب مؤسسات مستقلة لكن شريكة في إطار اقتصادي، ويمثل تكنولوجيا واسعة الاستعمال في المؤسسات الأوروبية حيث أن منها وفي كل القطاعات تستعمل هذه التكنولوجيا¹.

المطلب الثالث: عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يحاول المسيرين في تحتف المؤسسات أن يختاروا من التكنولوجيا ما يمكنهم من الاستجابة لحاجياتهم الحالية والمستقبلية، ومع أن هذا لا يعين أنه جيب عليهم أن يكونوا متحكمين في الجوانب التقنية، فإنه جيب عليهم أن يكونوا ملمين بالمبادئ الأساسية التي تمكنهم من النجاح يف اختيار الاستثمارات التكنولوجية.

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال من مكونات نظام المعلومات، وهي تتجه نحو أن تكون هي نظام المعلومات في حد ذاته بسبب التوجه نحو الاستغناء عن الإنسان

أولا: القواعد المادية:

يعتبر جهاز الكمبيوتر من الوسائل الهامة جدا في القيام بمختلف أنشطة المؤسسة خاصة التنفيذية، وهو آلة أوتوماتيكية تشتغل وفقا لتعليمات موجودة في ذاكرته الخاصة، حيث يمكنه قبول، تخزين ومعالجة البيانات، وفيما يلي توضيح لهذه العناصر:

1. **المعالج الرئيسي:** يعتبر المعالج الرئيسي العنصر الرئيسي المستخدم في ترجمة وتنفيذ تعليمات البرامج المختلفة، ويقوم بالتنسيق بني المركبات المادية الأخرى لتعمل معا، وهو يتشكل من جزئين رئيسيين: وحدة المراقبة وترجم تعليمات البرامج وتعلم المركبات المادية الأخرى ما جيب عليها أن تقوم به، بناء على تعليمات البرنامج، ويتضمن أيضا الوحدة الرقمية والمنطقية وتؤدي جميع العمليات الرقمية والمنطقية.
- يحدد عدد الدورات في الثانية سرعة المعالج الرئيسي وقدرته على تحويل تعليمات البرنامج، ويستخدم مقياسان أساسيان في معرفة عدد الدورات: (الميجاهرتز)، حيث أن 1 Mhz يساوي مليون دورة في الثانية والجيجاهرتز، حيث أن 1 Ghz يساوي بليون دورة في الثانية. ولا شك أيضا أن تكلفة المعالج تتحدد وفقا لسرعته².
- لقد عرف تصميم المعالج مستويات متفاوتة من خلال محاولات إدماج وظائف جديدة فيه، ومما تم اكتشافه من قبل مصنعي الشرائح Chip makers ما يطلق عليه CISC حيث يمكنه التعرف على أكثر من 100 نوع من

¹ بن بوزيد شهرزاد، مرجع سابق، ص 80

² عمران عز الدين، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية إدارة العلاقة مع الزبائن -دراسة مقارنة بين شركات الهاتف النقال في الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2016-2017، ص-ص، 16-18.

التعليمات، وهنا أيضا ما يسمى ب RISC حيث يقلل في عدد التعليمات التي يجب تنفيذها للوصول إلى الهدف وذلك من أجل الزيادة في سرعة المعالج، ويعتبر النوع الثاني أكثر سرعة من الأول.

تتجه الأبحاث إلى أن تصل في الأعوام القليلة القادمة إلى تحسين الأداء، قدرات تسيري الأنظمة، الافتراضية، الأمن والخصائص من أجل المساعدة على أن يكون جهاز الكمبيوتر مصمما مباشرة في المعالج، والافتراضية هي فضاء ذاكرة محمي يتم إنشاؤه عن طريق المعالج يسمح للكمبيوتر بخلق جهاز افتراضي، حيث أن كل واحد منها يسري برامجه الخاصة بمعزل عن الأجهزة الأخرى.

2. **التخزين الأولي:** يمثل الذاكرة الأساسية للكمبيوتر، ويتكون من الذاكرة الحية والذاكرة الخفية الذاكرة الميتة، والتي لها اتصال مباشر مع المعالج.

تعتبر الذاكرة الحية ذاكرة العمل الرئيسية للكمبيوتر، حيث تحزن البيانات والتعليمات البرامج، وبالتالي يمكن الولوج إليها مباشرة عن طريق المعالج الذي يمكنه قراءة وكتابة البيانات. وعندما يتم غلق جهاز الكمبيوتر فإن الذاكرة الحية لا تحتفظ بأي شيء من التعليمات والبيانات أما فيما يخص الذاكرة الخفية فتتمثل في وحدة ذاكرة سريعة جدا مستخدمة لتخزين البيانات القريبة والمنظمة، والتي لا يحتاج المعالج لأن يسترجعها من الذاكرة الحية التي تتميز بالبطء، ويضاف إلى ذلك أن الذاكرة الخفية مصممة مباشرة في المعالج باسم دورة تسمى Primary cash ، كما تحتوي دورة خارجية تسمى .

Secondary cash

تعتبر الذاكرة الميتة جزء التخزين الأولي الذي يحتفظ بالبيانات والمعلومات بعد غلق جهاز الكمبيوتر، نظرا لاحتوائها على نظام لا يمكن لا الكمبيوتر ولا المستعمل أن يقوم بمحوه، وأكثر من ذلك لا يمكن لجهاز الكمبيوتر أن يشتغل دون حصوله على تعليمات من الذاكرة الميتة لان الذاكرة الحية تضيع التعليمات مباشرة عند غلق الجهاز.

3. **التخزين الثانوي** يتمثل في الوسائط المصممة خصيصا من أجل الاحتفاظ بالحجم الكبير جدا من البيانات لتلبية احتياجات الأجل الطويل، وتتميز هذه الوسائط بعدم تضييعها للبيانات والمعلومات عند غلق جهاز الكمبيوتر ، وتتيح إمكانيات كبيرة للتخزين والتحديث. ويعبر عن قدرة التخزين بالبايت حيث يعتبر الميغابايت الأكثر شيوعا؛ إذ أن 1 ميغابايت يساوي 1 مليون بايت، كما أن 1 جيجابايت يساوي 1 بليون بايت و 1 تريابايت يساوي 1 تريليون بايت، ويمكن ل 1 ميغابايت أن يخزن مليون حرف أو رقم أو رمز، بمعنى أنه يمكن لقرص صلب يحتوي 04 جيجابايت أن يخزن حوالي 20 مليون صفحة من النصوص.¹

تحتوي وسائط التخزين المختلفة نوعين أساسيين هما: الوسائط المغنطة والوسائط البصرية، حيث يعتمد النوع الأول على استخدام تقنيات المغناطيس يف التخزين، ومن الأمثلة عليه: الشريط المغناطيسي والذي يعتبر من الأدوات القديمة،

¹ عمران عز الدين، مرجع سابق، ص.ص، 18-19.

وكذلك القرص الصلب الذي يعتبر من الأدوات الحديثة وقدرات تخزين عالية جدا. أما التقنية الثانية فتعتمد على تخزين البيانات والمعلومات بأحجام كبيرة يف مساحات صغيرة جدا، ومن امثلة على هذه الوسائط: ROM, DVD - CD. وكخلاصة لوسائط الثانوي يمكن القول أنها تتميز بانخفاض تكلفتها من جهة وارتفاع قدرتها على التخزين من جهة أخرى.

4. وسائل الادخال: هي الوسائل التي تستخدم في إيصال البيانات والمعلومات إلى البرنامج المعين بغرض القيام بعمليات المعالجة، فتستخدم لوحة المفاتيح للكتابة، وتستخدم الفأرة لتحديد العناصر والمواضع التي يراد إجراء تغييرات عليها، ومن وسائل الإدخال أيضا يمكن أن نذكر الماسح الضوئي. عرفت الوسائل المستخدمة في عمليات الإدخال تطورات عديدة، إذ أصبح بالإمكان المسجل الصوت أن حيل حمل لوحة المفاتيح، وتم أيضا اكتشاف الكتابة مباشرة على الشاشة أو ما يسمى Touchable screen كما يمكن لجهاز الكمبيوتر الشخصي أن يتصرف كنهائي، في الوقت الذي يكون فيه وحيدا في القيام بعمله حيث يتلقى ويرسل البيانات من وإلى الحاسب المضيف.

5. وسائل الإخراج تستخدم وسائل الإخراج من أجل رؤية، مساع أو الموافقة على نتائج سيرورة المعلومات المطلوبة، وتعتبر الطابعة وأجهزة الصوت من الوسائل الأكثر شيوعا. وتعتبر وسائل الإخراج مسؤولة عن تحويل البيانات والمعلومات المخزنة في ذاكرة الجهاز إلى شكل مفهوم، وذلك باستخدام نماذج الترجمة. تطورت هذه الوسائل إلى تلك التي تعمل بتكنولوجيا الاستشعار، حيث يمكن استشعار الصوت والصورة من طرف البرنامج الذي يقوم مباشرة بتنفيذ الأمر، وكمثال على ذلك في عامل الهواتف الذكية يمكن إعطاء أمر بإرسال رسالة قصيرة عن طريق الصوت، ويف عامل السيارات يتم استخدام نظام فتح وغلق الأبواب باستخدام البصمات.

6. وسائل الاتصال تستخدم هذه الوسائل يف إرسال البيانات والمعلومات من جهة، مثال على ذلك، حيث يربط جهاز الكمبيوتر مع خط هاتفي بغرض ويتم استقبالها في جهة أخرى، والمودم الاتصال مع جهاز كمبيوتر آخر. ويستخدم الكمبيوتر إشارات رقمية في حني أن اخلط الهاتفني يستخدم إشارات تناظرية، وحيث أن الإشارات الرقمية ممثلة بالنظام الثنائي (0 أو 1)، تكون مهمة المودم في المرحلة الأولى تحويل الإشارات الرقمية إلى إشارات تناظرية، بحيث يمكن إرسالها عبر الخط الهاتفي؛ إذ يكون يف الاستقبال مودم آخر تكون مهمته عكسية، وذلك حتى يتم قبول ما مت إرساله من قبل جهاز الكمبيوتر يف مكان الاستقبال¹.

¹ عمران عز الدين، مرجع سابق، ص-ص، 19-21.

ثانيا: القواعد البرمجية إن الأجهزة لا تكون جيدة إلا إذا اختبرت جودة عمل البرامج فيها، وخلال السنوات السابقة لوحظ أننا نتجه نحو أن تكون أصغر فأصغر وبتكاليف منخفضة، وعلى العكس من ذلك تتجه البرامج إلى أن تكون أكثر تعقيدا وتكاليفها مرتفعة، وأصبحت مدعما أساسيا لعمل المكاتب.

1. برامج التشغيل

أ. برامج أنظمة التشغيل : نظام التشغيل هو برنامج يتم تثبيته في الجهاز، حيث يسمح له بالقيام بعمله، وأكثر أنظمة التشغيل شيوعا هو Microsoft windows بمختلف طبعاته. لكن وبسبب الثورة التكنولوجية تم اكتشاف أنظمة تشغيل أخرى نافست Windows ومنها نظام Linux ، الذي تم تطويره من قبل مجموعة من الطلبة الجامعيين في الولايات المتحدة الأمريكية وتم توزيعه جمانا، ثم تم تطويره بعد ذلك من قبل مجموعة من الباحثين وأصبح قاعدة لعشرات التكنولوجيات في بعض الشركات مثل IBM و DELL ومن الأنظمة التي تم اكتشافها في عامل الأجهزة الذكية Android و Windows phone تتضمن القواعد البرمجية الأنواع التالية :

يراقب نظام التشغيل تطبيق البرامج، ويسري التعليمات بين مختلف الأجهزة، فمثال عندما يتم استخدام Excel لطباعة منحى بياني أو جدول تكون مهمة برنامج التشغيل مراقبة العملية، فيتأكد من أن الطابعة متصلة بجهاز الكمبيوتر وفيها ورق، ويقوم بإرسال المنحى إلى الطابعة مع التعليمات الواجب أخذها في الحسبان. يمكن لأنظمة التشغيل أن تتعامل مع مجموعة متنوعة ومختلفة من البرامج في وقت واحد، عن طريق استخدام نظام الأوامر المتعددة ويختلف نوع النظام المستخدم بين الأفراد والمؤسسات.

ب. برامج الخدمة أو المنفعة: تختص هذه البرامج بالوظائف المدعمة لبرنامج التشغيل، مثل: مضاد الفيروسات وشاشة التوقف.

2. برامج التطبيقات تختص بمعالجة نوع معين من الأوامر مثل: الأجور، إدارة العلاقة مع الزبون، وإدارة المشاريع...الخ، فهي تؤدي وظائف متخصصة، يضاف إلى هذه البرامج برامج التطبيقات العامة المستخدمة في عدة مجالات مثل برامج معالجة النصوص.

3. برامج أخرى تأتي بين برامج التطبيقات والبرامج القاعدية وتساعد في الانتقال بينها ونعني بها برامج الترجمة المختصة في تحويل الرموز غير المفهومة إلى أشياء مفهومة بين البرامج المختلفة، وبرامج تسيير الاتصالات المختصة يف تحويل البيانات والمعلومات بني مختلف الأجهزة، حيث تستخدم فيها تقنية تحويل الإشارات الرقمية إلى تناظرية والعكس¹.

¹ عمران عز الدين، مرجع سابق، ص.ص، 21- 22.

المبحث الثالث: مميزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال ذات مميزات هامة ووظائف مهمة على مستوى المؤسسات خاصة في ظل المحيط الذي تعمل فيه عن طريق مجموعة من الاستخدامات والتطبيقات، وهذا ما ينتج عنه آثار متعددة، كما تواجه عدة صعوبات.

المطلب الأول: وظائف واستخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتضمن تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجموعة من الوظائف الهامة تساعد على تسهيل استخداماتها يمكن عرض هذه الوظائف والاستخدامات كما يلي:

أولاً: وظائف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تختص تكنولوجيا المعلومات بجملة من الوظائف المنبثقة من المكونات السالفة الذكر وهذه الوظائف يمكن اختزالها في العمليات الأساسية الآتية:

1. **الحصول على البيانات:** تعد هذه الوظيفة هي الأولى التي يمكن أن توفرها تكنولوجيا المعلومات من خلال تكديس البيانات وتجميعها، وأن جمع البيانات هي عبارة عن استحصال البيانات الخاصة بعمليات المنظمة والأحداث الأخرى الخاصة بالبيئة الخارجية وإعدادها للمعالجة من خلال إدخال البيانات وتسجيلها وتحريرها ويقوم الأفراد بتسجيل هذه البيانات على أوساط مادية كالورق أو إدخالها مباشرة إلى الحاسوب بواسطة الأفراد العاملين في النظام، وتعد الدقة والجودة من الأمور المهمة في عملية إدخال البيانات بصورة صحيحة ويتوقف عليهما دقة وجودة مخرجات النظام.
2. **المعالجة:** ويقصد بها إجراء العمليات الحسابية والمنطقية المختلفة على البيانات وتحويلها إلى معلومات إذ تتضمن تحويل جميع أشكال البيانات أو المعلومات وتحليلها وتركيبها وتشمل المعالجة على عمليات متعددة كمعالجة المعلومات، و معالجة الكلمات والوثائق المستندة إلى النص بما في ذلك التقارير والأخبار والمراسلات، ومعالجة الصور والأصوات.
3. **الخزن:** إن خزن المعلومات هو مكون أساسي لنظم المعلومات، فالخزن عبارة عن نشاط نظام المعلومات تحفظ فيه البيانات والمعلومات بشكل منظم لاستعمالها مخرجات حين يحتاجها المستخدم، وإن الخزن يساعد الحواسيب على المحافظة على البيانات والمعلومات لاستعمالها في وقت الحالى.
4. **الإرسال:** ويقصد به إرسال المعلومات من موقع إلى آخر وذلك باستخدام واعتماد أوساط مختلفة كالأقمار الصناعية والألياف الضوئية أو غير ذلك¹.

¹ محمود حسن جمعة، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الأداء الاستراتيجي: دراسة تطبيقية في وزارة الأعمار والإسكان والبلديات والأشغال العامة - جمهورية العراق، مجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد 2، المجلد 6، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، 2018، ص.ص 46-47.

يرى Seen أنه يمكن حصر وظائف تكنولوجيا المعلومات بما يلي:

- جمع تفاصيل قيود أو سجلات النشاطات؛
 - تحويل وتحليل حساب جمع البيانات والمعلومات؛
 - إجراء عدة أنواع من المعالجة للبيانات في وقت واحد سواء كانت كتابية أو صوت أو صورة؛
 - تنظيم المعلومات بشكل مفيد حسب طبيعتها؛
 - تخزين البيانات والمعلومات واسترجاعها لإنجاز عملية إضافية وإرسالها إلى مستفيد آخر؛
 - إرسال البيانات والمعلومات من موقع لآخر باستخدام البريد الإلكتروني أو الرسائل الصوتية أو غيرها.
- أما Retla فقد عرف وظائف تكنولوجيا المعلومات على أنها تسجيل وتخزين ونقل ومعالجة واستخدام واسترجاع المعلومات؛

بينما ذهب C.Nitru إلى القول بأن تكنولوجيا المعلومات تؤدي عدة وظائف من خلال أدواتها هذه الوظائف

هي:

- معالجة البيانات وتحويلها إلى معلومات مفيدة؛
- إعادة معالجة المعلومات واستخدامها كبيانات في خطوات المعالجة الأخرى؛
- تبسيط المعلومات بحيث يسهل فهمها من قبل المستخدم لتصبح أكثر جاذبية وأكثر فائدة¹.

ثانيا: استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

وتستخدم تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن المجال الداخلي والخارجي للمؤسسة لما لها من خصائص متعددة كما يلي:

1. الاستخدام الداخلي: ويتمثل في الآتي:

- تستعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمصدر مركزي لكل المعلومات المؤسسة في بطاقة تعرض فيها الخدمة أو المنتج...الخ؛
- وضع دليل العاملين الذي يساعد فيما يخصهم من معلومات شخصية، الوظيفية، الترقيات، العقوبات...الخ²؛
- يربط كل أجزاء المؤسسة مع بعضها البعض وإن كانت في أكثر من مبنى، لمعرفة ما يجري في كل جزء؛

¹ سعيداني محمد السعيد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل تطبيق النظام المحاسبي المالي دراسة استطلاعية لأراء عينة من المحاسبين الماليين، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد2، المجلد5، جامعة العربي بن مهيدي، ام البواقي، الجزائر، 2018، ص.ص، 97-98.

² فضيلة عزازية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على الاداء في المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر المديرية العملية قائمة- ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية مؤسسة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالمة الجزائر، 2019-2020، ص.ص، 7-8.

- الاستعمال الإلكتروني لبطاقات الدوام (التسجيل اليومي لحضور العاملين) لتسهيل معالجة البيانات والاستفادة منها وسرعة الوصول إليها؛
 - تتيح للموظفين الوصول للوثائق المعيارية للفحص والمعالجة، مع توصيف الوظائف وتحديد مهامها ومسؤولياتها ؛
 - وضع معلومات عن المنتج ومواصفاته لتجنب تكرار الشرح عدة مرات؛
 - الحصول عن معلومات المنتجات المنافسة ومميزاتها للمحافظة على تنافسية جيدة للمؤسسة؛
 - الانتقال السهل والسريع للمعلومات داخل المؤسسة؛
 - النقل السريع والاقتصادي للمستندات بتوفير التكاليف البريدية والوقت المستهلك.
2. **الاستخدام الخارجي:** ومن أهم الاستخدامات الخارجية:
- نشر الإعلانات والاشهار لخدمات المؤسسة على شبكة الانترنت لجلب أكبر عدد من الزبائن؛
 - السماح للزبائن بالشراء والتسوق عبر الانترنت والتجارة الالكترونية؛
 - سرعة الاتصال مع أشخاص خارج المؤسسة عن طريق البريد الالكتروني فهو يكسب ميزة الهاتف من ناحية السرعة، وميزة الخطاب بإعطاء أحسن تعبير؛
 - تزويد المؤسسة بمعلومات تريد شرائها، خاصة المواد ذات التمويل الكبير؛
 - الحصول على معرفة خارجية من خبراء أو مستشارين في مجال عملها لحل بعض من مشاكلها دون دفع تكاليف الاستشارة في بعض الأحيان ؛
 - الاطلاع الدائم على سوق العمالة من أجل اختيار متطلباتها من الموظفين عند الحاجة؛
 - اختيار سوق منتجاتها ومدى رضا المستهلكين عنها، مما قد يفيدھا في وضع خططها المستقبلية من الناحية الإنتاجية والتسويقية إمكانية اختيار المورد المناسب من خلال العروض المقدمة من طرف الموردين، ميزات المنتج أو المواد الأولية، السعر... الخ؛
 - متابعة مدى تطور المؤسسة مقارنة بمؤسسات أخرى في نفس قطاع نشاطها، وذلك عن طريق الاتصال الدائم بالعالم من أجل الحصول على معلومات كزيارة مواقع هذه المؤسسات المنافسة.
 - كما يمكن استخدامھا من إكساب المؤسسة ميزة تنافسية على النحو التالي؛
 - **تعظيم قيمة الزبون:** من خلال تحديد حاجياته رغباته بالتركيز على الجودة والسعر، من خلال ما تقدمه هذه الأخيرة من أعمال إلكترونية وتقنيات معلوماتية؛
 - **إعادة هندسة الأعمال:** بإدخال تحسينات جديدة من أجل التميز واستقطاب زبائن أكثر من خلال التكلفة والجودة والسرعة في الخدمة¹؛
 - **تحسين جودة الأعمال:** بالتركيز على الجودة من وجهة نظر الزبائن بالتركيز على الأداء والموثوقية والاستجابة ؛

¹ فضيلة عزازية، مرجع سابق، ص 8.

- **تشكيل المنظمة الرشيقة:** من خلال التسعير السريع والمستمر وفقا للأسواق العالمية التي تتطلب جودة عالية وأداء عالي المستوى؛
 - **تكوين المنظمة الافتراضية:** وذلك في بنية الأعمال التنافسية العالمية، فتكوينها واحد من أهم الاستراتيجيات التي تتم باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فتقوم المنظمة بربط الأشخاص والموجودات معا من خلال ربط الزبائن والموردين والمنافسين مع المنظمة؛
 - **بناء المنظمة المبدعة للمعرفة أو المنظمات التعليمية:** التي تقوم بإكساب المعرفة ونشرها وتطبيقها باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأساليب التي تستطيع بناء وتراكم المعرفة من الأماكن المختلفة من الأشخاص وتصنيف العمليات والموارد البشرية مما ينعكس إيجابا على الأداء؛
 - **النجاح الاستراتيجي المستدام:** وذلك بالاعتماد على ثلاث عوامل رئيسية هي:
 - **البيئة:** العامل البيئي وهو هيكل الصناعة ومعطيات المنافسة والأوضاع الفردية للمؤسسة التي تتضمن التشريعات والسياسات وبراءات الاختراع؛
 - **العوامل الرئيسية:** والمتمثلة في الموجودات والموارد التكنولوجية والمعرفية، التي تعتبر من أهم العوامل التي ترفع المنافسة في المنظمة ؛
 - **استراتيجيات وأنشطة الإدارة** مثل الدخول أولا للسوق واستخدامات تكنولوجيا المعلومات وفي مقدمة المنافسين أو إيجاد موانع دخول وقيادة الكلفة.
 - تطبيق إدارة المعرفة والتعلم المؤسسي؛
 - تطوير استراتيجيات سريعة الاستجابة لطلبات الزبائن والموردين بشكل أسرع من المنافسين؛
 - إدارة مخاطر الأعمال من خلال تطبيق العديد من تكنولوجيا المعلومات ومبادئها الإستراتيجية¹.
- إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال سريعة الانتشار في الواقع لما تقدمه من سلع جديدة، أو بما تولد من حاجة إلى سلع وخدمات جديدة؛ لهذا توجد استخدامات أخرى عديدة لتكنولوجيا المعلومات في جميع الميادين من بينها:

1. **استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال التسيير:** إن التدفق المتزايد للمعلومات والحاجة الماسة² لمعالجتها داخل المنظمة من ناحية، وحجم مبادلة هذه المعلومات مع بقية المصالح من ناحية أخرى، دفعت بالمنظمة لتطوير تكنولوجيا المعلومات لها، فكانت من بين الوسائل الناجحة الموجهة لحل مشاكل التسيير خاصة بالبلدان المتطورة، فمع تعقد المحيط وتطور تكنولوجيا المعلومات، احتل الحاسوب مكانة هامة في الإدارة، وتوسعت مجالات استعماله خاصة لتسيير العمليات الروتينية مثل تسيير الأجور، المحاسبة، تسيير المخزونات.

¹ فضيلة عزازية، مرجع سابق، ص 10.

² دحاني تركية، شولاق إيمان، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير الكفاءات في الجزائر -دراسة حالة الجزائرية للمياه وحدة تيارت-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2021-2022، ص 11.

2. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التعليم العالي: تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم الوسائل المتطورة التي يستخدمها التعليم العالي، حيث لها عدة أدوار وفوائد، كإعادة هيكلة التعليم وزيادة فرص التعلم ومراقبة التقدم وتحسين عملية التعليم والتعلم.

3. استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الصحة والطب: تم توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال الصحة والتطبيب عن بعد، هدف الرفع من المستوى الصحي لسكان الأرياف والمناطق النائية، مما يقلل نفقات العلاج والسفر، وكذا التبادل المعرفي بين المراكز الصحية المنتشرة في العالم¹.

المطلب الثاني: أثر ومتطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

مما لا شك فيه أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال آثار مختلفة ناتجة عن تطبيقها وهذا التطبيق بدوره يتطلب عدة متطلبات تساعد المؤسسات على تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومن هنا سنعرض مختلف آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومتطلبات تطبيقها في المؤسسات.

أولاً: آثار تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد تمكنت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال تطبيقاتها من إحداث تطورات هائلة على مستوى المؤسسات، كم استطاعت هذه التطبيقات أن تغزو جميع المؤسسات العامة والخاصة على مختلف أنواعها، ويتم شرح مختلف آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على المؤسسات كما يلي:

1. الآثار التنظيمية: يمكن تصنيفها في ثلاثة جوانب هي: المركزية واللامركزية والجمع بينهما، التقليل في حجم الوظائف و المستويات الإدارية، والتحول في شكل الهيكل التنظيمي من الهرمي إلى الشبكي.

● الاتجاه نحو المركزية واللامركزية : في عام 1958 قدم كل من leavitt et whisler تنبؤاتهم حول تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على البناء التنظيمي للمؤسسات سوف تتجه نحو المركزية، وذلك لان وفرة المعلومات مقارنة مما كان متاح في السابق سوف يسمح للإدارة بان تكون في قراراتها مركزية من خلال نظام معلومات مركزي يتواجد في المقر الرئيسي ويرتبط جميع أجزاء المؤسسة بشبكة اتصالات تتيح للإدارة نقل وتبادل² المعلومات بينها وبين جميع العاملين فيها، ولكن هناك من يرى العكس، أي أن استخدام الحاسوب سوف يدفع المؤسسات نحو التوجه إلى اللامركزية، وذلك ألن الإدارة سوف لا تستطيع التغلب على المشاكل الناتجة عن كمية المعلومات التي ستولدها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات إلا عن طريق تبني اللامركزية.

¹ دحماني تركية، شولاق إيمان، مرجع سابق، ص.ص، 11-12.

² بوعبد الله جميلة، بونينة بشرى، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة في المؤسسة -دراسة ميدانية على زبائن وكالة موبيليس جيجل- ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص علو اجتماع اتصال، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2020-2021، ص.ص، 45-46.

• **تقليص حجم الوظائف والمستويات الإدارية:** عمله تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على زيادة التوافق بين الوظائف، وبالتالي اختيار الموارد المؤهلة وتدريبها وتقييم أدائها وتخطيط مسارها الوظيفي، كما أسهمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال أدواتها المختلفة من زيادة كفاءة عملية الاتصال وتحسين عملية التحفيز والدافعية لدى الأفراد، أما فيما يخص تقليص عدد المستويات الإدارية فقد أشار Lucas بأن ازدياد قرارات الإدارة في الحصول على المعلومات بالسرعة والدقة الملائمة من خلال الاعتماد على انظمه المعلومات المحسوبة سوف يساهم في تقليل الاعتماد على الإدارة الوسطى، وبالأخص ظهور شبكات الاتصال المحلية والدولية يمكن المدراء من زيادة حجم نطاق إشرافهم وإن زيادة حجم نطاق الإشراف يؤدي لتقليص دور الإدارة الوسطى.

• **التحول في شكل الهيكل التنظيمي:** يتمثل في ظهور زيادة في الخيارات الهيكلية البنوية للمؤسسة خاصة عند تطبيق مفهوم الشبكات التي تساهم في ربط المؤسسة داخليا و خارجيا، حيث نجد الهيكل الشبكي للمعلومات يعمل على إلغاء الحدود بين كل من المؤسسة والموردين والعملاء، وكأنعكاس لهذا المفهوم بدأت المؤسسات باعتماد التنظيم الشبكي وهيكلها التنظيمي، وذلك بأن الهياكل السابقة التقليدية تتسم بمحدودية قدراتها في الاستجابة للمتطلبات البيئية الخارجية والداخلية للمؤسسات مما يفرض على المؤسسات التخلي على التنظيم الهرمي البيروقراطي التقليدي.

2. **الآثار الاقتصادية:** تحت تأثير عصر المعلومات وتكنولوجيا المعلومات والاتصال تغيرت عده مفاهيم، فقد أصبح رأس المال الفكري أهم نسبيا من رأس المال المادي، وأصبحت المعلومات قوة وثروة تضيف على العمل قيمه مضافة، لأن الاقتصاد المعاش هو اقتصاد المعلومات، كما تميز الثروة بتنقلها السريع عكس منتجات اقتصاد الزراعة والصناعة .

ويمكن القول أن الآثار الاقتصادية الناجمة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال تتمثل في استخدام الحاسب الالكتروني كأحد العناصر الأساسية المكونة لهذه التكنولوجيا حيث كان لتطور استخدام الحاسبات الآلية الأثر الكبير في اقتصاديات استخدام هذه التكنولوجيا.

3. **الآثار الاجتماعية:** تمنحنا تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعض الخيارات الأخلاقية المختلفة والتحولات الثقافية التي تنعكس وتساعد في توجيه السلوك والتصرفات مما يخلق آثار على البنين المجتمعي منها:

- الآثار المستقبلية على العملية التربوية والتعليمية وتطوير البحث العلمي والتقني¹؛
- تشجيع السلوكيات الجديدة من المطالبة بالمساواة والعدالة الاجتماعية وحرية التعبير؛
- القياسات الحيوية والعمل على مكافحه الجريمة.

أما في الجانب المظلم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال نجد بأن لها تأثيرات سلبية مثل (المخاطر الصحية لشاشة العرض، الإصابة بالتعب المتكرر، مخاطر الإشعاع، إدمان الانترنت والهاتف المحمول وكذا المخاطر البيئية مثل: استهلاك

¹ بوعبد الله جميلة، بونينة بشرى، مرجع سابق، ص 46.

الطاقة، مشكله وحدات التصنيع و المواد المضرة بالبيئة) وكذا المساعدة على نشر الجريمة في المجتمع المساعدة على الانتحار وتهديد الأمن العام والتطرف الديني، وانتحال الشخصيات¹.

ثانيا: متطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لغرض تبني آليات تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأدواتها وتطبيقاتها التي باتت تعد من أهم التوجهات لدى مؤسسات وعلى اختلاف توجهاتها ونشاطاتها يؤكد الباحثون والمتخصصون في هذا المجال أن هناك عدة متطلبات مختلفة يجب توفيرها لغرض تحقيق النجاح في تطبيق هذه التكنولوجيا وهذه المتطلبات هي كالآتي:

1. المتطلبات الفنية: حيث تتحقق يتوفر ما يلي:

- تحسين البنى التحتية والارتكازية من اتصالات، ومواصلات وغيرها؛
- تهيئة مهارات بشرية من ذوي الخبرة والكفاءة؛
- توفير معدات مناسبة للتشغيل بكفاءة وتحديثها باستمرار.

2. المتطلبات الاقتصادية: ويمكن تحديد أهمها كما يلي:

- تخصيص مبالغ كافية للقيام بنشاطات البحث والتطوير في مجال تكنولوجيا المعلومات؛
- دعم الصناعة المعلوماتية وأساسياتها؛
- تشجيع الاستثمار في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

3. متطلبات اجتماعية: من أبرزها ما يلي:

- إنشاء أنماط العمل الجماعي ونشر روح التعاون بين مجموعات العمل المختلفة؛
- تبني آليات التشجيع للأفراد على تقبل التغيير الفني؛
- العمل على تغيير أنماط الثقافة التنظيمية السائدة بما يلائم مع ثقافة المعلوماتية.

4. المتطلبات الإدارية: ومنها ما يلي:

- تعيين قيادات إدارية قادرة على التغيير²؛
- اعتماد الهياكل اللامركزية والمرنة؛
- إنشاء وحدات تنظيمية تتولى إدارة تطوير مستلزمات تكنولوجيا المعلومات؛
- إعادة هندسة الأعمال والعمليات داخل المنظمة؛

¹ بوعبد الله جميلة، بوبنية بشرى، مرجع سابق، ص.ص، 46-47.

² أمال الحفناوي، سايحي خميسة، التسويق الالكتروني للخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2022، ص.ص، 61-62.

5. متطلبات أخرى: ومن أهم هذه المتطلبات ما يلي:

- إصدار قوانين وتشريعات تنظم عملية التبادل عبر قنوات تكنولوجيا المعلومات وتحمي مصالح الأطراف؛
- توفير مقومات الأمن والخصوصية على الشبكات؛
- توفير مبادئ حماية حقوق الملكية الفكرية واحترام الخصوصيات¹.

المطلب الثالث: صعوبات الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال

على الرغم من أهمية الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإنفاق المالي في هذا المجال إلا أن الاستثمار فيها يواجه العديد من المشاكل والعقبات والصعوبات نذكر منها:

- يتطلب الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال رأس مال كبير لا تقدر عليه العديد من منظمات الأعمال الصغيرة والمتوسطة ولا تراه مجديا في ظل هامش ربحها المنخفض؛
- فشل العديد من المستثمرين في التحقق منه ومراقبة وحماية حقوق الملكية الأصول غير الملموسة الناشئة عن الأبحاث والدراسات والتطوير التي استثمرت فيها أموالهم؛
- وجود فجوة بين طموحات المؤسسات في الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وبين ما تحقق فعلا وهذا ما يؤكد المسح الذي أجرته منظمة إدارة المعلومات والصور على البنوك؛
- ضعف المعرفة المالية لدى موظفي تكنولوجيا المعلومات والاتصال الأمر الذي أدى إلى ضعف في مقدرة توقع العائد المالي للاستثمار في نوع التكنولوجيا المعلومات والاتصال المقترح أو المصمم أو المستخدم وهو ما يؤكد أيضا مسح الذي أجرته كلية الإدارة في جامعة الشمالية الغربية الأمريكية بالتعاون مع إحدى شركات الاستثمار؛
- في كثير من الأحيان لم تحسن تكنولوجيا المعلومات والاتصال من إنتاجية المهام المستخدمة والموكلة إلى الموظفين، وهذا ما يضع عائقا أمام استثمارات جديدة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في بعض منظمات الأعمال قد يستدعي إعادة الهيكلة الإدارية للمنظمة جذريا الأمر الذي لا يجبذه مدراء هذه المؤسسات لما ينطوي عليه من مخاطر غير محسوبة².

¹ أمال الحفناوي، سايحي خميسة، مرجع سابق، ص 62.

² ساهل أمينة، محمد بوسنة، مزايا تكنولوجيا المعلومات وأهمية الاستثمار فيها، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 1، المجلد 16، جامعة بومرداس، الجزائر، 2022، ص.ص، 179-180.

خلاصة الفصل الأول.

من خلال هذا الفصل تبين لنا أن هناك اتساعا شاسعا في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بسبب اتساع مجال تطبيقها من جهة واتساع استخداماتها من جهة، ومن ناحية المكونات والأبعاد تبين إن للتكنولوجيا العديد من الأنواع التي وجدت لتخدم مستويات مختلفة من المهام.

كما تعد المعلومات والتكنولوجيا وقنوات الاتصال العمود الفقري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أنها تبنى على المعلومات التي على أساسها تمكن المؤسسة من التأقلم مع التكنولوجيا الجديدة من خلال التخطيط والتنظيم والمتابعة وغيرها من المهام بالإضافة إلى توفير الاتصال الفعال.

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال هامة جدا في تحسين الخدمة في المؤسسات باعتبارها وسيلة تسهل عملية توفير المعلومات وضمان الاتصال بهدف القيام بالمهام المختلفة، وهذا ما سنتطرق إليه من خلال الفصل الثاني.

الفصل الثاني:

أثر تكنولوجيا

المعلومات والاتصال

في تحسين الخدمات

تمهيد الفصل الثاني

إن التطورات والتغيرات الحاصلة في قطاع الأعمال أدت إلى نمو القطاع الخدمي بشكل كبير، وازداد الاهتمام به كمحور أساسي في تشكيل القطاعات الاقتصادية، حيث أصبح ميدان المنافسة الرئيسي والأكثر أهمية. وفي ظل التطورات التي شهدتها العالم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، التي أدت إلى إحداث تغييرا جوهرياً في طبيعة الخدمة المقدمة، بهدف تحقيق رضا الزبون وإشباع رغباته الأمر الذي تعد سر النجاح والتميز والتفوق للمؤسسة، أصبحت الخدمة اليوم عاملاً مهماً لتحقيق النجاح والاستمرارية للمؤسسات ومن أجل الإلمام بماهية وبكل مفاهيم الخدمة تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث كما يلي:

المبحث الأول: ماهية الخدمة

المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمة

المبحث الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات

المبحث الأول: ماهية الخدمة

يحتل قطاع الخدمات أهمية خاصة وموقعا متميزا بحكم المنافع التي يقدمها وطبيعة الخصائص التي يمتاز بها، لذا تزداد الحاجة إلى الخدمات يوما بعد يوم، وعليه سنتطرق في هذا المبحث إلى دراسة ماهية الخدمة وخصائصها، وكل ما يتعلق بها.

المطلب الأول: مفهوم الخدمة وأهمية التجربة فيها

نظرا لأهمية الخدمات على المستوى الفردي أو القومي، فقد تطورت النظرة إلى هذا القطاع، فأصبح محل اهتمام الأفراد والحكومات خاصة في الدول المتقدمة.

أولا: تعريف الخدمة

تعددت تعاريف الخدمة نذكر من بينها:

تعرف الخدمة بأنها: "هي المنافع غير الملموسة التي تقدمها المنظمة لعملائها سواء بمقابل أو من غير مقابل أو نظير رسوم رمزية"¹.

كما عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة"².

تعرف الخدمة بأنها: "عملية إنتاج خدمة غير ملموسة بالدرجة الأساس، أي أن الخدمة هي أشياء يتم إدراكها عن طريق الحواس وقابلة للتبادل تقدمها الشركات أو مؤسسات معينة بشكل عام بتقديم الخدمات وتعتبر نفسها مؤسسات خدمية"³.

مما سبق يمكن تعريف الخدمة بأنها: "كل الأنشطة الاقتصادية التي مخرجاتها ليست منتجات مادية، وهي بشكل عام تستهلك عند وقت إنتاجها وتقديم قيمة مضافة، وهي بشكل أساسي غير ملموسة"⁴.

¹ مدحت محمد أبو النصر، إدارة الجودة الشاملة في مجال الخدمات " الخدمات الاجتماعية والتعليمية والصحية"، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2008، ص 93.

² حميد الطائي، بشير العلاق، إدارة عمليات الخدمة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020، ص 37.

³ زكريا الدوري، بلال السكارنة، نجم العزاوي، شاكر العلمة، جهر عبد الهادي، محمد عبد القادر، مبادئ ومداخل الإدارة ووظائفها في القرن الحادي والعشرين، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 496.

⁴ مسعودي راوية، التسويق الالكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة العمليات التجارية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، 2013-2014، ص 66.

ثانياً: خصائص الخدمة:

تتميز الخدمة بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:

1. **التلازم:** ونعني به درجة الترابط بين الخدمة ذاتها وبين الشخص الذي يتولى تقديمها، فنقول إن درجة الترابط أعلى بكثير في الخدمات قياساً بالسلع، وقد يترتب على ذلك الكثير من الخدمات الضرورية حضور طالب الخدمة إلى أماكن تقديمها، كما هو الحال في الاتصال المباشر العالي حيث تكون الخدمة موجهة إلى جسم المستفيد من الخدمة¹؛

2. **غير ملموسة:** الخدمات ليست أشياء بل هي عمليات وأفعال، وعليه تعتبر هذه الخاصية من أهم خصائص التي تفرق الخدمة عن المنتجات المادية، وتقصد بها عدم قدرة المستهلك على إدراك الخدمة من خلال الحواس الخمسة إذا لا يستطيع لمس الخدمة²؛

3. **الهلاك:** السلع يمكن تخزينها في مراحل الإنتاج أو بعد الإنتاج أو أثناء البيع، وهذا لا يحدث في حالة الخدمات، فهذه الأخيرة قابلة لتلاشي ونفي بمجرد إنتاجها، فهي غير قابلة للتخزين بهدف البيع أو الاستخدام اللاحق؛

4. **التباين:** فلما كانت الخدمة ترتبط ارتباطاً وثيقاً بشخص مقدم الخدمة فإنها تتنوع تنوعاً كبيراً على من يقدم الخدمة، وعلى حالة مقدم الخدمة وخاصة حالته الجسدية والنفسية وقت تقديم الخدمة؛

عدم تملك الخدمة: طالما أن الخدمة غير ملموسة فالمستفيد منها يحصل على منفعة مباشرة ولوقت محدود فقط مثل تأجير غرفة فندق، أو السفر بالطائرة، وتمثل هذه الخاصية مشكلة تسويقية لمديري المؤسسات الخدمية حيث أن المستهلك كجزء من اشباعاته يشعر بالسعادة عند تملك الخدمة ومن ثم على المؤسسات الخدمية أن تولي اهتماماً للدلائل المادية للخدمة والتي توحى له بملكيته مثل الهدايا التي تقدم على رحلات شركات الطيران³.

ثالثاً: أهمية التجربة في الخدمة

إن نظرة الزبون للأشياء خلال حياته التسويقية تختلف عن تعامله مع سلع مادية عنها في السلع غير المادية فالسلع المادية يمكنه أن يملكها ويعيش معها فترات طويلة تسمح له بتعميق تجربته معها، فيتمكن من تقييمها بسهولة لان لديه محددات مادية فيزيائية يمكنه الاعتماد عليها في حكمه على المنتج أو السلعة، لكنه من جهة أخرى يجد صعوبة في

¹ عمورات أعرب، دور التسويق الداخلي في تعزيز المكانة الذهنية للخدمات البنكية - دراسة مقارنة بين بعض البنوك الجزائرية والأجنبية في السوق الجزائرية - أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم تجارية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2018-2019، ص 60.

² محمد الفاتح محمود الغربي، تسويق خدمات السياحة، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016، ص 127.

³ عمورات أعرب، مرجع سابق، ص 61.

تقييم المنتجات الخدمية بسبب خاصية الفئائية فيها، فالخدمات غالبا ما تكون فترة قصيرة جدا، بحيث يصعب على الزبون الحكم عليها، فيعتبرها تجربة من تجارب حياته التي يواجهها، لكن هذه التجربة يمكن أن يكون لها تأثير على أحكامه السابقة.

يرى شريستال وييري إن سمعة الخدمة مرتبطة بشكل وثيق بمرحلة التلاقي أو التفاعل، ففيها يكون الزبون فكرته على المؤسسة وخدماتها، وقد اصطلح على تسمية تلك اللحظة من منظور الزبون بالتجربة أو الخبرة أما النتائج التي توصل إليها شريستال هي أن المستهلك كلما كان كثير التعود على الخدمة، كلما ركز في قراراته المستقبلية على تجربته السابقة، أما إذا كان حديث العهد باستهلاك الخدمة فهو يهتم بالمزيج الاتصالي.

كما تبين أن هناك الكثير من البحوث التي قام بها الباحثون لمعينة علاقة رضا الزبون بتجاربه مع الخدمة¹.

المطلب الثاني: أبعاد ومختلف أنواع وتصنيفات الخدمة

تتركز الخدمة على مجموعة من الأبعاد الأساسية التي تساهم في تحقيق أفضل خدمات للمؤسسة، بالإضافة إلى تنوعها وتصنيفاتها المختلفة.

أولا: أبعاد الخدمة

من خلال ما سبق رأينا أن الخدمة هي عبارة عن نشاط أو منفعة يقدمها طرف ما إلى طرف آخر، وأن الخدمة ليست شيئا ملموسا، رغم ارتباطها أحيانا ببعض العناصر المادية، ولقد قامت (Shostak) بالتمييز بين نوعين من الخدمة أحدهما يسمى الخدمة الجوهر والآخر يسمى الخدمات التكميلية، حيث أن الخدمة الجوهر هي الفائدة الأساسية التي يتطلع إليها الزبون مثل: التنقل إلى مكان معين، أو العلاج من مرض ما، وتكون هذه الفائدة دون الخدمات المحيطة أو التكميلية التي تدعم وتسهل عملية الحصول على الخدمة الجوهر مثل: أعمال الضيافة والمعلومات والمشورة ... الخ . تستعمل الخدمات التكميلية في خلق ميزة تنافسية بالنسبة للمؤسسات، وتعتبر معيارا مهما لتمييز المؤسسات الناجحة عن غيرها من المؤسسات، ولقد أطلق (Lovelok) على الخدمات التكميلية اسم (The Flower Of Service) أي زهرة الخدمة وفيما يلي شرح للخدمات التكميلية:

1. جودة الخدمة

وهي معيار إدراكي يتصوره العميل يقيس الفرق بين مستوى الخدمة الذي توقعه مع مستوى الخدمة المقدم له في الواقع من طرف المؤسسة².

¹ غيثي عبد العالي، أهمية نوعية الاتصال في تحسين الخدمات -دراسة حالة الخدمات المصرفية لمدينة قسنطينة-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، قسم علوم التجارية، كلية التسيير والعلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006-2007، ص 26.

² بوضيري بسمة، عبد الرزاق بن الزاوي، التسويق الالكتروني وأثره في تحقيق جودة الخدمات المؤسسة الاقتصادية -دراسة عينة من عملاء مؤسسات الاتصال بالجزائر موبيليس، جيزي، اوريدو-، مجلة اليزا للبحوث والدراسات، العدد 1، المجلد 8، 2023، ص 56.

2. تسهيلات الخدمة

أ. **المعلومات:** هي كافة المعلومات التي يحتاجها الزبائن عن الخدمة، سواء كانوا زبائن جدد أو زبائن متوقعون، والذين هم بحاجة ماسة إلى معلومات عن المنتجات التي لها القدرة على إشباع حاجاتهم ورغباتهم ومن أماكن توفرها وكيفية الحصول عليها، ومن الأمثلة على ذلك اللوحات الإرشادية عن موقع الخدمة، قائمة الأسعار، والضمانات وشروط البيع، الوثائق وساعات العمل... الخ.

ب. **الاستشارات:** تقدم الاستشارات في الغالب بناء على طلب الزبائن وذلك للاستجابة على استفساراتهم أو حل مشاكلهم، وهي عبارة عن حوار يهدف للتعرف على طلبات الزبون ومشاكله واقتراحاته، وعادة ما تتألف الاستشارة من نصيحة فورية من قبل شخص خبير ذو معرفة للإجابة على السؤال ماذا تقترح؟ ومن الأمثلة عن الاستشارات: النصائح الشخصية، الاستشارات الفنية والإدارية... الخ.

ت. **الضيافة:** وهي معاملة الزبائن كضيوف على المؤسسة خصوصا إذا ما كان عليهم البقاء في مواقع الخدمة لفترة طويلة، وتعكس الضيافة الجيدة من خلال حسن الاستقبال للزبائن الجدد والتحية والترحيب بالزبائن القدامى عند عودتهم ومن الأمثلة على خدمات الضيافة: الترحيب، الحماية، النقل، الأطعمة... الخ.

ث. **إعداد الفواتير:** وهي قيام مؤسسات الخدمة بإعداد الفواتير التجارية، وهذا يتطلب من المؤسسة أن تكون فواتيرها معدة بطريقة دقيقة وصحيحة ومطابقة لقيمة الخدمة المقدمة، من أمثلة إعداد الفواتير: الكشوفات الدورية عن حسابات الزبون، وفواتير المعاملات الفردية.

ج. **الدفع:** هي قيام الزبون بدفع المبالغ المستحقة عليه عند استلام الفاتورة التجارية ومن الأمثلة على ذلك: الخدمة الذاتية، إرسال بالبريد، الدفع مباشرة، أو عن طريق شيك مثلا.

3. ضمانات الخدمة

أ. **استلام الطلبات:** تمثل هذه الخدمة التكميلية الدور الذي يلعبه مقدم الخدمة في استلام وقبول الطلبات وذلك عندما يكون الزبون مستعدا للشراء، ومن الأمثلة على ذلك ما يلي: طلب الاشتراك في الخدمات، طلب التسجيل، طلبات حجز المقاعد، الغرف، الطاولات... الخ.

ب. **حماية ممتلكات الزبائن:** وهي تقديم المساعدة للزبون للحفاظ على ممتلكاته وأشياءه وذلك عند زيارته لمواقع الخدمة، فعدم توفير هذه المساعدات والتسهيلات الخاصة لحماية ممتلكات الزبون قد تؤدي إلى عزوف الزبائن عن زيارة مواقع الخدمة ومن الأمثلة على ذلك خدمات مرافق السيارات، العناية بالأطفال... الخ¹.

¹ بوزيان حسان، أثر جودة الخدمات على رضا الزبون -دراسة ميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر في مدينة العلمة سطيف-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 2013، ص 37.

ت. الاستثناءات: هي مجموعة من الخدمات المساعدة والتي تقع خارج نطاق الخدمات الروتينية التي تقوم بها المؤسسة، وعادة ما تقدم هذه الخدمات في ظروف غير متوقعة من قبل الإدارة ومن الأمثلة على الاستثناءات: توفير أماكن خاصة للأطفال في المطاعم، التعويض عن الخدمة غير الجيدة... الخ¹.

ثانيا: أنواع الخدمة

إن الاختلاف الظاهر عند البعض ليس ظاهرا عند البعض الآخر حول الخدمة والسلعة ومدى الفرق بينهما، واختلاف القائم حول أنواع الخدمات يبين أن هناك فرق بين السلعة والخدمة إلى حد يمكن ملاحظته وتشخيصه. يمكن تصنيف الخدمة تبعا لنوع السوق الذي تخدمه وهدف الوصول إليه، كما هو الحال للمنتج (السلع) هناك خدمات المستهلكين مثل: التأمين على الحياة، وتأمين السيارات والرعاية الصحية وهناك الخدمات الصناعية فتشمل تدقيق الحسابات وغيرها، ويمكن لنفس الخدمة أن تقدم للمستهلك النهائي أو المستعمل الصناعي أو كالمهم، وقد قسم kotler and Armstrong الخدمات إلى ثلاثة أنواع:

1. الخدمات الحكومية: مثل المحاكم ومكاتب التشغيل والبلديات والمستشفيات الحكومية والجيش والشرطة والبريد والمدارس والجامعات الحكومية.

2. الخدمات الخاصة غير الربحية: الجمعيات الخيرية، الجمعيات التضامنية، المساجد... الخ.

3. الخدمات الخاصة الربحية: خطوط النقل البحري، البري والجوي، شركات الترفيه، والشركات العقارية والوكالات الإعلامية، وهذا يمكننا أن نستنتج أن كل خدمة ولها خصائصها ومميزاتها، تختلف بها عن الخدمة أو السلعة الأخرى، وأن أنواع الخدمات تختلف حسب هدف أو سبب وجود تلك الخدمة، وتختلف الخدمة على حسب منتجها أو المسؤول عن تقديم الخدمة للمستهلك، والجدول التالي يوضح كيفية تقسيم الخدمات².

ثانيا: هيكل الخدمة وتصنيفات الخدمة

هيكل الخدمة

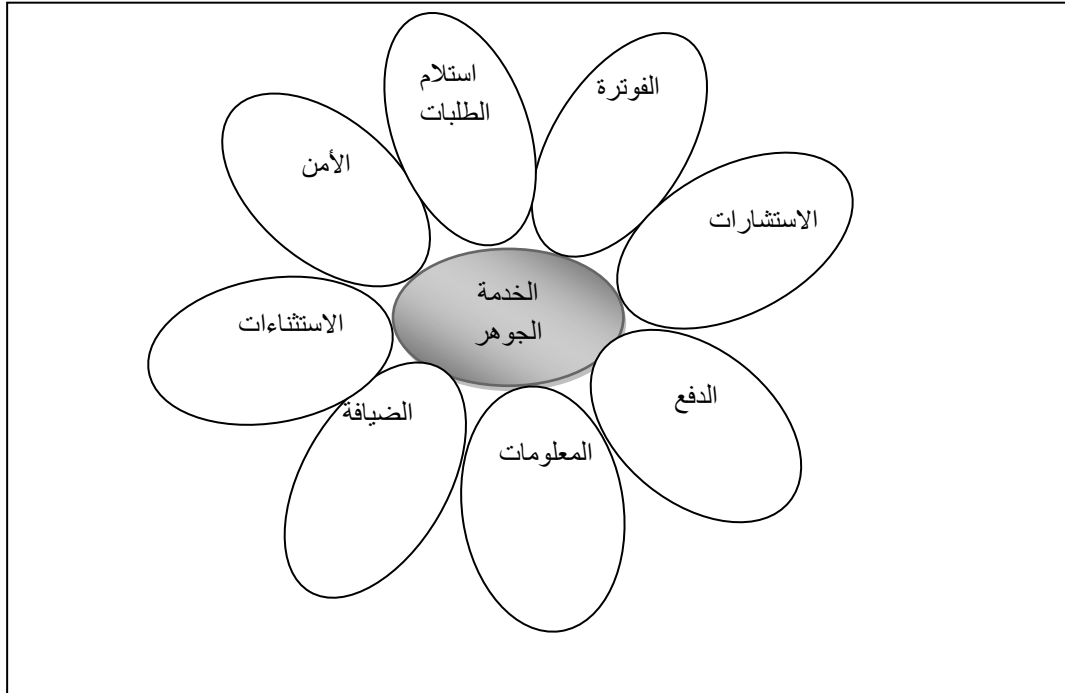
تقوم معظم المؤسسات الخدمية بعرض منتجاتها الأساسية (الجوهر) مرفقة بخدمات ملحقة تكميلية، تسعى من خلالها تحقيق التميز والاختلاف، لكون هذه الأخيرة تشكل قيمة مضافة للعميل خاصة في ظل تنامي المنافسة. وبالتالي على رجل تسويق الخدمة معرفة ما المقصود بالضبط بالخدمة الجوهر التي تقدمها المؤسسة، وكذا الخدمات التكميلية الداعمة لها:

¹ بوزيان حسان، مرجع سابق، ص 37.

² بلقاسم شهرزاد، دور التسويق الخدمي في تحسين جودة الخدمة -دراسة حالة وكالة اتصالات الجزائر لولاية مستغانم ACTEL-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2016-2017، ص 30.

1. **الخدمة الجواهر:** هي الخدمة التي تشبع حاجة أساسية لدى العميل، وتعتبر السبب الرئيسي لوجود المؤسسة الخدمية، كالنقل لمؤسسات الطيران، والاتصال والحديث لمؤسسات الاتصالات الهاتفية،... الخ
2. **الخدمات التكميلية:** هي التي تشبع حاجات ثانوية لدى العميل، وعلى الرغم من وجود عدة تصنيفات للخدمات التكميلية إلا أن أهم وأشهر هذه التصنيفات ذلك الذي جاء به "lovelock" حيث صنفها وفق مجموعتين رئيسيتين: خدمات تكميلية تسهيلية وخدمات تكميلية داعمة حيث تضم المجموعة الأولى المعلومات، استلام الطلبات، إعداد الفواتير (الفوترة)، الدفع، في حين تضم الثانية تقديم الاستشارات، الضيافة، الأمن، الاستثناءات، وتتخذ هذه الفئات الثمانية من الخدمات التكميلية توزيعاً على شكل أوراق زهرة بشكل منسق، حيث يرمز قلب الزهرة إلى الخدمة الجواهر، ولهذا يطلق على هذا التصنيف "زهرة الخدمة"،¹ وهي موضحة في الشكل التالي:

الشكل 1-2: زهرة الخدمة



المصدر: بوجنانة فؤاد، تقييم واقع الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2008-2009، ص 21.

¹ بوجنانة فؤاد، تقييم واقع الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2008-2009، ص 20.

تصنيفات الخدمات

كما يمكن تصنيف الخدمات وفق عدة معايير كما يلي:

1. **صنيف الخدمة حسب عرض المؤسسة:** يمكن تقسيم الخدمة حسب العروض التي يمكن أن تقدمها المؤسسة إلى خمسة أنواع كما يلي:
 - أ. **المنتجات البحتة:** أي الصافية، فالعرض هنا يكون سلعة ملموسة، مثل الصابون ومعجون الأسنان، ولا ترتبط هذه المنتجات بخدمة إضافية.
 - ب. **المنتجات الملموسة المصحوبة بخدمات:** في هذه الحالة تضع المؤسسة منتجات تحتاج إلى خدمات ملحقة، على سبيل المثال الضمان، الصيانة، التركيب.
 - ت. **الهجين (تداخل السلع والخدمات):** يشمل العرض هنا منتجات وخدمات بالتساوي مثل المطاعم.
 - ث. **خدمة رئيسية ترافقها سلع وخدمات أخرى:** يتركز الرضا هنا على خدمة رئيسية يتم إتمامها بواسطة بعض المنتجات أو الخدمات الملحقة، مثل النقل الجوي الذي يتكون من خدمة النقل الأساسية بالإضافة إلى منتجات مرافقة مثل المشروبات والأغذية إلى جانب خدمات أخرى مكملية.
 - ج. **الخدمات البحتة:** يكون العرض هنا خدمة أساسية فقط مثل مساعدة الطبيب النفسي.
2. **تصنيف الخدمة كعملية:** تصنف الخدمة كعملية إلى أربع فئات حسب درجة تفاعل مورد الخدمة مع المستفيد، أو بعبارة أخرى حسب درجة مشاركة المستفيد في عملية إنتاج الخدمة وهذه الفئات هي:
 - أ. **خدمات معالجة الناس:** تحصل بطلب المستفيد خدمة تتألف عمليتها من إجراءات ملموسة تكون موجهة إلى المستفيد كشخص مادي، وعليه فإن الخدمة تتطلب الحضور المادي للمستفيد.
 - ب. **خدمات معالجة الممتلكات:** تحدث عندما يتطلب المستفيد من المؤسسة الخدمة أن تقوم بإجراءات أو أعمال أو خدمات غير موجهة إليه بالذات، فما موجهة إلى ممتلكات أو مادية، في هذه الحالة فإن الأمر لا يتطلب مشاركة المستفيد بشكل مباشر في عملية تقديم الخدمة.
 - ت. **خدمات المثير العقلي:** تتضمن مجموعة من الخدمات المؤلفة من إجراءات غير ملموسة موجهة إلى عقول وأذهان المستفيدين، ولهذا فإنها تتطلب المشاركة الذهنية للمستفيدين خلال عملية تقديم الخدمة، وبالإمكان تقديم مثل هذه الخدمات من خلال القنوات الالكترونية.
 - ث. **خدمات معالجة المعلومات:** تتألف من إجراءات أو أعمال غير ملموسة موجهة لممتلكات المستفيدين¹.

¹ معاش سهام، أنظمة إدارة الزبون كأداة لتحسين الخدمات العمومية في الجزائر -دراسة استطلاعية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص نظم المعلومات في المنظمات، قسم علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2019-2020، ص

تسمح التصنيفات السابقة بتطوير استراتيجيات الخدمة، وفهم سلوك المستخدمين وخبراتهم مع الخدمة، وتطوير إستراتيجية القناة وتصميم نظام تقديم الخدمة .

3. **التصنيف حسب مستويات الاتصال الشخصي بالمستفيد من الخدمة:** إن آلية الخدمة كعملية لا تكتمل إلا بمعرفة درجة أو مستوى اتصال المستفيد بأنظمة تقديمها. فالكثير من المؤسسات تدير أنظمة خدمية تتطلب لنجاحها مستوى من المشاركة المادية يفوق ما هو معروف نظرياً، فالبنوك التقليدية ما زالت تتوقع من زبائنها زيارة فروعها شخصياً لتلقي الخدمات المصرفية، بالرغم من أن التكنولوجيا سمحت لها بتقديم خدمات مصرفية آلية دون حضور الزبون، وتقسم الخدمة استناداً إلى هذا التصنيف إلى ما يلي:

أ. **خدمات ذات اتصال عالي:** هي التي يتطلب الحصول عليها أن يقوم المستفيد بنفسه بزيارة موقع تقديم الخدمة، وأن يشارك المعنيين بتقديم الخدمة لكي يحصل عليها، إن جميع خدمات معالجة الناس (باستثناء تلك التي تورط إلى المنازل) تقع ضمن هذه الفئة.

ب. **خدمات ذات اتصال متوسط:** هذه الخدمات لا تتطلب من المستفيد إلا درجة محدودة من المشاركة مع موردي الخدمة، ففي هذا النوع يقوم المستفيد بزيارة موقع تقديم الخدمة، أو يقوم مقدم الخدمة بزيارة المستفيد في المنزل أو أي موقع ثالث تابع لمورد الخدمة، إلا أن المستفيد في هذا النوع من الخدمات لا يبقى لحين انجاز الخدمة، وتقع ضمن هذه الفئة عمليات معالجة النفس البسيطة .

ت. **خدمات ذات اتصال منخفض:** لا تتطلب هذه الخدمات مشاركة فعلية ما بين المستخدمين ومقدمي الخدمة وبدلاً من ذلك، فإن المشاركة تتم عن بعد من خلال قنوات التوزيع المادي أو الإلكتروني، وهو اتجاه أخذ بالتزايد والشعبية في المجتمعات المتقدمة التي تعبر اهتماماً خاصاً لراحة المستفيد، وتقع ضمن هذه الفئة خدمات معالجة المثير العقلي (مثل الموسيقى عبر الإذاعة) وخدمات معالجة المعلومات¹.

المطلب الثالث: المزيج التسويقي للخدمة ودورة حياتها

تتكون الخدمة مثلها مثل المنتجات والسلع على مزيج تسويقي خاص بها، بالإضافة إلى دورة حياة خاصة بها أيضاً مثلها مثل المنتجات والسلع.

أولاً: المزيج التسويقي للخدمة

يتكون المزيج التسويقي للخدمة من العناصر التالية:

1. **الخدمة:** إن منتج الخدمة يتطلب أن تعبر له المؤسسة الخدمة اهتماماً لعدة جوانب مختلفة تتعلق بالخدمة، مثل مدى أو نطاق الخدمات المقدمة، وجودة الخدمات المقدمة، ومستواها، كما ينبغي على المؤسسة الخدمة إيلاء اهتمام للجوانب أخرى مهمة مثل استخدام الأصناف الخدمية، وضمائنات الخدمة وخدمات ما بعد بيع الخدمة؛

¹ معاش سهام، مرجع سابق، ص 107.

2. **السعر:** إن الكثير من مسوقي الخدمات يشكون من صعوبة تمييز خدماتهم عن منافسيهم، لأن العديد من الزبائن ينظرون إلى الخدمات المقدمة من مختلف المؤسسات بأنها متشابهة، فهم لا يعيرون اهتماما لمقدم الخدمة بقدر اهتمامهم بسعر الخدمة، لذلك فإن السعر يعد المعيار المهم لدى الزبائن في تمييز خدمة عن أخرى، فعلى المؤسسة أن تتخذ قرارات التسعير بناء على الطلب على الخدمة ونوعها وجودتها مع الأخذ بعين الاعتبار أن هناك العديد من استراتيجيات التسعير التي يمكن اعتمادها كما هو الحال بالنسبة للسلع مع الأخذ بالاعتبار استمرارية تعديل الأسعار لمواجهة التغيرات البيئية؛
3. **التوزيع:** إن أي سلعة أو خدمة متميزة ومبتكرة وتباع بسعر مناسب لا تعني شيئا للمستهلك إلا إذا كانت متاحة له في المكان والوقت المناسبين، ولهذا يمكن القول أن التوزيع يقوم بتحقيق كل من المنفعة المكانية والزمانية للسلعة أو الخدمة والتوزيع إذا عملية إيصال المنتجات من المنتج أو المورد إلى المستهلك والمستهمل باستخدام منافذ التوزيع وتتصل بتلك العملية نشاطات عدة من نقل وتخزين ومناولة وتأمين وغيرها من النشاطات التي تساهم في عملية الإيصال؛
4. **الترويج:** لا يختلف الترويج أو الاتصالات التسويقية المتكاملة في الخدمات عنه في السلع، فالهدف الأساسي يكمن في إقناع الزبائن المستهدفين بقدرة الخدمة التي تقدمها المؤسسة على تلبية احتياجات الزبون ورغباته مقارنة بالعروض المنافسة وذلك باستخدام أدوات ووسائل الترويج، والتي تشمل الطرق المختلفة للتواصل مع العملاء بشأن ما يتعين على الشركة القيام به من عروض حول التواصل وفوائد استخدام الخدمة؛
5. **الأفراد:** يقصد بهم العملاء والموظفين في الإدارة وكل شخص مشارك فيها حيث من الضروري أن يدركوا أن سمعة العلامة التجارية مهمة لأنها تصل إلى الزبائن؛
6. **العمليات:** تشير إلى الإجراءات والأنشطة المتبعة في تقديم الخدمة ومن ثم فمن الضروري أن يكون لدى مقدم¹ الخدمة كعرفة شاملة حول ما إذا كانت مفيدة للعملاء وتلبي رغباتهم، إذا تم توفيرها في الوقت المناسب؛

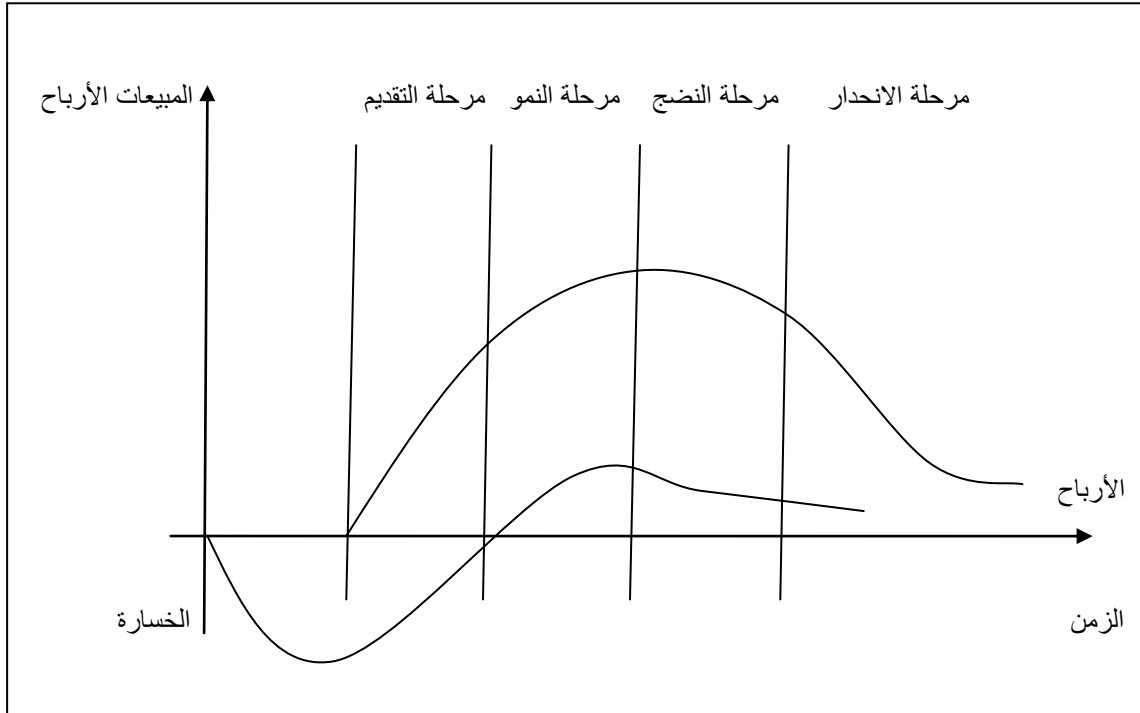
¹ زناي سامية، البنوك وشركات التأمين بين المنافسة والاستراتيجيات التحالف وأثرها على جودة الخدمات -دراسة حالة بعض البنوك وشركات التأمين في الجزائر-، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص مالية بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2020-2021، ص 84.

7. **الدليل المادي:** هو البيئة التي يتم فيها إنتاج وتسليم الخدمة وأية أجزاء أو مكونات ملموسة التي تسهل أداء أو إيصال الخدمة كالبوسترات، التقارير، المعدات، آلات عد النقود والصراف الآلي في الخدمة المصرفية مثلا التي تعد من المعدات المستخدمة في تسليم الخدمة، كذلك يضم الدليل المادي الأثاث، الألوان، الديكور، الإضاءة، جمالية المبنى الذي تقدم فيه الخدمة، جميعها عناصر مهمة تسعى من خلالها المؤسسات إلى إضافة صفة ملموسة للخدمة في نظر الزبون لتساعده في تقييم جودتها وإدراكها واتخاذ قرار شرائها¹.

ثانيا: دورة حياة الخدمة

تتكون دورة حياة الخدمة في نفس المراحل الأربعة لدورة حياة المنتج، هناك تشابه في خصائص كل مرحلة بالنسبة للمنتجات والاختلاف يكمن في الاستراتيجيات الممكن استخدامها.

الشكل 2-2: دورة حياة الخدمة



المصدر: بوبعجة وفاء، صباح بن حميود، أثر جودة الخدمات السياحية على ولاء السياح -دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق سياحي وفندقي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2017-2018، ص 12.

¹ زناتي سامية، مرجع سابق، ص.ص 85-86.

1. **مرحلة التقديم:** يطلق على الخدمة أنها في مرحلة التقديم عندما تقدم للمرة الأولى فال تحصل الكثير من الخدمات الجديدة على درجة القبول من قبل المستفيدين، وهنا تظهر ميزة الخدمة على السلع بأن العديد من الخدمات يمكن تقديمها على نطاق ضيق ويمكن توسيعها إذا لقيت القبول من المستفيدين، وهذا يقلل درجة المخاطرة المالية المصاحبة لمرحلة التقديم وفي معظم الحالات تكون الخسائر أقل تكلفة، وتتميز هذه المرحلة بالخصائص الآتية:

- قلة المنافسين أو انعدامهم؛
- انخفاض هامش الربح؛
- تدفق نقدي سلبي؛
- عدم وضوح القطاعات السوقية وصعوبة تحديدها.

إن الإستراتيجيات الناجحة في هذه المرحلة تسعى إلى التأكيد من قبول الخدمة الجديدة لدى المستفيدين منها، وذلك بإشراك المستعملين الحاليين للخدمة الحالية في تصميم الخدمة الجديدة.

2. **مرحلة النمو:** في مرحلة النمو يزداد نمو الخدمة حيث تظهر التدفقات النقدية الإيجابية بسبب نمو وإشباع الطلب على الخدمة ينتج عنه زيادة أو ارتفاع مبيعات الخدمة وهنا يؤدي إلى أرباح كثيرة ولسبب هذا الأخير يزداد عدد الشركات التي تدخل مجال تقديم هذه الخدمة وهذا بدوره يؤدي إلى زيادة حدة المنافسة، تمتاز هذه المرحلة بالخصائص التالية:

- تدفقات نقدية إيجابية؛
- ازدياد المنافسة؛
- ازدياد عدد الفروع الجديدة التي تقدمها الخدمة؛
- تطوير الحصة السوقية الحالية.

3. **مرحلة النضج:** في هذه المرحلة تصل مبيعات المؤسسات إلى أعلى ما يمكن لكن في نهاية هذه المرحلة تعود المبيعات للانخفاض وتزداد حدة المنافسة إذا أنها الطريقة الوحيدة أمام المؤسسات لإبعاد المنافسين عن طريقها لزيادة حصتها السوقية أو زيادة أرباحها، وتكون نتيجة هذا التنافس انخفاض أرباح أغلب المؤسسات الضعيفة للخروج من الصناعة وفي هذه المرحلة أيضا لا يري المستهلكون أية فروق ما تعرف المؤسسات المختلفة للخدمة¹، وتتميز هذه المرحلة بالخصائص التالي:

- إستقرار مبيعات المنظمة؛
- احترام المنافسة؛

¹ بوعجة وفاء، صباح بن حمود، أثر جودة الخدمات السياحية على ولاء السياح -دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق سياحي وفندقي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2017-2018، ص 12.

- خروج المنظمات الضعيفة.

4. **مرحلة الانحدار:** في هذه المرحلة تنخفض مبيعات جميع المؤسسات ويعود سبب انخفاض المبيعات إلى التقنية الجديدة المستخدمة والتي تطورها، فمثال خدمة صيانة الآلة الطابعة قد انخفضت لأن الآلة الطابعة قد استبدلت بأجهزة الحاسوب أي باستخدام تقنية الحاسوب والمبرمجين وسبب انخفاض الطلب تضطر العديد من المؤسسات إلى إلغاء هذه الخدمة، تتميز هذه المرحلة بالخصائص التالية:

- انخفاض المبيعات لكل المؤسسات؛
- انخفاض شدة المنافسة؛
- انخفاض التدفقات النقدية؛
- انخفاض الأرباح.

ومن الإستراتيجيات العامة والتي يمكن استخدامها في هذه المرحلة هي إلغاء الخدمات المقدمة الخاسرة والإبقاء والاستمرار في تقديم الخدمة المربحة¹.

المبحث الثاني: ماهية جودة الخدمة

يعد موضوع جودة الخدمة من الموضوعات التي تصدر اهتمام الباحثين والاكاديميين والممارسين على حد سواء، وقد نتج عن ذلك العديد من الدراسات التي عاجلت الموضوع، وفي هذا المبحث سنتطرق إلى مفهوم جودة الخدمة ومختلف أبعادها، والعناصر الخاصة بها ككل.

المطلب الأول: تعريف جودة الخدمة وأهميتها

تعد جودة الخدمة احد الأساسيات التي تسعى المؤسسات لتحقيقها، والتي تكسبها مميّزا يجعل من خدماتها تكتسح الأسواق وتعطي لها قيمة كبيرة داخله.

أولاً: تعريف جودة الخدمة

تعريف الجودة

تعرف الجمعية الأمريكية للجودة بأنها: " الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرتها على تلبية حاجات صريحة وضمنية"².

كما يعرف J.M.Naruj أيضا بأنها: " مدى ملائمة المنتج للاستعمال"³.

¹ بوبعجة وفاء، صباح بن حميود، مرجع سابق، ص 13.

² رعد عبد الله الطائي، عيسى قدارة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008، ص 31.

³ شهدان عادل عبد اللطيف الغرابوي، إدارة الجودة الشاملة وفقا للمعايير الدولية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2020، ص 15.

تعريف جودة الخدمة

تعرف جودة الخدمة بأنها: "تعبّر عن معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمات مع توقعات الزبائن لهذه الخدمة"¹.

تعرف جودة الخدمة بأنها: "الدرجة التي يمكن ابتداء منها إرضاء الزبون وتلبية حاجاته ورغباته وتوقعاته باستمرار"².

ثانيا: أهمية جودة الخدمة

تكمن أهمية جودة الخدمة فيما يلي:

1. نمو مجال الخدمة: إذا تزايدت أعداد المؤسسات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، إضافة إلى نمو هذه المؤسسات المتعلقة بالخدمات مازال مستمرا بالتوسع؛
2. ازدياد المنافسة: من المعلوم إن بقاء المؤسسات والمشاريع يعتمد على حصولها على القدر الكافي من المنافسة، لذلك توجد جودة خدمة في منتجات هذه المشاريع والخدمات يوفر لها العديد من المزايا التنافسية؛
3. الفهم الأكبر للعملاء: إن تتم معاملتهم بصورة جيدة ويكرهون التعامل من المؤسسات التي تركز فقط على الخدمة، فلا يكفي تقديم خدمات في منتجات ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة للعملاء؛
4. المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت الشركات تحرص في الوقت الحالي على ضرورة استمرار التعامل معها وتوسيع قاعدة عملائها، وهذا يعني إن الشركات يجب ألا تسعى فقط إلى اجتذاب زبائن وعملاء جدد، ولكن يجب عليها أيضا إن تحافظ على العملاء الحاليين، وهذا ما يبين أهمية جودة الخدمة³؛
5. العمل ضمن فريق: وخلق جو التعاون بين العاملين، يؤدي إلى تشارك المعارف وتعزيز الرصيد الضمني خاصة، وبالتالي تكييفها لتقديم الخدمات؛
6. أثر الجودة الداخلية على سلوك العملاء: بحيث رضاهم عن جودة خدمة منظمة معينة يرتبط أساسا بأبعاد جودة الخدمة⁴.

¹ علي سويلم الجازي، نظم المعلومات الإستراتيجية ودورها في تحسين جودة الخدمات الحكومية، دار الخليج للنشر والتوزيع، 2021، ص 74.

² بو عبد الله صالح، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة -دراسة تطبيقية على خدمات مؤسسة بريد الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم اقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013-2014، ص 46.

³ خالد الزهرة، قرش عبد القادر، دراسة العلاقة بين الخدمة التكميلية وجودة الخدمة -دراسة عينة من عملاء خدمات مؤسسة موبيليس-، مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد 2، المجلد 15، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2021، ص 345.

⁴ حاجي نور، دومة عبد السلام، الخدمة العمومية في ظل تحديات الرقمنة ومتطلبات الجودة -دراسة حالة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2022-2023، ص 11.

المطلب الثاني: أبعاد وأنواع وخطوات تحقيق جودة الخدمة

لجودة الخدمة مجموعة من الأبعاد، كما تتبع عدة خطوات لأجل تحقيقها يتمثلان فيما يلي:

أولاً: أبعاد جودة الخدمة

حسب نموذج SERVQUAL الذي قدمه الباحث باراشورامان سنة 1985 توجد خمس أبعاد لجودة الخدمة

وهي:

1. **الموثوقية:** وهي القدرة على أداء الخدمة الموعودة بها بشكل موثوق ودقيق، تعني الوفاء بالوعود فيما يتعلق بتقديم الخدمات، وتوفيرها، وحل المشاكل التي تواجه العملاء... الخ؛
2. **الإستجابة:** هي الاستعداد لمساعدة العملاء، والسرعة في التعامل مع طلباتهم، الإجابة عن أسئلتهم، ومعالجة شكاواهم، كما تركز على احترام المواعيد ودقة الالتزام المهني تجاههم من قبل موظفي المؤسسة؛
3. **الضمان:** ويمكن تعريفه بأنها معرفة الموظفين ومهاراتهم في أداء وظيفتهم بشكل مهني، وقدراتهم على بث الثقة في عملائهم ومجاملتهم لهم؛
4. **التعاطف:** وتعرف بأنها العناية الفردية التي يقدمها موظفون المؤسسة للعملاء، كمحاولة لنقل معنى بأنهم فريدون ومميزون بالنسبة للمؤسسة؛
5. **المللموسية:** والتي تعرف بأنها مظهر المرافق المادية، المعدات، وسائل الاتصال والتكنولوجيا المستعملة أثناء تقديم الخدمة، فهي توفر إشارات كافية للعملاء حول جودة الخدمة المقدمة، كما تعزز صورة المؤسسة لدى العملاء. فباعتماد الأبعاد السابقة يمكن قياس مستوى جودة الخدمة المقدمة سواء من طرف العملاء لاتخاذ قرار الشراء مستقبلاً في فترات لاحقة أو حتى من طرف المؤسسة ذاتها كمحاولة لتطوير خدماتها¹.

ثانياً: خطوات تحقيق جودة الخدمة

لتحقيق الجودة في تقديم الخدمات يجب إتباع الخطوات التالية:

1. **جذب الانتباه و إثارة الانتباه بالزبائن:** ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال المواقف التي وفقاً لما يلي:
 - الاستعداد النفسي و الذهني لمواجهة الزبائن، وإشعارهم بالاهتمام بهم؛
 - حسن المظهر والمقابلة الايجابية و الفاعلة نحو الزبائن؛
 - الابتسامة والرقدة والدقة في التعامل مع الزبائن وإظهار روح الود و المحبة في مساعدتهم؛
 - الروح الايجابية المتفاعلة نحو الزبائن بصرف النظر عن الجنس والمظاهر... الخ ؛
 - الثقة بالنفس وقوة الشخصية وانتهاج الموضوعية في التفاعل والتعامل مع مختلف الزبائن؛
 - الدقة التامة في إعطاء المواصفات الدقيقة عن السلعة أو الخدمة وعدم اللجوء للمبالغة؛
 - إشعار الزبائن بالسعادة المتناهية في تقديم الخدمة.

¹ بوضري بسمه، بن الزاوي عبد الرزاق، مرجع سابق، ص 56-57.

وكل هذا يعد بمثابة صورة ذهنية فاعلة تشدّد الهمم إضافة إلى أنها تعزز سبيل الولاء الدائم للزبائن في اقتناء الخدمة وتكرار حصولها باستمرار.

2. خلق رغبة لدى الزبائن و تحديد حاجاتهم: ومن المتطلبات الأساسية التي يتم اعتمادها هذا الشأن ما يلي:

- العرض السليم والمنطقي والمرتب لمزايا السلعة أو الخدمة؛
- التركيز على نواحي القصور في السلع و الخدمات التي يعتمد عليها الزبون؛
- اعتماد كافة المعدات البيعية كوسيلة للتأثير على حاسة السمع واللمس والشم.... الخ ؛
- ترك الفرصة للزبون بشكل كامل لكي يستفسر عن كافة الأمور التي يجب أن يستوضحها وأن يكون مجهز الخدمة مستعدا للرد على تلك الاستفسارات بموضوعية و دقة دون مبالغة أو تهويل؛
- التركيز على الجوانب الإنسانية بالتعامل كالترحيب، الابتسامة والشعور بالأهمية؛
- توفير متطلبات الحاجات الحالية و المستقبلية للزبائن.

3. خلق إقناع الزبون ومعالجة الاعتراضات لديه: ويمكن توضيح ذلك كما يلي:

- أن يلتزم مقدم الخدمة بالقاعدة الذهنية في فن التعامل مع الزبائن وهي أن الزبون دائما على حق؛
- الاعتماد على مبدأ نعم هذا صحيح و لكن، حيث يظهر البائع للزبون اتفاقه مع وجهة نظر ه في جزء منها ثم يعمل على تنفيذها بذكاء؛
- الإقناع قدر الإمكان من الاعتماد على النفي المباشر، مع إمكانية الاعتماد عليه في الحالات التي لا يكون منها مفر من اللجوء إليه.

طريقة التعويض: وهي تقوم على المثل الشائع أن الغالي ثمنه فيه، فإذا قام الزبون بالاعتراض على ثمن السلعة، يمكن التسليم معه بارتفاع السعر، لكن عند أخذ اعتبارات الجودة ، فإن ذلك يجعلها تظهر بأنها الأوفر من الناحية الاقتصادية.

طريقة العكس: تقوم على قلب الاعتراض إلى ميزة، مثال ذلك الاعتراض على بعض أنواع السيارات بأنها صغيرة، وهنا يمكن الرد بأن ذلك من أهم مميزاتها حيث أنها تحتاج إلى مساحة أقل بالنسبة لأماكن الانتظار والوقوف فضلا على أنه يمكن المرور بسهولة نسبية في أماكن اختناق المرور.

طريقة الاستجواب: تقوم على لجوء مقدم الخدمة البيعية والتسويقية إلى توجيه بعض الأسئلة للزبون يكون في الإجابة عليها إلقاء لاعتراض الزبون.

يجب على مقدم الخدمة أن يكون مستمعا جيدا للزبون وأن يظهر الاهتمام واليقظة بحديث الزبون، ويمكن أن يدون بعض الآراء والملاحظات بالنسبة للزبون¹.

حمادي محمد العربي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة -دراسة حالة اتصالات الجزائر الوادي-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2021-2022، ص.30-31.

4. التأكيد من استمرارية الزبائن بالتعامل مع المؤسسة: ويمكن ذلك بـ:

- الاهتمام بشكاوي الزبائن وملاحظاتهم ويتطلب هذا الأمر من مجهزي الخدمات أن يكونوا على درجة عالية من الصبر في استيعاب شكاوي المستهلكين واتخاذهم الإجراءات الكفيلة لمعالجة المواقف من خلال:
 - الاعتذار عن الخسارة لهم وإشعارهم بأهمية الشكوى المقدمة من قبلهم؛
 - تعويضهم عن الخسارة الناجمة عن ذلك؛
 - استبدال الإجراءات التالفة أو غير الصالحة للاستخدام بالسلعة؛
 - استبدال السلعة بأكملها بسلعة أخرى ثم في نهاية المقام يقدم الشكر لهم وتعظيم دورهم في دعم المؤسسة¹.

المطلب الثالث: نماذج ومؤشرات تقييم جودة الخدمة

تقوم جودة الخدمة على مجموعة من النماذج والمؤشرات لتقييمها في المؤسسة.

أولاً: نماذج جودة الخدمة

إن عملية تقييم جودة الخدمة تعرضت في السنوات الأخيرة إلى جدال كبير من خلال العديد من البحوث والدراسات المتخصصة في هذا المجال وذلك بغرض البحث عن النماذج المناسبة لتقييم وفيما يلي استعراض نماذج تقييم جودة الخدمات:

1. **تقييم جودة الخدمة من جهة نظر الزبون:** أن عملية تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون تتم وفق نموذجين يعتمد كل منهما بشكل أساسي على مجموعة من المعايير القابلة للتعديل والتكيف حسب نوع الخدمة المراد تقديمها هما نموذجين أحدهما نموذج الفجوة والآخر الاتجاه بإضافة إلى مقاييس عدد الشكاوي؛

2. **تقييم جودة الخدمة حسب قدرات المؤسسة الخدمية:** يتناول هذا المنظور مدى قدرة المؤسسة الخدمية على الوفاء لخدماتها المتنوعة من خلال استخدام الأمثل للموارد المتاحة وفي هذا الإطار يمكن تمييز بين مداخل تقييم جودة الخدمة التالية:

- تقييم جودة الخدمة بدلالة المدخلات: يستند أصحاب هذا المدخل إلى فكرة مفادها أن بإمكان اعتبار المدخلات والمواد جوهر الخدمة وجودها، رغم أهمية عناصر المدخلات في جودة الخدمة إلا أنها لا تعد كافية في حد ذاتها لضمان الجودة فهناك عوامل أخرى مكتملة فليس المهم توفر المدخلات أو الموارد الجيدة فقط وإنما في كيفية استغلالها علمياً²؛

¹ حمادي مجّدي الغري، مرجع سابق، ص. 31-32.

² بوخلط مجّدي الأزهر، زبدي إدريس، حريزي بكار عبد الجبار، دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات في المؤسسة العمومية -دراسة حالة دائرة تماسين وبلديتها بلدة عمر وتماسين ورقلة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2019-2020، ص. 13-14.

- تقييم جودة الخدمة بدلالة العمليات: يركز هذا المقياس على جودة العمليات أو المراحل المختلفة لتقديم الخدمة المطلوبة وإن كان أصحاب هذا المدخل لم يغفلوا كلية المدخلات خاصة عند تتبعهم لعلاقات السبب والتأثير وينطوي هذا المدخل على مجموعة من المؤشرات والمعايير التي توضح نسب المقبولة لكافة العناصر وأنشطة الخدمات المقدمة والتي يجب أن تستوفيها لكي يتم اعتبار هذه الخدمة جيدة؛
- تقييم جودة الخدمة بدلالة المخرجات : هو من مقاييس التي تتعلق بالنتائج النهائية حيث ينظر إليها على أنها الإنجاز أو عدم انجاز النتائج التي يسعى إليها الزبون ويتم تقييم جودة الخدمة من خلال قياس جودة المخرجات باعتماد على الطرق التالية:

- إجراء مقارنات بين توقعات الزبون والأداء الفعلي، بغرض اكتشاف جوانب الضعف ومحاولة تجنبها مستقبلاً؛
- استقصاء رضا الزبون بخصوص الخدمة المقدمة ؛
- استقصاء العاملين في المؤسسة الخدمية للوقوف على كافة المشاكل والمعوقات التي حالة دون تحقيق الأداء المرغوب؛

3. تقييم جودة الخدمة من المنظور الشامل

رغم ما أسهمت به المداخل السابقة من تقديم تقييم جودة الخدمة إلا أن جميعها يغلب عليها الطابع الجزئي، أدت هذه المداخل الجزئية إلى إبراز ضرورة المعالجات الشاملة في تقييم جودة الخدمة¹.

ثانياً: مؤشرات تقييم جودة الخدمة

إن ما يجعل تقييم جودة الخدمات أمراً صعباً هو الاختلافات بين المؤسسات الخدمية أي أنه لا يوجد هناك مجموعة واحدة من العوامل التي يمكن اعتبارها كمعايير محددة لتقييم جودة الخدمة، فالخدمات الترفيهية، المالية، التعليمية والصحية، يحكم عليها جميعاً من خلال معايير جديدة ومتنوعة، وينظر عادة إلى تقديم جودة الخدمة من وجهتي نظر: إحداهما داخلية تعبر عن موقف الإدارة ومدى التزامها بالمواصفات التي صممت الخدمة على أساسها، أما وجهة النظر الخارجية فتتركز على جودة الخدمة المدركة من طرف المستهلك.

وعلى اعتبار المفهوم التسويقي الحديث الذي يركز على التوجه بالمستهلك لمعرفة حاجاته، فإن تقييم الجودة يقوم على أساس مدى إدراك المستهلك لأداء الفعلي أي جودة الخدمة المدركة، وسنذكر فيما يلي مجموعة من المعايير يلجأ إليها المستهلك للحكم على جودة الخدمة المقدمة إليه، وتتمثل فيما يلي:

1. الاعتمادية: ويقصد بها: "قدرة مقدم الخدمة على أداء الخدمة المطلوبة منه، بدرجة عالية من الدقة والإتقان"؛
2. الاستجابة: وتشير إلى رغبة واستعداد مقدمي الخدمات لخدمة ومساعدة الزبائن، مهما كانت الظروف؛
3. الكفاءة: وتعني امتلاك مقدم الخدمات للمهارة والمعرفة اللازمة لأداء الخدمة²؛

¹ بوخلط محمد الأزهر، زبدي إدريس، حريزي بكار عبد الجبار، مرجع سابق، ص 14.

² أم الخير قواسمية، دليلة فرحاني، التسويق الإلكتروني وأثره في تحسين جودة الخدمات -دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة تبسة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2017-2018، ص.ص، 8-9.

4. **سهولة الحصول على الخدمة:** والمقصود بها سهولة الاتصال وتيسير الحصول على الخدمة من طرف الزبون كتقصير فترة انتظار الحصول على الخدمة، وتوفير عدد كافٍ من منافذ الحصول عليها؛
5. **اللباقة:** ويقصد بها تمتع مقدمي الخدمة بروح الصداقة، لاحترام واللفظ في التعامل، كالاستقبال الطيب مع التحية والابتسام مع الزبائن؛
6. **الاتصال:** ويقتضي هذا المؤشر تزويد الزبائن بالمعلومات وباللغة التي يفهمونها، وتقديم التوضيحات اللازمة حول طبيعة الخدمة وتكلفتها؛
7. **المصداقية:** وتشير إلى مراعاة مقدم الخدمات للأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن، مما يولد الثقة بين الطرفين ومثال ذلك: هل يحافظ المحامي على أسرار موكله؟ وهل يوثق فيه في الدفاع عن قضيته؟؛
8. **الأمان:** ويعني غياب المخاطرة والشك في التعامل مع المؤسسة، ويستخدم هذا المؤشر للتعبير عن درجة الشعور بالأمان في الخدمة المقدمة وفيمن يقدمها، ومثال ذلك: ما هي درجة الأمان المترتبة عن قيام الزبون باستئجار شقة أو غرفة في فندق؟؛
9. **معرفة العميل:** والمقصود بهذا بذل المجهود من طرف مقدمي الخدمات، لفهم حاجات الزبائن ومعرفة احتياجاتهم الخاصة، وتقديم النصح والاستشارة والتوجيه اللازم، ويشير هذا المؤشر إلى مدى قدرة مقدم الخدمة على تحديد وتفهم احتياجات الزبائن؛
10. **الجوانب الملموسة:** وتشمل التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسات، المظهر الخارجي، التصميم الداخلي للمؤسسة، والأجهزة المستخدمة في أداء الخدمة، ومثال ذلك: هل التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمة حديثة؟ وهل تصميم المظهر الداخلي والديكور يخلفان جواً مريحاً للزبون؟¹.

¹ أم الخير قواسمية، دليلة فرحاني، مرجع سابق، ص 10.

المبحث الثالث: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات

تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توجيه الخدمة في المؤسسات، وذلك عن طريق تطويرها بإدخال تكنولوجيا الجديدة والمتطورة وتوفير المعلومات والاعتماد على أساليب اتصال حديثة، كلها تساعد على التنسيق داخل المؤسسة وتطوير كفاءاتها وخدماتها.

المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة

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

1. تحسين تجربة العملاء: يمكن للتكنولوجيا المعلوماتية ووسائل الاتصال الحديثة توفير تجربة أفضل للعملاء، سواء عبر تسهيل عملية التواصل معهم، أو توفير خدمات عبر الانترنت، أو توفير منصات للتفاعل وتلبية احتياجاتهم بشكل فعال.
2. زيادة الكفاءة والإنتاجية: تكنولوجيا المعلومات والاتصال توفر أدوات وبرامج تسهل عمليات العمل اليومية وتحسن كفاءة الموظفين، من خلال التطبيقات والأنظمة المعلوماتية، يمكن تنظيم العمل بشكل أكثر فاعلية وتحسين سرعة ودقة الأنشطة الروتينية.
3. التكامل السلس للعمليات: يمكن للتكنولوجيا المعلوماتية أن تساهم في تحسين تنسيق وتنظيم العمليات الداخلية للمؤسسات، بما في ذلك إدارة المخزون والمبيعات وخدمة العملاء، هذا يعزز فعالية العمل ويحسن جودة الخدمة المقدمة.
4. تعزيز الاستجابة السريعة: تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمكن المؤسسات من الاستجابة بسرعة للاحتياجات العملاء ومتطلباتهم، سواء من خلال تقديم خدمة العملاء عبر الهاتف أو حتى من خلال الروبوتات والذكاء الاصطناعي.
5. تعزيز التفاعل والتجربة الشخصية: يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في تحسين تجربة العملاء عن طريق توفير خدمات مخصصة ومبتكرة، مثل النظم الذكية والتطبيقات المبتكرة التي تلبي احتياجات العملاء بشكل فردي¹.

¹ بوضوار فريال، بن حاج شهرزاد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة -دراسة حالة شركة موبيليس للاتصالات برج بوعرييج وسطيف-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد السادس الإبراهيمي، برج بوعرييج، الجزائر، 2022-2023، ص 50.

المطلب الثاني: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين المزيج التسويقي للخدمة

يتوزع تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على عناصر المزيج التسويقي الخدمي المتمثلة في: الترويج، التوزيع، التسعير، الخدمة، البيئة المادية، الناس، وعمليات الخدمة.

1. **الترويج:** يكمن أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الترويج في أن ممارسة الأنشطة الترويجية عبر شبكة الانترنت مسألة حديثة العهد نسبياً، إلا أنه مع تسارع التطورات في ميدان الأعمال الالكترونية أصبحت المنظمات تتنافس في إنشاء مواقع متميزة على الشبكة، لعرض وبيع منتجاتها عبر الانترنت، وهناك مجموعة من الأدوات الأساسية تستخدم في ترويج الأعمال الالكترونية عبر الانترنت الإعلان عبر الانترنت، يعتبر الإعلان عبر الانترنت من أكثر وسائل الترويج جاذبية وانتشاراً ظل الاتجاه نحو التسويق الإلكتروني، فالإعلان المباشر عبر الإنترنت يتزايد بمعدل 12% سنوياً، وقد قدم التسويق الإلكتروني مفهوماً للإعلان، وهو أن الشركات تقدم رسائلها الترويجية بشكل متعمد إلى بيئات مستهدفة من خلالاً جديداً مواقع إلكترونية محددة يتوقعون أن تكون جماهيرهم قادرة على تمييزها وإدراكها ولها عدة أشكال أهمها: الشريط الإعلاني، الإعلان بالبريد الإلكتروني، الإعلان ضمن المواقع.

كما تعد العلاقات العامة واحدة من الأدوات الترويجية الهامة التي تلائم تشكيلة واسعة من أصحاب المصلحة للمؤسسة، فبينما نجد الإعلان وترويج المبيعات والبيع الشخصي التي غالباً ما تستهدف المشتريين الحاليين والمرتقبين، فإن العلاقات العامة تستخدم لبناء صورة ذهنية جيدة لدى الجماهير المختلفة، فيلجأ أصحاب المصلحة في الغالب للموقع الشبكي للمنظمة و يزورونه باستمرار طلباً للمعلومات والاستفسارات والبيانات وغيرها من بينها الموقع الإلكتروني، واستخدام البريد الإلكتروني.

2. **التوزيع:** تسعى المؤسسة لتوصيل منتجاتها إلى الزبون بأيسر الطرق وأقل التكاليف، وهذا ما يجعلها تهتم بالتوزيع الذي يعتبر من الأنشطة التسويقية التي تأثرت إن لم نقل أخذت صور حديثة جراء الانعكاسات التي نتجت عن ثورة تكنولوجيا المعلومات، نظم وتكنولوجيا المعلومات توفر للمؤسسات معلومات عن شكل القنوات ومكوناتها والتكاليف المرتبطة بنقل وتخزين منتجاتها، والطرق التي تناسب من خلالها هذه المنتجات من المؤسسة إلى المستهلك بهدف اختزال المسافات والأوقات.

تتأثر قرارات التوزيع بنظم المعلومات، ومن بين النظم التي تلعب دور هاماً في صنع قرارات التوزيع نذكر ما يلي نظم المعلومات التسويقية ونظم المعلومات الجغرافية، كما أتاحت تكنولوجيا المعلومات عدة وسائل ساعدت على توزيع المنتجات ومن بين تلك الوسائل البيع الآلي الإلكتروني، البيع عن طريق الهاتف، نقاط البيع الالكترونية الصراف الآلي.¹

¹ بن زار محمد رشاد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة الخدمة داخل المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة الوكالة التجارية سونلغاز سيدي عقبة بسكرة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2019-2020، ص.ص، 35-36.

التسعير: تؤثر تكنولوجيا المعلومات في التسعير من خلال مختلف الإجراءات التي تتم لاختيار السعر الأمثل، والسرعة في اتخاذ وتنفيذ القرارات المتعلقة به، بالإضافة إلى تأثيرها على الطلب، كما تساعد تكنولوجيا المعلومات في تقليص الوقت والجهد المبذول لإنجاز الكثير من العمليات، ففي اللحظة التي يقرر فيها مدير التسويق إجراء تغيير على الأسعار يتم ربط السعر الجديد بنظام الحاسوب المركزي الذي سرعان ما يقوم بإبلاغ هذا السعر إلى كافة المتاجر والمخازن في الوقت الحقيقي، وتتم عندئذ إجراءات استبدال الأسعار القديمة بالأسعار الجديدة، وتكون اللواصق السعرية مطبوعة وجاهزة، حيث يتم لصقها على السلع المعروضة في المتجر.

وفي الآونة الأخيرة حصلت تطورات نوعية جديدة في هذا المجال بحيث أصبحت العملية أكثر سرعة وكفاءة وفعالية من أي وقت مضى فالتغيرات في الأسعار صارت تبلغ بشكل إلكتروني وتظهر على، الرفوف مباشرة موضحة الأسعار الجديدة أمام كل صنف من الأصناف السلعية المعروضة، كما أن هذه المعلومات تدون بشكل آلي في ذاكرة الحاسوب المركزي لتجد طريقها إلى حسابات الصندوق مباشرة. وصار العديد من نظم التجزئة الجديدة يسمح بتحديد أسعار مختلفة لمخازن ومتاجر مختلفة، وبالاتناد إلى التحليل الديموغرافي والدراية بمنحنيات الطلب في مواقع المتاجر المختلفة، يتم تحديد أسعار عالية في المناطق الغنية.

تشير إستراتيجية التسعير بالإنترنت إلى تلك الإستراتيجية الهادفة إلى تسعير منتجات المؤسسة من خلال شبكة الانترنت حيث تسهم استراتيجيات التسعير بالانترنت في تحقيق عدد من الفوائد المختلفة سواء للبائع أو المشتري.

3. **الخدمة:** يرى لوفلوك أن الخدمة تتألف من جوهر وخدمات تكميلية داعمة لهذا الجوهر وتتمثل في المعلومات، حماية ممتلكات العميل، تقديم الاستشارة والضيافة، الدفع، استلام الطلبات، إصدار الفواتير، الاستثناءات، وفي عصر تكنولوجيا المعلومات صار معظم الخدمات التكميلية معتمدا على المعلومات وعليه أصبح بالإمكان تقديمها إلكترونيا من خلال وسائل متعددة مثل الهاتف، والفاكس الأكشاك الالكترونية أو الإنترنت بدلا من تقديمها بشكل مادي، أما الجوهر فيمكن تقديمه من خلال القنوات الالكترونية.

تتميز الخدمات التي تقدمها المؤسسات القائمة على تكنولوجيا المعلومات بأنها كاملة وحديثة ومطلقة التي يمكن للزبون من الحصول عليها دون أي اتصال مادي مع المزود، حيث تتم كافة العمليات المترتبة على إنتاج الخدمة وتوصيلها وما بعدها بالوسائل الالكترونية حصريا، ومن أمثلتها تقديم الخدمات المصرفية إلكترونيا، والسفر الالكتروني ومئات الخدمات الذاتية الالكترونية. كما أنها تتيح لهم القيام بمقارنة الخدمات المعروضة على الخط بشكل مباشر وفي الوقت المناسب مما يمنح لهم فرصة البحث عن أفضل العروض.¹

4. **البيئة المادية:** أسهمت تكنولوجيا المعلومات في إحداث تغير في عنصر البيئة المادية والدليل المادي وتتمثل في:

- تحول البيئة المؤلفة من المباني والمكاتب في العالم الواقعي إلى بيئة افتراضية متكونة من عتاد حاسوب وبرمجيات؛

¹ بن زار محمد رشاد، مرجع سابق، ص.ص، 37-38.

- ظهور تقنيات الوسائط المتعددة: حيث أصبحت الخدمات تقدمها بالكامل من خلال البيئة الافتراضية بدلا من البيئة المادية؛
 - ظهور تقنيات الواقع الافتراضي: وهي عبارة عن تقنيات تجسد الواقع بشكل مصطنع من خلال استخدام صور والرسوم والصوت؛
 - تنامي تقنيات مواقع الويب حيث حلت هذه المواقع محل المتاجر، المخازن، وواجهات العرض، حيث هذه المواقع سهلت على الزبون عملية البحث والوصول إلى خدمة بنقرة بسيطة على الفأرة؛
 - تحول البيئة المادية المحددة مكانيا إلى بيئة افتراضية متنقلة ومتاحة لزائري الانترنت حول العالم.
5. **الناس:** يتكون عنصر الناس في المزيج الخدماتي التقليدي من: مزودي الخدمة، متلقي الخدمة، العلاقات التفاعلية بين مزودي ومتلقي الخدمة، العلاقات مع متلقي الخدمة أنفسهم، وقد أثرت تكنولوجيا المعلومات على هذه العناصر كما يلي:
- **عنصر مزودي الخدمة:** أصبحوا يتكونون من الأجهزة والمعدات والبرمجيات بدلا من أفراد؛
 - **عنصر متلقي الخدمة:** يتم اتصال متلقي الخدمة مع مزودي الخدمة عبر البرمجيات والأجهزة والمعدات مما أدى إلى تقليص احتمالات المواجهة الشخصية المباشرة أو التأخير في الاستجابة.
- أما فيما يخص العلاقات التفاعلية بين مزودي ومتلقي الخدمة فقد أصبحت تتم على مدار الساعة وبدون توقف. أما العلاقات بين متلقي الخدمة أنفسهم، فقد اتسع نطاقها وصارت تتم على مستوى العالم أي لا يوجد حدود بينها من خلال حلقات النقاش الالكترونية، وغرف المحادثة، وعبر الشبكات على اختلاف أنواعها.
6. **عمليات الخدمة:** تأثرت عمليات الخدمة بتكنولوجيا المعلومات كما يلي:
- أصبحت عملية وصل وتسليم الخدمة تتم عبر تقنيات الاتصال المختلفة بدلا من الاتصال الشخصي المباشر؛
 - كما شهد عديد من عناصر مكونات الخدمة التقليدية تحولا إلى الخدمة الالكترونية التي تتم عبر الشبكات الالكترونية؛
 - كما أصبح الاتصال والتواصل مع الزبائن، واستجابة لطلباتهم يتم عبر الشبكات في الوقت الحقيقي وعلى مدار الساعة وبدون توقف؛
 - لقد تم استبدال بعض عناصر تقديم توصيل الخدمة والمتمثلة في الصفقة البيعية والتفاوض بعمليات أبسط مثل عمليات الخدمة الذاتية التي يتولاها الزبون ووكلاء مقارنة الأسعار ونماذج تحديد السعر من قبل الزبون. ويمكن القول أن طبيعة عناصر الخدمة الالكترونية تختلف بشكل جوهري عن الخدمة التقليدية¹.

¹ بن زار محمد رشاد، مرجع سابق، ص.ص، 38-39.

المطلب الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة وعرض الخدمة

أولاً: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة

تلجأ المؤسسات الخدمية لتطوير خدماتها إلى التوجه نحو إدخال التكنولوجيا والإكثار من الاعتماد على الأنظمة، فمدخل الأنظمة يحاول تحديد عناصر التشغيل الأساسية المطلوبة عملها واختيار الطرق البديلة للقيام بأدائها وتحسين التنسيق داخل النظام ككل يمكن تطبيق هذا المدخل من ثلاث طرق هي:

1. تكنولوجيا الأجهزة: تعني إحلال الآلات والوسائل محل العنصر البشري؛
2. تكنولوجيا البرامج: تعني إحلال أنظمة البرامج المعدة محل عمليات الخدمة اليدوية، هذه الأنظمة قد تشمل على بعض التكنولوجيا لكل خصائصها الأساسية بالنظام ذاته الذي يصمم للحصول على أفضل النتائج؛
3. خليط من النوع السابقين: حيث يتم إدخال برامج مخصصة على الأجهزة لزيادة الفاعلية والسرعة في عملية إنتاج الخدمة، وبالتالي هذا المدخل له تأثير كبير على إنتاجية الخدمات وينعكس هذا التأثير على الخصائص التالية:

- زيادة تنميط الأداء والإنتاج الكبير؛
 - تقييم الوظائف يكون الاهتمام فيه منصبا حول كيفي يمكن لطرق التحسين من أن تجعل أداء الوظيفة مختلفا وأكثر فاعلية وكيف للوظائف والمهام أن تتغير؛
 - التخصيص في الجهود والأسواق لجعل العامل أكثر منهجية.
- هذه الخصائص هي موضع اهتمام بعض الخدمات التي يمكن تنميطها وذات تأثير من قبل الزبائن، إلا أن إحدى هذه المشاكل هي أن القدرة على تنميط مدى كبير من الخدمات أمر محدد يكون صعب في بعض الأحيان، وقد يكون السبب هو أن الزبون قد يتطلب اهتمام ما أو قد يرجع إلى طبيعة المهمة نفسها.
- إن الزيادة في البراعة في أداء بعض الخدمات من الممكن فعله من خلال تحسين الجوهر المادي للخدمة، وهذا قد يكون بديلا للعمالة أو كطريق لتقوية الطبيعة الشخصية وجودة الخدمة، كما أن تأثير التكنولوجيا على تحسين الخدمات الحالية وتطوير الخدمات الجديدة في السنوات الأخيرة في حقول متنوعة أصبحت الدافع الرئيسي للمؤسسات الخدمية للبحث في تطبيقات هذه التكنولوجيا وذلك لتحسين إنتاجيتها وتخفيض تكاليفها.

ثانياً: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين عرض الخدمة:

يتضمن عرض الخدمة مجموعة من الخدمات التي يطلق عليها بحزمة الخدمة وتشمل هذه الحزمة قسمين هما: خدمة الجوهر وخدمات تكميلية داعمة للجوهر وقد قسم الباحثون في تسويق الخدمات التكميلية الداعمة للجوهر إلى ثمانية مجموعات هي: المعلومات، استلام الطلبات، حماية ممتلكات الزبون، إصدار الفواتير، تقديم الاستشارة، الضيافة، الاستثناءات، الدفع¹.

¹ بوعبد الله جميلة، بونية بشرى، مرجع سابق، ص. 69-70.

1. **المعلومات والاستشارة:** لكي يحصل المستفيد على القيمة فإنه يحتاج إلى معلومات عن هذه الخدمة كما أن مزودي الخدمة هم أحوج للمعلومات عن الخدمات التي يرغبون بتسويقها إلى الزبائن.

2. **استلام الطلبات:** فتقديم الطلبات بشكل شخصي أو عبر الهاتف أو البريد أو الفاكس هي أساليب مازالت تستخدم على نطاق واسع والاستفادة من التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال أصبح بإمكان تطبيق الطلبات عبر نظم الهواتف المؤمنة المرتبطة بالحواسيب والشبكات وهي إحدى الخيارات المتاحة اليوم.

3. **الضيافة، حماية ممتلكات الزبائن والاستثناءات:** تساهم عناصر الضيافة وحماية ممتلكات الزبائن التي تنطوي على إجراءات ملموسة في بيئات مادية في المساعدة على جعل زيارات الزبائن أكثر متعة وراحة من خلال معاملتهم والاهتمام بتلبية حاجاتهم ورغباتهم المتنوعة، أما فئة الاستثناءات فهي تتطلب الطلبات الخاصة وحل المشاكل.

4. **إعداد الفواتير والدفع:** تعتبر الفواتير وكشوفات الحساب واضحة ومتضمنة معلومات سواء كانت على شكل ورقي أو إلكتروني، فالزبائن يرغبون بأن تكون الفواتير والكشوفات واضحة ومتضمنة معلومات مفيدة ومرتبطة بشكل يوضح بسهولة كيفية حساب مفرداتها للوصول إلى إجمالي المبلغ المطلوب.

نستنتج مما سبق ذكره، أن جودة الخدمة تمثل أحد العوامل الأساسية التي تحدد حجم الطلب على منتجات المؤسسة وتزداد أهميتها في ظل انفتاح السوق وقوة المنافسة الشديدة والصورة الذهنية الإيجابية للمؤسسة تتوقف عليه لاستقطاب الزبائن وتحقيق التوافق والانسجام بينها وبين الجمهور وتقاس جودة الخدمة من عدة مؤشرات تعدد الشكاوى ورضا الزبون ومقياس الجودة وتوقعات وإدراك الزبون، لهذا يتطلب توفر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة للوصول إلى جودة الخدمة، من خلال تقديم المعلومات وإعداد الفواتير وغيرها¹.

¹ بوعبد الله جميلة، بونية بشرى، مرجع سابق، ص 70.

خاتمة الفصل الثاني

انفتحت المؤسسات اليوم على عالم جديد من تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الأمر الذي أدى إلى تحول جل أعمالها من شكلها التقليدي إلى الشكل المتطور والالكتروني أين أصبح من السهل القيام بعمليات استشارة والحصول على عدد كبير من المعلومات وتسهيل طرق العمل وبناء علاقات قوية بين المؤسسة وزبائنها. لذا يجب على المؤسسات بصفة عامة التحكم الجيد في تكنولوجيا المعلومات والاتصال بهدف تحسين إنتاجية الخدمات، وهذا ما سنتطرق إليه في الفصل الثالث.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي لشركة

اتصالات الجزائر

بالتأليف

تمهيد الفصل الثالث

بعدما تناولنا الجانب النظري من موضوع الدراسة، كان من اللازم علينا أن تجسّد ذلك في أرض الواقع، إذ أنه لا يكفي أن نتكلم على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة دون أن نستفيد من ذلك على الواقع، تحقيقاً لأهداف الدراسة في التعرف على أثر وطبيعة العلاقة بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على الخدمة في شركة اتصالات الجزائر بالطارف، ومن خلال تحليل إجابات أفراد عينة الدراسة من الموظفين في الشركة يتناول هذا الفصل وصفاً لمنهج الدراسة، ومجتمع الدراسة وعينتها، وكذلك أدوات الدراسة المستخدمة ومن ثم عرض البيانات التي تم جمعها من عينة الدراسة وتحليلها وتفسيرها، وقد تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث:

المبحث الأول: تقديم عام لشركة اتصالات الجزائر بالطارف

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة

المبحث الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

المبحث الأول: تقديم عام لشركة اتصالات الجزائر بالطارف
المطلب الأول: مفهوم وتطور شركة اتصالات الجزائر بالطارف
أولا: تعريف اتصالات الجزائر

مؤسسة عمومية جزائرية أسست عام 2003 تنشط في مجال الهاتف الثابت والنقل (موبيليس وخدمات الانترنت وجوانب الاتصالات الفضائية).

بلغت الحصة المالية الإجمالية المعدة التطوير والتهيئة الاستثمارات ب 203976 مليون دينار جزائري بلغ عدد مشتركها في الهاتف عام 2008: 2628215 مشترك منها 1372292 مشترك في الهاتف الثابت أما عدد مشتركها في الهاتف النقال فبلغ أكثر من 1 مليون مشترك بموبيليس بنهاية سنة 2010.

كما أن المؤسسة مطالبة بأداء مهام الخدمة العمومية، بحيث تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر المتعامل الوحيد المستغل لشبكة الهاتف الثابت وشبكة الانترنت ADSL في الجزائر برأسمال اجتماعي يقدر ب 6127518000 دج. تقوم اتصالات الجزائر بتقديم عدة خدمات تتمثل:

- ✓ الهاتف؛
- ✓ الانترنت؛
- ✓ خدمة الويسي؛
- ✓ خدمات التداول عن طريق الفيديو؛
- ✓ تصميم أو إنشاء المواقع الالكترونية بنقرة واحدة؛
- ✓ المكتبة الالكترونية؛
- ✓ الرقابة الأبوية؛
- ✓ تقديم حلول متكاملة للشركات والمؤسسات العمومية.

ثانيا: أهداف شركة اتصالات الجزائر ونشاطاتها

1. أهداف شركة اتصالات الجزائر

يعتمد مجتمع اتصالات الجزائر على ثلاثة أهداف رئيسية (الجودة، الفعالية، ونوعية الخدمات)، وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة ببقائها في السوق رائدة رقم واحد في سوق الاتصالات. كما تسعى أيضا لتحقيق مجموعة من الأهداف الأخرى نذكر منها:

ادخلت مؤسسة اتصالات الجزائر تكنولوجيا المعلومات والاتصال بغية تحقيق الأهداف التالية:

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

- ✓ الزيادة في عرض الخدمات الهاتفية وتسهيل عمليات المشاركة في مختلف خدمات الاتصال لأقرب عدد من المستعملين خاصة في المناطق الريفية؛
- ✓ الزيادة في جودة ونوعية الخدمات المعروضة والتشكيلية المقدمة وجعلها أكثر منافسة في خدمات الإصلاح؛
- ✓ تنمية وتطوير شبكة وطنية للاتصالات وفعالية توصيلها بمختلف طرق الإعلام؛
- ✓ المشاركة كممثل رئيسي في مجال فتح برامج تطوير المؤسسة الإعلام في الجزائر؛
- ✓ تطوير الخدمات الجديدة البيع والشراء عبر الشبكة العنكبوتية وكذلك تطوير مراكز المعلومات والتوجيه؛
- ✓ التزويد بخدمات الاتصال عن بعد والتي تسمح بنقل وتبادل الأصوات الرسائل المكتوبة، المعطيات الرقمية، المعلومات المرئية والمسموعة... الخ؛
- ✓ العمل على كسب سمعة حسنة والمحافظة عليها بالتخلي عن أنماط التسيير التقليدية والتصرفات السلبية.

2. نشاطات شركة اتصالات الجزائر

- ✓ تمول مصالح اتصالا الجزائر بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية؛
- ✓ تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة؛
- ✓ نشأة واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات الداخلية مع كل المتعاملين بشبكة الاتصالات.

ثالثا: نشأة وتطور شركة اتصالات الجزائر

تعتبر اتصالات الجزائر المتعامل التاريخي لقطاع الاتصالات في الجزائر بعد الإصلاحات العميقة التي باشرتها الدولة منذ سنة 1999 في قطاع البريد والمواصلات، وهي شركة ذات أسهم تابعة للدولة بعد أن كانت تابعة للتوظيف العمومي إلى حين صدور القرار رقم 05 في 2003 حيث أصبحت مؤسسة قائمة بذاتها، وهي شركة عمومية اقتصادية حددت مدته بـ 99 عاما، وبرأس مال عمومي قدر: 53.724.820.000 دج، وهي مقيدة في السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 تحت رقم الفهرس B02 001 8083 الكائن مقرها الاجتماعي بالطريق الوطني رقم 05 الديار الخمس، المحمدية 16211 بالجزائر العاصمة.

أصبحت مهامها محصورة بموجب قانون 03/2000 الراجع للنظام الأساسي للمؤسسة العمومية الاقتصادية، ذات طابع قانوني لشركة ذات أسهم، دخلت رسميا في ممارسة نشاطها ابتداء من 01/01/2003م، وذلك بالاعتماد على ثلاث أهداف في عالم تكنولوجيا الإعلام والاتصالات: (المردودية، الفعالية، وجودة الخدمة) وذلك من خلال تحقيق مستوى عالي، قياسي، تقني واقتصادي واجتماعي لتبقى دوما الرائدة نظرا لوجودها في محيط تنافسي، هدفها تنمية سعتها

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

والحفاظ على مكانتها العالية كشركة إعلام واتصال في الجزائر، كما ساهمت أيضا في تنمية قدرات استعمال شبكة الانترنت، وفي إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة تم في شهر جوان بيع رخصة لإقامة واستغلال شبكة للهاتف النقال، واستمر تنفيذ برنامج فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى، حيث تم بيع رخصة تتعلق بشبكات VSA وشبكة الربط المحلي في المناطق الريفي، كما شمل فتح السوق كذلك الدراسات الدولية في 2003، والربط المحلي في المناطق الحضرية في 2004، وبالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في 2005، وذلك في ظل احترام لمبدأ الشفافية ولقواعد المنافسة، وفي نفس الوقت، تم الشروع في برنامج واسع النطاق يرمي على تأهيل مستوى المنشآت الأساسية اعتمادا على تدارك التأخر المتراكم.

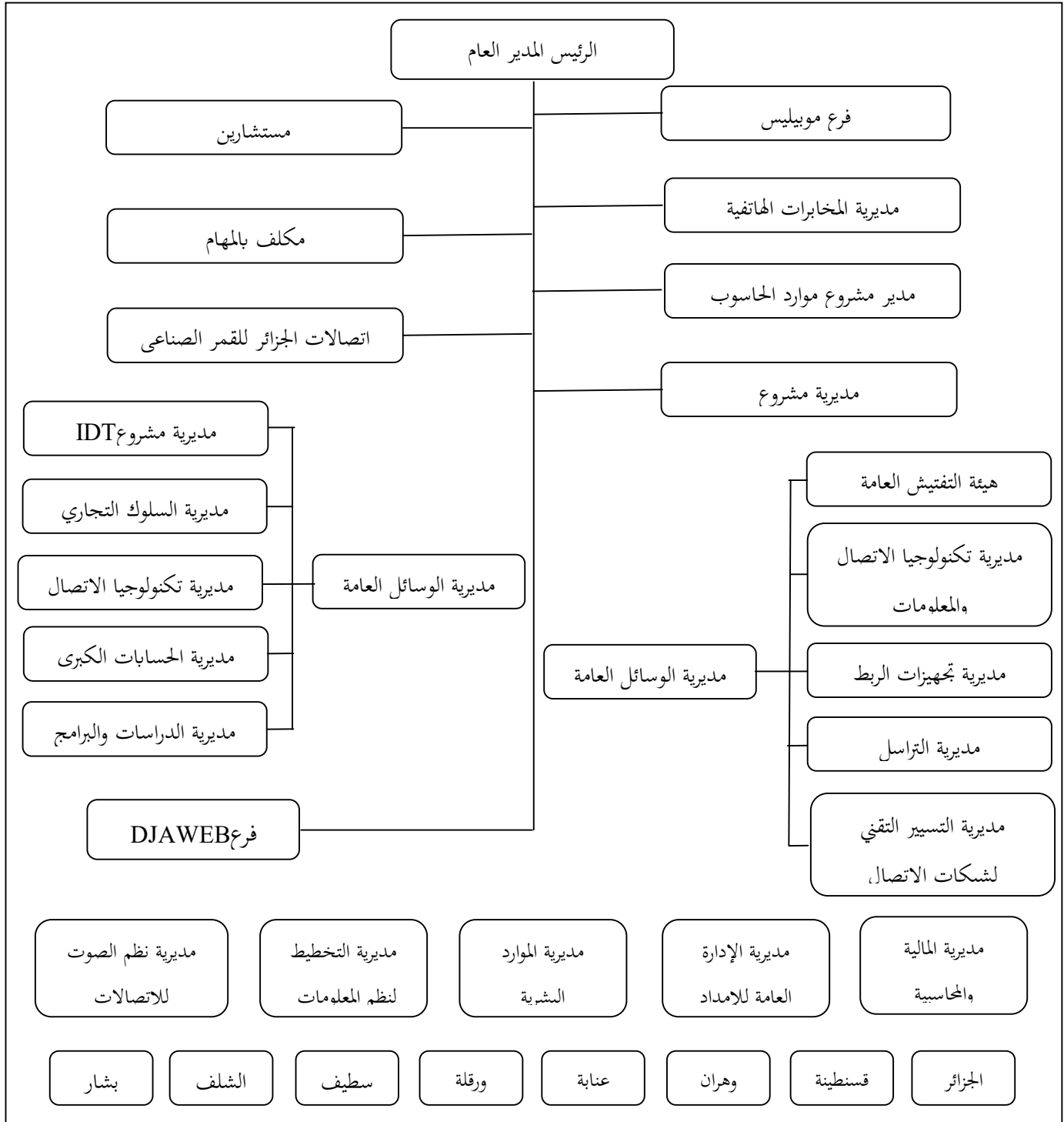
المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر ومهامها

أولا: الهيكل التنظيمي العام لشركة اتصالات الجزائر

تكون الهيكل التنظيمي العام لشركة اتصالات الجزائر من 08 مديريات إقليمية، و50 وحدة عملية متواجدة في كامل ولايات الوطن، ووكالات تجارية موزعة على الدوائر التابعة للوحدات العملية بكل ولاية. والشكل التالي يوضح الهيكل التنظيمي العام لشركة اتصالات الجزائر في المديريات الإقليمية.

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

شكل رقم 3-1: الهيكل التنظيمي العام لشركة اتصالات الجزائر في المديرية الإقليمية

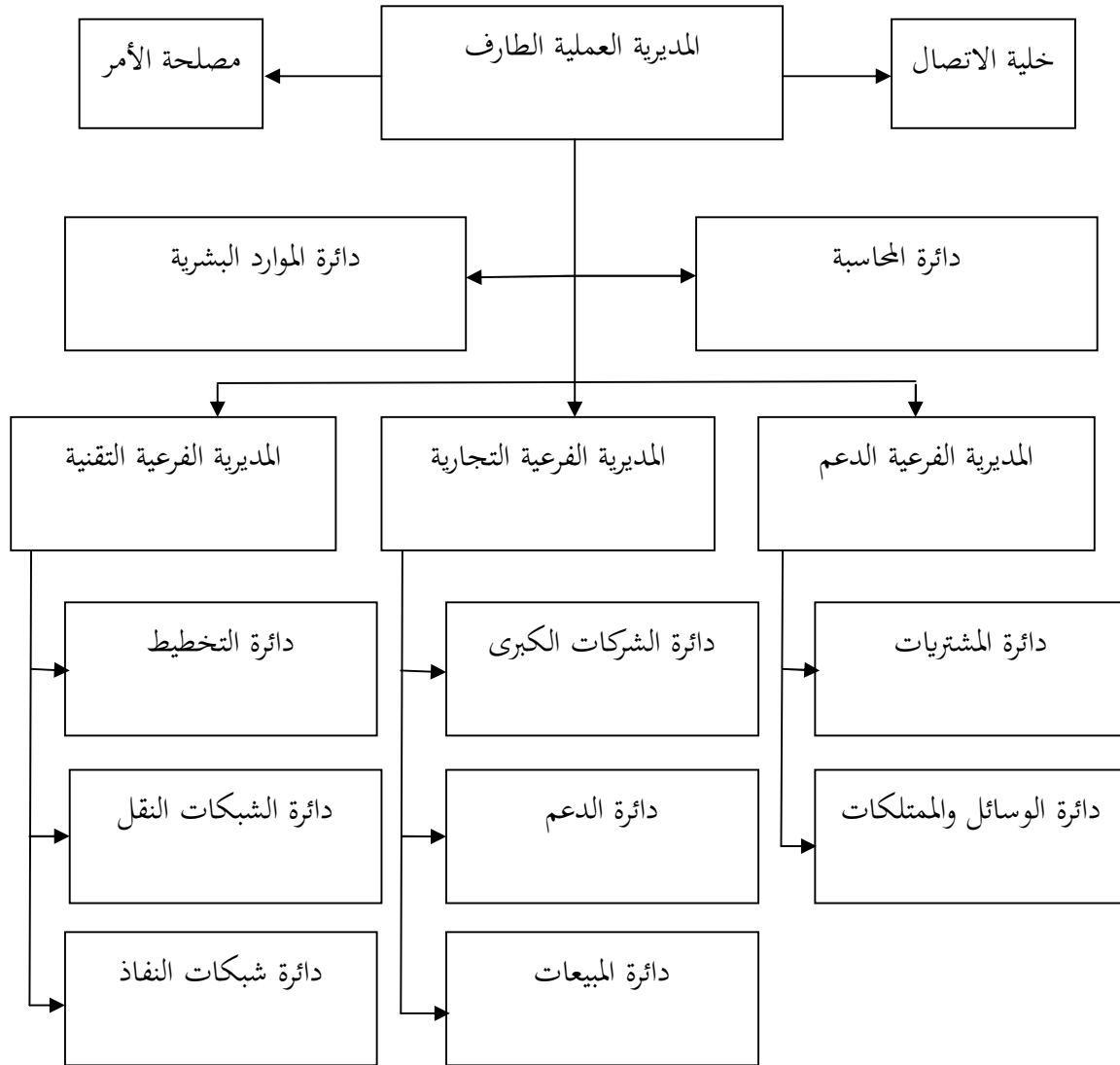


المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات المقدمة من طرف الشركة

ثانيا: الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر بالطارف

يوضح الشكل التالي الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر بالطارف.

شكل 3-2: الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر بالطارف



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعلومات المقدمة من طرف الشركة

المطلب الثالث: مصادر جمع البيانات ومجتمع الدراسة

أولاً: منهج الدراسة ومصادر جمع البيانات

1. منهج الدراسة

من أجل تحقيق أهداف الدراسة المتمثلة في التعرف على مدى مساهمة المتغير المستقل المتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف، تم استخدام المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، حيث تم إتباع المنهج الوصفي من أجل وصف واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكذا تحسين الخدمات محل

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

الدراسة، وتم إتباع المنهج التحليلي بهدف التعرف على تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها عن طريق استمارة SPSS.

2. مصادر جمع البيانات

تطلبت عملية تحليل الدراسة الميدانية جمع مجموعة من البيانات والمعلومات من خلال مختلف المصادر، ويمكن تصنيفها كما يلي:

أ. المصادر الأولية:

وقد تم جميع البيانات والمعلومات هنا عن طريق استخدام:

- **الإستبيان:** تم الاعتماد في هذه الدراسة على أسلوب الإستبيان بإعتباره من أهم أدوات الدراسة التي تمكن من الحصول على المعلومات، وهو عبارة عن إستمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة المكتوبة ذات الإجابات المحددة، سلمت للعاملين بشركة اتصالات الجزائر بالطارف للإجابة عنها وإرجاعها، وقد تم إعداد إستمارة الإستبيان بناء على موضوع الدراسة ومتغيراته، حيث تضمن مجموعة من الفقرات موزعة على مجموعة من المحاور لكل متغير من متغيرات الدراسة، وذلك بداية من إعداد إستبيان أولي، وبعد ذلك توزيعه على عينة الدراسة لجمع المعلومات اللازمة، وقد تم مراعاة أمرين أساسيين في تصميم الاستبيان منها:

✓ البساطة والسهولة، وذلك عرب صياغة فقرات سهلة بسيطة وغير مركبة، مع اعتماد أسلوب الأسئلة المغلقة لتسهيل مهمة المبحوثين؛

✓ قدرة الاستبيان على تشخيص وقياس أثر المشاريع المبتكرة في تحقيق التنمية وتحديد دقيق لمختلف أبعاد المتغير المستقل المشاريع المبتكرة والمتغير التابع التنمية.

✓ **الوثائق والسجلات:** تعبر الوثائق والسجلات في هذه الدراسة أداة مكملة لأدوات السالفة الذكر، حيث تم الاطلاع عليها واستخدام ما توفر من وثائق، سجلات، تقارير، نشرات داخلية وغيرها من الوثائق الخاصة بالمتغيرات محل الدراسة وتوظيفها في عملية البحث والتحليل

ب. المصادر الثانوية:

والتي تشمل مختلف المراجع والأدبيات والدراسات السابقة من كتب، أبحاث، موسوعات، مقالات، أطروحات مذكرات، ملتقيات... الخ، ذات العلاقة بموضوع الدراسة المشاريع المبتكرة والتنمية، وذلك بجمع المعلومات اللازمة لتعرف على المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأبعادها والمتغير التابع الخدمات وأبعادها لتصميم استبيان واضح.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة

1. مجتمع الدراسة

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

من خلال إجراء مسح شامل للإدارة بالإضافة لكافة العاملين في شركة اتصالات الجزائر بالطارف، وقد اخترنا هذه الفئة تحديدا لأنها المجتمع المناسب الذي تتوفر فيه متطلبات الدراسة، وبهدف دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الخدمات قمنا بتوزيع 32 استمارة واسترجعنا منها 32 استمارة.

2. خصائص عينة الدراسة

في هذا الجزء سيتم توزيع أفراد عينة الدراسة حسب خصائصهم الشخصية والمتمثلة في: الجنس، العمر، المستوى العلمي، عدد سنوات الخبرة.

ثالثا: أدوات الدراسة

تناولت دراستنا لمجموعة من الأدوات والأساليب الإحصائية التي ساهمت في تحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها منها:

1. الاستبيان: وثيقة لجمع البيانات والمعلومات الخاصة بهذه الدراسة.

2. معامل الثبات ألفا كرونباخ: وذلك لقياس ثبات أداة البحث، ويكون تفسير نتائجه حسب الجدول التالي:

جدول رقم 3-1: يوضح مستويات معامل ألفا كرونباخ

القيمة معامل ألفا كرونباخ	التفسير
0.90 فأكثر	ممتاز
0.90-0.80	جيد
0.80-0.70	مقبول
0.70-0.60	ضعيف
أقل من 0.50	غير مقبول

اختبار صحة الاستبيان: لقد تم اختيار فرضيات الدراسة من خلال إدخال البيانات في برنامج SPSS وتشغيله للحصول على النتائج التالية والجدول التالي يبين ذلك:

جدول رقم 3-2: صحة الاستبيان

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,762	32

المصدر : من إعداد الطالبان اعتمادا على برنامج SPSS .

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن قيمة ألفا كرومباخ تقدر ب 76.2% أكبر من 60%، ومنه هذه الإستبانة تتميز بالصدق والثبات.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة

المطلب الأول: لقد تم في البداية تقسيم الاستبيان إلى ما يلي:

المطلب الأول: عرض نتائج الدراسة الخاصة بالبيانات الشخصية لأفراد العينة

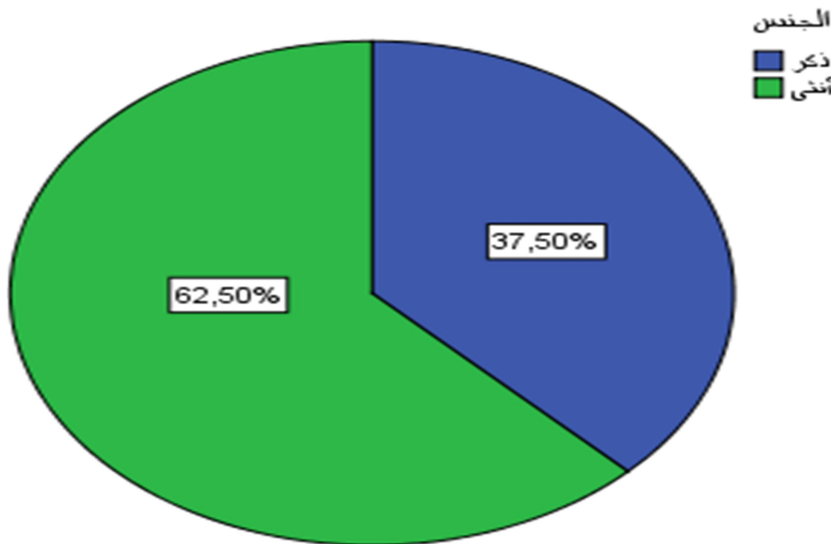
حيث يمكن تلخيص البيانات الشخصية لأفراد العينة في الجداول التالية:

جدول رقم 3-1: توزيع مفردات العينة حسب الجنس

الذكور		الإناث	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
12	37.5%	20	62.5%

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

الشكل رقم 3-3: دائرة نسبوية لتوزيع مفردات العينة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

يبين الجدول السابق توزيع عينة الدراسة حسب الجنس (ذكر، أنثى) حيث يتضح أن 62.5% من عينة الدراسة إناث، في حين بلغت نسبة مشاركة الذكور بنسبة تقدر ب 37.5%.

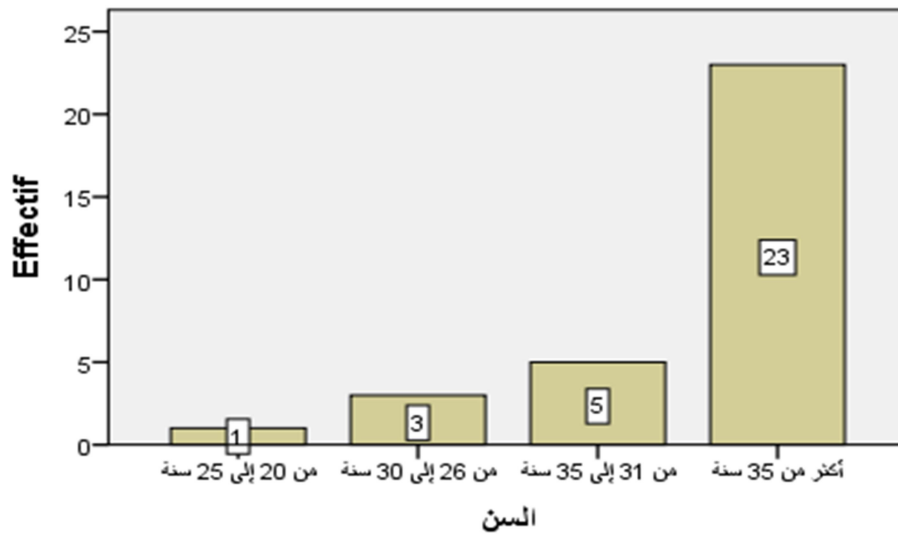
جدول رقم 3-2: توزيع مفردات العينة حسب السن

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

من 20 إلى 25 سنة		من 26 إلى 30 سنة		من 31 إلى 35 سنة		أكثر من 35 سنة	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
3.1%	1	9.4%	3	15.6%	5	71.9%	23

المصدر: من إعداد الطالبان على ضوء نتائج الإستبيان

الشكل رقم 3-4: أعمدة بيانية لتوزيع مفردات العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبان على ضوء نتائج الإستبيان

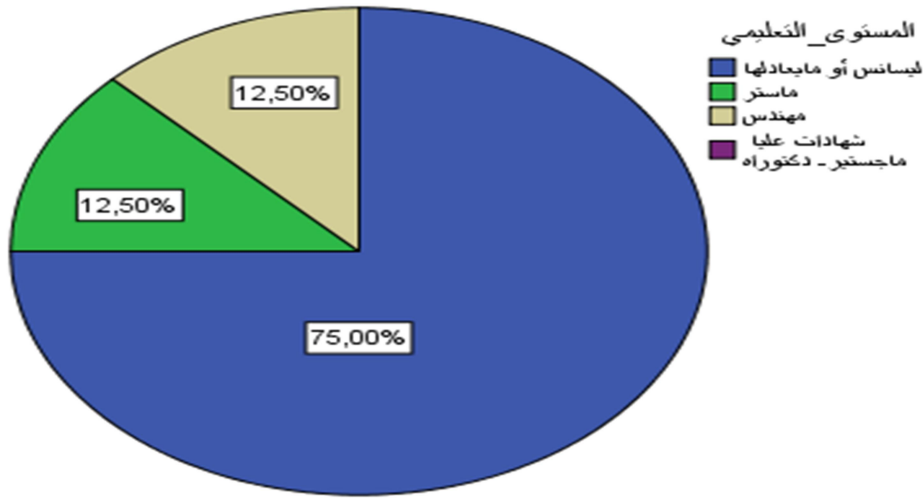
يبين الجدول السابق توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن، حيث يتبين أن 71.9% من عينة الدراسة بلغت أعمارهم أكثر من 35 سنة وهي تمثل أعلى نسبة، و 15.6% بلغت أعمارهم من 31 إلى 35 سنة، أما الفئة من 26 إلى 30 سنة بلغت نسبتها من عينة الدراسة 9.4%، وفي الأخير الفئة من 20 إلى 25 سنة فبلغت نسبتها من عينة الدراسة نسبة تقدر ب 3.1%.

جدول رقم 3-3: توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي

ليسانس أو مايعادلها		ماستر		مهندس		شهادات عليا ماجستير - دكتوراه	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
75%	24	12.5%	4	12.5%	4	0%	0

المصدر: من إعداد الطالبان على ضوء نتائج الإستبيان

الشكل رقم 3-5: دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبان على ضوء نتائج الإستبيان

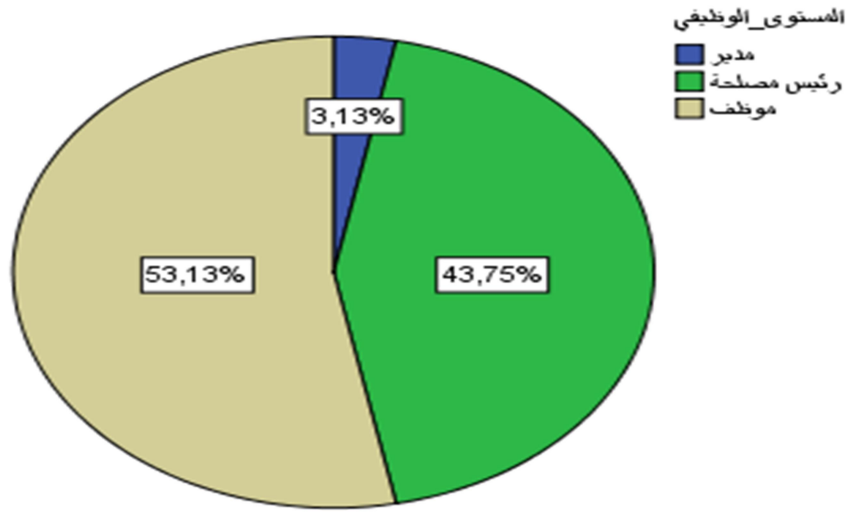
يتضح من خلال الجدول أن 58.3% من عينة الدراسة مستواهم التعليمي ليسانس أو ما يعادلها، أما المستوى الدراسي ماستر ومهندس فوصلت نسبته إلى 12.5% على التوالي، وفي الأخير من لديهم مستوى شهادات عليا ماجستير - دكتوراه بنسبة معدومة تقدر ب 0%.

جدول رقم 3-4: توزيع مفردات العينة حسب المستوى الوظيفي

موظف		رئيس مصلحة		مدير	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
53.1%	17	43.8%	14	3.1%	1

المصدر: من إعداد الطالبان على ضوء نتائج الإستبيان

الشكل رقم 3-6: دائرة نسبية لتوزيع مفردات العينة حسب المستوى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

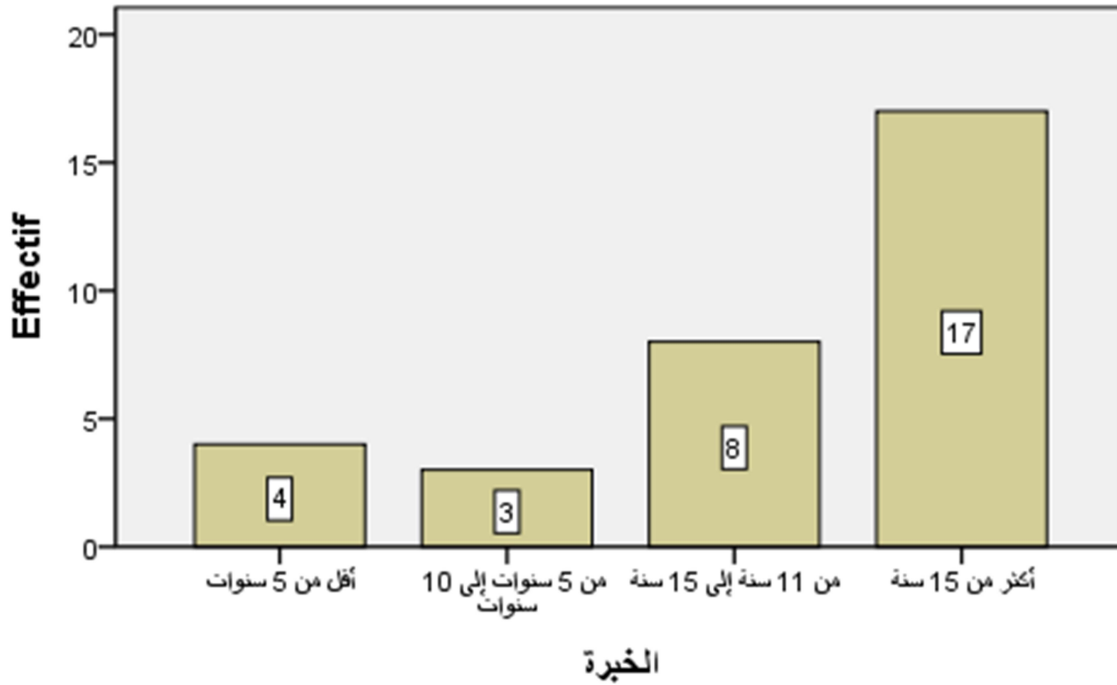
يتضح من خلال الجدول أن 53.1% من عينة الدراسة مستواهم الوظيفي موظف، أما المستوى الوظيفي رئيس مصلحة فوصلت نسبته إلى 43.8%، وفي الأخير من لديهم مستوى الوظيفي مدير بنسبة تقدر ب 3.1%.

جدول رقم 3-5: توزيع مفردات العينة حسب الخبرة

أقل من 5 سنوات		من 5 إلى 10 سنوات		من 11 إلى 15 سنة		أكثر من 15 سنة	
التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
4	12.5%	3	9.4%	8	25%	17	53.1%

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

الشكل رقم 3-7: أعمدة بيانية لتوزيع مفردات العينة حسب سنوات الخبرة



المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الاستبيان

من خلال الجدول يتضح أن أعلى نسبة من عينة الدراسة حسب الخبرة تقدر ب 53.1% لأكثر من 15 سنة، ثم تليها نسبة 25% من لديهم خبرة من 11 إلى 15 سنة، تليها الفئة أقل من 5 سنوات بنسبة تقدر ب 12.5%، وفي الأخير الذين خبرتهم من 5 سنوات إلى 10 سنوات بنسبة تقدر ب 9.4%.

المطلب الثاني: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات

إجابات أسئلة الاستبيان: حيث بلغ إجمالي عدد الفقرات 24 فقرة وقد كانت إجابة كل فقرة من أبعاد الدراسة على أسلوب ليكارت الخماسي كما يلي:

جدول رقم 3-8: سلم ليكارت الخماسي

5	4	3	2	1
موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

ولتحديد طول الخلايا لمقياس ليكارت الخماسي (الحدود الدنيا والعليا) ثم حساب المدى (4=1-5)، ثم تقسيمه على عدد الخلايا أي (0.8=5/4) ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في الخلية الأدنى الواحد الصحيح وذلك لتحديد الحد الأعلى للخلية، وعليه يتم تفسير النتائج في الجدول التالي:

جدول رقم 3-9: يوضح إجابات أسئلة الاستبيان ودلالاتهم:

الإجابة	الزمن	المتوسط الحسابي
غير موافق تماما	1	] 1.8 - 1]
غير موافق	2	] 2.6 - 1.8]
محايد	3	] 3.4 - 2.6]
موافق	4	] 4.2 - 3.4]
موافق تماما	5	] 5 - 4.2]

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

بعد عرض أداة الدراسة على الأستاذ المؤطر لغرض تقييمها وإجراء التصحيحات المطلوبة تم القيام بقياس وصدق وثبات أداة الدراسة من خلال معامل ألفا كرونباخ، وأيضا قوة الارتباط بين درجات كل فقرة من فقرة الاستبيان، وتعد نسبة معامل ألفا كرونباخ مقبولة إحصائيا.

جدول رقم 3-10: معامل الثبات والصدق لمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات.

المحور	عدد الفقرات	معامل الثبات	معامل الصدق
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	12	0.921	0.959
تحسين الخدمات	12	0.949	0.974
الاستبيان ككل	24	0.960	0.979

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

إن زيادة قيمة معامل ألفا كرونباخ، تعني زيادة مصداقية وثبات البيانات من عكس نتائج العينة على مجتمع الدراسة، كما يمكن حساب معامل الصدق عن طريق حساب جذر معامل الثبات (ألفا كرونباخ)، هذا المعامل يقيس فيما إذا كان مقياس استبيان الدراسة يقيس فعلا ما وضعته الدراسة.

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

اختبار التوزيع الطبيعي:

تم استخدام اختبار (كولومجروف - سمرنوف) لمعرفة مدى إتباع البيانات التوزيع الطبيعي، ويوضح الجدول الموالي نتائج الاختبار وقيمة مستوى الدلالة لكل من محاور الاستبيان.

جدول رقم 3-11: نتائج اختبار التوزيع الطبيعي (Kolomogorov –Smirnov test).

المحاور	عدد الفقرات	قيمة (Z)	Sig
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	12	0.177	0.012
تحسين الخدمات	12	0.138	0.125

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

يظهر من خلال نتائج الجدول أن قيمة مستوى الدلالة Sig لأحد المتغيرات أكبر من قيمة مستوى الدلالة المعنوية 0.05، مما يدل على إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي.

المطلب الثالث: تحليل فقرات ومحاور الدراسة

أولا: تحليل فقرات المحور الأول تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1- تحليل فقرات البعد الأول: الموارد الأخرى

جدول رقم 3-12: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد الموارد الأخرى.

الرقم	العبارات	العدد والنسبة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	تستقطب الشركة أصحاب الاختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات	العدد	0	1	0	22	9	4.22	0.608	موافق تماما
		النسبة	0	3.1	0	68.8	28.1			

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

									والاتصالات (مهندسين، مبرمجين...الخ).	
02	تقوم الشركة بدورات تكوينية لتدريب الإطارات على التقنيات التكنولوجيا الحديثة.	العدد	0	0	0	18	14	4.44	0.504	موافق تماما
			0	0	0	56.3	43.8			
03	تمتلك الشركة قاعدة بيانات تساهم في سرعة اتخاذ القرارات.	العدد	0	0	1	21	10	4.28	0.523	موافق تماما
			0	0	3.1	65.6	31.3			
04	جميع فروع الشركة مربوطة في شبكة واحدة تساهم في مراقبة وضبط العمليات اليومية.	العدد	0	1	3	18	10	4.16	0.723	موافق
			0	3.1	9.4	56.3	31.3			

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

موافق تماما	0.476	4.27	بعد الموارد الأخرى
----------------	-------	------	--------------------

المصدر: من إعداد الطالبان على ضوء نتائج الإستبيان

نلاحظ من الجدول أن جميع الفقرات ضمن المجال موافق وموافق تماما، حيث أن الفقرة الثانية تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.44 وانحراف معياري مقدّر ب 0.504 بأن تقوم الشركة بدورات تكوينية لتدريب الإطارات على التقنيات التكنولوجية الحديثة، والفقرة الثالثة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.28 وانحراف معياري 0.523 بأن تمتلك الشركة قاعدة بيانات تساهم في سرعة اتخاذ القرارات، والفقرة الأولى في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.22 وانحراف معياري 0.608 بأن تستقطب الشركة أصحاب الاختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (مهندسين، مبرمجين...الخ). وفي الأخير الفقرة الرابعة في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 4.16 وانحراف معياري 0.723 بأن جميع فروع الشركة مربوطة في شبكة واحدة تساهم في مراقبة وضبط العمليات اليومية. في حين أن بعد الموارد الأخرى يندرج ضمن المجال موافق تماما بمتوسط حسابي 4.27 وانحراف معياري 0.476.

2- تحليل فقرات البعد الثاني: الأجهزة والمعدات

جدول رقم 3-13: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد الأجهزة والمعدات.

الرقم	العبارات	العدد والنسبة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	تمتلك الشركة	العدد	0	0	1	19	12	4.34	0.545	موافق تماما
	عدد كافي من الحواسيب والأجهزة الخاصة بالإعلام الآلي.	النسبة	0	0	3.1	59.4	37.5			
02	يوجد عدد	العدد	0	1	2	21	8	4.13	0.660	موافق
	كافي من	النسبة	0	3.1	6.3	65.6	25			

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

									الطابعات والماسحات الضوئية والمعدات الخاصة بالاتصالات في الشركة.	
موافق	0.660	4.13	8	21	2	1	0	العدد	تقوم الشركة بتحديث الأجهزة الالكترونية.	03
			25	65.6	6.3	3.1	0	النسبة		
موافق	0.740	4.03	8	18	5	1	0	العدد	يتم تجديد الأجهزة بصورة دورية في الشركة.	04
			25	56.3	15.6	3.1	0	النسبة		
موافق	0.522	4.15	بعد الأجهزة والمعدات							

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

نلاحظ من الجدول أن جميع الفقرات ضمن المجال موافق وموافق تماما، حيث أن الفقرة الأولى تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.34 وانحراف معياري مقدر ب 0.545 بأن تمتلك الشركة عدد كافي من الحواسيب والأجهزة الخاصة بالإعلام الآلي، والفقرة الثانية والثالثة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.13 وانحراف معياري 0.660 على التوالي بأن يوجد عدد كافي من الطابعات والماسحات الضوئية والمعدات الخاصة بالاتصالات في الشركة وتقوم الشركة بتحديث الأجهزة الالكترونية. وفي الأخير الفقرة الرابعة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.03 وانحراف معياري 0.740 بأن يتم تجديد الأجهزة بصورة دورية في الشركة. في حين أن بعد الأجهزة والمعدات يندرج ضمن المجال موافق بمتوسط حسابي 4.15 وانحراف معياري 0.522.

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

3- تحليل فقرات البعد الثالث: البرمجيات

جدول رقم 3-14: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد البرمجيات.

الرقم	العبارات	العدد والنسبة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	يتم تطوير البرمجيات في الشركة باستمرار لمواكبة ما هو جديد.	العدد	0	0	3	20	9	4.19	0.592	موافق
		النسبة	0	0	9.4	62.5	28.1			
02	تستخدم الشركة عملها برمجيات حاسوب جديدة.	العدد	0	0	4	17	11	4.22	0.659	موافق تماما
		النسبة	0	0	12.5	53.1	34.4			
03	توفر الشركة طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية الاتصال داخليا وخارجيا.	العدد	0	0	3	19	10	4.22	0.608	موافق تماما
		النسبة	0	0	9.4	59.4	31.3			

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

موافق تماما	0.803	4.25	12	18	1	0	1	العدد	تكنولوجيا	04
			37.5	56.3	3.1	0	3.1	النسبة	المعلومات المستخدمة تساعد في تسهيل عملية الوصول إلى قواعد البيانات المطلوبة.	
موافق تماما	0.552	4.21	بعد البرمجيات							

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الاستبيان

نلاحظ من الجدول أن جميع الفقرات ضمن المجال موافق وموافق تماما، حيث أن الفقرة الرابعة تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.25 وانحراف معياري مقدّر بـ 0.803 بأن تكنولوجيا المعلومات المستخدمة تساعد في تسهيل عملية الوصول إلى قواعد البيانات المطلوبة، والفقرة الثانية والثالثة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.22 وانحراف معياري 0.659 و 0.608 على التوالي بأن تستخدم الشركة في عملها برمجيات حاسوب جديدة وتوفر الشركة طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية الاتصال داخليا وخارجيا. وفي الأخير الفقرة الأولى في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.19 وانحراف معياري 0.592 بأن يتم تطوير البرمجيات في الشركة باستمرار لمواكبة ما هو جديد. في حين أن بعد البرمجيات يندرج ضمن المجال موافق تماما بمتوسط حسابي 4.21 وانحراف معياري 0.522.

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

ثانيا: تحليل فقرات المحور الثاني الخدمات

1- تحليل فقرات البعد الأول: جودة الخدمة

جدول رقم 3-15: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد جودة الخدمة.

الرقم	العبارات	العدد والنسبة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	تتميز منتجات وخدمات الشركة بخصائص تتوافق ورغبات المشتركين.	العدد	1	0	5	16	10	4.06	0.878	موافق
		النسبة	3.1	0	15.6	50	31.3			
02	تتميز منتجات وخدمات الشركة بأسعار مقبولة يميزها عن المنافسين.	العدد	0	1	3	17	11	4.19	0.738	موافق
		النسبة	0	3.1	9.4	53.1	34.4			
03	يشعر المشترك بالخصوصية أثناء تعامله مع نظم المعلومات	العدد	0	1	6	16	9	4.03	0.782	موافق
		النسبة	0	3.1	18.8	50	28.1			

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

									الموجودة بالشركة.	
موافق	0.822	3.97	8	17	5	2	0	العدد	هناك رضا عام	04
			25	53.1	15.6	6.3	0	النسبة	لدى المشتركين المستفيدين من خدمات الشركة.	
موافق	0.683	4.06	بعد جودة الخدمة							

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

نلاحظ من الجدول أن جميع الفقرات ضمن المجال موافق، حيث أن الفقرة الثانية تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.19 وبانحراف معياري مقدّر ب 0.738 بأن تتميز منتجات وخدمات الشركة بأسعار مقبولة يميزها عن المنافسين، والفقرة الأولى في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.06 وانحراف معياري 0.878 بأن تتميز منتجات وخدمات الشركة بخصائص تتوافق ورغبات المشتركين، والفقرة الثالثة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.03 وانحراف معياري 0.782 بأن يشعر المشترك بالخصوصية أثناء تعامله مع نظم المعلومات الموجودة بالشركة. وفي الأخير الفقرة الرابعة في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.97 وانحراف معياري 0.822 بأن هناك رضا عام لدى المشتركين المستفيدين من خدمات الشركة. في حين أن بعد جودة الخدمة يندرج ضمن المجال موافق بمتوسط حسابي 4.06 وانحراف معياري 0.683.

2- تحليل فقرات البعد الثاني: تسهيلات الخدمة

جدول رقم 3-16: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد تسهيلات الخدمة.

الرقم	العبارات	العدد والنسبة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	تعمل الشركة على تقديم	العدد	0	1	2	16	13	4.28	0.729	موافق
		النسبة	0	3.1	6.3	50	40.6			تماما

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

									معلومات للمشركين حول المنتجات والخدمات التي تقدمها لهم.	
موافق	0.859	4.19	12	17	0	3	0	العدد	تتيم الشركة	02
			37.5	53.1	0	9.4	0	النسبة	بجل مشاكل الزبائن والاستجابة لاستفساراتهم.	
موافق	0.762	4.25	12	18	0	2	0	العدد	تسعى دائما	03
تماما			37.5	56.3	0	6.3	0	النسبة	الشركة إلى توفير جو عمل ملائم للزبائن وحسن استقبالهم من طرف العمال.	
موافق	0.847	4.16	12	15	3	2	0	العدد	تتيم الشركة	04
			37.5	46.9	9.4	6.3	0	النسبة	بإعداد الفواتير وتحديد طريقة الدفع.	
موافق	0.728	4.21	بعد تسهيلات الخدمة							
تماما										

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

نلاحظ من الجدول أن جميع الفقرات ضمن المجال موافق وموافق تماما، حيث أن الفقرة الأولى تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.28 وانحراف معياري مقدّر ب 0.729 بأن تعمل الشركة على تقديم معلومات للمشاركين حول المنتجات والخدمات التي تقدمها لهم، والفقرة الثالثة في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.25 وانحراف معياري 0.762 بأن تسعى دائما الشركة إلى توفير جو عمل ملائم للزبائن وحسن استقبالهم من طرف العمال، والفقرة الثانية في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.19 وانحراف معياري 0.859 بأن تهتم الشركة بحل مشاكل الزبائن والاستجابة لاستفساراتهم. وفي الأخير الفقرة الرابعة في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 4.16 وانحراف معياري 0.847 بأن تهتم الشركة بإعداد الفواتير وتحديد طريقة الدفع. في حين أن بعد تسهيلات الخدمة يندرج ضمن المجال موافق تماما بمتوسط حسابي 4.21 وانحراف معياري 0.728.

3- تحليل فقرات البعد الثالث: ضمانات الخدمة

جدول رقم 3-17: الوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات بعد ضمانات الخدمة.

الرقم	العبارات	العدد والنسبة	غير موافق تماما	غير موافق	محايد	موافق	موافق تماما	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الموافقة
01	تسعى الشركة للاستجابة دائما إلى طلبات الزبائن.	العدد	0	0	2	18	12	4.31	0.592	موافق
		النسبة	0	0	6.3	56.3	37.5			تماما
02	تهتم الشركة بتوفير الحماية لممتلكات الزبائن.	العدد	0	1	1	20	10	4.22	0.659	موافق
		النسبة	0	3.1	3.1	62.5	31.3			تماما
03	تهتم الشركة بتنظيم طرق	العدد	0	1	1	18	12	4.28	0.683	موافق
		النسبة	0	3.1	3.1	56.3	37.5			تماما

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

									التواصل مع العملاء وتحديد المواعيد.	
04	تهتم الشركة بتوفير الأمن والاستقرار في البيئة التي تعمل فيها.	العدد	0	1	0	18	13	4.34	0.653	موافق تماما
		النسبة	0	3.1	0	56.3	40.6			
		بعد ضمانات الخدمة								
								4.28	0.582	موافق تماما

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الإستبيان

نلاحظ من الجدول أن جميع الفقرات ضمن المجال موافق تماما، حيث أن الفقرة الرابعة تحتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.34 وانحراف معياري مقدّر ب 0.653 بأن تهتم الشركة بتوفير الأمن والاستقرار في البيئة التي تعمل فيها، والفقرة الأولى في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.31 وانحراف معياري 0.592 بأن تسعى الشركة للاستجابة دائما إلى طلبات الزبائن، والفقرة الثالثة في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.28 وانحراف معياري 0.683 بأن تهتم الشركة بتنظيم طرق التواصل مع العملاء وتحديد المواعيد. وفي الأخير الفقرة الثانية في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 4.22 وانحراف معياري 0.659 بأن تهتم الشركة بتوفير الحماية لممتلكات الزبائن. في حين أن بعد ضمانات الخدمة يندرج ضمن المجال موافق تماما بمتوسط حسابي 4.28 وانحراف معياري 0.582.

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

المبحث الثالث: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة باستخدام برنامج spss

لدراسة النموذج القياسي المقدر والخاص بمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات، قمنا بإجراء مجموعة من الاختبارات لمعرفة مدى صحته من الناحية الإحصائية، وبعدها يتم اختيار أفضل نموذج لاختباره من الناحية الاقتصادية.

المطلب الأول: الدراسة القياسية

لقد تم الحصول على معطيات الدراسة من خلال الإستبانة، وتمثل في مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات حيث لدينا متغيرين هما:

- تكنولوجيا المعلومات والاتصال: يمثل المتغير المستقل X .

- تحسين الخدمات: يمثل المتغير التابع Y .

بعد جمع البيانات الخاصة بالمتغيرين والتعرف على المتغير التابع والمتغير المستقل يتم تحديد الشكل الرياضي للنموذج القياسي وشكل الدالة المعبرة على هذا النموذج وتعد أول خطوة لبناء نموذج قياسي باستخدام نموذج الانحدار الخطي البسيط.

جدول رقم 3-18: يبين الانحدار الخطي البسيط

الدالة الإحصائية	Beta	ستيودنت t	درجة الحرية	معاملات التأثير	الفرضية الرئيسية
0.968	/	-0.041	1	- 0.026	الثابت
0.000	0.776	6.733	30	1.000	تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المصدر: من إعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج SPSS .

ونموذج الانحدار الخطي البسيط لمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات قدر بالمعادلة التالية:

$$Y = -0.026 + 1.000 X$$

حيث أن:

$$-0.026 = \alpha$$

$$1.000 = \beta$$

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

X: تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

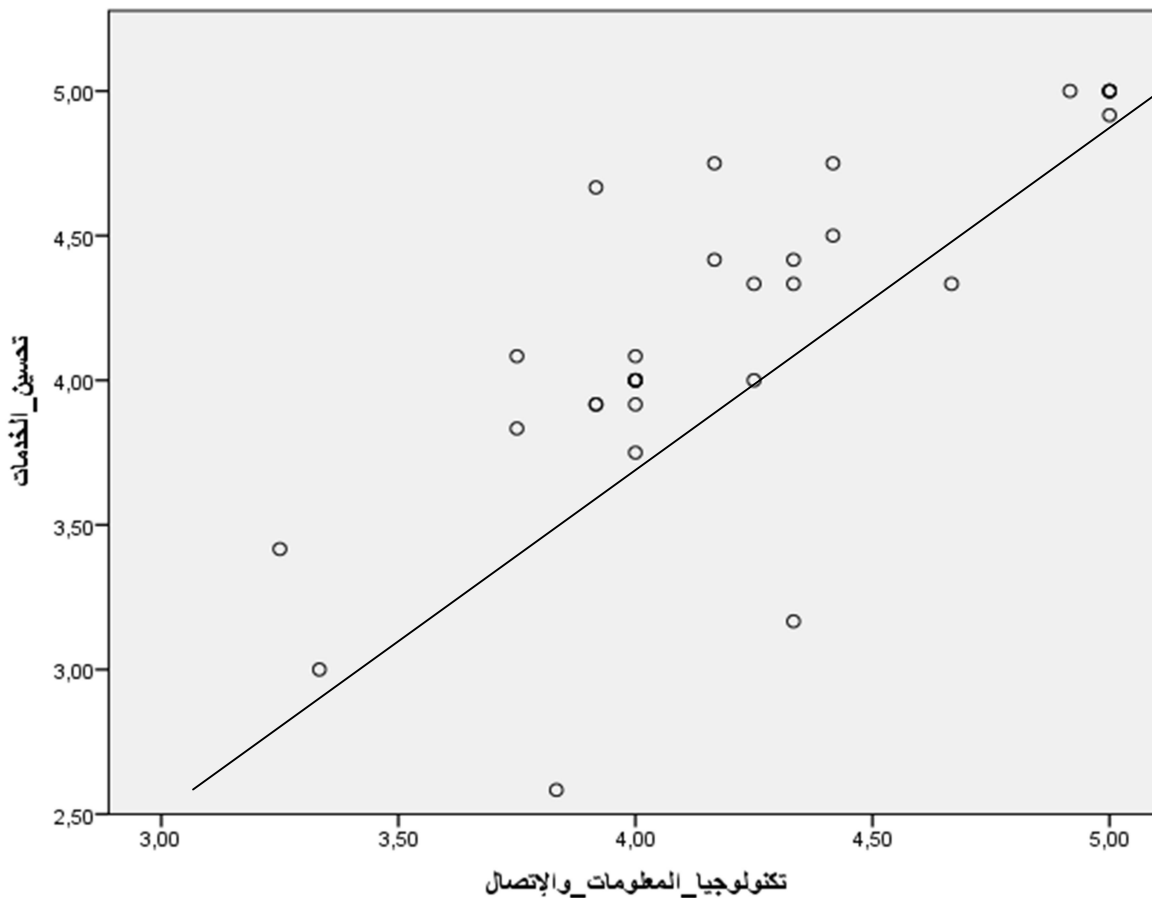
Y: تحسين الخدمات.

و عليه يمكننا القيام بالدراسة الاقتصادية من خلال دراسة إشارة المتغيرات السابقة مع مراعاة توافقها مع النظرية الاقتصادية.

المطلب الثاني: الدراسة الاقتصادية

نلاحظ من الجدول السابق أن معامل تكنولوجيا المعلومات والاتصال (α) إشارته موجبة، أي أن هناك علاقة طردية بين المتغير التابع والمتغير المستقل، وتتفق هذه النتيجة مع التوقعات السابقة ومنطق النظرية الاقتصادية، حيث إذا تغيرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بوحدة واحدة، فإن تحسين الخدمات تتغير ب 1.000، إذن Y له معنوية اقتصادية، وشكل الانتشار يبين العلاقة الخطية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تحسين الخدمات فيوضحها المنحنى، حيث نلاحظ أن الإحداثيات لها اتجاه خطي موجب.

الشكل رقم 3-8 : يمثل الشكل الانتشاري لمساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات



المصدر: من إعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج SPSS .

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

المطلب الثالث: الدراسة الإحصائية

عند اختبار فرضيات نموذج الانحدار الخطي البسيط يتم الأخذ بمجموعة من المعايير القياسية وأخرى إحصائية، وسيتم اختبار النموذج المقدر للعلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمات باستعمال المعايير الإحصائية التالية:

1. اختبار معنوية المعلمات: يهدف إلى اختبار مدى الثقة الإحصائية في التقديرات الخاصة بمعلمات النموذج

المقدر (β و α) وذلك باستخدام احصائية ستيودنت (t).

تقدير المعلمة α : حيث نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة المعلمة (α) لها معنوية إحصائية تدل عليها قيمة ستيودنت المحسوبة $t=-0.041$ بمعنوية ($\text{sig} = 0.968$) أكبر من المعنوية ($\alpha = 0.05$) المعتمدة في الدراسة، وبالتالي نقبل الفرضية الصفرية القائلة بأن قيمة (α) المقدرة غير معنوية.

تقدير المعلمة β :

حيث نلاحظ من الجدول السابق أن قيمة المعلمة (β) لها معنوية إحصائية تدل عليها قيمة ستيودنت $t=6.733$ بمعنوية ($\text{sig} = 0.000$) أقل من المعنوية (0.05) المعتمدة في الدراسة، وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن قيمة (β) المقدرة غير معنوية وقبول الفرضية البديلة بأنها معنوية.

2. اختبار المعنوية الكلية للنموذج المقدر: نستعمل اختبار فيشر F ، يستخدم هذا الاختبار لاختبار المعنوية

الكلية للنموذج، وجدول ANOVA التالي يبين تحليل الانحدار بين المجموعات وخارج المجموعات:

جدول رقم 3-19: يبين تحليل تباين الانحدار ANOVA

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F) الجدولية	قيمة (F) الحسائية	القيمة المعنوية
بين المجموعات	6.831	1	6.831	/	45.336	0.000
داخل المجموعات	4.520	30	0.151	عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$		
التباين الكلي	11.350	31	/			

المصدر: من إعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج SPSS .

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) التي يبينها الجدول أعلاه فإن قيمة F الجدولية (D) والتي تقدر ب 45.336 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة الحرية (1 و 30)، وبما أن ($\text{sig} = 0.000$) أقل من مستوى المعنوية

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

0.05 المعتمد في الدراسة فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأنه لا توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات، ونقبل الفرضية البديلة القائلة أنه توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات، ومنه الفرضية المقدرة معنوية. الفرضية الرئيسية صحيحة

اختبار جودة الارتباط بواسطة معامل التحديد (R^2): هو عبارة عن مؤشر يقيس القوة التفسيرية لنموذج الانحدار، أي نسبة التباين في المتغير التابع من قبل المتغيرات أو المتغير المستقل، والجدول التالي يوضح شدة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمات.

جدول رقم 3-20: يبين معاملات الارتباط.

دوربن واتسن	F المحسوبة	معنوية F (Sig)	معامل الارتباط R	معامل التحديد R^2	B
1.968	45.336	0.000	0.776	0.602	0.776

المصدر: من إعداد الطالبان اعتمادا على برنامج SPSS .

من الجدول رقم (3-20) يتضح أن قيمة ($R = 0.776$) قريبة من الواحد وبالتالي نقول أن هناك علاقة قوية بين المتغيرين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمات، كما أن معامل التحديد (R^2) بلغ 0.602، مما يعني أن 60.2% من المتغيرات الحاصلة في المتغير التابع (تحسين الخدمات) يرجع إلى التغير الحاصل في المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات والاتصال). وهذا كافٍ لتأكيد وتفسير العلاقة الضعيفة بين المتغير المستقل والتابع. وبما أن $Durbin-Watson = 1.968$ أكبر من 0 فإن هناك ارتباط ذاتي موجب بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمات.

من خلال هذه الاختبارات ثبت أن هناك انحدار خطي بسيط معنوي وارتباط خطي وأن هناك علاقة تفسيرية قوية بين المتغير التابع والمستقل قدرت بمعامل التحديد المعدل (60.2%)، مما يجب قبول الفرضية الرئيسية القائلة بأنه توجد مساهمة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات.

اختبار الفرضية الأولى: تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

جدول رقم: 3-21: يوضح مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F) الجدولية	قيمة (F) الحسابية	القيمة المعنوية
بين المجموعات	9.186	1	9.186	/	51.866	0.000
داخل المجموعات	5.314	30	0.177	عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$		
التباين الكلي	14.500	31	/			

المصدر: من إعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج SPSS .

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) التي يبينها الجدول أعلاه فإن قيمة F الجدولية (D) والتي تقدر ب 51.866 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة الحرية (1 و 30)، وبما أن (sig= 0.000) أقل من مستوى المعنوية 0.05 المعتمد في الدراسة فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن لا تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ونقبل الفرضية البديلة القائلة أن تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ومنه الفرضية المقدرة معنوية. الفرضية الفرعية الأولى صحيحة

اختبار الفرضية الثانية: لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05

جدول رقم 3-22: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسهيلات الخدمة

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F) الجدولية	قيمة (F) الحسابية	القيمة المعنوية
بين المجموعات	8.343	1	8.343	/	30.803	0.000
داخل المجموعات	8.126	30	0.271	عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$		
التباين الكلي	16.469	31	/			

المصدر: من إعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج SPSS .

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) التي يبينها الجدول أعلاه فإن قيمة F الجدولية (D) والتي تقدر ب 30.803 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة الحرية (1 و 30)، وبما أن (sig= 0.000) أقل من مستوى المعنوية 0.05 المعتمد في الدراسة فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن لا تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ونقبل الفرضية البديلة القائلة أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ومنه الفرضية المقدرة معنوية. الفرضية الفرعية الثانية صحيحة

الفصل الثالث: الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف

اختبار الفرضية الثالثة: تمكنا تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة عند درجة معنوية 0.05

جدول رقم 3-23: يوضح مدى تمكين تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة

البيان	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	قيمة (F) الجدولية	قيمة (F) الحسائية	القيمة المعنوية
بين المجموعات	3.691	1	3.691	/	16.230	0.000
داخل المجموعات	6.823	30	0.227	عند مستوى معنوية $\alpha=0.05$		
التباين الكلي	10.514	31	/			

المصدر: من إعداد الطالبتان اعتمادا على برنامج SPSS .

بعد إجراء تباين الانحدار (ANOVA) التي يبينها الجدول أعلاه فإن قيمة F الجدولية (D) والتي تقدر ب 16.230 عند مستوى معنوية (0.05) ودرجة الحرية (1 و 30)، وبما أن (sig= 0.000) أقل من مستوى المعنوية 0.05 المعتمد في الدراسة فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن لا تمكنا تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ونقبل الفرضية البديلة القائلة أن تمكنا تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ومنه الفرضية المقدرة معنوية. الفرضية الفرعية الثالثة صحيحة

اختبار صحة الاستبيان: لقد تم اختيار فرضيات الدراسة من خلال إدخال البيانات في برنامج SPSS وتشغيله للحصول على النتائج التالية والجدول التالي يبين ذلك:

جدول رقم 3-24: يوضح اختبار صحة الاستبيان

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,925	29

المصدر: من إعداد الطالبتان على ضوء نتائج الاستبيان

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن قيمة ألفا كرومباخ تقدر ب 92.5% أكبر من 60%، ومنه هذه الإستبانة تتميز بالصدق والثبات.

خلاصة الفصل الثالث

جاءت الدراسة الميدانية لمعرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف، في قالب تحليل ميداني لمعرفة هذا الأثر، حيث تم تحديد طبيعة ومنهج الدراسة ووسائل جمع البيانات، وتحديد مجتمع وأداة الدراسة، ومن ثم اختبار صدق الاستبيان وثباته، وتحليل محاوره وفقراته، وبعد المعالجة والتحليل تم التوصل إلى انه توجد علاقة ارتباط وتأثير لكل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمات، حيث أنه توجد علاقة تأثير بين أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال (المعدات والأدوات، البرمجيات، الموارد الأخرى) وكل أبعاد الخدمات (جودة الخدمة، تسهيلات الخدمة، ضمانات الخدمة).

الختامة

إنطلاقاً من الدراسة التي تم القيام بها والتي ركزت في المقام الأول على تقديم قراءة حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات، وقد تم أخذ عينة من مجموعة موظفي شركة اتصالات الجزائر بالطارف، أين تم تقديم دراسة تفصيلية لتحديد ومعرفة آراء عينة الدراسة حول أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات في شركة اتصالات الجزائر بالطارف، لذا كانت هذه الدراسة التي تم القيام بها عن طريق تصميم إستمارة وجهت لعينة الدراسة، وقد تم تحليل البيانات التي تم جمعها بواسطة برنامج SPSS بغرض الإجابة على إشكالية الدراسة وإختبار الفرضيات للتأكد من صحتها أو نفيها، حيث تم استنتاج مجموعة من النتائج والتوصل إلى التوصيات التي تساعد الشركة مستقبلاً. وبعد الإنتهاء من إعداد هذا البحث الذي اكتمل بشقيه النظري والتطبيقي يمكن تقديم مجموعة من النتائج المتوصل لها، مع إثبات صحة أو نفي فرضيات الدراسة كما يلي:

أولاً: النتائج

- ✓ لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور هام في تسهيل سير الأعمال والخدمات في المؤسسات؛
- ✓ ضرورة استحداث وتنمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل ضمان التحسين المستمر؛
- ✓ يرفع استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من القدرة على الرؤية الشاملة والواضحة مع التعلم من الخبرات الداخلية والخارجية مما يرفع الإنتاجية ويضمن الاستمرارية؛
- ✓ ساهمت شبكة المعلومات في تحقيق النمو والاستدامة من خلال كم المعلومات المخزن على مستوى قاعدة البيانات وتسخيرها للمستقبل، وكذا سهولة الوصول إلى المعلومات في وقت سريع مما يضمن تحسن الخدمات؛
- ✓ إن تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمؤسسة اتصالات الجزائر لها عدة أوجه لكن يمكن أن تتمثل بشكل أساسي في الأنترنت والانترنيت واستخداماتها المتعددة والتي تسعى إلى إيصال ونقل وحفظ المعلومات في أسرع وقت وبأقل تكلفة سواء بالنسبة للموظف أو للزبون بالإضافة إلى الاتصالات بين الأشخاص والمشاركة في اتخاذ القرار.

ثانياً: تحليل الفرضيات

- ✓ بنيت الفرضية الأولى على أنه تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05 وبالتالي فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن لا تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ونقبل الفرضية البديلة القائلة أن تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ومنه الفرضية المقدرة معنوية؛
- ✓ بنيت الفرضية الثانية على أنه لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05 وبالتالي فإننا نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن لا لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ونقبل الفرضية البديلة القائلة أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور في تسهيلات الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ومنه الفرضية المقدرة معنوية؛
- ✓ بنيت الفرضية الثالثة على أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال تمكننا من ضمانات الخدمة عند درجة معنوية 0.05 وبالتالي نرفض الفرضية الصفرية القائلة بأن لا تمكننا تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة

عند درجة معنوية 0.05، ونقبل الفرضية البديلة القائلة أن تمكننا تكنولوجيا المعلومات والاتصال من ضمانات الخدمة عند درجة معنوية 0.05، ومنه الفرضية المقدرة معنوية.

التوصيات:

بناء على أهداف البحث ونتائج التحليل الإحصائي فإن هناك مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تتخذها شركة بانو الجزائر للخشب كما يلي:

- ✓ ضرورة اهتمام الشركة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- ✓ العمل على تدريب العمال ومشاركتهم لاستخدام التكنولوجيات الحديثة ومشاركتهم في إتخاذ القرارات لدعم وتطوير الخدمات؛
- ✓ السعي لإشباع رغبات وحاجات العمال بشكل مستمر لتحسين ظروف العمل وتوفير البرمجيات والمعدات اللازمة للعمل مما يساهم في زيادة الإنتاجية والأرباح وتحسن الخدمات؛
- ✓ الإهتمام أكثر بتكنولوجيا المعلومات والاتصال لما لها من دور فعال في تسهيل وتحسين الخدمات.

آفاق الدراسة:

- من خلال ما تطرقنا له يمكن القول انه فتح لنا عدة مجالات للتعرف على بعض الجزيئات المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والخدمات، والتي كانت جديرة بالبحث والإثراء كما يمكن أن تمثل أفقا لدراسات مستقبلية تكون أكثر تحليلا، لذا فإننا نقترح بعض المواضيع ذات الصلة بموضوع البحث كما يلي:
- ✓ دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تعزيز الميزة التنافسية للمؤسسة؛
 - ✓ أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة؛
 - ✓ دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات.

قائمة

المراجع

الكتب:

1. إبراهيم عمر يحياوي، تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على العملية التعليمية في الجزائر (مادة الفيزياء نموذجاً)، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2019.
2. أحمد أمين أبو سعدة، الدليل العلمي لمتطلبات تطبيق تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، الدار المصرية اللبنانية، الطبعة الأولى، مصر، 2009.
3. احمد توفيق محمد الأنصاري، الإعلام الآلي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2023.
4. أمال الحفناوي، سايحي خميسة، التسويق الالكتروني للخدمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2022.
5. حمد بن عبد الله القيمزي، تقنيات التعليم ومهارات الاتصال، مكتبة الشقيري للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، 2016-2017، جدة، السعودية.
6. حميد الطائي، بشير العلاق، إدارة عمليات الخدمة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2020.
7. رعد عبد الله الطائي، عيسى قدارة، إدارة الجودة الشاملة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2008.
8. زكريا الدوري، بلال السكارنه، نجم العزاوي، شاعر العلمة، جمهر عبد الهادي، محمد عبد القادر، مبادئ ومداخل الإدارة ووظائفها في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
9. شهدان عادل عبد اللطيف الغرباوي، إدارة الجودة الشاملة وفقاً للمعايير الدولية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2020.
10. ضرار عبد الحميد توم، مهارات الاتصال، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2022.
11. عامر ابراهيم قنديلجي، ايمان فاضل السامرائي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها، دار الوراق للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان، الاردن، 2009.
12. عبد الله حسن مسلم، إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات، دار المعتر للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015.
13. عصام الدين مصطفى صالح، اقتصاديات تكنولوجيا المعلومات والإعلان الالكتروني في عصر العولمة في المجتمعات العربية، دار الفكر الجامعي للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2020.
14. علاء عبد الرزاق السالمي، تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2009.
15. على فلاح مفلح الزعبي، احمد صالح النصر، التسويق الالكتروني في القرن الحادي والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2019.

16. علي سويلم الجازي، نظم المعلومات الإستراتيجية ودورها في تحسين جودة الخدمات الحكومية، دار الخليج للنشر والتوزيع، 2021.
17. القس مجدي جرجس، الاتصال: العصر، النظرية، التطبيق، المرجع الشامل في المجالات المتعددة للاتصال الإنساني، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011.
18. محمد الفاتح محمود الغربي، تسويق خدمات السياحة، دار الجنان للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
19. محمود حسن جمعة، حيدر شاكر البرزنجي، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة منظور (اداري-تكنولوجي)، 2013.
20. محي الدين عارف حسن، الاتصال الجماهيري وتكنولوجيا المعلومات، دار الأكاديميون للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن، 2015.
21. مدحت محمد أبو النصر، إدارة الجودة الشاملة في مجال الخدمات " الخدمات الاجتماعية والتعليمية والصحية"، مجموعة النيل العربية للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، مصر، 2008.
22. منال عشري، تكنولوجيا المعلومات ورأس المال البشري رؤيا للتنمية المستدامة 2030، دار التعليم الجامعي، الاسكندرية، مصر، 2022.
23. يوسف عبد الله قرقر، شبكات الحاسب الآلي، دار الكتاب الثقافي للنشر والتوزيع والدعاية والإعلان، اربد، الأردن، 2008.

المجلات والمقالات العلمية:

1. بن بوريش نشاط الدين، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية (دراسة بعض البنوك التجارية الجزائرية)، ملخص في مجلة الإستراتيجية والتنمية، العدد 12، المجلد 7، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017.
2. بوصيري بسمة، عبد الرزاق بن الزاوي، التسويق الالكتروني وأثره في تحقيق جودة الخدمات المؤسسة الاقتصادية -دراسة عينة من عملاء مؤسسات الاتصال بالجزائر موبيليس، جيزي، اوريدو-، مجلة اليزا للبحوث والدراسات، العدد 1، المجلد 8، 2023.
3. خالدي الزهرة، قرش عبد القادر، دراسة العلاقة بين الخدمة التكميلية وجودة الخدمة -دراسة عينة من عملاء خدمات مؤسسة موبيليس-، مجلة الدراسات الاقتصادية، العدد 2، المجلد 15، جامعة زيان عاشور، الجلفة، الجزائر، 2021.

4. ساهل أمينة، محمد بوسنة، مزايا تكنولوجيا المعلومات وأهمية الاستثمار فيها، مجلة دراسات اقتصادية، العدد1، المجلد16، جامعة بومرداس، الجزائر، 2022.
 5. سعيداني محمد السعيد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية في ظل تطبيق النظام المحاسبي المالي دراسة استطلاعية لأراء عينة من المحاسبين الماليين، مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، العدد2، المجلد5، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2018.
 6. عبد الحكيم عمارية، رشيدة سبتي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحتمية التحول الالكتروني للمؤسسات، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 35، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2018.
 7. عنون فؤاد، ضويفي حمزة، إسهامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة العمومية (دراسة حالة – بلدية واد العلايق-)، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، العدد1، المجلد4، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2020.
 8. محمود حسن جمعة، تكنولوجيا المعلومات ودورها في تطوير الأداء الاستراتيجي: دراسة تطبيقية في وزارة الأعمار والإسكان والبلديات والأشغال العامة –جمهورية العراق، مجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية، العدد2، المجلد6، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، الجزائر، 2018.
 - نوي طه حسين، ياقوتة بودوشنن غربي يسين سي لاخضر، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية –الحكومة الذكية في الإمارات العربية المتحدة نموذجاً-، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، العدد5، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2018.
- الأطروحات والمذكرات الأكاديمية:**
1. أم الخير قواسمية، دليلة فرحاني، التسويق الالكتروني وأثره في تحسين جودة الخدمات –دراسة حالة البنك الوطني الجزائري وكالة تبسة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2017-2018.
 2. أية جوادي، مريم وصيف بالناصر، مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة خدمة التأمين –دراسة ميدانية للصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء CNAS –وكالة الوادي-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر أكاديمي، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر، الوادي، الجزائر، 2020-2021.

3. بلفكرات رشيد، دور تكنولوجيا المعلومات في اتخاذ القرار الإداري —دراسة حالة في ولاية غليزان-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص إدارة الموارد البشرية، قسم التنظيم السياسي والإداري، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، الجزائر، 2017-2018.
4. بلقاسم شهرزاد، دور التسويق الخدماتي في تحسين جودة الخدمة —دراسة حالة وكالة اتصالات الجزائر لولاية مستغانم ACTEL -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2016-2017.
5. بن بوريش نشاط الدين، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمات البنكية —دراسة لبعض البنوك التجارية الجزائرية (عمومية وخاصة)-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص بنوك مالية وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2017-2018.
6. بن بوزيد شهرزاد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة —دراسة حالة الشركة ذ م م للخدمات العامة ال داودي، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2011-2012.
7. بن زار محمد رشاد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق جودة الخدمة داخل المؤسسة الاقتصادية —دراسة حالة الوكالة التجارية سونلغاز سيدي عقبة بسكرة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد وتسيير المؤسسات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2019-2020.
8. بو عبد الله صالح، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة —دراسة تطبيقية على خدمات مؤسسة بريد الجزائر، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم اقتصادية، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2013-2014.
9. بوبعجة وفاء، صباح بن حميود، أثر جودة الخدمات السياحية على ولاء السياح —دراسة حالة ولاية جيجل، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص تسويق سياحي وفندقي، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2017-2018.

10. بوجنانة فؤاد، تقييم واقع الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الخدمية —دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر للهاتف النقال موبيليس -، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2008-2009.
11. بوخلط محمد الأزهر، زبدي إدريس، حريزي بكار عبد الجبار، دور الإدارة الالكترونية في تحسين جودة الخدمات في المؤسسة العمومية —دراسة حالة دائرة تماسين وبلديتها بلدة عمر وتماسين ورقلة الجزائر-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2019-2020.
12. بوزيان حسان، أثر جودة الخدمات على رضا الزبون —دراسة ميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر في مدينة العلمة سطيف -، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، الجزائر، 2013.
13. بوصوار فريال، بن حاج شهرزاد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة —دراسة حالة شركة موبيليس للاتصالات برج بوعريريج وسطيف، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد البشير الإبراهيمي، برج بوعريريج، الجزائر، 2022-2023.
14. بوعبد الله جميلة، بوبنية بشرى، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة في المؤسسة —دراسة ميدانية على زبائن وكالة موبيليس جيجل-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص علوم اجتماع اتصال، قسم علم اجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2020-2021.
15. حاجي نور، دومة عبد السلام، الخدمة العمومية في ظل تحديات الرقمنة ومتطلبات الجودة —دراسة حالة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، الجزائر، 2022-2023.
16. حسين العلمي، دور الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق التنمية المستدامة —دراسة مقارنة بين ماليزيا، تونس، الجزائر-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاقتصاد الدولي والتنمية المستدامة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2012-2013.

17. حمادوش سميرة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، الشلف، الجزائر، 2019-2020.
18. حمادي محمد العربي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة —دراسة حالة اتصالات الجزائر الوادي -، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، الجزائر، 2021-2022.
19. دحماني تركية، شولاق إيمان، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطوير الكفاءات في الجزائر —دراسة حالة الجزائرية للمياه وحدة تيارت-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص ادارة اعمال، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون، تيارت، الجزائر، 2021-2022.
20. زناقي سامية، البنوك وشركات التأمين بين المنافسة والاستراتيجيات التحالف وأثرها على جودة الخدمات —دراسة حالة بعض البنوك وشركات التأمين في الجزائر-، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص مالية بنوك وتأمينات، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2020-2021.
21. صليحة خربوش، فضيلة حمودة، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية —دراسة حالة الشركة الإفريقية للزجاج أولاد صالح بالطاهير —جيجل-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2016-2017.
22. عبد الرحمان القرني، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وأثرها على الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية —دراسة حالة مؤسسة اقتصادية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2015-2016.
23. عمار محمد زهير تيناوي، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات MTN & Syriate رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال التخصص MTN الجامعة الافتراضية السورية، 2018-2019.
24. عمران عز الدين، اثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال على فعالية ادارة العلاقة مع الزبائن —دراسة مقارنة بين شركات الهاتف النقال في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، قسم العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2016-2017.

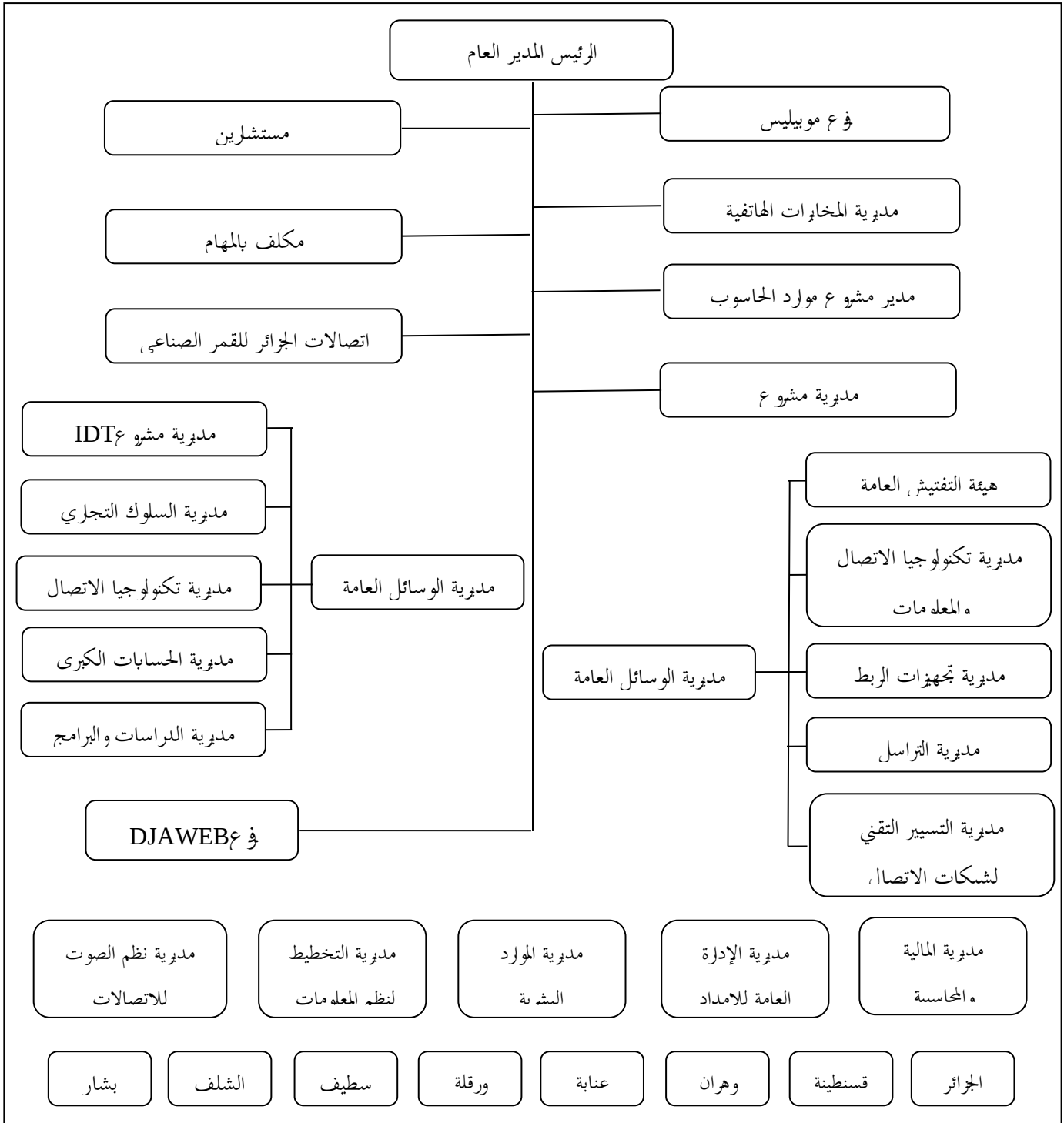
25. عمورات أعرب، دور التسويق الداخلي في تعزيز المكانة الذهنية للخدمات البنكية -دراسة مقارنة بين بعض البنوك الجزائرية والأجنبية في السوق الجزائرية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص علوم تجارية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2018-2019.
26. وسام بلكرديد، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل أداء إدارة الموارد البشرية -دراسة حالة مديرية الموارد البشرية بمناء جن جن جيجل-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة الموارد البشرية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2018-2019.
27. غيشي عبد العالي، أهمية نوعية الاتصال في تحسين الخدمات -دراسة حالة الخدمات المصرفية لمدينة قسنطينة-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسويق، قسم علوم التجارية، كلية التسيير والعلوم الاقتصادية والتجارية، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006-2007.
28. فضيلة عزازية، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على الاداء في المؤسسة الاقتصادية -دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر المديرية العملية قالم-، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص مالية مؤسسة، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 8 ماي 1945، قالم، الجزائر، 2019-2020.
29. قبايلي عبد الوهاب، تقييم أنظمة الرقابة الداخلية من طرف المدقق الداخلي في ظل استعمال المؤسسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في معالجة العمليات المالية للمؤسسة -دراسة ميدانية للمؤسسة الوطنية لانتاج اجهزة القياس والمراقبة AMC العلمة، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص دراسات مالية ومحاسبية معمقة، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر، 2020-2021.
30. مسعودي راوية، التسويق الالكتروني وأثره على جودة الخدمات المصرفية -دراسة حالة القرض الشعبي الجزائري- ن رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة العمليات التجارية، قسم العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة دالي إبراهيم، الجزائر، الجزائر، 2013-2014.
31. معاش سهام، أنظمة ادارة الزبون كأداة لتحسين الخدمات العمومية في الجزائر -دراسة استطلاعية-، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص نظم المعلومات في المنظمات، قسم علوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2019-2020.

32. هناء عبداوي، مساهمة تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية —دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، تخصص تسيير المنظمات، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، الجزائر، 2015-2016.

قائمة

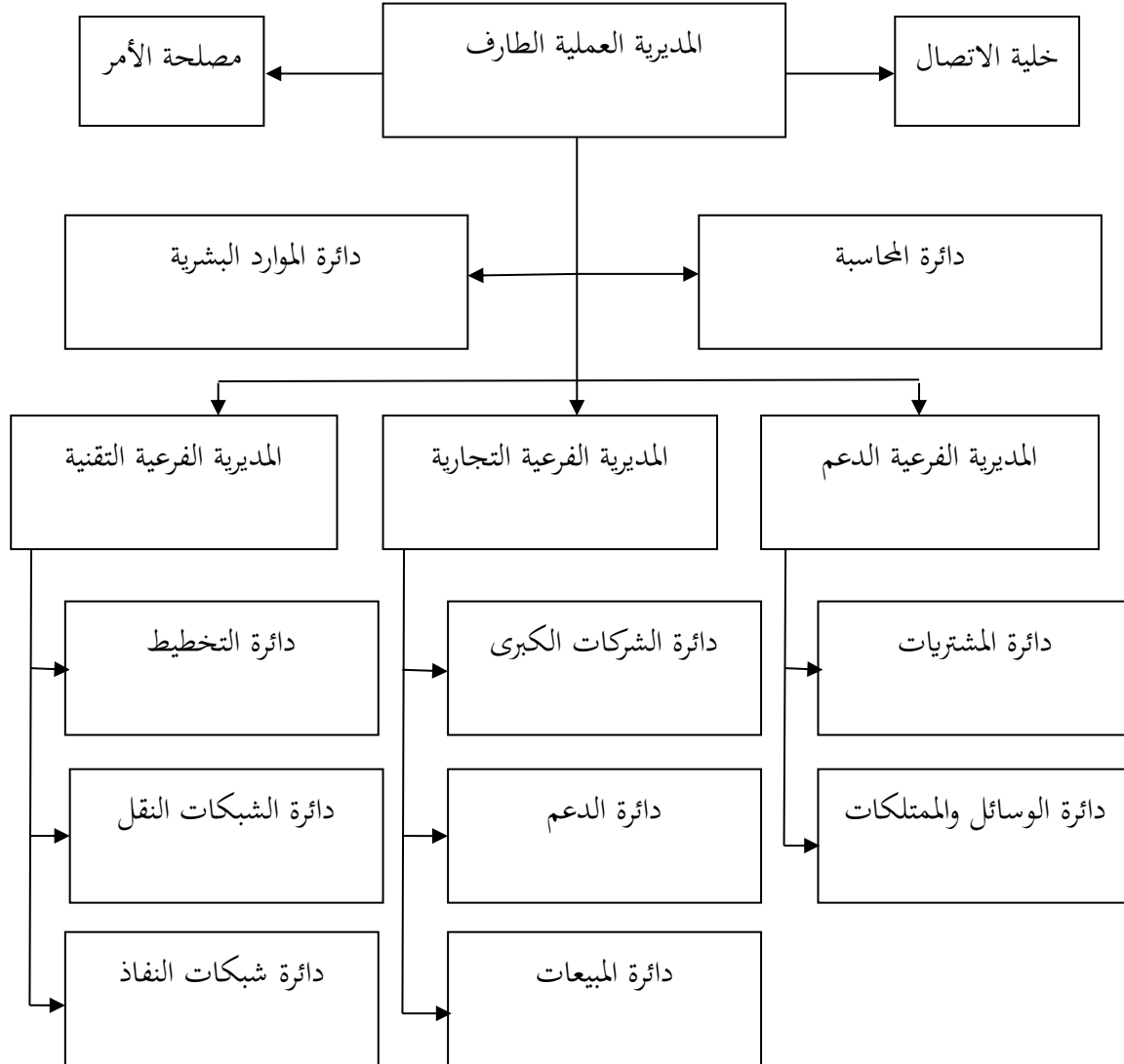
الملاحق

الملحق رقم 01: الهيكل التنظيمي العام لشركة اتصالات الجزائر في المديرية الإقليمية



الملحق رقم 02: الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر بالطارف

الهيكل التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر بالطارف



الملحق رقم 03: استمارة الاستبيان



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة الشاذلي بن جديد - الطارف -



كلية: العلوم الإقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

تخصص: إدارة إستراتيجية

المستوى: ماستر 2

سيدي، سيدي المحترم (ة):

تحية طيبة وبعد،

في إطار تحضير مذكرة الماستر بعنوان " مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات - دراسة حالة - " نتوجه إليكم بهذا الاستبيان ونرجو منكم التكرم بالإجابة وبكل مصداقية على الأسئلة التي يتضمنها، علما أن المعلومات التي ستقدمونها ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم معنا.

ملاحظة: يرجى اختيار الإجابة المناسبة من وجهة نظرك بوضع إشارة (x).

تحت إشراف

د/ لوني سي محمد

من إعداد الطالبتان

- صايفية نسمة

- سعيدي سوهيلة

السنة الجامعية

2024-2023

الجزء الأول: الكلمات المفتاحية

تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها: "المعرفة بكيفية صناعة وتطبيق اقتصاد المعرفة المبني على المعلومات التي تعد المادة الخام والمنتج النهائي للمعرفة والتي بدورها سوف تمكن الأفراد والمستخدمين من تطوير مجتمعاتهم بواسطة استدامة تنمية المعلومات. تعرف الجودة: هي الهيئة أو الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة التي تعكس قدرتها على تلبية حاجات صريحة وضمنية. تعرف الخدمة: هي المنافع غير الملموسة التي تقدمها المنظمة لعملائها سواء بمقابل أو من غير مقابل أو نظير رسوم رمزية. تعريف جودة الخدمة: هي الدرجة التي يمكن ابتداء منها إرضاء الزبون وتلبية حاجاته ورغباته وتوقعاته باستمرار

الملاحق

الجزء الثاني: جزء خاص بالمتغيرات الشخصية، يرجى وضع إشارة (X) أمام الاجابة المختارة.

1. الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى

2. السن:

من 20 إلى 25 سنة	من 26 إلى 30 سنة	من 31 إلى 35 سنة	أكثر من 35 سنة

3. المستوى التعليمي:

ليسانس أو ما يعادلها	ماستر	مهندس	شهادات عليا ماجستير – دكتوراه

4. المستوى الوظيفي:

مدير	رئيس مصلحة	موظف

5. الخبرة:

اقل من 5 سنوات	من 5 سنوات إلى 10 سنوات	من 11 سنوات إلى 15 سنة	أكثر من 15 سنة

الجزء الثالث: المتغير الأول (تكنولوجيا المعلومات والاتصال)، يرجى وضع إشارة (X) في المربع الذي يوافق خياركم.

رقم	العبارة (الفقرات)	درجة القدرة				
		غير موافق	غير موافق	محايد	موافق	موافق
المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات والاتصال						
البعد الأول: الموارد الأخرى						
1.	تستقطب الشركة أصحاب الاختصاص في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (مهندسين، مبرمجين..الخ).					
2.	تقوم الشركة بدورات تكوينية لتدريب الإطارات على التقنيات التكنولوجية الحديثة.					
3.	تمتلك الشركة قاعدة بيانات تساهم في سرعة اتخاذ القرارات.					
4.	جميع فروع الشركة مربوطة في شبكة واحدة تساهم في مراقبة وضبط العمليات اليومية.					
البعد الثاني: الأجهزة والمعدات						
5.	تمتلك الشركة عدد كافي من الحواسيب والأجهزة الخاصة بالإعلام الآلي.					
6.	يوجد عدد كافي من الطابعات والمساحات الضوئية والمعدات الخاصة بالاتصالات في الشركة.					
7.	تقوم الشركة بتحديث الأجهزة الالكترونية.					
8.	يتم تجديد الأجهزة بصورة دورية في الشركة.					
البعد الثالث: البرمجيات						
9.	يتم تطوير البرمجيات في الشركة باستمرار لمواكبة ما هو جديد.					
10.	تستخدم الشركة في عملها برمجيات حاسوب جديدة.					
11.	توفر الشركة طرق وأساليب تقنية حديثة في عملية الاتصال داخليا وخارجيا.					
12.	تكنولوجيا المعلومات المستخدمة تساعد في تسهيل عملية الوصول إلى قواعد البيانات المطلوبة.					

الجزء الرابع: المتغير الثاني (الخدمة) يرجى وضع إشارة (X) في المربع الذي يوافق خياركم.

المحور الثاني: الخدمة						
البعد الأول: جودة الخدمة						
13.	تميز منتجات وخدمات الشركة بخصائص تتوافق ورغبات المشتركين.					
14.	تميز ومنتجات وخدمات الشركة بأسعار مقبولة يميزها عن المنافسين.					
15.	يشعر المشترك بالخصوصية أثناء تعامله مع نظم المعلومات الموجودة بالشركة.					
16.	هناك رضا عام لدى المشتركين المستفيدين من خدمات الشركة.					
البعد الثاني: تسهيلات الخدمة						

					تعمل الشركة على تقديم معلومات للمشاركين حول المنتجات والخدمات التي تقدمها لهم.	17.
					تتحم الشركة بحل مشاكل الزبائن والاستجابة لاستفساراتهم.	18.
					تسعى دائما الشركة إلى توفير جو عمل ملائم للزبائن وحسن استقبالهم من طرف العمال.	19.
					تتحم الشركة بإعداد الفواتير وتحديد طريقة الدفع.	20.
البعد الثالث: ضمانات الخدمة						
					تسعى الشركة للاستجابة دائما إلى طلبات الزبائن.	21.
					تتحم الشركة بتوفير الحماية لممتلكات الزبائن.	22.
					تتحم الشركة بتنظيم طرق التواصل مع العملاء وتحديد المواعيد.	23.
					تتحم الشركة بتوفير الأمن والاستقرار في البيئة التي تعمل فيها.	24.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,925	29

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,960	24

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,921	12

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,949	12

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid ذكر	12	37,5	37,5	37,5
أنثى	20	62,5	62,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e 25 إلى 20 من سنة	1	3,1	3,1	3,1
30 إلى 26 من سنة	3	9,4	9,4	12,5
35 إلى 31 من سنة	5	15,6	15,6	28,1
35 من أكثر سنة	23	71,9	71,9	100,0
Total	32	100,0	100,0	

التعليمي_المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e أو ليسانس مايعادلها	24	75,0	75,0	75,0
ماستر	4	12,5	12,5	87,5
مهندس	4	12,5	12,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

الوظيفي_المستوى

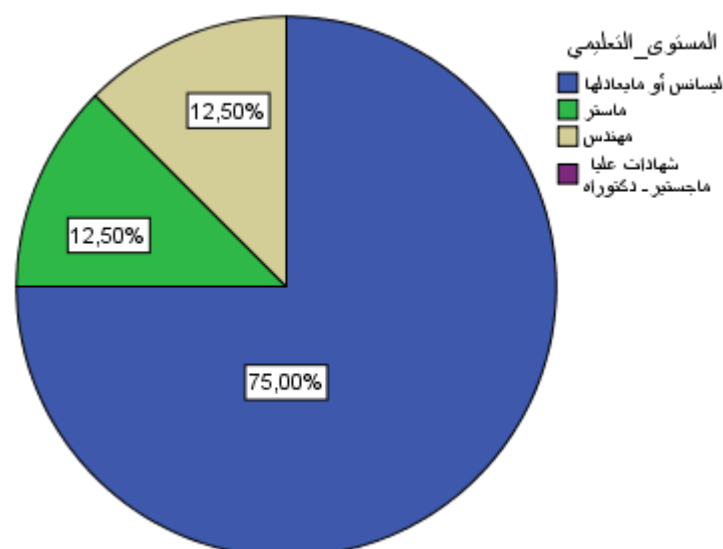
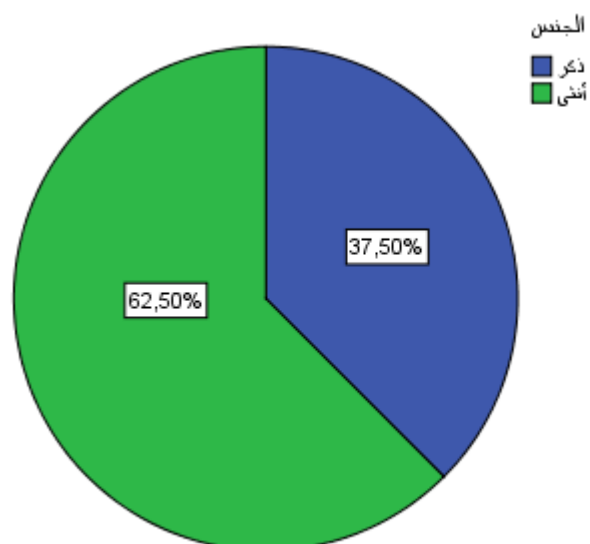
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e مدير	1	3,1	3,1	3,1
رئيس مصلحة	14	43,8	43,8	46,9
موظف	17	53,1	53,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

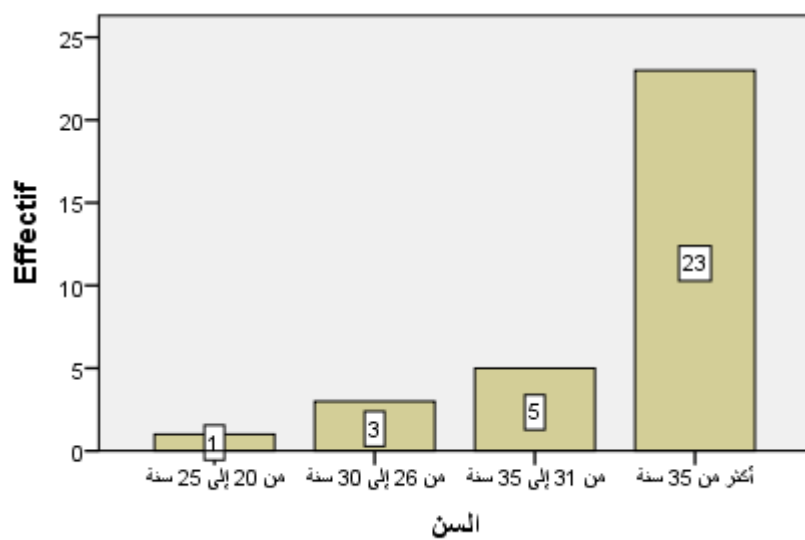
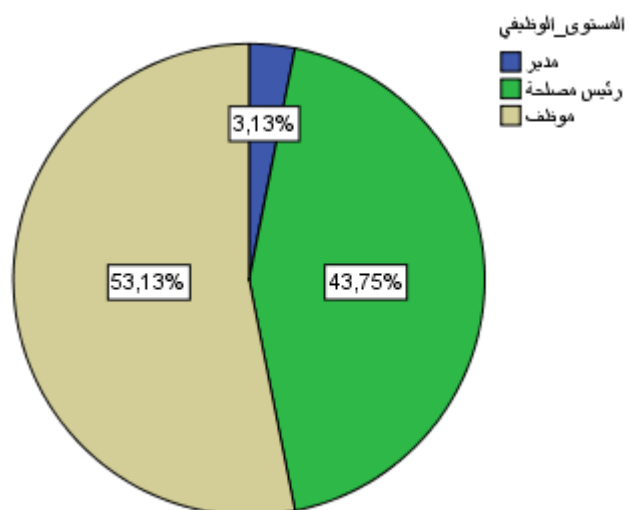
الخبرة

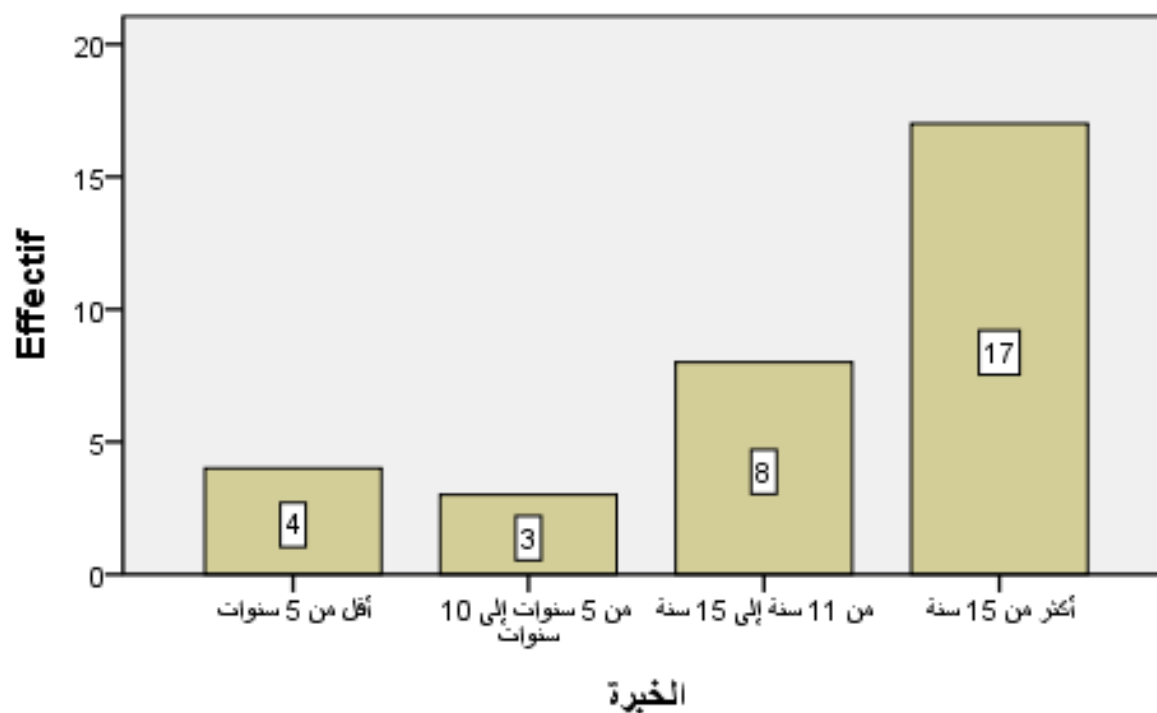
	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنوات 5 من أقل	4	12,5	12,5	12,5

الملاحق

Valid e	10 إلى سنوات 5 من سنوات	3	9,4	9,4	21,9
	15 إلى سنة 11 من سنة	8	25,0	25,0	46,9
	سنة 15 من أكثر	17	53,1	53,1	100,0
	Total	32	100,0	100,0	







Statistiques

	X1	X2	X3	X4
Valide	32	32	32	32
N Manquant	0	0	0	0
Moyenne	4,22	4,44	4,28	4,16
Ecart-type	,608	,504	,523	,723

X1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
موافق	22	68,8	68,8	71,9
موافق تماماً	9	28,1	28,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

X2

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
موافق	18	56,3	56,3	56,3
Valid موافق	14	43,8	43,8	100,0
e تماما				
Total	32	100,0	100,0	

X3

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
محايد	1	3,1	3,1	3,1
Valid موافق	21	65,6	65,6	68,8
e موافق	10	31,3	31,3	100,0
تماما				
Total	32	100,0	100,0	

X4

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
Valid محايد	3	9,4	9,4	12,5
e موافق	18	56,3	56,3	68,8
موافق	10	31,3	31,3	100,0
تماما				
Total	32	100,0	100,0	

Statistiques

	X5	X6	X7	X8
Valide	32	32	32	32
N Manquant	0	0	0	0
e				
Moyenne	4,34	4,13	4,13	4,03

Ecart-type	,545	,660	,660	,740
------------	------	------	------	------

X5

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e				
محاييد	1	3,1	3,1	3,1
موافق	19	59,4	59,4	62,5
موافق	12	37,5	37,5	100,0
تماما				
Total	32	100,0	100,0	

X6

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e				
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
محاييد	2	6,3	6,3	9,4
موافق	21	65,6	65,6	75,0
موافق	8	25,0	25,0	100,0
تماما				
Total	32	100,0	100,0	

X7

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e				
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
محاييد	2	6,3	6,3	9,4
موافق	21	65,6	65,6	75,0
موافق	8	25,0	25,0	100,0
تماما				
Total	32	100,0	100,0	

X8

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
Valid e محايد	5	15,6	15,6	18,8
موافق	18	56,3	56,3	75,0
موافق تماما	8	25,0	25,0	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Statistiques

	X9	X10	X11	X12
N Valide	32	32	32	32
Manquant e	0	0	0	0
Moyenne	4,19	4,22	4,22	4,25
Ecart-type	,592	,659	,608	,803

X9

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e محايد	3	9,4	9,4	9,4
موافق	20	62,5	62,5	71,9
موافق تماما	9	28,1	28,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

X10

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e محايد	4	12,5	12,5	12,5
موافق	17	53,1	53,1	65,6
موافق تماما	11	34,4	34,4	100,0
Total	32	100,0	100,0	

X11

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	3	9,4	9,4	9,4
محايد	19	59,4	59,4	68,8
موافق	10	31,3	31,3	100,0
موافق تماما				
Total	32	100,0	100,0	

X12

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	1	3,1	3,1	3,1
موافق غير تماما	1	3,1	3,1	6,3
محايد	18	56,3	56,3	62,5
موافق	12	37,5	37,5	100,0
تماما موافق				
Total	32	100,0	100,0	

Statistiques

	Y1	Y2	Y3	Y4
N	32	32	32	32
Valide	0	0	0	0
Manquant e				
Moyenne	4,06	4,19	4,03	3,97
Ecart-type	,878	,738	,782	,822

Y1

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valid e	1	3,1	3,1	3,1
موافق غير تماما				

محايد	5	15,6	15,6	18,8
موافق	16	50,0	50,0	68,8
تماما موافق	10	31,3	31,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Y2

	Effectif s	Pourcentage e	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
محايد	3	9,4	9,4	12,5
موافق	17	53,1	53,1	65,6
موافق تماما	11	34,4	34,4	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Y3

	Effectif s	Pourcentage e	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
محايد	6	18,8	18,8	21,9
موافق	16	50,0	50,0	71,9
موافق تماما	9	28,1	28,1	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Y4

	Effectif s	Pourcentage e	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	2	6,3	6,3	6,3
محايد	5	15,6	15,6	21,9
موافق	17	53,1	53,1	75,0
موافق تماما	8	25,0	25,0	100,0

Total	32	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

Statistiques

	Y5	Y6	Y7	Y8
N Valide	32	32	32	32
N Manquant	0	0	0	0
Moyenne	4,28	4,19	4,25	4,16
Ecart-type	,729	,859	,762	,847

Y5

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
محايد	2	6,3	6,3	9,4
موافق	16	50,0	50,0	59,4
موافق تماماً	13	40,6	40,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Y6

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	3	9,4	9,4	9,4
موافق	17	53,1	53,1	62,5
موافق تماماً	12	37,5	37,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Y7

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
--	-----------	-------------	--------------------	--------------------

غير موافق	2	6,3	6,3	6,3
Valid موافق	18	56,3	56,3	62,5
e موافق	12	37,5	37,5	100,0
تماما				
Total	32	100,0	100,0	

Y8

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	2	6,3	6,3	6,3
Valid محايد	3	9,4	9,4	15,6
e موافق	15	46,9	46,9	62,5
موافق	12	37,5	37,5	100,0
تماما				
Total	32	100,0	100,0	

Statistiques

	Y9	Y10	Y11	Y12
Valide	32	32	32	32
N Manquant	0	0	0	0
Moyenne	4,31	4,22	4,28	4,34
Ecart-type	,592	,659	,683	,653

Y9

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
محايد	2	6,3	6,3	6,3
Valid موافق	18	56,3	56,3	62,5
e موافق	12	37,5	37,5	100,0
تماما				
Total	32	100,0	100,0	

Y10

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
محايد	1	3,1	3,1	6,3
موافق	20	62,5	62,5	68,8
موافق تماماً	10	31,3	31,3	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Y11

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
محايد	1	3,1	3,1	6,3
موافق	18	56,3	56,3	62,5
موافق تماماً	12	37,5	37,5	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Y12

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
غير موافق	1	3,1	3,1	3,1
موافق	18	56,3	56,3	59,4
موافق تماماً	13	40,6	40,6	100,0
Total	32	100,0	100,0	

Statistiques descriptives

	N	Minimum	Maximum	Moyenne	Ecart type
الأخرى_الموارد	32	3,00	5,00	4,2734	,47671
والمعدات_الأجهزة	32	3,00	5,00	4,1563	,52267
البرمجيات	32	3,00	5,00	4,2188	,55267
الخدمة_جودة	32	2,50	5,00	4,0625	,68392
الخدمة_تسهيلات	32	2,00	5,00	4,2188	,72887
الخدمة_ضمانات	32	2,50	5,00	4,2891	,58237
N valide (listwise)	32				

Tests de normalité

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistique	ddl	Signification	Statistique	ddl	Signification
تكنولوجيا_المعلومات_والإتصال	,177	32	,012	,916	32	,016
تحسين_الخدمات	,138	32	,125	,929	32	,038

a. Correction de signification de Lilliefors

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques					Durbin-Watson
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F	
1	,776 ^a	,602	,589	,38816	,602	45,336	1	30	,000	1,968

a. Valeurs prédites : (constantes), تكنولوجيا_المعلومات_والإتصال

b. Variable dépendante : تحسين_الخدمات

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
--------	------------------	-----	--------------------	---	------

1	Régression	6,831	1	6,831	45,336	,000 ^b
	Résidu	4,520	30	,151		
	Total	11,350	31			

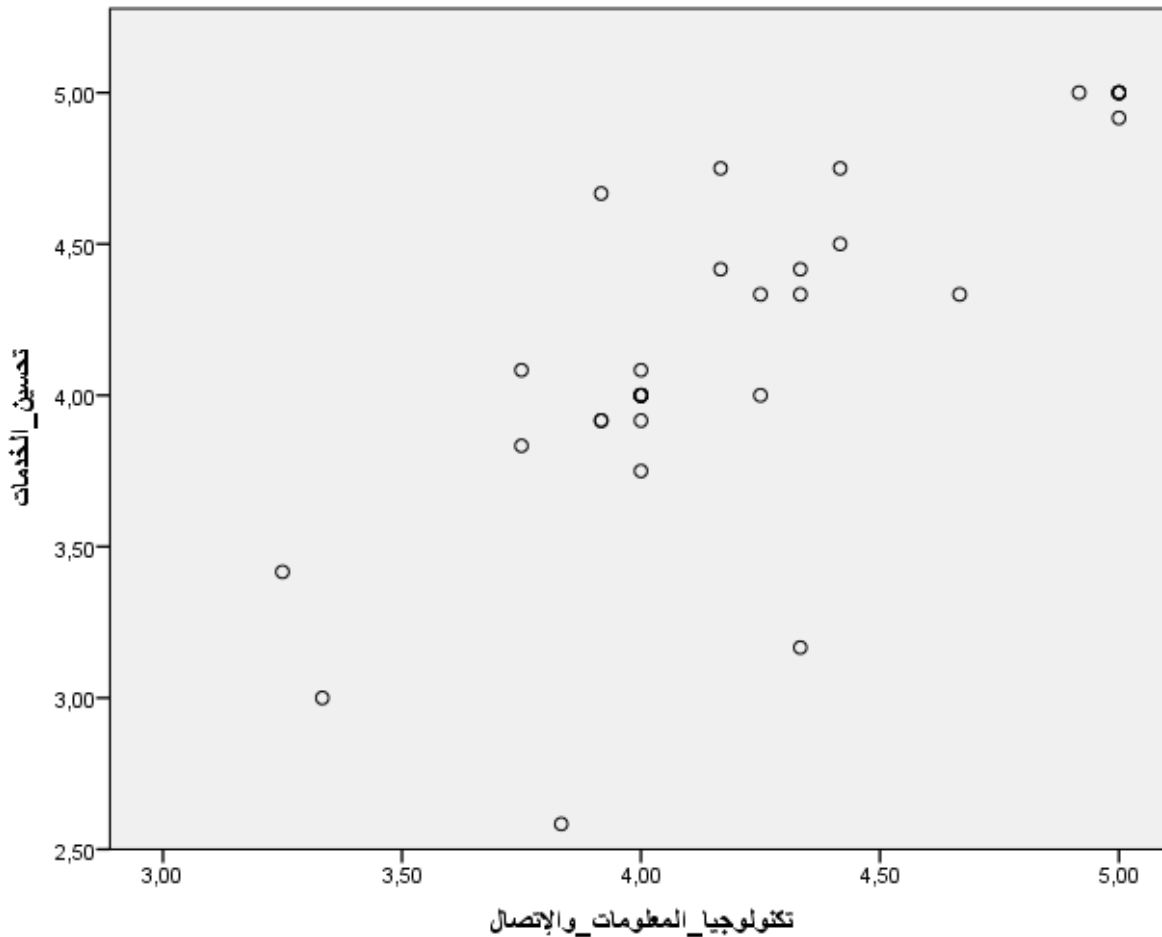
a. Variable dépendante : الخدمات_تحسين

b. Valeurs prédites : (constantes), تكنولوجيا_المعلومات_والإتصال

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	-,026	,630		-,041	,968
1 تكنولوجيا_المعلومات_والإتصال	1,000	,149	,776	6,733	,000

a. Variable dépendante : الخدمات_تحسين



ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	9,186	1	9,186	51,866	,000 ^b
Résidu	5,314	30	,177		
Total	14,500	31			

a. Variable dépendante : جودة_الخدمة

b. Valeurs prédites : (constantes), تكنولوجيا_المعلومات_والإتصال

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	8,343	1	8,343	30,803	,000 ^b
Résidu	8,126	30	,271		
Total	16,469	31			

a. Variable dépendante : تسهيلات_الخدمة

b. Valeurs prédites : (constantes), تكنولوجيا_المعلومات_والإتصال

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	3,691	1	3,691	16,230	,000 ^b
Résidu	6,823	30	,227		
Total	10,514	31			

a. Variable dépendante : ضمانات_الخدمة

b. Valeurs prédites : (constantes), تكنولوجيا_المعلومات_والإتصال