

جامعة غليزان

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



قسم علوم التسيير

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير  
تخصص: إدارة الاعمال

دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة، دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر - بريد  
غليزان-

The Role of Information and Communication Technology in Improving Service Quality  
"A Case Study of Algeria Poste - Relizane post office -

تحت إشراف:

د. دربالي سهام

من إعداد الطالبتين:

جادواحي وردة

بوشامة فاطيمة الزهراء

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا

جامعة غليزان

أستاذة محاضرة أ

د. سايح فاطمة

مشرفا

جامعة غليزان

أستاذة محاضرة أ

د. دربالي سهام

مناقشا

جامعة غليزان

أستاذة محاضر أ

د. ميمون إيمان

السنة الجامعية: 2024/2023

## شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

"من لا يشكر الناس لا يشكر الله"

يسرني أن أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى الدكتورة الفاضلة

"دربالي سهام"

لعطائها الدائم وجهودها التي بذلتها طيلة مسيرتي الدراسية ممتنة لأنك دكتورتي شكرا  
لجهودك، شكرا بحجم عطائك، بحجم أثرك العظيم علي كنت ولا زلت قدوتي وملهمتي  
فإنك شيئا لا يقال وإذا قيل لا يوفيه الحديث أنت رمز للعطاء والبذل دمت منارة للعلم

ومشعلا يضيء دروب الخير

شكرا لك دكتورتي

أنار الله دربك وجزاك الله عني خير جزاء

## الإهداء

أؤمن بمقولة لكل بداية نهاية وها أنا أرى رحلتي الجامعية قد شارفت على الانتهاء بالفعل، من تعب ومشقة لوقت طويل، من بعد دراسة دامت (05) سنوات. ها أنا اليوم أحضر آخر محاضرات بكل ما لدي من همة ونشاط وبداخلي كل التقدير وامتنان لكل شخص كان له الفضل في مسيرتي وقدم لي المساعدة ولو باليسر - الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا، ما كنت لأفعل هذا لولا فضل الله فالحمد لله على البدء والختام قوله تعالى: (وآخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين) .....

أهدي هذا النجاح إلى كل من سعى معي لإتمام هذه المسيرة، دتم لي سندا لا عمر له. أهدي هذا النجاح إلى من تربيت على يديه ومن علمني القيم والمبادئ إلى من لا ينفصل أسمى عن اسمه إلى من كان لي مصدر الدعم والعطاء إلى رجل الأبرز بحياتي الذي لطالما عاهدته بهذا النجاح ها أنا أتممت وعدي أهديه إليك "أبي العزيز حفظه الله لي". إلى من أضاءت في الليالي العاتمة طريقي، إلى من أفنت عمرها في سبيل أن أحقق طموحي وأحلق في أعالي المراتب... إلى من سهرت وساندت وكافحت دوما، من أجل أن تراني أتوج نبل قلادة شرف التخرج إلى نبراس أيامي ووهج حياتي التي ظلت دعواتها تضم اسمي إلى من مهدت لي طريق العلم من كانت ملجأ في دراستي "والدتي حفظها الله لي". وإلى الشموع التي تنير طريقي وإلى ملهمي نجاحي "إخوتي وأخواتي". وإلى أوليك الذين يفرحهم نجاحي وإلى من كانوا واقفين خلفي مثل ظلا مهما كثرة تخبطاتي "صديقاتي". الشكر لله الذي وفقني لهذه اللحظة، فالحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على نبيه الكريم.

"لم تكن الرحلة قصيرة ولم تكن الأمور ميسرة، ولكن بعون الله فعلتها.

تمحورت هذه الدراسة حول هدف أساسي هو اختبار تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة، وللإجابة على هذه الإشكالية اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي والتحليلي من خلال دراسة نظرية وميدانية في مؤسسة بريد الجزائر، حيث شملت العينة 60 موظف من هذه المؤسسة، وتم الاعتماد على أداة الاستبيان لجمع البيانات اللازمة للدراسة. وباستعمال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS بمختلف أساليبه الإحصائية تم التوصل إلى أن استخدام تكنولوجيا المعلومات يؤثر على العمليات وتنظيمها، وهو بدوره يؤثر على تحسين سرعة الاستجابة ودقة تنفيذ المهام وبالتالي تحسين جودة الخدمة المقدمة للعملاء.

**الكلمات المفتاحية:** تكنولوجيا الإعلام والاتصال، جودة الخدمة، جودة الخدمة المصرفية، بريد الجزائر.

## Abstract

This study focused on a primary objective: testing the impact of information and communication technology (ICT) on improving service quality. To address this issue, the study employed a descriptive analytical method through a theoretical, field, or applied study within the Algerian post office. The sample included 60 employees from this institution, and a questionnaire was used as the data collection tool. Utilising the Statistical package for the Social Sciences (SPSS) with its various statistical methods, the study found that the use of information technology affects. This, in turn, impacts the speed of response and the accuracy of task execution, thereby enhancing the quality of service provided to customers.

**Keywords:** information and Communication technology, Service Quality, Banking Service Quality, Algerian Post.

فهرس المحتويات

أ	الشكر والتقدير: .....
ب	الإهداء .....
ج	الملخص: .....
د	فهرس المحتويات .....
هـ	قائمة الجداول: .....
و	قائمة الأشكال: .....
ز	قائمة الاختصارات: .....
ح	قائمة الملاحق: .....

الفصل الأول: مقدمة عامة

02	1. تمهيد.....
02	2. الإشكالية.....
02	2. الأسئلة الفرعية.....
03-02	4. فرضيات الدراسة.....
03	5. أهداف الدراسة.....
04	6. أهمية الدراسة.....
04	7. أسباب ودوافع اختيار الدراسة.....
04	8. حدود الدراسة.....
04	9. منهج الدراسة.....
04	10. خطة الدراسة.....

الفصل الثاني: الإطار النظري لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وجودة الخدمة

7	1. تمهيد الفصل الثاني.....
7	2. مدخل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
7	1.2. ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
07	1.1.2. مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
07	2.1.2. أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
08	2.2. أهداف وخصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
09-08	1.2.2. أهداف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
10-09	2.2.2. خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....
10	3.2. مكونات وإيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.....

10	..... 1.3.2. مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
11	..... 2.3.2. إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
11	..... 1.2.3.2. إيجابيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
11	..... 2.2.3.2. سلبيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
11	..... 4.2. دواعي وصعوبات الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
12-11	..... 1.4.2. دواعي الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
13-12	..... 2.4.2. صعوبات الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
13	..... 3. عموميات حول جودة الخدمة.
13	..... 1.3. ماهية جودة الخدمة.
13	..... 1.1.3. مفهوم جودة الخدمة.
14-13	..... 2.1.3. أهمية جودة الخدمة.
14	..... 2.3. أبعاد جودة الخدمة ومستوياتها.
14	..... 1.2.3. أبعاد جودة الخدمة.
15-14	..... 2.2.3. مستويات جودة الخدمة.
15	..... 3.3. مفهوم جودة الخدمة المصرفية ومحدداتها.
15	..... 1.3.3. مفهوم جودة الخدمة المصرفية.
16-15	..... 2.3.3. محددات جودة الخدمة المصرفية.
17-16	..... 4. دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة.
18	..... 5. الدراسات السابقة وتميز الدراسة الحالية.
21-18	..... 1.5. الدراسات السابقة.
21	..... 2.5. تميز الدراسة الحالية.
22-21	..... 3.5. جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة.
23	..... 6. خلاصة الفصل الثاني.
<b>الفصل الثالث: دراسة ميدانية لبريد الجزائر "مكتب بريد غليزان" نموذجاً</b>	
25	..... 1. تمهيد الفصل الثالث.
26	..... 2. نظرة عامة حول مؤسسة بريد الجزائر.
26	..... 1.2. نشأة مؤسسة بريد الجزائر وتطورها.
26	..... 2.2. مهام مؤسسة بريد الجزائر.
27	..... 3.2. الهيكل التنظيمي الإداري لمركز البريد.
28	..... 4.2. وظائف مصالح البريد.
28	..... 1.4.2. البنية الهيكلية لبريد الجزائر.
32	..... 3. منهجية الدراسة (الطريقة والأدوات).

32	.....1.3 مجتمع الدراسة.
32	.....2.3 عينة الدراسة.
33	.....3.3 أدوات الدراسة.
33	.....4.3 تصميم الاستبيان.
33	.....5.3 اختبار صدق وثبات الأداة.
34	.....6.3 الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل.
34	.....4. تحليل نتائج الدراسة.
34	.....1.4. تحليل نتائج المعلومات العامة.
40	.....2.4. تحليل نتائج عبارات الاستبيان.
41	.....1.2.4. تحليل نتائج متغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
43	.....2.2.4. تحليل نتائج جودة الخدمة.
45	.....5. اختبار الفرضيات.
45	.....1.5. اختبار الفرضية الأولى.
45	.....2.5. اختبار الفرضية الثانية.
46-45	.....3.5. اختبار الفرضية الثالثة.
46	.....4.5. اختبار الفرضية الرابعة.
	.....1.4.5. اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية حول إدراك العاملين لأبعاد جودة الخدمة حسب متغير
47	.....الجنس.
	.....2.4.5. اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية حول إدراك العاملين لأبعاد جودة الخدمة حسب متغير
47	.....العمر.
	.....3.4.5. اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية حول إدراك العاملين لأبعاد جودة الخدمة حسب متغير
48	.....المؤهل العلمي.
	.....4.4.5. اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية حول إدراك العاملين لأبعاد جودة الخدمة حسب متغير
48	.....سنوات الخبرة.
	.....5.4.5. اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية حول إدراك العاملين لأبعاد جودة الخدمة حسب متغير
49	.....الوظيفة.
50	.....6. خلاصة الفصل الثالث.

#### الفصل الرابع: الخاتمة العامة

52	.....1. خاتمة.
52	.....2. نتائج الدراسة.
52	.....1.2. نتائج الدراسة تطبيقية.
52	.....2.2. نتائج الدراسة النظرية.

---

53	.....3. التوصيات
53	.....4. آفاق الدراسة
54	..... قائمة المراجع:
55	..... قائمة الملاحق:

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
34-33	درجات سلم ليكارت الخماسي	الجدول رقم (1.3)
34	معامل الفاكرونيباخ	الجدول رقم (2.3)
35	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	الجدول رقم (3.3)
35	توزيع أفراد العينة حسب العمر	الجدول رقم (4.3)
36	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	الجدول رقم (5.3)
37	توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة	الجدول رقم (6.3)
38	توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة	الجدول رقم (7.3)
40	مجال المتوسط الحسابي لكل من المتغيرين	الجدول رقم (8.3)
41-40	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال	الجدول رقم (9.3)
43-41	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير جودة الخدمة	الجدول رقم (10.3)
45	قيم معاملات خط الانحدار	الجدول رقم (11.3)
46	قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير الجنس	الجدول رقم (12.3)
46	قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير العمر	الجدول رقم (13.3)
46	قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير مؤهل العلمي	الجدول رقم (14.3)
47	قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير الخبرة	الجدول رقم (15.3)
47	قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير الوظيفة	الجدول رقم (16.3)

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الفصل - رقم الشكل
28	الهيكمل التنظيمي الإداري لمركز البريد غليزان	الشكل رقم (1.3)
36	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	الشكل رقم (2.3)
37	توزيع أفراد العينة حسب العمر	الشكل رقم (3.3)
38	توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي	الشكل رقم (4.3)
39	توزيع العينة حسب الخبرة	الشكل رقم (5.3)
40	توزيع العينة حسب الوظيفة	الشكل رقم (6.3)

قائمة الاختصارات

المصطلح باللغة الإنجليزية	المصطلح باللغة العربية	الاختصار
<b>Information and Communication Technoligy</b>	تكنولوجيا المعلومات والاتصال	<b>ICT</b>

قائمة الملاحق

الصفحة	العنوان	رقم الملحق
54	استبيان الدراسة	الملحق رقم (1.4)
55	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال	الملحق رقم (2.4)
56	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير جودة الخدمة	الملحق رقم (3.4)
57	اختبار الانحدار لحساب الفرضية الثالثة	الملحق رقم (4.4)
58	اختبار الفرضية الرابعة	الملحق رقم (5.4)

الفصل الأول

---

# مقدمة عامة

## 1. تمهيد

تكنولوجيا الإعلام والاتصال لم تعد مجرد مجموعة من الأدوات والأنظمة، بل أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية، حيث تؤثر بشكل كبير على مختلف جوانب الحياة. هذا التأثير يتجلى في زيادة عدد المنظومات والتقنيات المتطورة التي تستخدمها المؤسسات لمواجهة التحديات وتحقيق التطورات، لاسيما تطوير وتحسين الأداء والارتقاء بمستوى الأهداف نحو تحقيق الأفضل، حيث يسمح استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالاستمرار في تطوير خدماتها وتحسين استراتيجياتها.

ومن المجالات التي شهدت تطورا كبيرا في السنوات الأخيرة القطاع المصرفي ويتبين ذلك من خلال الخدمات المصرفية المقدمة، والتي اختلفت عن الخدمات التقليدية المعتادة، حيث وباستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال تسعى المصارف جاهدة إلى خلق وابتكار وتقديم خدمات مصرفية جديدة لكسب رضا العملاء واستمالتهم بغرض نيل ثقتهم ومنه زيادة معاملاتها معهم، ولتحقيق ذلك وجب التركيز على الجودة في الخدمة التي تقدمها المصارف، حيث تعتبر الجودة المصرفية عامل رئيسي في القطاع المصرفي، لذا أصبحت المصارف تركز بصفة أساسية على تحقيق الجودة في خدماتها.

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

## 2. صياغة الإشكالية

من خلال ما سبق نرى بأن التقدم السريع في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال أصبح من أساسيات جميع المجالات والقطاع المصرفي خاصة، حيث تلعب تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا حيويا في تحسين جودة الخدمة التي تقدمها المصارف فهي توفر وسائل وأدوات تقنية تمكن المصارف من تحسين فعالية وكفاءة عملياتها، وتعزز تفاعلها مع العملاء وتسهل التواصل معهم. يمكننا تناول موضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وجودة الخدمة من خلال هذه الورقة البحثية بمحاولة الإجابة على التساؤل التالي:

كيف تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة عامة وبريد الجزائر خاصة؟

## 3. الأسئلة الفرعية

يندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي، الأسئلة الفرعية التالية:

- ما واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة بريد الجزائر لولاية غليزان؟

- ما مستوى جودة الخدمة في مؤسسة بريد الجزائر لولاية غليزان من وجهة نظر العاملين؟
- ما تأثير استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تحسين جودة الخدمة؟
- هل توجد فروقات في إدراك العاملين لأبعاد جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر بولاية غليزان؟

#### 4. صياغة الفرضيات

قصد الإجابة عن التساؤلات المطروحة سابقا، يمكن صياغة الفرضيات التالية:

- هناك استخدام جيد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة بريد الجزائر بولاية غليزان.
- يوجد مستوى مقبول من جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر بولاية غليزان بناءً على رأي موظفيها.
- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر بولاية غليزان.
- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى  $(\alpha \leq 0.05)$  في إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة تبعا للمتغيرات الديمغرافية والوظيفية (الجنس، السن، المؤهل العلمي، والمسمى الوظيفي، والخبرة) بمؤسسة بريد الجزائر بولاية غليزان

#### 5. أهداف الدراسة

يهدف هذا البحث إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها:

- دراسة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتحسين جودة الخدمات المقدمة في المؤسسات المصرفية.
- محاولة الإجابة عن التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات أو عدم صحتها من خلال الإشارة إلى الوضع الحالي وتقديم تصور حوله.
- السعي للتوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات من خلال الدراسة الميدانية التي سنقوم بها على مؤسسة بريد الجزائر بولاية غليزان، بهدف تحقيق الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة في المؤسسة.

#### 6. أهمية الدراسة

- التعرف على تكنولوجيا الإعلام والاتصال والتطورات الحاصلة فيها، ومدى مساهمتها في تحسين جودة الخدمة في المؤسسات المصرفية من خلال تقنياتها المتعددة التي تسهم بشكل كبير وفعال في القيام بالمعاملات والخدمات بأقل جهد ووقت.

- نتيجة للأهمية التي تتميز بها تكنولوجيا الإعلام والاتصال في الوقت الحاضر وما تكسبه وتحققه من قوة وتفوق واستمرار للمؤسسات الساعية لتحسين جودة خدماتها، بهدف إرضاء العملاء ومواجهة المنافسة الشديدة في السوق إذ تمثل عامل أساسي تركز عليه المؤسسة في تقديم خدماتها وتحقيق نشاطاتها.
- ضرورة تغيير أساليب وطرق المؤسسات التقليدية، لضمان بقائها واستمراريتها.

### 7. أسباب ودافع اختيار الموضوع

- ارتباط الموضوع بالتخصص الدراسي الخاص بنا.
- جذب الموضوع لانتباهنا مما شكل رغبة في التعرف عليه ودراسته

### 8. حدود الدراسة

يمكن تقسيم حدود الدراسة إلى حدود زمانية وحدود مكانية كما يلي:

- الحدود المكانية: اقتصرت الدراسة جغرافيا على بريد الجزائر "مكتب بريد غليزان".
- الحدود الزمانية: السنة الجامعية 2024/2023، السداسي الثاني

### 9. منهج الدراسة

في إطار هذا البحث ومن أجل معالجة إشكالية موضوع الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي، وهو المنهج المتبع والشائع في العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، حيث تم في الجانب النظري تم وصف متغيرات الدراسة بالاعتماد على اهم المراجع ذات صلة بالموضوع، أما الجانب التطبيقي فقد تم الاعتماد على استمارة الاستبيان كأداة للتحليل.

### 10. محددات الدراسة

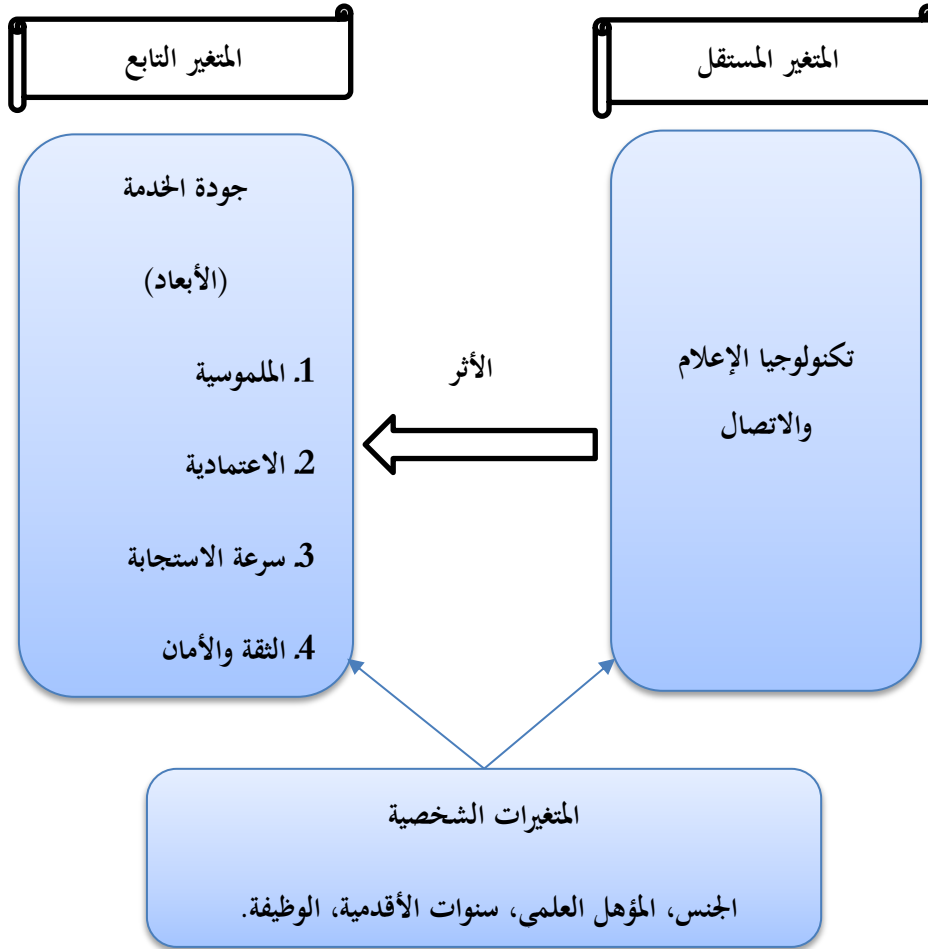
- تتمثل الصعوبات الرئيسية التي واجهت عملية إتمام هذه الدراسة على أكمل وجه فيما يلي:
  - من أهم الصعوبات التي واجهتنا هي صعوبة إيجاد محل للتربص والذي هدفه إتمام الدراسة.
- صعوبة قياس حجم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة محل الدراس

### 11. خطة الدراسة

حاولنا بجهد الإلمام بكل ما يتعلق تكنولوجيا الإعلام والاتصال من مفاهيم وخصائص، أهداف وأهمية، إضافة إلى عناصر أخرى، كذلك بالنسبة لجودة الخدمة المتغير التابع في الدراسة، ثم أبرزنا علاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال و جودة الخدمة، أما عن الفصل الثالث يتمحور حول الدراسة الميدانية التي

تمت بمؤسسة بريد الجزائر - فرع غليزان - والتي كان هدفها دراسة تأثير استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة خدماتها من وجهة نظر العاملين فيها بعد إيجابتهم عن استمارة استبيان الدراسة، بعدها تم تحليل نتائج الدراسة المتحصل عليها وتم ذلك باستخدام برنامج SPSS ثم اختبار فرضيات الدراسة لتتوصل في الأخير إلى جملة من النتائج والتوصيات . .

## 12. نموذج ومتغيرات الدراسة



المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على الدراسات السابقة

## الفصل الثاني

---

الإطار النظري والدراسات السابقة

حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال وجودة

الخدمة

## 1. تمهيد

بفضل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، أصبح العالم أكثر ارتباطاً وتواصلًا، ويمكننا الوصول إلى المعلومات بسهولة وسرعة، والتواصل مع الأشخاص في جميع أنحاء العالم بشكل فوري. كما تمكننا هذه التكنولوجيا من تحقيق التعلم عن بعد، وتبادل الخبرات والمعرفة بسهولة عبر الحدود. في هذا الفصل سنستعرض الإطار النظري والمفاهيمي لكل من تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحسين جودة الخدمة، حيث تم تقسيم هذا الفصل كالاتي:

2. مدخل إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
3. عموميات حول جودة الخدمة.
4. العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة.
5. الدراسات السابقة حول الموضوع.

## 2. مدخل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

لقد أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال جزءاً لا يتجزأ من الأعمال اليومية للإنسان مما جعلها تتخذ مكانة لا يمكن الاستغناء عنها لما توفره من جهد وتكلفة ووقت فأصبح لا بد من العمل بها من قبل المؤسسات وفي كل المجالات لاسيما في مجال تحسين جودة الخدمة في المؤسسة باعتبارها من أكثر القطاعات حاجة لهذه التكنولوجيا كوسيلة مهمة لتحسين جودة الخدمة.

## 1.2. ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

## 1.1.2. مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال

**تعريف 1:** هي مجموعة من الأجهزة والأدوات التي تسهل عملية التخزين ومعالجة المعلومات، ومن ثم استرجاعها ونقلها عبر أنظمة الاتصالات المختلفة إلى أي مكان في العالم واستقبالها من أي مكان آخر. (ريبيحة، 2018، صفحة 7)

**تعريف 2:** مجموعة المعرفة العلمية والتكنولوجية والهندسية والأساليب والفنون اللازمة لتحويل المدخلات إلى مخرجات، والتي تتمثل في البرامج المتطورة. (بوحديد، 2017، صفحة 877)

من التعريفين السابقين نستطيع القول ان تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي مجموعة من الأدوات والتقنيات والأنظمة والبرامج المستخدمة لمعالجة المعلومات أو المحتوى، حيث تمر عملية المعالجة بعدة مراحل بدءاً من مرحلة جمع المعلومات ومراقبة البيانات، تليها مرحلة المعالجة التي بدورها تشمل عمليات مثل التنظيم والتصنيف، والتخزين والترميز.

## 2.1.2 أهمية تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية.
- تساهم تقنية المعلومات والاتصالات في تعزيز فعالية العمل داخل المؤسسات.
- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعزز التواصل الإداري بين الأقسام المختلفة، مما يعزز تنسيق العمل وتبادل المعلومات بكفاءة أكبر.
- تساعد على تقليص حجم التنظيمات الإدارية. (عمارة و سبي، 2018، صفحة 971)
- إن تبني المؤسسات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال يكسبها أبعاد أكثر من مجرد تحقيق ربح وعوائد وزيادة في الإنتاج، فهي بالإضافة إلى ذلك؛ تمكن المؤسسات من المنافسة العالمية ومواجهة أي تحدي أو فرصة متاحة عالمياً.
- تسهل مهمة المدراء في اتخاذ القرارات وخلق قيمة مضافة للمؤسسة.
- تساعد على زيادة قنوات الاتصال الإداري بين مختلف الإدارات ومنه زيادة الكفاءة والفاعلية في الأنظمة والعمليات
- تعتبر التكنولوجيا قوة ضاغطة، حيث تشجع على زيادة استخدامها وتوسيع تطبيقاتها في مجالات جديدة باستمرار، علاوة على ذلك؛ فإن استخدام تقنيات جديدة يفتح الباب لاستقبال تكنولوجيا أخرى أكثر تقدماً وتطوراً. (مزيان و بن يحيى، 2022، صفحة 601)

## 2.2 أهداف وخصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال

### 1.2.2 أهداف استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

وتتمثل فيما يلي: (عزائرية، 2020/2019، صفحة 07)

- إمكانية إنجاز معظم الإجراءات والاعمال من خلال استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال.
- زيادة الأداء.
- ضمان التكامل لعدم ضياع البيانات.
- معرفة طبيعة وخدمة المستخدم.
- المحافظة على السرية التامة وأمن معلومات المؤسسة.
- إمكانية تشغيل قواعد بيانية مختلفة أو نظم تشغيل أجهزة متنوعة.
- سرعة تطوير النظام.

- قدرة إنجاز أعمال إضافية.
- تخفيض التكاليف الكلية للنظام.
- إمكانية التغيير والتعديل.
- إمكانية تكبير الإمكانيات
- تقليل المجهود المبذول للحفاظ على النظام.

## 2.2.2 خصائص تكنولوجيا الاعلام والاتصال

تتميز تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة بالعديد من الخصائص يمكن حصرها فيما يلي:

- **التفاعلية:** تعرف هذه السمة بالتأثير الاجتماعي، حيث يؤثر المشارك في عملية الاتصال على أدوار الآخرين ويمارس تأثيره عليهم، وتتجلى هذه السمة في تفاعل متبادل يتضمن سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يمكن للفرد فيها أن يتبوأ موقع شخص آخر ويقوم بأفعال اتصالية. وتشمل هذه الأفعال الاستماع والتفاعل في نفس الوقت، مما يعزز التواصل والتفاعل الاجتماعي بشكل فعال. (نبار، 2018، صفحة 91)
- **قابلية الحركة:** تعبر عن مجموعة واسعة من وسائل الاتصال التي يمكن للأفراد الاستفادة منها في التواصل من أي مكان، مما يتيح لهم الفرصة للتفاعل الاجتماعي بسهولة ويسر. وهذا يعني أنه بفضل هذه الوسائل المتعددة، يمكن للأفراد التواصل والتفاعل مع الآخرين بسلاسة وكفاءة (منصر، -2016، صفحة 35)
- **اللاتزامية:** تعني أن المستخدم لتكنولوجيات الاعلام والاتصال بإمكانه إرسال واستقبال الرسائل دون التقيد بالوقت.
- **اللامهيرية:** تعني درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى المستفيد. (عموم و عزري، 2022، صفحة 1003)
- **الفورية:** تقنيات الاتصال الحديثة قد أزلت الحواجز الزمانية والمكانية، حيث يمكن الاتصال بشكل فوري بغض النظر عن موقع المرسل أو المستقبل، لذا لا يلاحظ الشخص عند الاتصال بجهاز الكمبيوتر أو الهاتف النقال أنه استغرق وقتاً طويلاً.
- **قابلية التوصيل والتركيب:** لم تعد شركات صناعة أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض فقد اندمجت الأنظمة واتخذت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المختصة في صناعة أدوات الاتصال.
- **الاحتكارية:** تتسم صناعة التكنولوجيا الحديثة بالتركيز وبشكل كبير في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى، وهذا التركيز لا يقتصر فقط على عملية نقل وتسويق التكنولوجيا في الدول الأقل تقدماً، بل يمتد أيضاً إلى التأثير على طريقة إدارة واستخدام وصيانة هذه التكنولوجيا في هذه الدول. (منصر، -2016، الصفحات 34-36)

- **الشيوع والانتشار:** يتميز نظام الاتصال الحديث بانتشاره المنهجي حول العالم، حيث يتم تبنيه واستخدامه من قبل جميع طبقات المجتمع وليس مخصص لفئة معينة.
- **الكونية:** البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية، حيث يمكن للمعلومات أن تتبع مساراتها المعقدة عبر الحدود الدولية بسهولة، تشبه هذه البيئة المسالك التي يتدفق عبرها رأس المال إلكترونياً في أي مكان من العالم، مما يسهل على الأفراد والشركات التواصل وتبادل المعلومات بشكل فعال وسريع.
- **المرونة وسهولة النقل:** في الوقت الحالي يسمح استخدام الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة للأفراد بالاتصال بالإنترنت من أي مكان، دون الحاجة للجلوس أمام حاسوب ثابت. ففضل استخدام الشبكات اللاسلكية، يمكن للأفراد التعرف على أسعار البورصة وأسعار العملات دون التنقل، إضافة إلى القدرة على تصفح مواقع الويب العميق وذلك لإمكانية حمل ونقل الهاتف وجهاز الكمبيوتر في أي مكان وأي وقت. (ريبحة، 2018، صفحة 92)

### 3.2 مكونات وإيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

#### 1.3.2 مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تتفق معظم الدراسات على أن مكونات تكنولوجيا الإعلام والاتصالات تشمل التالي:

- **المستلزمات المادية (التجهيزات):** هي مجموعة من المعدات والوسائل والوحدات الملموسة وتشمل جميع الأجهزة الإلكترونية والأجزاء المادية.
- **البرمجيات:** ويقصد بها البرامج التي تدير عمل الأجهزة، فهي الجانب الذهني أي ما ليس مادياً أي البرامج التي نقوم بإدخالها إلى المدخلات والتي تشمل نواحي معرفية عديدة من المعلومات والمعارف والبيانات، فهي ما يجعل ذاكرة الكمبيوتر ووسائل تخزينه، ووحدات إدخاله وإخراجه قادرة على التجاوب والتكيف وكأنها كائن حي. (فاطمة، 2020، الصفحات 120-122)
- **التطبيقات:** تلعب دوراً حيوياً في حل المشكلات الإدارية، حيث تجمع بين التقنيات المتقدمة والحواسيب لتحقيق أهداف الإدارة بكفاءة وتسهم في تحسين إدارة المشاريع، وتعزيز التعاون بين الفرق، وزيادة الكفاءة الإدارية بشكل عام.
- **الموارد البشرية:** وهي اليد العاملة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتشمل فئات متعددة من العمال، بدءاً من المدراء الذين يتولون إدارة تنظيم العمليات واتخاذ القرارات الاستراتيجية، مروراً بالموظفين المتخصصين في جمع البيانات وتحليلها وتقديم التقارير، ومصممي البرمجيات ومشغلي الأجهزة والمعدات، وانتهاءً بعمال الصيانة سواء للبرامج أو الأجهزة. (الجعفري، 2021، صفحة 468)

- **الاتصالات:** يكون ذلك باستخدام وسائط الاتصال، يتم ربط مجموعة من أجهزة الحواسيب لتكوين شبكة يتم من خلالها تبادل البيانات والمعلومات بين نظم الحواسيب المرتبطة في الشبكة، وتساعد الاتصالات على نشر وتوزيع البيانات وربط مختلف جهات العالم، باستعمال الأدوات المناسبة. (بن مهريس و التاوي، 2021، صفحة 605)

### 2.3.2. إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الاعلام والاتصال

#### 1.2.3.2. إيجابيات تكنولوجيا الاعلام والاتصال (عزايبة، 2020/2019، صفحة 26)

- التمكن من انجاز المسائل الحسابية وعمليات المعالجة الاعمال الورقية بشكل أسرع بكثير مما يقوم به الافراد.
- مساعدة المنظمات على التعرف الاوسع والاشمل على النماذج المبيعات الخاصة بالزبائن.
- التزويد بإمكانيات وكفاءات من خلال خدمات مثل: الصراف الآلي السيطرة المالية على طائرات والمطارات.
- توزيع المعلومات الى الملايين من الافراد في مختلف انحاء العالم.
- الحاجة الى العمالة اعلى خبرة وتعلما، وبالتالي زيادة أجور العاملين في هذا القطاع.

### 2.2.3.2. سلبيات تكنولوجيا الاعلام والاتصال

- تسمح للمنظمات بجمع معلومات تفصيلية عن الافراد، وبذلك قد تتجاوز خصوصياتهم وحرية الفردية.
- استخدامها المكثف يسبب الإرهاق والمشاكل الصحية.
- هناك اشخاص لم يسعفهم الحظ في الحصول على منصب عمل بسبب هذه التكنولوجيا.
- من الممكن استخدامها خاصة الانترنت في توزيع نسخ غير قانونية، وبطرق غير قانونية لكل من البرمجيات والمقالات والكتب والممتلكات الفكرية الأخرى.
- تحول العلاقات بين العاملين الى أقل إنسانية.

### 4.2. دواعي وصعوبات الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام والاتصال

#### 1.4.2. دواعي الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

- يعود التوسع للاستثمار في تكنولوجيا الاعلام والاتصال إلى عدة عوامل أهمها: (ساهر و بوسته، 2022، الصفحات 178-179)

- الاضطراب البيئي: نتيجة التطور التكنولوجي أصبحت البيئة المحيطة بالمنظمات أكثر تعقيدا، مما دفع المنظمات للبحث عن وسائل تحسن عملياتها في مثل هذه البيئة المتقلبة، ففي مثل هذه الحالة تصبح تكنولوجيا الاعلام والاتصال الداعم الأفضل لهذه الاعمال.
- زيادة حدة المنافسة: أدى استخدام تكنولوجيا الإعلام كوسيلة لتحسين الإنتاجية والجودة والربحية في بعض الشركات إلى زيادة حدة المنافسة بينها وجعلها تصل إلى العالمية.
- تغيير تركيبة قوة العمل: سهلت تكنولوجيا الاعلام والاتصال عملية التكامل والاتصال بين جميع فئات العاملين في قوة العمل، إذ لم يعد يقتصر الأمر على شريحة معينة لتخل سوق العمل، بل أصبحت الوظائف تضم قوة عاملة من النساء، الأشخاص المعاقين أيضا كما لوحظ أن عدد العاملين المستمرين فب العمل متزايد.
- وعي المستهلكين وزيادة توقعاتهم: من مسؤولية المنظمة العمل على إرضاء الزبائن بسرعة وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال كأداة اتصال مهمة بين المنظمة والزبائن.
- تصاعد الابتكارات: تشكل ابتكارات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ظل التغيرات في بيئة الأعمال مصدرا قويا لتطبيقات الأعمال الجديدة في هذا القرن، إضافة إلى أنها تسهم في إيجاد بدائل للمنتجات والخدمات وزيادة الجودة وتسريع قوى المنافسة.

## 2.4.2 صعوبات الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

- رغم الفوائد والايجابيات المتوقعة من الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إلا أن الاستثمار فيها يواجه العديد من المشاكل والعقبات والصعوبات نلخصها فيما يلي: (ساهر و بوسنة، 2022، صفحة 179)
- يتطلب الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال رأسمال ضخم لا تقدر عليه العديد من المنظمات الصغيرة ولا تراه مجديا في ظل هامش ربحها المنخفض.
  - فشل العديد من المستثمرين في التحقق منه ومراقبة وحماية حقوق ملكية الأصول غير الملموسة الناشئة عن الأبحاث والدراسات والتطوير التي استثمرت فيها أموالهم.
  - يؤكد المسح الذي أجرته منظمة إدارة المعلومات والصور على البنوك لعام 2004 أن هناك اختلافا بين الأهداف والتطلعات التي تضعها المنظمات من خلال الاستثمار في تكنولوجيا الاعلام والاتصال وبين النتائج الفعلية التي يحققها هذا الاستثمار.
  - أكد أيضا المسح الذي أجرته الإدارة في الجامعة الشمالية الغربية الأمريكية لعام 2003 بالتعاون مع إحدى شركات الاستثمار حصول ضعف في مقدرة توقع العائد المالي للاستثمار في نوع تكنولوجيا المعلومات

والإتصال المقترح أو المصمم أو المستخدم وذلك بسبب ضعف المعرفة المالية لدى موظفي تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

■ في كثير من الأحيان لا تؤدي تقنيات الإعلام والاتصال إلى تحسين إنتاجية المهام التي يستخدمها الموظفون، بل تسبب مشاكل لهم. وهذا الوضع يشكل عائقاً أمام استثمارات جديدة في تقنيات الإعلام والاتصال، نظراً لعدم قدرة هذه التكنولوجيا على تحقيق الفوائد المتوقعة وتلبية احتياجات المنظمات بشكل فعال.

■ إدخال تقنيات الإعلام والاتصال إلى بعض المنظمات قد يتطلب تغييرات جذرية في هيكلها الإداري، الأمر الذي يسبب المخاطر غير المحسوبة التي يمكن أن تنجم عن هذه العملية، فمن بين هذه المخاطر التأثير على التوازن الداخلي للمنظمة، والمقاومة من قبل بعض العناصر في الهيكل التنظيمي، والتكاليف الإضافية لتنفيذ التغييرات، وغيرها من التحديات التي يمكن أن تعوق العملية.

### 3. عموميات حول جودة الخدمة

#### 1.3. ماهية جودة الخدمة:

##### 1.1.3. مفهوم جودة الخدمة:

سنتطرق بشكل مختصر إلى تعريف جودة الخدمة:

**تعريف 1:** معيار يستخدم لتحديد مدى تناسب أداء الخدمة مع توقعات العملاء، ويقاس التوافق بين الأداء الفعلي للخدمة وتوقعات العملاء المسبقة لتلك الخدمة. (بن مهريس و التاوتي، 2021، صفحة 606)

**تعريف 2:** مجموعة من الخدمات التي تقدمها الشركة لعملائها بغية كسب رضاهم وولائهم، والقدرة على خلق ميزة تنافسية مع الفروع الأخرى. (بابكر الطاهر و بن عبد الله، 2019، صفحة 8)

مما سبق نستطيع القول إن جودة الخدمة المصرفية هي: معيار يساعد على فهم مدى إدراك العملاء للخدمات المقدمة من قبل الشركة، ذلك من خلال تقييم التوافق بين أداء الخدمة مع توقعات العملاء، وتحليل كيفية استجابتهم لتلك الخدمات لكسب رضاهم وتعزيز التنافسية.

#### 2.1.3 أهمية جودة الخدمة:

للجودة أهمية استراتيجية كبيرة سواء على مستوى الزبائن أو مستوى المؤسسات على اختلاف أنشطتها، يمكن تلخيصها فيما يلي: (فاطمة، 2023، صفحة 138)

- **سمعة المؤسسة:** إن تطبيق الجودة في أنشطة المؤسسة ووضع مواصفات قياسية محددة تساعد على تعزيز الثقة في خدمات المؤسسة من قبل الزبون.
- **تخفيض التكاليف وزيادة حصة السوق:** تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل تقديم الخدمة من شأنه أن يتيح فرصة استكشاف الأخطاء وتجنب تكاليف إضافية.
- **ازدياد المنافسة:** اعتماد المؤسسة لجودة الخدمة يكسبها مزايا تنافسية عديدة، في ظل تزايد عدد المؤسسات الخدمية والمنافسة الشديدة بينها.
- **تنمية رضا العملاء:** لا بد من توفير معاملة جيدة وفهم كبير للعملاء ليس فقط الخدمة، لأن العملاء بطبيعتهم لا يناسبهم التعامل مع مؤسسات تركز على الخدمة فقط.

## 2.3 أبعاد جودة الخدمة ومستوياتها

### 1.2.3 أبعاد جودة الخدمة:

يصبح تقييم جودة الخدمة صعبًا بسبب التباين بين المؤسسات الخدمية، حيث لا توجد معايير محددة يمكن اعتمادها. يتم النظر إلى تقييم جودة الخدمة عادةً من وجهتي نظر: الداخلية، التي تعبر عن مدى التزام الإدارة بالمواصفات، والخارجية، التي تركز على جودة الخدمة من وجهة نظر المستهلك. يمكن تلخيص هذا في: (عبود و البرنجي، 2017، صفحة 13)

- **الاعتمادية:** تشير إلى قدرة المصرف على إنجاز أو أداء الخدمة المصرفية الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه وتتضمن خمس متغيرات يقاس من خلالها وفاء المنظمة بالتزامها التي وعدت بها عملائها.
- **الأمان:** خلو المعاملات التي تتم بين العميل والبنك من الخطورة والشك، ويحتوي هذا البعد على أربع متغيرات تقيس حرص الموظفين على زرع الثقة في نفوس العملاء.
- **العناصر الملموسة:** وتتضمن أربع متغيرات تقيس توافر حداثة الشكل وتعني مظهر التسهيلات المادية مثل المعدات والأجهزة والافراد ووسائل الاتصال التابعة للمصرف.
- **سرعة الاستجابة:** مدى استعداد ورغبة المصرف في تقديم المساعدة للعملاء والرد على استفساراتهم والسرعة في تقديم الخدمة التي يحتاجون إليها. ويتضمن هذا البعد أربع متغيرات تقيس اهتمام المنظمة بأعمالها بوقت تأدية الخدمة.
- **الاهتمام:** ويشتمل هذا البعد على خمس متغيرات تتعلق باهتمام موظفي المنظمة بالعملاء اهتماما شخصيا وتفهمهم لحاجات العملاء وملائمة ساعات عمل المنظمة لتناسب جميع العملاء وحرص المنظمة على مصلحة العملاء العليا والدراية الكافية باحتياجاتهم.

## 2.2.3 مستويات جودة الخدمة:

يمكن التمييز بين خمس مستويات لجودة الخدمة وهي: (رؤوف، 2018، صفحة 32)

- **الجودة المتوقعة من قبل الزبائن:** تمثل مستوى الجودة التي يتوقع العملاء الحصول عليها من المؤسسة التي يتعاملون معها.
- **الجودة المدركة:** وهي ما تدركه إدارة المؤسسة في جودة الخدمة المقدمة للزبائن والتي باعتقادها أنها تشبع رغباتهم بمستوى عال من الجودة.
- **الجودة الفنية:** وهي الجودة التي يؤدي بها العاملين الخدمة المصرفية والتي تخضع للمواصفات النوعية للخدمة المقدمة.
- **الجودة الفعلية:** وهي الجودة التي تقدم بها الخدمة والتي تعبر عن مدى التوافق والقدرة في استخدام أساليب الخدمة بشكل جيد يرضي الزبائن.
- **الخدمة المرجوة للزبائن:** مدى الرضا والقبول الذي يمكن أن تحصل عليه المؤسسة من عملائها عند تلقيهم تلك الخدمات.

### 3.3 مفهوم جودة الخدمة المصرفية ونماذج قياسها.

#### 1.3.3 مفهوم جودة الخدمة المصرفية

**مفهوم جودة الخدمة المصرفية:** يعد موضوع جودة الخدمة المصرفية من الموضوعات التي تصدرت اهتمامات وجهود الباحثين، والمتبع لهذه الجهود يلاحظ أن هناك تبايناً في تعريفهم لجودة الخدمة المصرفية، وقد يكون ذلك سبب تعدد جوانبها وعناصرها من ناحية واختلاف رؤى واتجاهات هؤلاء الكتاب وفهمهم لها من ناحية أخرى، وسوف نذكر بعض هذه المفاهيم لجودة الخدمة المصرفية كما يلي:

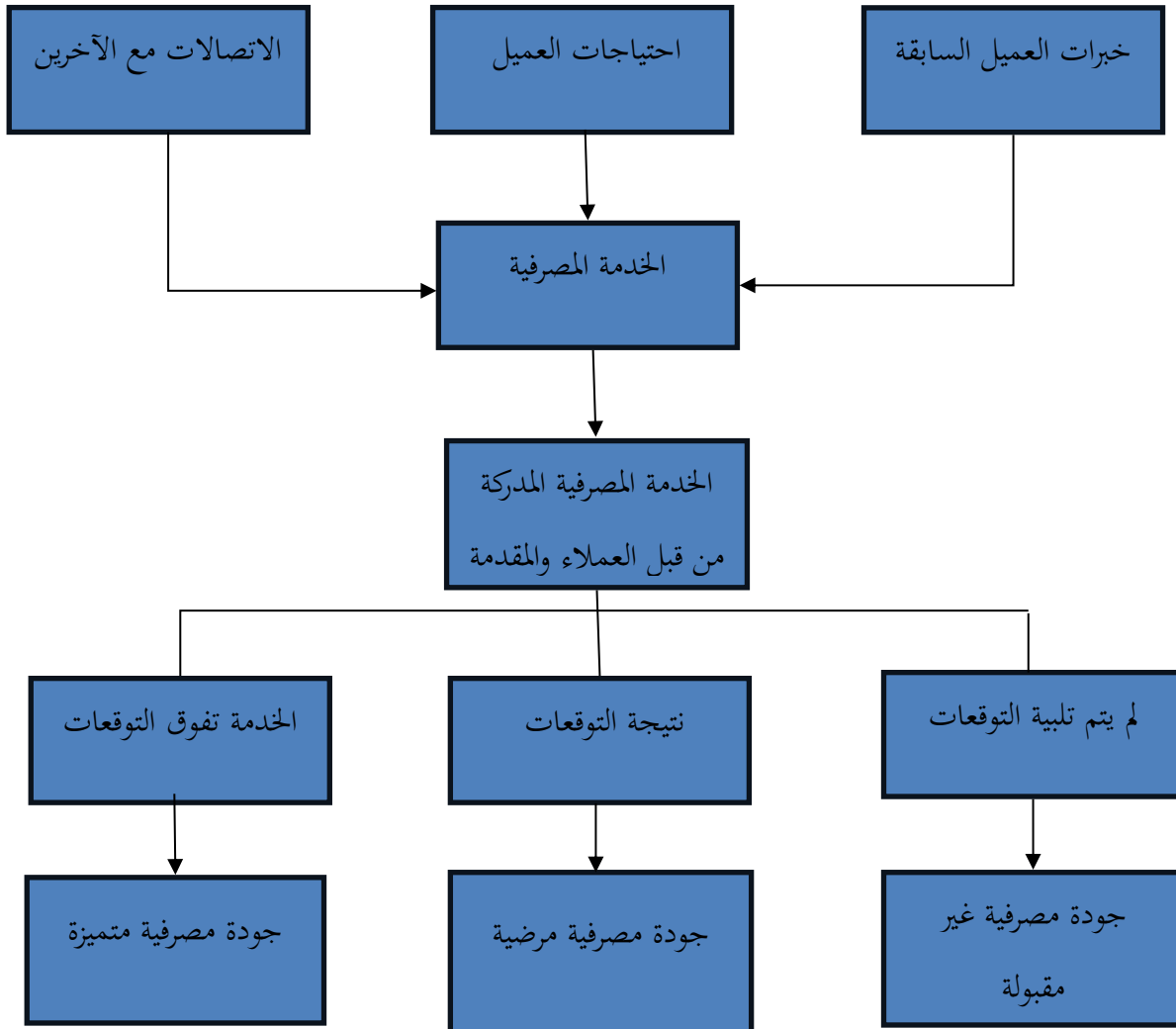
**تعريف 1:** تعرف جودة الخدمة المصرفية بأنها إرضاء لمتطلبات العملاء، ودراسة قدرة المصرف على تحديد هذه المتطلبات والقدرة على تحقيقها. (عامر، 2021، صفحة 41)

**تعريف 2:** هي القدرة على تقديم خدمات مصرفية تضمن من خلالها كسب ثقة العملاء ورضاهم التام، مما يعزز الثقة بين المؤسسة والعميل وتحقيق نجاحات أخرى. (كروش، اولاد براهيم، و دقيش، 2020، صفحة 163)

مما سبق يتضح أن **جودة الخدمة المصرفية:** مجموعة الخدمات التي تقدمها المصارف لعملائها تتضمن الإيداع والاستثمار والتمويل، بالإضافة إلى خدمات أخرى متنوعة ومتراصة تلي احتياجات العملاء. تتنوع هذه الخدمات وتشمل مجموعتين رئيسيتين: الخدمات المصرفية التقليدية والخدمات غير التقليدية أو المستحدثة.

## 2.3.3 محددات جودة الخدمة المصرفية ومكوناتها

شكل (02-02): محددات جودة الخدمة المصرفية.



(مختارة، 2022، الصفحات 183-184)

تتمثل الجودة المصرفية في البحث عن احتياجات العميل ورغباته المتوقعة والتي تشكل من خبراته السابقة واحتياجاته واتصالاته مع الآخرين ومن ثم العمل على تلبيةها في حدود قدرات المصرف، ويكون تقييم العميل للخدمة المقدمة له من خلال إدراكه لها، فإذا كانت هذه الخدمة المقدمة لا تتطابق وتوقعات العميل فهذا يعني أن جودة الخدمة غير مقبولة وإذا كانت تلي توقعاته فالجودة المقبولة في أما إذا كانت تفوق توقعاته هذا يعني لأن جودة الخدمة المصرفية المقدمة له متميزة.

## 4. علاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتحسين جودة الخدمة

تزايد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في صياغة الحاضر وتشكيل المستقبل، إذ تسعى مختلف المؤسسات بشتى أصنافها إلى التخلص من الأساليب التقليدية المعتمدة في تقديم الخدمات، وأصبح ينظر لها على أنها أداة فعالة لتحقيق أهداف المؤسسة الاقتصادية، وذلك بسبب الفرص والمزايا التي توفرها والتي تؤثر على عناصر أداء المؤسسة، تؤثر على التقليل من التكاليف والتحكم في الأسعار، تؤثر على الإنتاجية والتحكم فيها كما ونوعاً، إضافة إلى تأثيرها على متطلبات الجودة والتميز، وطرق التسليم والدفع، إعداد الفواتير، تقديم الاستشارة، وغيرها من العناصر.

وقد أثرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال ولازالت تؤثر على تحسين جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسات الخدمية، وتجلى ذلك من خلال تحقيق الإيجابيات التالية (فؤاد، 2020، صفحة 88)

- تقريب المؤسسة بخدماتها إلى العميل وتسهيل وصول الخدمة له، وذلك نتيجة تزايد الاعتماد على الخدمات الالكترونية.
- تسهيل الإجراءات الإدارية بين المؤسسة وعملائها خاصة فيما يتعلق بالعقود والوثائق.
- اختصار الكثير من الوقت والجهد واجتناب تعطل مصالح العملاء والمؤسسة على حد سواء.

ومن أجل التحسين والتطوير في جودة خدماتها التي تقدمها تلجأ المؤسسات إلى إدخال واستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والإكثار من تحديثاتها وتطويرها لتواكب متطلبات التغيير في الأنماط الاستهلاكية للعملاء، وهناك ثلاث مداخل يمكن من خلالها للمؤسسة أن تحسن من خدماتها وهي (بوعبد الله و بوبلية، 2021/2020، صفحة 69)

- **تكنولوجيا الأجهزة:** بإدخال أجهزة وآلات ومعدات تقنية متطورة تحقق الاستجابة السريعة والجيدة للعميل.
- **تكنولوجيا البرامج:** عن طريق إدخال أنظمة وبرمجيات وتطبيقات من شأنها أن تحسن من مستوى جودة الخدمة للعملاء.
- **الاعتماد على المدخلين السابقين:** الأجهزة والبرمجيات، كأن يتم تطوير أجهزة تعمل ببرامج خاصة بها تهدف إلى تحسين نوعية الخدمة المقدمة.

## 5. الدراسات السابقة وتميز الدراسة الحالية:

هناك عدة دراسات سابقة تناولت موضوع "دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة في المؤسسات" من زوايا مختلفة، وقد تنوعت هذه الدراسات بين عربية وأجنبية، ومن أهداف دراستنا التعرف على أهم هذه الدراسات، وأهم النتائج التي توصلت إليها، إذ سيتم التعرف على هذه الدراسات من خلال مايلي:

### 1.5. الدراسات السابقة

### ■ الدراسات العربية

دراسة بوصوار فريال وبن حاج شهيناز (2023/2024) بعنوان: "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة" دراسة حالة شركة موبيليس للاتصالات \_ برج بوعريريج وسطيف:

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف العلاقة بين استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتحسين جودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة الاتصالات، إضافة إلى الإجابة عن التساؤلات المطروحة واختبار مدى صحة وصدق الفرضيات من خلال الإشارة إلى الوضع الحالي وتقديم تصور حوله، كذلك محاولة التوصل على مجموعة من النتائج والتوصيات عبر القيام بدراسة ميدانية في مؤسسة موبيليس للاتصالات في الجزائر برج بوعريريج وسطيف. وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي لمعالجة مشكلة دراسة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وجودة الخدمات المقدمة من قبل مؤسسة الاتصالات، فقد توصلت الدراسة إلى أنه رغم بعض الجوانب التي احتاجت إلى تحسين فمعظم موظفي المؤسسة تمتعوا بمعرفة شاملة حول مفاهيم تكنولوجيا الاعلام والاتصال وحرصوا على استخدامها في مختلف عمليات المؤسسة الداخلية والخارجية لكون المؤسسة تتوفر على مختلف الأجهزة الالكترونية وتتلقى الدعم اللازم من الإدارة العليا، وسعيها جاهدة لتقليل الإخطاء، وحرصها على تقديم خدمة عالية الجودة وتلبية رغبات العملاء، أكسبها مستوى مرتفع من الرضا والولاء من قبل عملائها، وأخيرا فقد أوصت الدراسة بإقامة برامج تدريبية متطورة في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال لأجل تأدية العاملين لعمليهم بشكل أكثر دقة، كذلك ضرورة توفير عدد كاف من العمال لديهم الاستعداد الدائم لتقديم الخدمات للعملاء دون ملل، والحرص على تطوير سياسات وإجراءات لحماية بيانات العملاء والتحلي بالقدرة على التعامل معهم برقي واحترام.

دراسة فضيلة عزازية 2020/2019 لمذكرة استكمال متطلبات نيل شهادة ماستر " بعنوان تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على الأداء في المؤسسة الاقتصادية " دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر المديرية العملية قالمة

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تكنولوجيا المعلومات والاتصال بشتى أبعادها ومدى تأثيرها على أداء مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قالمة، حيث استخدمت المنهج الوصفي التحليلي لإتمام هذه الدراسة ومن أهم النتائج التي توصلت إليها أن من أسباب نجاح المؤسسة وتحسن مستوى أدائها معرفة العاملين لكيفية إنجاز أعمالهم استخدامهم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة، إضافة إلى أن لدى مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية قالمة القدرة على تبني أفكار جديدة في العمل، وبناءً على هذه النتائج أوصت الدراسة بمجموعة من الإجراءات كانت أهمها الحرص تعميم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في كافة مؤسسات التراب الوطني بمختلف نشاطاتها وقطاعاتها، إضافة إلى العمل على شحن وإكساب العمال للثقة بأنفسهم ذلك بتنظيم دورات تكوينية عملية من قبل خبراء لا بد للمؤسسة من استقطابهم.

### دراسة الطالبة (جنات جدي) 2018/2019: بعنوان دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة المصرفية" دراسة حالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة:

هدفت الدراسة إلى ضرورة إبراز دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تسهيل المعاملات المالية والمصرفية، والتعرف على أهم التطورات التي أضافتها تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى القطاع المصرفي وآخر التوجهات الحديثة في هذا القطاع والوقوف على مدى وعي بنك الفلاحة والتنمية بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي في هذه الدراسة وذلك باستعراض دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجال العمل المصرفي، وقد توصلت الدراسة إلى أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال من العوامل التي ساهمت في تحسين القطاع المصرفي، ومن خلال ما توصلت إليه الدراسة أوصت بضرورة استفادة البنك من تجارب الدول المتقدمة في هذا المجال ومتابعة آخر التطورات في هذا المجال، كذلك دراسة عقليات العملاء ومساعدتهم على التأقلم مع الخدمات المقدمة بواسطة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال والحرص على كسب رضاهم.

### دراسة الطالبة بصحراوي 2018/2019 بعنوان "أثر جودة الخدمة في تحقيق رضا الزبون" دراسة حالة الديوان الوطني الجزائري للتنشيط والترقية والاشهار السياحي

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة والتعرف على الزبون وطرق قياس كلاهما، كذلك محاولة إبراز الأهمية التي تحظى بها جودة الخدمة في المؤسسة محل الدراسة الديوان الوطني الجزائري للتنشيط والترقية والاشهار السياحي وكذا قياس العلاقة بينها وبين رضا الزبون، وانطلاقاً من طبيعة الدراسة والاهداف التي سعت لتحقيقها استخدمت المنهج الوصفي التحليلي لوصف الظاهرة وتحليل العلاقة بين المتغيرات، فاستنتجت أن المؤسسة سعت لكسب رضا الزبون و المحافظة عليه من خلال تقديم خدمات تطابق تطلعاتهم أو تفوقها، وأن جودة الخدمة تعتبر استراتيجية تحقق رضا الزبون وميزة تنافسية تميز المؤسسة عن غيرها، وأن طرق وقياس رضا الزبون مختلفة ومتنوعة، فبالتالي أهم التوصيات التي جاءت بها الدراسة كانت تنص على مواصلة الاهتمام بالجودة كونها شديدة الأهمية بالنسبة للزبون وكذلك إجراء مقاربات مرجعية بين المؤسسة محل الدراسة والمؤسسات التي تزاوول نفس النشاط للنهوض والارتقاء بالقطاع وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

### دراسة عيسى مرافقة وسهام مخلوف بجوان 2017مجلة الاقتصاد الصناعي بعنوان " أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل ".

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل جودة الخدمة والتعريف بها وعرض أهم الدراسات التي تناولت أبعاده وأشهر نماذج قياسه، وبعدها التطرق لرضا العميل وذلك من خلال محاولة التفصيل إلى رضا العميل، ثم تحليل

العلاقة أو أثر جودة الخدمة على رضا العميل، ومن أهم ما توصلت إليه أن جودة الخدمة مرتبطة بتوقعات ورغبات العملاء وإدراكاتهم للجودة المقدمة، حيث أشارت إلى وجود علاقة وثيقة بين جودة الخدمة ورضا العميل، فكلاهما يقيس الفرق بين الإدراكات والتوقعات، واستنادا لهذا جاءت أوصت بالاهتمام أكثر بالعميل، والعمل على توجيه جهودها لإشباع رغباته، والبحث عن أساليب جديدة لزيادة درجة الرضا والولاء من قبل العميل.

#### ■ الدراسات الأجنبية

**دراسة Auseklis Lichtsteiner, Siddiquee Dnemail Karavdic & Fabian Delafrooz فيفري 2022** مجلة المعلومات والتكنولوجيا بعنوان تأثير تكنولوجيا المعلومات على تقديم الخدمات بين مراكز خدمة العملاء العامة بسويسرا

سعت الدراسة إلى دراسة دور تكنولوجيا المعلومات في تعزيز تقديم الخدمات في مراكز رعاية العملاء في سويسرا، واعتمدت الدراسة في ذلك على تصميم الدراسة الوصفية، من هذا تم التوصل إلى ان استخدام تكنولوجيا المعلومات يؤثر بشكل إيجابي على تحسين تقديم الخدمات في مراكز رعاية العملاء، مما يشير إلى أنه إذا تم تعزيز مستوى الابتكار في عمليات مراكز رعاية العملاء، فإن كفاءة تقديم الخدمة تزداد أيضا، إضافة إلى ذلك فإن تكنولوجيا تتيح لكل من العملاء والموظفين أن يكونوا أكثر فاعلية في تلقي الخدمة وتقديمها، وقد أوصت الدراسة بأن مراكز رعاية العملاء بحاجة إلى التأكد من استخدامها للتكنولوجيا لتحسين تقديم الخدمات، لأن تكنولوجيا المعلومات تعمل على تقليل تكلفة الخدمة وتحقيق دخل إضافي مرتبط بالخدمة للمؤسسات، كذاك يجب على العملاء الاستخدام الكثير للخدمات على الأنترنت لزيادة تقديم الخدمة.

**دراسة Tening Ribowo & Heri Ispriyahadi مارس 2022** مجلة الإدارة

**والأعمال والمحاسبة بعنوان تأثير تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة على رضا العملاء في شركة XYZ**

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة على رضا العملاء في شركة PT,XYZ التي تعمل في مجال القروض عبر الأنترنت، وقد أظهرت نتائج الدراسة أن لمتغيرات تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة تأثيرا معنويا وإيجابيا على رضا العملاء فرديا ومجتمعيا، ويشير هذا إلى أنه كلما تحسنت جودة تكنولوجيا المعلومات والخدمات زادت نسبة رضا العملاء، وبالتالي أوصت الدراسة بإعطاء الأولوية لتكنولوجيا المعلومات المتفوقة وجودة الخدمات لزيادة رضا العملاء، الأمر الذي يزيد من ولاء العملاء.

### 2.5. تميز الدراسة الحالية

#### أوجه التشابه والاختلاف بين الدراسات السابقة:

- تشابهت دراستنا مع دراسة جدي نجاة وبوصوار فريال وبنحاج شهيناز في التطرق لكلا المتغيرين، في حين الدراسات السابقة الأخرى تطرقت لإحدى المتغيرين فقط.
- تطرقت الدراسات السابقة إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال وكذا جودة الخدمة وجودة الخدمة المصرفية، باستثناء دراسة بصحراوي بشرى وعيسى مرزقة وسهام مخلوف التي فصلت في جودة الخدمة ورضا العميل ولم تتطرق لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- اختلفت الدراسات السابقة عن دراستنا بخصوص محل الدراسة حيث تمت بمختلف المؤسسات التي تساعد في إنجاز وإتمام الدراسة، باستثناء دراسة جدي نجاة التي تمت ببنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة المسيلة.
- وظفت الدراسات السابقة المنهج الوصفي التحليلي باستثناء دراسة جدي نجاة ودراسة Auseklis Lichtsteiner ; Siddique Dnemail Karavdic Delafrooz التي وظفت المنهج الوصفي.
- استخدمت أغلبية الدراسات السابقة أداة الاستبيان لجمع البيانات وتحليلها، وكذلك برنامج SPSS باستثناء دراسة بصحراوي بشرى التي اعتمدت المقابلة كأداة لجمع البيانات.

### 3.5 جوانب الاستفادة من الدراسات السابقة:

- استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة بشكل كبير، حيث ساهمت في معالجة الموضوع والتوصل إلى حلول لمشكلة الموضوع، فمن جوانب الاستفادة العلمية للدراسات السابقة ما يلي:
- ساعدت الدراسات السابقة في الحصول على أفكار جديدة وبناء وإثراء الإطار النظري وجعله محتوى قيم.
- تم الاستفادة من الدراسات السابقة في تحسين الأساليب والأدوات المعتمدة في البحث العلمي.
- ساهمت الدراسات السابقة في تحديد الفجوات وتوجيه البحث نحو المسار الأمثل.
- ساعدت كذلك في وضع السياق اللازم للدراسة الحالية وتقديم التوجيهات والتوصيات المبنية على أسس علمية ومنطقية.

## 6. خلاصة الفصل

من خلال ما تم عرضه في الإطار النظري يمكننا استخلاص أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتنفيذها بشكل فعال يساهم في تحويل وتسهيل العمليات وتحسين جودة الخدمة، فهي توفر وسائل فعالة للتواصل والتفاعل بين الأفراد والمؤسسات، كما أنها تساعد في تحسين كفاءة العمليات الداخلية والخارجية للمؤسسة وتقليل الأخطاء والتكاليف الناجمة عن العمل اليدوي، إذ تمكن تكنولوجيا الإعلام والاتصال المؤسسات من تقديم خدمات عالية الجودة للعملاء، وتلبية رغباتهم بشكل جيد من خلال تحليل بياناتهم وتقديم حلول ملائمة.

## الفصل الثالث

---

دراسة ميدانية لبريد الجزائر "مكتب

بريد غليزان" نموذجاً

## 1. تمهيد:

شهد قطاع البريد والمواصلات تطوراً كبيراً وأصبح يحتل مكانة هامة في كل من المجال الاقتصادي والاجتماعي، حيث مسته عدة إصلاحات نتج عنها إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تسمح ببناء دولة معاصرة بتقديم خدمات متطورة ومناسبة للمجتمع تسمى بـبريد الجزائر.

سنتطرق في هذا الفصل إلى الدراسة التطبيقية في مؤسسة بريد الجزائر وذلك لقياس واقع المفاهيم الأساسية في تلك المؤسسة، وكذلك دراسة مدى مساهمة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة، وسيتم الاختبار الميداني للدراسة من خلال ما تم الحصول عليه من معلومات من طرف العمال، وعليه سيأتي طرح هذا الفصل كالتالي:

## 2. نظرة عامة حول مؤسسة بريد الجزائر (فرع غليزان).

## 3. منهجية وأدوات الدراسة.

## 4. دراسة وتحليل نتائج الدراسة.

## 5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.

## 2. نظرة عامة حول مؤسسة بريد الجزائر:

## 1.2. نشأة مؤسسة بريد الجزائر وتطورها :

بعد تقسيم وزارة البريد والمواصلات إلى متعاملين بريد الجزائر واتصالات بريد الجزائر هذا بموجب قانون 3\_2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 نشأت المديرية الولائية للبريد والتكنولوجيا للإعلام والاتصال بموجب المرسوم التنفيذي رقم 3\_233 المؤرخ في 24 جوان 2000 إنشاء المديرية الولائية.

ورثت الجزائر بعد الاستقلال شبكة بريدية لا تغطي كامل التراب الوطني ولا تستجيب لاحتياجات السكان وكان إلزام على الجزائر درء النقص المسجل في عدد العمال بعد مغادرة الأوروبيون المقيمون بالجزائر من خلال توظيف شباب جزائريين ذوي خبرة محدودة من أجل ضمان استمرارية الخدمة.

مع نهاية 1962 كانت الجزائر تحصي 862 مكتب بريد في الخدمة منها 194 في المدن و632 في المناطق الريفية كانت تسجل عدد كبير من المعمرين خلال الاحتلال، وتعرضت أغلب المباني التي كانت تحتض البريد خسائر معتبرة ووجدت الجزائر العاصمة التي كانت تتوفر على 32 مكتب بريد نفسها غداة

الاستقلال محرومة من 18 مؤسسة بريدية لكن بفضل ترخيص البرنامج تم الحصول عليها في إطار مختلف المحطات التنموية.

فمنذ سنة 1965 تم إطلاق عدة مشاريع ترمي إلى تطوير قطاع البريد لاسيما المخطط الثاني وفر وسائل معتبرة بما فيها القروض التي منحت لهذا القطاع، وسمحت الموارد المالية التي استفاد منها القطاع بتوسيع الشبكة.

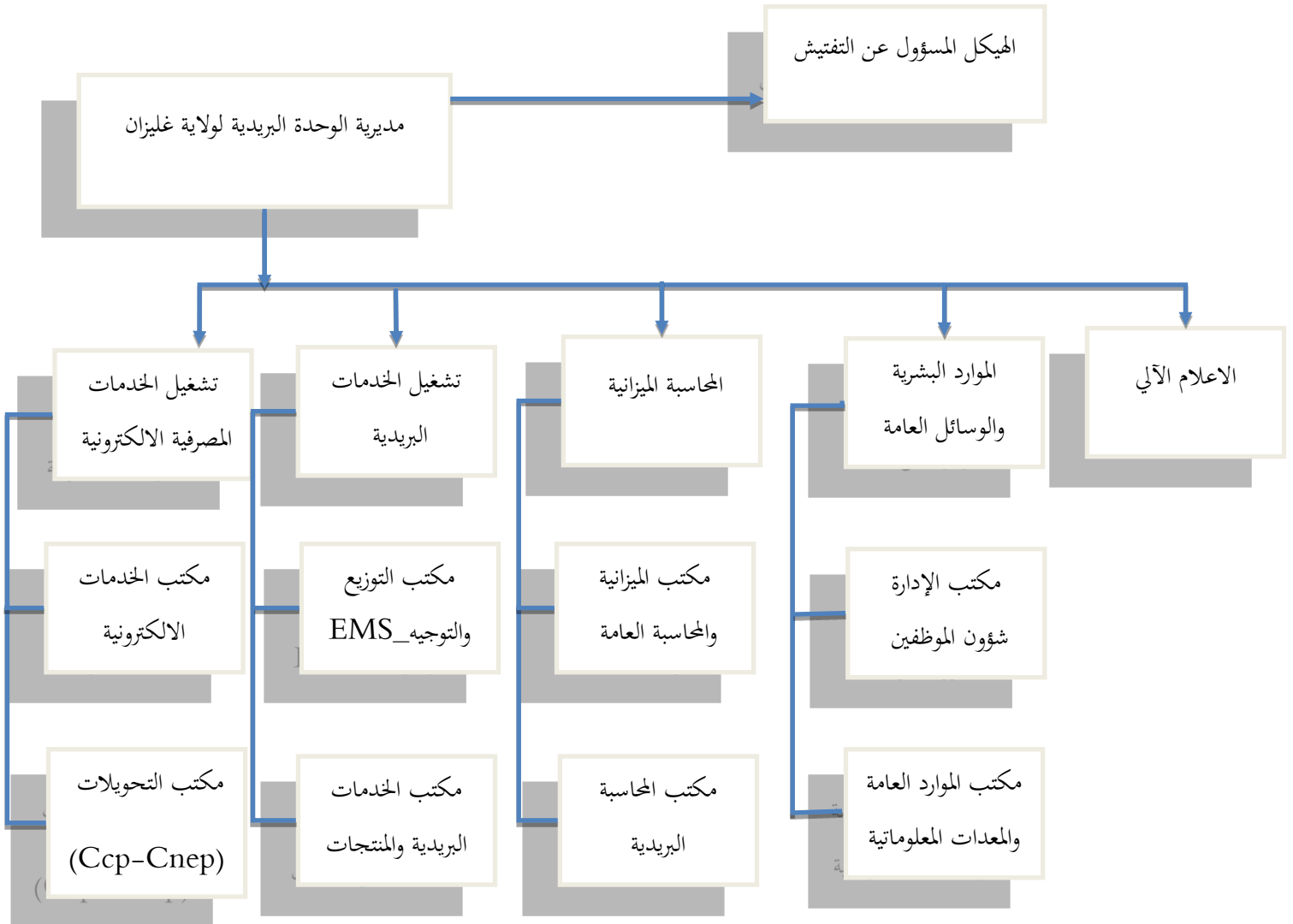
## 2.2. مهام مؤسسة بريد الجزائر:

إن هذا الإطار القانوني كمؤسسة عمومية وكمؤسسة تجارية واقتصادية يؤدي المهام التالية:

- باعتبارها مؤسسة عمومية يجب عليها توفير أحسن الخدمات وبأقل التكاليف للمجتمع لتسمح لكل طبقاته وشرائحه الاستفادة منها.
  - باعتبارها مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري وجب عليها أن تعمل على تخطيط وترقية تنميتها، وتقليل تكاليفها والعمل على الحصول على نتائج إيجابية لمتابعة تطورها.
  - باعتبارها مؤسسة اقتصادية ذات دور حيوي في التنمية الشاملة يجب أن تلعب دوراً محكماً للاقتصاد الوطني من خلال مضاعفة الجهود في مجال البحث والاستثمار، وهذا لتوفير الشروط الضرورية لباقي القطاعات للإقلاع الاقتصادي الشامل.
- إذن فالمؤسسة تبدو متعددة المهام والتوفيق بينها يبدو أيضاً صعب التحقيق لكن كل منها يحمل التزاماً واجب الأداء لكل انشغال.

## 3.2. الهيكل التنظيمي الإداري لمركز البريد

الشكل (03-01): الهيكل التنظيمي الإداري لمركز البريد



المصدر: دليل المؤسسة (2019-2020)

## 4.2. وظائف مصالح البريد

### 1.4.2. البنية الهيكلية لبريد الجزائر:

يحتوي بريد الجزائر على هيكل نظامي يسمح لها بالانتشار والتواجد في كل النقاط عبر القطر الجزائري، ولهذا فقد بنت المؤسسة هيكلها على ثلاث مستويات: المديرية العامة والهيكل المركزية وتسهل على الاشراف العام وتسيير المؤسسة على المستوى المركزي.

المديريات الإقليمية والتي تسهر على تسيير المؤسسة على المستوى الجهوي.  
وحدات الولاية وتتطلع بمهام الاستغلال على المستوى الولائي.

#### الهياكل المركزية:

#### المديرية العامة:

يرأسها مدير عام يسهر على تنفيذ توجيهات وقرارات مجلس الإدارة، معين بمرسوم يحوز المدير العام على كامل السلطات على المستوى الوطني ليقوم بالإدارة والتسيير الإداري، التقني والمالي للمؤسسة حيث يقوم ب:

- إعداد واقتراح التنظيم العام للمؤسسة على مجلس الإدارة للموافقة ليرفع إلى الوزير للمصادقة.
- ممارسة السلطة السلمية على موظفي المؤسسة.
- إمضاء العقود وإجراء الصفقات والمعاهدات والاتفاقيات في إطار القوانين والإجراءات التنظيمية الجاري بها العمل.
- فتح حسابات لمصلحة المؤسسة وتشغيلها على مستوى مركز الصكوك البريدية وعلى مستوى المؤسسات البنكية.
- يمثل المؤسسة في النزاعات أمام القضاء.
- يسهر على احترام التنظيم الداخلي للمؤسسة.
- يمكن أن يفوض بعض السلطات إلى مساعديه.
- يقوم بإعداد الميزانية جدولاً لنتائج الكشف السنوي الخاص بحقوق وديون المؤسسة.
- يقترح على مجلس الإدارة البرامج العامة لاستغلال المشاريع والمخططات والبرامج الاستثمارية، الميزانية التقديرية لاستعمالات وتوزيع النتائج، رزنامة مناصب العمل ونظام الأجور، مشاريع توسيع النشاط.
- وتنقسم إلى قسمين مديريات مكلفة بالبحث والدراسات ومديريات مركزية مكلفة بالإشراف والتنفيذ.

#### مديريات الدراسات:

#### مديريات لتحسين النوعية:

ويتمثل الهدف الرئيسي لها في توفير خدمة ذات نوعية إلى الزبون، ولبلوغ ذلك فإن هذه المديرية مكلفة بما يلي:

- إيجاد نظام لتقييم مستوى الأداء، نوعية الخدمة، وتقييم مستوى الرضا لدى الزبائن.
- تعداد مختلف الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة.

#### مديريات الدراسات الإستراتيجية والتخطيط والتنظيم:

تعمل على ترجمة استراتيجية المؤسسة بتحديد محاور

### مديرية المصالح البريدية والنقدية والمالية

#### مديرية المصالح البريدية:

- تتكفل بالسهر على حسن الأداء للمصالح البريدية على المستوى الداخلي وفي علاقاتها مع الخارج.
- تحضير ومتابعة مخطط التنمية للهيكل القاعدية للبريد و بريد المؤسسات ذات التوزيع الخاص.
- تطوير وترقية البريد الشخصي ذو التوزيع الخاص.
- إعداد البرامج السنوية لإصدار الطوابع البريدية من الحظيرة بسبب التقادم.
- تنفيذ نصوص الاتفاقيات البريدية الدولية والاتفاقات الثنائية والمتعددة المتعلقة بتبادل البعثات والطرود البريدية وإعداد المحاسبة المتعلقة بذلك.

تشتمل هذه المديرية على أربع مديريات فرعية و خلية مكلفة بالبريد السريع

- المديرية الفرعية للبريد والطرود البريدية.
- المديرية الفرعية لتطوير الشبكة البريدية، هواية جمع الطوابع.
- المديرية الفرعية للتجهيزات والبرامج.
- المديرية الفرعية للحسابات البريدية الدولية.
- الخلية المكلفة بالبريد السريع.

#### مديرية المصالح المالية:

تتكفل هذه المديرية بالتنظيم والسهر على حسن الأداء لمختلف المراكز الملحقة بها

- مركز الصكوك.
  - مركز التوفير، مركز الحوالات.
  - إنجاز الدراسات المتعلقة بإعادة التقييم لأرصدة حسابات الصكوك وصندوق التوفير.
  - العمل على تنفيذ المشاريع الهادفة إلى تحسين نوعية الخدمات ورفع الإنتاجية.
  - تأمين الاتصال الدائم مع المديرية العامة لصندوق التوفير، مكتب التبادل الدولي للحوالات ومع الخزينة العمومية ومع البنوك.
  - معالجة مختلف النزاعات القانونية والاستعلامات.
- وتشتمل هذه المديرية على ثلاث مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للدراسات الاقتصادية والمالية.
- المديرية الفرعية لتنظيم وتطوير المراكز المالية.
- المديرية الفرعية لتطوير الخدمات وتحسين النوعية.

#### مديرية المالية والمحاسبة:

- وتتكفل هذه المديرية بإنجاز وتنفيذ السياسات المالي للمؤسسة.
- توحيد مختلف الميزانيات والقيام بالتحليل المالي والمحاسبة للمؤسسة.
- توحيد ومتابعة الميزانيات التقديرية بالتعاون مع مختلف الهياكل.
- متابعة مساهمة المؤسسة في الفروع المنشأة.

تتضمن هذه المديرية على ثلاث مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للمحاسبة.
- المديرية الفرعية للمالية والميزانية.
- المديرية الفرعية للصفقات.

#### مديرية الوسائل العامة:

تتكفل هذه المديرية ب:

- إنجاز والسهر على تطبيق السياسات المتعلقة بالعقارات، النقل، التموين، الصيانة، الحماية والأمن وتشتمل هذه المديرية على ثلاث مديريات فرعية:
- المديرية الفرعية للعقارات المبنية، الحماية والأمن.
- المديرية الفرعية للنقل.
- المديرية الفرعية للتموين.

#### مديرية الموارد البشرية:

وتتكفل هذه المديرية:

- إنجاز والسهر على تطبيق السياسات في مجال تسيير الموارد البشرية، التكوين والشؤون الاجتماعية.
- السهر على تطبيق قانون العمل، قانون الوظيف العمومي.
- المشاركة في إعداد الهيكل التنظيمي للمؤسسة.
- إعداد وتطبيق بنود الاتفاقية الجماعية والنظام الداخلي.

وتشتمل هذه المديرية على ثلاث مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية لإدارة العمال.
- المديرية الفرعية للتنمية والتنظيم.
- المديرية الفرعية للتكوين والوثائق.

**المديرية الفرعية للاستثمارات النقدية والمالية:**

تتكفل هذه المديرية بما يلي:

- التكفل بالنشاطات التسويقية واقتراح خدمات جديدة حسب احتياجات الزبائن وإدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- إعداد مخطط النشاط التجاري لبريد الرسائل، للطرود البريدية والخدمات المصالح المالية.
- القيام بتقييم ومراقبة النجاح في ميدان السياسات التسويقية المقترحة.
- إعداد وتوزيع الدعائم والوثائق الإعلامية على الزبائن.
- إعداد الدراسات بخصوص الأسعار واقتراح التعديلات اللازمة.

وتشتمل هذه المديريات على ثلاث مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للتسويق.
- المديرية الفرعية التجارية.
- المديرية الفرعية للأسعار والتنظيم.

**مديرية الإعلام الآلي وأمن الشبكات:**

وتتكفل هذه المديرية بما يلي:

- إعداد برامج التجهيز لتطوير النظام الإعلامي.
- إنجاز ووضع حيز التطبيق أنظمة الإعلام الآلي الضرورية لتسيير المصالح.
- إنجاز برامج الاستغلال وصيانة الأنظمة المعلوماتية والعمل على تخزينها وحمايتها.
- الإشراف على تسيير ومراقبة مراكز الإعلام الآلي والعمل على تطوير البرامج.
- مراقبة التطور التكنولوجي وترقية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستعملة.

وتشتمل هذه المديرية على ثلاث مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية لأنظمة الحماية في الميدان الإعلامي.

- المديرية الفرعية للدراسات وتطوير أنظمة الاعلام الالي.
- المديرية الفرعية لتكنولوجيات الاعلام والاتصال والشبكة المعلوماتية.

### 3. منهجية الدراسة (الطريقة والأدوات)

#### 1.3. مجتمع الدراسة:

لأجل التعرف على دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة في المؤسسات تم اختيار مجتمع الدراسة من موظفي مؤسسة بريد الجزائر بولاية غليزان، وسنوضح لاحقاً الإطار العام للدراسة ومجموعة الاستبيانات الموزعة والمستردة والقابلة للتحليل الإحصائي وكذا النسب المئوية من إجمالي عدد الاستبيانات الموزعة، بناءً على هذا تم اختيار مكتب بريد غليزان للأسباب التالية:

- سهولة التواصل مع الإدارة والحصول على المعلومات.
- قرب المؤسسة من المقر السكني.
- السمعة الطيبة للمؤسسة والنصائح التي قدمت إلينا خلال التبرص تشير إلى احترافيتها ونزاهتها.

#### 2.3. عينة الدراسة:

تم اختيار عينة قصدية قدرت بـ 60 موظف، وتم توزيع استبيان الدراسة عليهم، واسترجعنا منها 45 وكلها قابلة للدراسة.

#### 3.3. أدوات الدراسة:

يعتبر الاستبيان الأداة المثلى لجمع البيانات الضرورية للرد على الفرضيات المطروحة بالنسبة لدراستنا، حيث تحتوي على مجموعة من الأسئلة المتعلقة بموضوع الدراسة، وقد تم تصميمه بالاعتماد على الدراسات السابقة في نفس المجال.

#### 4.3. تصميم الاستبيان:

تمحورت أسئلتنا حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال وجودة الخدمة، حيث عملنا على طرح أسئلة بسيطة وسهلة الفهم وغير معقدة يمكن لأي موظف الإجابة عنها، جاء في المقدمة مبررات توزيع الاستبيان وطمأنة المستبين بأن المعلومات ستستخدم لأغراض علمية فقط بالإضافة إلى الجامعة التي ننتمي إليها ذلك لزيادة قبول وثقة أفراد العينة وراحتهم، جاء بعدها أسئلة شخصية تخص الموظفين (الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة، الوظيفة) أما القسم الثاني فكان عبارة عن ستة أسئلة تتعلق بتكنولوجيا الإعلام والاتصال، والقسم الأخير كان عبارة عن 14 سؤال بخصوص جودة الخدمة وأبعادها (الملموسية، الإعتمادية، سرعة الاستجابة، الثقة والأمان) واستخدمنا

فيه سلم "ليكاترت الخماسي" أي لإجابة أفراد العينة على الأسئلة ما عليهم سوى وضع علامة X أمام العبارة المناسبة التي تتفق مع رأي الموظف.

الجدول رقم (03-01): درجات سلم ليكاترت الخماسي.

الاستجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

### 5.3 اختبار الصدق والثبات لأداة القياس:

- اختبار صدق الأداة: ولهذا تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين للحكم على صلاحيته كأداة لجمع البيانات وبعد استرجاعه قمنا بإجراء التعديلات المقترحة من المحكمين قبل أن يتم توزيعها على عينة الدراسة.
- اختبار ثبات الأداة: للتأكد من ثبات الدراسة تم استخراج معامل الثبات ألفا كرونباخ وكانت النتائج لمحاو الدراسة والاستبيان ككل كامل هي مبينة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-02): معامل ألفا كرونباخ

البيان	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
تكنولوجيا الإعلام والاتصال	6	0.467
جودة الخدمة	14	0.619
الاستبيان الكلي	20	0.611

المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن قيمة معامل ألفا كرونباخ مقبولة حيث تراوحت بين 0.467-0.619 كذلك كانت قيمة معامل ألفا للاستبيان الكلي تساوي 0.611 وهذا يعني أن معامل الثبات ألفا مقبول مقارنة بالنسبة المقبولة المقدرة ب 60%، مما يعكس صفة الثبات والصلاحية لمحاو وأبعاد الاستبيان.

### 6.3 . الأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل:

للإجابة عن أسئلة الدراسة واختبار صحة الفرضيات تم استخدام أساليب الإحصاء الوصفي والاستدلالي، حيث تم ترميز المعطيات وإدخالها إلى الحاسوب باستخدام البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) نسخة 24، وللإجابة على أسئلة الدراسة واختبار فرضياتها فقد تم استخدام عدّة أساليب إحصائية منها:

- **مُعامل الثبات:** باستخدام معامل كرونباخ ألفا لقياس ثبات عبارات الاستبيان.
- **التكرارات والنسب المئوية:** لوصف الخصائص الشخصية والوظيفية.
- **المتوسّطات الحسابية والانحرافات المعيارية:** لوصف مستوى الموافقة لدى أفراد العيّنة حول متغيّرات الدراسة.
- **تحليل الانحدار الخطّي البسيط:** لاختبار تأثير بين المتغيّر المستقل -تكنولوجيا الإعلام والاتصال- والمتغيّر التابع - جودة الخدمة-.
- **اختبار T.test** للكشف عن الفروق بين المتوسطات لعينتين: تم استخدامه لحساب الفرضية.
- **اختبار تحليل التباين الأحادي (One Way ANOVA):** لاختبار الفروق بين متوسط ثلاث عينات فأكثر، تم استخدامه لحساب الفرضيات.

#### 4. تحليل نتائج الدراسة:

**1.4. تحليل نتائج المعلومات العامة:** تم اختيار مجموعة من المتغيرات الشخصية من أجل بيان بعض الحقائق المتعلقة بالموظفين باستخدام التكرارات والنسب المئوية للأسئلة الخاصة بهذه المتغيرات من خلال المعلومات التي تحصلنا عليها من إجابات عينة الدراسة وتبين لنا النتائج في الجداول التالية خصائص أفراد العينة من حيث: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، عدد سنوات الخبرة، الوظيفة.

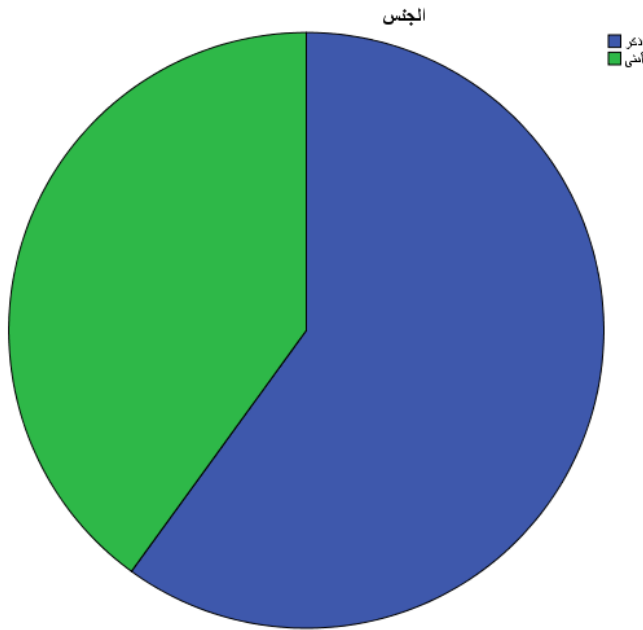
- **الجنس:**

الجدول رقم (03-03): توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
60%	27	ذكر
40%	18	أنثى
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من مخرجات SPSS

الشكل رقم (03-02): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.



المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من معلومات جدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس. من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن نسبة مشاركة الذكور قد احتلت المرتبة الأولى وذلك بنسبة 60 بالمئة، في حين نجد ما نسبته 40 بالمئة حظيت به الإناث وبهذا فإن العينة يغلب عليها الطابع الذكوري.

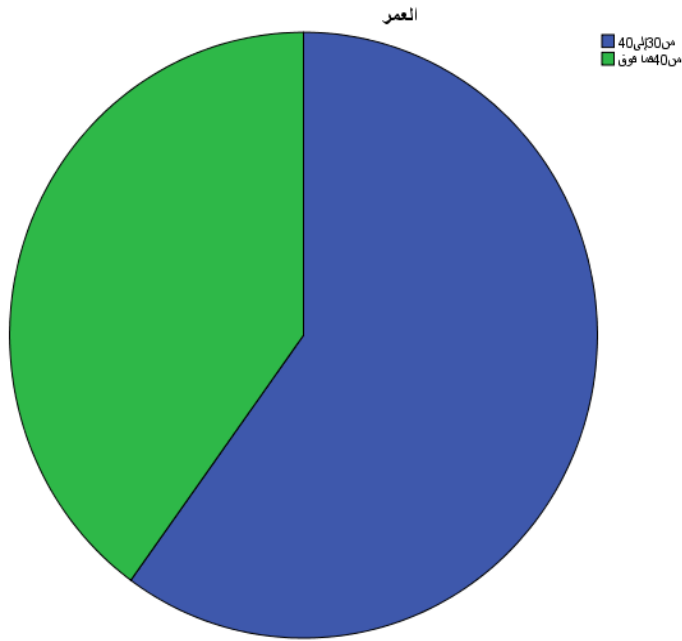
■ العمر:

الجدول رقم (03-04): توزيع أفراد العينة حسب العمر.

النسبة	التكرار	السن
0%	0	أقل من 30 سنة
60%	27	من 30 إلى 40 سنة
40%	18	من 40 فما فوق
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (03-03): توزيع أفراد العينة حسب العمر.



المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من معلومات جدول توزيع أفراد العينة حسب العمر.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن عينة دراستنا تنوعت فيها الفئات العمرية، فبخصوص الفئة الذين أعمارهم تتراوح بين 30 و40 سنة تساوي 60 بالمائة، أي 27 فرداً، يأتي بعدها فئة الذين أعمارهم من 40 سنة فما فوق فكانت نسبتهم 40 بالمائة أي ما يعادل 18 فرداً، وأخيراً نجد أن الأفراد الذين أعمارهم أقل من 30 سنة لم تجب على أسئلة الاستبيان أي 0 بالمائة.

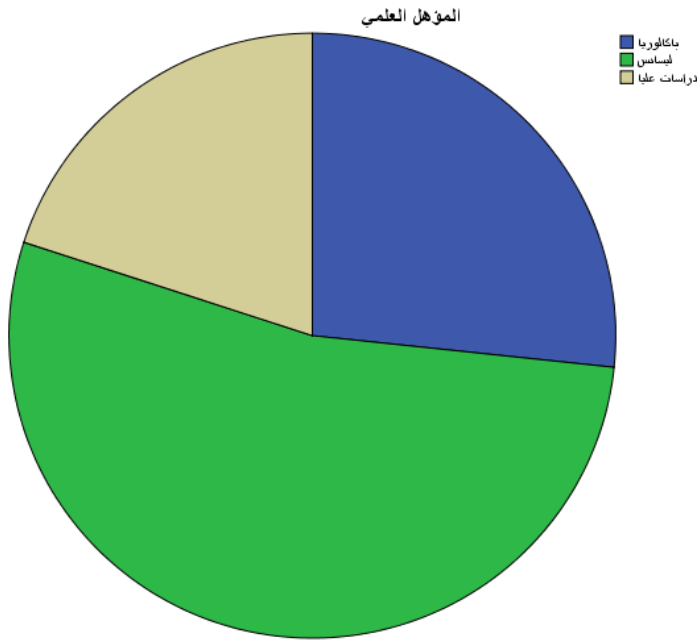
■ المؤهل العلمي:

الجدول رقم (03-05): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
26.7%	12	بكالوريا
53.3%	24	ليسانس
0%	0	ماستر
20%	9	دراسات عليا
100%	45	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (03-04): توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.



**المصدر:** من إعداد الطالبتين انطلاقاً من معلومات جدول توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.

احتل المرتبة الأولى مستوى ليسانس حيث قدرت نسبته بـ 53.3 بالمائة أي ما يعادل 24 فرداً، أي ما يشرح اهتمام المؤسسة بالجانب العلمي للموظفين، يأتي بعدها الموظفون المتحصلون على شهادة البكالوريا بنسبة 26.7 بالمائة أي ما يعادل 12 فرداً وهي أقدم فئة أي العمال الذي تم توظيفهم سابقاً دون اشتراط الشهادات الجامعية المشروطة حالياً، أما بخصوص الدراسات العليا فكانت نسبتها 20 بالمائة ما يعادل 9 أفراد، أما بخصوص مستوى ماستر كانت النسبة 0 بالمائة كذلك يعني أنه لم يتم الإجابة من قبل حاملي شهادة ماستر على أسئلتنا أو أن المؤسسة لا يتواجد فيها موظفين يحملون شهادة ماستر.

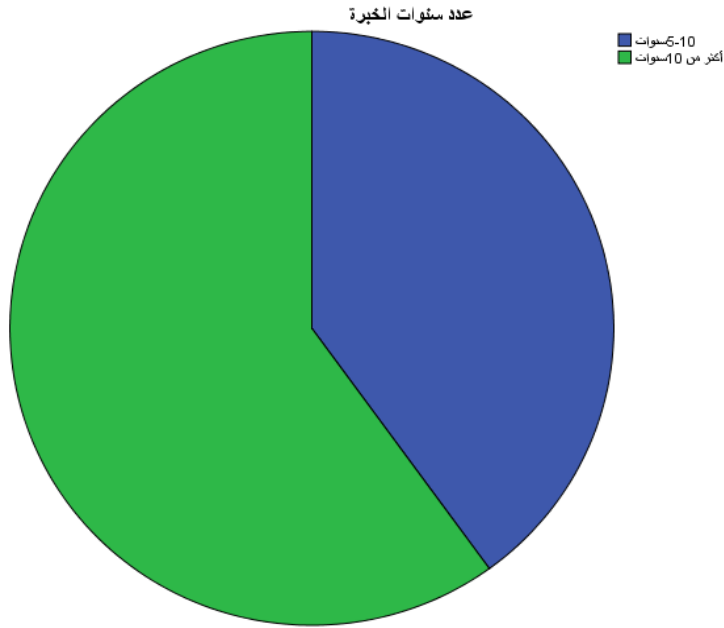
■ سنوات الخبرة:

الجدول رقم (03-06): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة

النسبة	التكرار	سنوات الخبرة
0%	0	أقل من 5 سنوات
40%	18	5 إلى 10 سنوات
60%	27	أكثر من 10 سنوات
100%	45	المجموع

**المصدر:** من إعداد الطالبتين انطلاقاً من مخرجات برنامج SPSS.

الشكل رقم (03-05): توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة.



المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من معلومات جدول توزيع أفراد العينة حسب سنوات الخبرة.

من خلال الشكل أعلاه نلاحظ أن معظم أفراد عينة الدراسة تراوحت نسبة سنوات خبرتهم أكثر من 10 سنوات 60 بالمئة أي ما يعادل 27 فرداً وهنا يتبين أن أغلبية موظفي المؤسسة ذو كفاءة في إنجاز مهامهم، أما بخصوص الفئة التي سنوات خبرتهم تتراوح بين 5 إلى 10 سنوات فقد كانت النسبة 40 بالمئة أي ما يعادل 17 فرداً، وأخيراً الفئة التي سنوات خبرتهم أقل من 5 سنوات فلم تكن هناك أي نسبة في دراستنا ربما ذلك أيضاً لأنه لم يتم الإجابة عن أسئلتنا من طرف هذه الفئة.

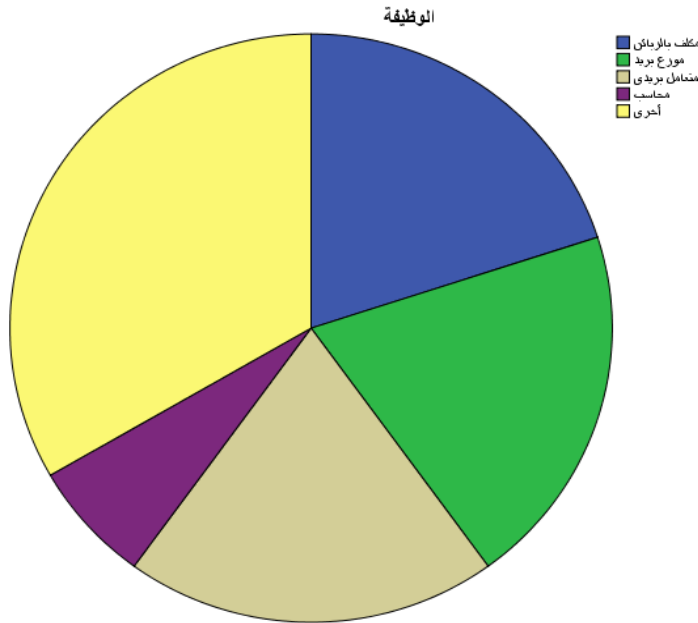
■ الوظيفة:

الجدول رقم (03-07): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة.

الوظيفة	التكرار	النسبة
مكلف بالزبائن	9	20%
موزع بريد	9	20%
متعامل بريدي	9	20%
محاسب	3	6.7%
أخرى	15	33.3%
المجموع	45	100%

المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من مخرجات برنامج SPSS

الشكل رقم (03-06): توزيع أفراد العينة حسب الوظيفة.



المصدر: من إعداد الطالبتين انطلاقاً من معلومات جدول توزيع العينة حسب الوظيفة.

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن وظائف غير محددة احتلت المرتبة الأولى بنسبة 33.3 بالمئة أي ما يعادل 15 فرداً، أما عن المكلفين بالربائين نسبتها 20 بالمئة أي 9 أفراد، كذلك بالنسبة لموزعي البريد تساوت نسبتهم مع نسبة مكلفي الربائين بنسبة 20 بالمئة و 9 أفراد، إضافة إلى متعاملي البريد تساوت مع الوظائف بنسبة النسبة والأفراد، أما بخصوص وظيفة المحاسبة فكانت نسبتها المئوية 6.7 بالمئة أي ما يعادل 15 فرداً.

**2.4. تحليل نتائج عبارات الاستبيان:** لا بد قبل تحليل نتائج العبارات والمتغيرين، التعرف على طريقة التحليل وقراءة النتائج.

ومن أجل تسهيل قراءة وتفسير المخرجات الإحصائية سيتم تقييم المتوسطات الحسابية لإجابات عينة الدراسة اعتماداً على المعادلة التالية:

$$\text{طول الفئة} = (\text{أعلى وزن} - \text{أدنى وزن}) / \text{عدد المستويات}$$

طول الفئة أو المدى (5 - 1 = 4) ثم تقسيمه على عدد مستويات للحصول على طول الفئة، وبالتالي طبقاً لهذا المقياس سيكون طول الفئة: (5 - 1) = 4. 0.8 = 5/4

ثم يتم إضافة هذه طول الفئة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (1) لكي يتم الحصول على أول فئة (1 إلى 1.79) ونفس الشيء للحصول على بقية الفئات. والجدول التالي يوضح المتوسطات الحسابية المرجحة والقراءة المناسبة لكل واحد.

الجدول رقم (03-08): مجال المتوسط الحسابي لكل من المتغيرين

المستوى الموافق له	مجال المتوسط الحسابي المرجح
مرتفع جدا	من 4.21 إلى 5.00
مرتفع	من 3.41 إلى 4.20
متوسط	من 2.61 إلى 3.40
ضعيف	من 1.81 إلى 2.60
ضعيف جدا	من 1 إلى 1.80

المصدر: من إعداد الطالبتين اعتماداً على الأدبيات التطبيقية وعلى مخرجات SPSS

#### 1.2.4 تحليل نتائج متغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

نبدأ بحساب المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري لعبارات متغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-09): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة لمتغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
مرتفع جدا	0.344	4.87	تعتمد مؤسستكم في إنجاز مهامها على تكنولوجيا الإعلام والاتصال
مرتفع جدا	0.495	4.60	تتوفر مؤسستكم على أجهزة وحواسيب بشكل كافي
مرتفع جدا	0.447	4.73	تمتلك مؤسستكم قواعد بيانات ملازمة لتقديم خدماتها الكترونيا
مرتفع جدا	0.405	4.80	توفر مؤسستكم حوافز مادية ومعنوية لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لرفع مستوى الرضا الوظيفي
مرتفع جدا	0.405	4.80	تقوم مؤسستكم بتحديث وتطوير الأجهزة والمعدات الخاصة بتكنولوجيا الإعلام

		الاتصال باستمرار	
مرتفع جدا	0.252	4.93	تقوم المؤسسة بدورات تكوينية مستمرة لتدريب اطاراتها على التقنيات المستحدثة والمطورة
مرتفع جدا	0.391	4.788	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة حول متغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال في بريد الجزائر كانت إيجابية بدرجة عالية بالنسبة لمعظم عبارات المتغير، حيث بلغ متوسط آرائهم 4.788 أي مرتفع جدا لانتمائه إلى المجال (من 4.21 إلى 5.00) وبذلك تدخل ضمن الفئة الخامسة ويكون اتجاه اجابتها "موافق بشدة" وهو ما يدل على أن معظم آراء الأفراد تميل إلى الموافقة بشدة حول كل العبارات، مع انحراف معياري قدره 0.391 مما يشير كذلك إلى عدم تشتت الآراء حول العبارة، ويثبت هذا أنه يوجد استخدام جيد لتكنولوجيا الاعلام والاتصال في مؤسسة بريد الجزائر.

انطلاقاً من هذه النتائج التي تم استخراجها من برنامج SPSS وبناء على المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري، وبما أن الانحراف المعياري أقل من الواحد، نستنتج أن أفراد العينة موافقون وبنسبة مرتفعة جدا حول استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة بريد الجزائر.

#### 2.2.4 تحليل نتائج متغير جودة الخدمة.

الجدول رقم (03-10): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري والدرجة لمتغير جودة الخدمة

المستوى	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
الملموسية			
مرتفع	0.405	4.20	تستخدم مؤسستكم في إداء الخدمة معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة
مرتفع جدا	0.618	4.40	التصميم الداخلي للمؤسسة يوفر جو مريح للعمال
مرتفع	0.757	4.20	تهتم المؤسسة بالنظافة والإضاءة والتكييف وتوفير بيئة مادية مناسبة

مرتفع جدا	0.780	4.27	محتوى الموقع الالكتروني للمؤسسة منظم من السهل تصفحه
مرتفع جدا	0.64	4.26	المجموع
<b>الاعتمادية</b>			
منخفض	0.688	2.27	تقدم المؤسسة خدمات خالية من الأخطاء
منخفض	0.688	2.27	تتسم المؤسسة بمقدرتها على تقديم الخدمة دون انقطاع
مرتفع جدا	0.889	4.40	تحرص المؤسسة على حل مشكلات العملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة
منخفض	0.755	2.98	المجموع
<b>سرعة الاستجابة</b>			
مرتفع جدا	0.477	4.67	تتمتع المؤسسة بسرعة الاستجابة في المواعيد حسب حاجات العملاء
مرتفع جدا	0.447	4.27	يسعى عمال المؤسسة الى مساعدة العملاء في حل المشكلات التي تواجههم دون أي اعدار
مرتفع جدا	0.505	4.53	يتم الاستجابة الفورية لحاجات العملاء في المؤسسة
مرتفع جدا	0.476	4.49	المجموع
<b>الثقة والأمان</b>			
مرتفع جدا	0.798	4.33	سلوك العاملين اتجاه العملاء يشعرهم بالأمان والثقة في المؤسسة
مرتفع جدا	0.495	4.40	العاملين في المؤسسة لديهم المعرفة والخبرة العالية للإجابة على استفسارات العملاء

مرتفع جدا	0.495	4.40	تولي المؤسسة بالسرية للمعلومات الخاصة للعملاء
مرتفع جدا	0.863	4.27	تقوم المؤسسة بالتعويض للعميل في حالة حدوث خطأ
مرتفع جدا	0.662	4.35	المجموع
مرتفع جدا	0.180	4.062	المجموع الكلي

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية المستخرجة من استجابات أفراد عينة الدراسة على كل عبارة من عبارات متغير جودة الخدمة وكل بعد من أبعادها. نلاحظ أن مجموع المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية كانت مرتفعة جدا فقد تنتمي إلى المجال [من 4.21 إلى 5.00] الذي يشير إلى الدرجة المرتفعة للمتغير، حيث قدر المتوسط الحسابي بـ 4.062 والانحراف المعياري بـ 0.180، أما إذا تطرقنا إلى الأبعاد فنلاحظ أن الآراء حولها كانت مرتفعة جدا باستثناء بعد الاعتمادية الذي قدر فيه المتوسط الحسابي بـ 2.98 وانحرافه المعياري 0.755 وبذلك يدخل ضمن الفئة الثانية أي اتجاه اجابتها منخفض (غير موافق)، لكن مقارنة بالأبعاد الأخرى لا يؤثر بشكل كبير على مؤسسة بريد الجزائر.

انطلاقاً من هذه النتائج التي تم استخراجها من برنامج SPSS وبناء على المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري العام، نستنتج أنه يوجد مستوى جيد من الموافقة على عبارات هذا المتغير.

## 5. اختبار الفرضيات:

## 1.5. اختبار الفرضية الأولى: والتي نصت على:

- يوجد استخدام جيد لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة بريد الجزائر.

لاختبار صحة هذه الفرضية تم استخدام الأساليب الإحصائية المناسبة والمتمثلة في المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، كما هو موضح في الجدول رقم (03-09) بناء عليه وجدنا مستوى مرتفع من استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة بريد الجزائر، وبالتالي نقبل الفرضية.

## 2.5. اختبار الفرضية الثانية: والتي نصت على:

- يوجد مستوى جيد من جودة الخدمة في مؤسسة بريد الجزائر حسب آراء العاملين.

لاختبار صحة الفرضية كذلك تم حساب المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل عبارات متغير جودة الخدمة، ثم المتوسطات والانحرافات لكل بعد، ثم المتوسط والانحراف العام لمتغير جودة الخدمة، كما هو موضح في الجدول رقم (03-10) والذي يبين وجود مستوى جيد من جودة الخدمة في مؤسسة بريد الجزائر حسب رأي العاملين، ما يؤكد قبول الفرضية.

## 3.5. اختبار الفرضية الثالثة: ونصت على ما يلي:

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha \leq 0.05$ ) لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمة في مؤسسة بريد الجزائر.

ولاختبار صحة الدراسة تم استخدام معامل الانحدار لمعرفة آثار المتغير المستقل على المتغير التابع، ونتائجه موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (03-11): قيم معاملات خط الانحدار المعاملات<sup>3</sup> Coefficients

مستوى الدلالة Sig.	قيمة t	معاملات قياسية Coefficients standardisés	معاملات غير قياسية Coefficients non standardisés		النموذج
		Bêta	Erreur standard	B	
0.001	3.711		13.142	48.765	الثابت (Constante)
0.540	0.617	0.0.94	0.457	0.282	المتغير المستقل استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال

a. المتغير التابع جودة الخدمة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على مخرجات SPSS

من خلال نتائج تحليل الانحدار البسيط لقياس أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على جودة الخدمة، يظهر أن ثابت خط الانحدار يساوي 48.765 والذي يمثل قيمة B بالجدول، وبلغت الدلالة الإحصائية Sig (0.001) وهي مقبولة لأنها أقل من 0.05 فتصبح معادل خط الانحدار مبدئياً هي:  $Y=a+bX$  وبتعويض القيم نجد المعادلة التالية:

$$Y = 48.765 + 0.282 X$$

حيث أن X يمثل المتغير المستقل استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال و Y يمثل المتغير التابع جودة الخدمة نستنتج من معادلة خط الانحدار أن زيادة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال ولو بقيمة 1 ستزيد جودة الخدمة بقيمة 0.282. وهذا ما يؤكد فرضية الدراسة القائلة بوجود أثر ذو دلالة احصائية لاستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال على جودة الخدمة في مؤسسة بريد الجزائر.

#### 4.5 اختبار الفرضية الرابعة: إذ نصت على:

- توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى في إدراك ( $\alpha=0.05$ ) العاملين لمفهوم جودة الخدمة تبعا للمتغيرات الديمغرافية (الجنس، المؤهل العلمي، سنوات الخبرة، الوظيفة، العمر).

ولاختبار صحة هذه الفرضية تم احتساب كل ما يلي:

#### 14.5. اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

الجنس:

الجدول رقم (03-12): قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير الجنس

النتيجة	مستوى الدلالة sig	قيمة ت	الطريقة المعتمدة	الإناث		الذكور	
				الانحراف المتوسط	الانحراف المتوسط	الانحراف المتوسط	الانحراف المتوسط
دال عند 0.05	0.001	-1.169	T.test	2.890	57.67	4.215	56.33

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت ب 0.001 وهي أصغر من قيمة الدلالة 0.05، أي توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة تبعا لمتغير الجنس ولصالح فئة الإناث.

### 2.4.5 اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

العمر:

الجدول رقم (03-13): قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

العمر.

الخاصية	الطريقة المعتمدة	مستوى الدلالة sig	النتيجة
السن	ANOVA	0.134	غير دال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت بـ 0.134 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05 رفض أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة تبعا لمتغير العمر.

### 3.4.5 اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

المؤهل العلمي:

الجدول رقم (03-14): قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

المؤهل العلمي.

الخاصية	الطريقة المعتمدة	مستوى الدلالة sig	النتيجة
المستوى التعليمي	ANOVA	0.226	غير دال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت بـ 0.226 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة تبعا لمتغير المؤهل العلمي.

## 4.4.5 اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

سنوات الخبرة:

الجدول رقم (03-15): قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

سنوات الخبرة.

الخاصية	الطريقة المعتمدة	مستوى الدلالة sig	النتيجة
الخبرة	ANOVA	0.085	غير دال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت بـ 0.085 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة تبعاً لمتغير سنوات الخبرة.

## 5.4.5 اختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية في إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

الوظيفة:

الجدول رقم (03-16): قيم مستوى الدلالة لإجابات أفراد العينة حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة حسب متغير

الوظيفة.

الخاصية	الطريقة المعتمدة	مستوى الدلالة sig	النتيجة
المسمى الوظيفي	ANOVA	0.775	غير دال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات SPSS

نلاحظ من خلال الجدول قيمة ثابت الدلالة Sig قدرت بـ 0.775 وهي أكبر من قيمة الدلالة 0.05، أي لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة ( $\alpha=0.05$ ) حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة تبعاً لمتغير الوظيفة.

إذا لا توجد فروقات ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha=0.05$ ) حول إدراك العاملين لمفهوم جودة الخدمة تبعاً للمتغيرات الديمغرافية باستثناء الجنس، وعليه نرفض الفرضية باستثناء متغير الجنس.

**6. خلاصة الفصل:**

تم من خلال هذا الفصل التعرف على مؤسسة بريد الجزائر- فرع غليزان- وكذا هيكلها التنظيمي، واعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي من خلال إعداد الاستبيان وتوزيعه على العاملين في مؤسسة بريد الجزائر بولاية غليزان وتحليله بالأساليب الإحصائية المناسبة، وتم عرض نتائج الدراسة وتحليلها وبناء عليها تم اختبار فرضيات الدراسة.

## الفصل الرابع

---

### الخاتمة العامة

## 1. الخاتمة:

من خلال المذكرة التي قمنا بها حاولنا التطرق قدر الإمكان وتسليط الضوء على كل ما يخص تكنولوجيا الإعلام والاتصال، التي ترتبط بتقنية الاتصالات والمعلومات الدقيقة من خلال التعرف على دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة. التي تعتبر مجموعة من المعايير والمقاييس التي تحدد مدى رضا العميل عن الخدمة المقدمة، لذا يجب على المؤسسات التي تسعى لتحقيق التميز في خدماتها أن تستثمر بشكل مستمر في تطوير واستخدام تقنيات الإعلام والاتصال، وأن تبقى على إطلاع دائم بأحدث التطورات في المجال، وذلك لتضمن تقديم خدمات عالية تلي توقعات واحتياجات العملاء المتزايدة.

أما في الفصل الثالث، فقد تم التطرق للدراسة التطبيقية التي تمت بمؤسسة بريد الجزائر "فرع غليزان"، والتي كانت لمعرفة أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة خدماتها. في الأخير تم استنتاج عدة نتائج نذكر منها ما يلي:

## 2. نتائج الدراسة:

## 1.2 نتائج الدراسة التطبيقية:

من خلال هذا البحث تم استخلاص مجموعة من النتائج أهمها:

- تعتمد مؤسسة بريد الجزائر في أداء نشاطها على استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أمثلة ذلك: موقع [www.poste.dz.com](http://www.poste.dz.com)، شبكة الأنترنت الداخلية، البطاقة الذهبية.... إلخ.
- يدرك العاملون في مؤسسة بريد الجزائر وجود مستوى جيد من الخدمة.
- يوجد تأثير فعال لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة ما ساهم في ارتفاع مستوى أداء المؤسسة.
- وجود مستوى جيد من جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر - فرع غليزان -.
- يؤدي المزج بين استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوفير الموظفين المؤهلين للتعامل مع هذه الوسائل الى أداء فعال.
- تعمل المؤسسة جاهدة على جعل تقنية تكنولوجيا الإعلام والاتصال عامل أو أداة مهمة في أداء عملياتها.

## 2.2 النتائج النظرية:

- تتسم تكنولوجيا الإعلام والاتصال بخصائص عديدة يتطلبها ويفرضها الوقت الحالي، مما يجعل امتلاكها من طرف المؤسسات أمر أساسي لتحقيق أدنى أهدافها، والهدف الرئيسي تحقيق جودة في الخدمة المقدمة التي تكيلها رضا من قبل العملاء.

- يتطلب توفير خدمات ذات جودة للعملاء، الاعتماد على عدة طرق وأساليب في وقتنا الحالي ما دفع المؤسسات اللجوء إلى تقنية الإعلام والاتصال التي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من المؤسسات بشتى أنواعها وقطاعاتها.
- حيث إدراك العميل بأن المؤسسة تتبنى تكنولوجيا الإعلام والاتصال في عملياتها، لا يصبح لديه شك في جودة الخدمات المقدمة له.

### 3. التوصيات:

- على المؤسسات أن تقوم بالاستغلال الأمثل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، وتحاول قدر الإمكان الاستفادة منها إيجاباً.
- العمل على تدريب وتكوين اليد العاملة المستخدمة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، لتفادي هدر الوقت في استيعاب هذه التقنية وعدم استغلالها بالشكل المرغوب بسبب جهل طريقة استخدامها.
- ضرورة زيادة تطوير قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال للوصول إلى الأهداف المرجوة بسهولة أكثر ولزيادة رضا الزبون أي تحقيق جودة في خدمة المؤسسات.
- تعميم استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في جميع مهام المؤسسة لتخفيض التكاليف وكذا مزايا أخرى.
- ينبغي على المؤسسة أن تقوم بتوعية موظفيها بالتكلفة العالية لتقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والأهداف المرجوة من القيام به، ألا وهو تحقيق جودة في الخدمة المقدمة للعملاء، حتى تتكاثف جهودهم لتحقيق هذه الأهداف.
- ربط استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بأهداف ذات بعد إيجابي للمؤسسة، وليس فقط بغيت تحسين الأداء الإداري لها.
- لا بد على المؤسسة تقديم خدمات دون انقطاع وخالية من الأخطاء.

### 4. آفاق الدراسة:

- في الأخير نأمل أن نكون قد أحطنا بكل جوانب الموضوع وأزلنا بعض الغموض، إلا أننا نترك المجال مفتوحاً أمام من لديه رغبة في الاستمرار من خلال اقتراح المواضيع التالية للبحث:
- دراسة أثر الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الأداء المالي للمؤسسة.
- جودة الخدمة ودورها في كسب رضا الزبون.
- تأثير الابتكار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الاقتصاد والمجتمع.

# قائمة المراجع

---

## ■ المجالات:

1. ربيحة نبار، (2018/12/30)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال - الخصائص والتأثيرات، الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 9(2)، صفحة 88-95.
2. ليلي بوحديد، (2017،12،25)، دور استخدام المعلومات والاتصال في تحسين الأداء المالي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجلة الحقيقة (41)، صفحة 874-893.
3. عبد الحكيم عمارية، ورشيدة سبتي، (سبتمبر، 2018)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحثمية التحول الالكتروني للمؤسسات، مجلة الباحث للعلوم الإنسانية والاجتماعية (135)، صفحة 969-982.
4. غانية مزيان، وربيع أحمد بن يحيى، (2022/09/01)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على تنمية الموارد البشرية، مجلة الاقتصاد الجديد، 13(2)، صفحة 596-616.
5. بلخير عمومن، وأمين عزري، (2022/09/01)، أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسات الاقتصادية، مجلة المستدامة، 5(2)، صفحة 996-1016.
6. حوة فاطيمة، (2020/07/15)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمؤسسة الجزائرية، مجلة علوم المكتبات، علم الأرشيف وعلم المكتبات، 4(1)، صفحة 113-130.
7. د. ربيع نجم الدين الجعفري، (ديسمبر، 2021)، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تحسين جودة الخدمات المصرفية (دراسة تطبيقية على المصارف التجارية الليبية)، مجلة القرطاس (16)، صفحات 458-485.
8. امينة ساهل، ومحمد بوسنة، (2022)، مزايا تكنولوجيا المعلومات وأهمية الاستثمار فيها، دراسات اقتصادية، 16(1)، صفحات 172-186.
9. محمد بن مهريس، وعبد العليم التاوتي، (2021/01/27)، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في جودة الخدمة، مجلة دراسات العدد الاقتصادي، 12(1)، صفحة 601-617.
10. عمر علي بابكر الطاهر، ونزار بن عبد الله، (2019/12/02)، "أثر جودة الخدمات المصرفية على رضا العملاء" دراسة ميدانية: المصارف التجارية بمحافظة الدرب - المملكة العربية.
11. بن ساعد فاطمة، (2023/01/26)، جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون، مجلة الابتكار والتسويق، 10(1)، صفحة 133-153.
12. رعد عدنان رؤوف، (2018)، دور أبعاد جودة الخدمات في تعزيز قيمة الزبون، تنمية الرافدين، 37(119)، صفحات 26-42.
13. نور الدين كروش، ليلي أولاد براهيم، وجمال دقيش، (2020/01/31)، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على تحسين جودة الخدمة المصرفية، مجلة البحوث والدراسات العلمية، 14(1)، صفحة 158-175.
14. عثمان مختارية، (2022/12/30)، جودة الخدمة المصرفية وأثرها على رضا العملاء دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بنك لولاية عين تموشنت فرع حمام بوحجر، مجلة دفاتر بوادكس، صفحات 180-192.
15. عنون فؤاد، (2020/05/31)، إسهامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة العمومية (دراسة حالة - بلدية وادي العلايق)، مجلة التنمية والاقتصاد التطبيقي، 4(1)، صفحة 83-96.

## ■ الكتب:

1. أ. خالد منصر، (2016)، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وإغتراب الشباب، الجمهورية اللبنانية، دولة الإمارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.

2. سالم محمد عبود، وأحمد محمد فهمي سعيد البرزنجي، (2017)، دراسات وأبحاث في جودة تسويق الخدمات المصرفية، شارع المتنبي - الفرع المجاور لمطبعة الأشبال، بغداد: دار الدكتور للعلوم الإدارية والاقتصادية.
3. منصور علي احمد عامر، (2021)، تقييم أثر الرقابة الداخلية في تحقيق جودة الخدمة المصرفية، صنعاء، الجمهورية اليمنية: الأكاديمية العربية للعلوم المالية والمصرفية.

■ المذكرات:

1. فضيلة عزازيية، (2019-2020)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على الأداء في المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر المديرية العلمية - قالمة - جامعة 8 ماي 1945 قالمة.
2. جميلة بوعبد الله، وبشرى بويلية، (2020-2021)، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة في المؤسسة، جيجل.

■ مراجع الأجنبية:

- 1-Auseklis Lichtsteiner, Siddiquee Dnemaili Karavdic & Fabian Delafrooz, february 2022, influence of Information Technology on service Delivery among the Public Customer Care in Switzerland
- 2-Tening Ribowo & Heri Ispriyahadi, march 2022, The Effect of Information Technology and Service Quality on Customer Satisfaction at XYZ Company

# الملاحق

---

الملحق رقم 01: استبيان الدراسة.

جامعة أحمد زبانة غليزان

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

استمارة استبيان

تحية طيبة وبعد:

أضع بين أيديكم الكريمة هذه الاستبانة والخاصة بدراسة: "دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تحسين جودة الخدمة"، وذلك من أجل نيل شهادة الماستر في علوم التسيير، تخصص: إدارة الأعمال، بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير (غليزان).

وعليه فنرجو منكم التعاون معنا قدر المستطاع، عبر الإجابة عن الأسئلة الواردة في هذا الدليل، وذلك بوضع (X) في المكان الذي يناسب وجهة نظركم علما بأن جميع المعلومات ستكون سرية ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

وتقبلوا خالص التحية والتقدير

إشراف الأستاذة:

أ. دبالي سهام

إعداد الطالبتين:

جادواحي وردة

بوشامة فاطمة الزهراء

السنة الجامعية: 2024-2025

## الجزء الأول: البيانات الشخصية

ضع (X) أمام الخيار الذي توافق عليه:

## المحور الأول: معلومات عامة

1. الجنس: ذكر  أنثى
2. العمر: أقل من 30  من 30 إلى 40  من 40 فما فوق
3. المؤهل العلمي: بكالوريا  ليسانس  ماستر  دراسات عليا
4. عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات  5 سنوات-10 سنوات  أكثر من 10 سنوات
5. الوظيفة: مكلف بالزبائن  موزع بريدي  متعامل بريدي  محاسب  أخرى

## الجزء الثاني: تكنولوجيا الاعلام والاتصال وجودة الخدمة

المحور الأول: تكنولوجيا الاعلام والاتصال							
الرقم	العبرة	مرافق بشدة	مرافق	موافق	محايد	غير موافق	غير بشدة
1	تعتمد مؤسساتكم في انجاز مهامها على تكنولوجيا الاعلام والاتصال						
2	تتوفر مؤسساتكم على أجهزة وحواسيب بشكل كافي						
3	تمتلك مؤسساتكم قواعد بيانات ملازمة لتقديم خدماتها الكترونيا						
4	توفر مؤسساتكم حوافز مادية ومعنوية لاستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال لرفع مستوى الرضا الوظيفي						

					تقوم مؤسستكم بتحديث وتطوير الأجهزة والمعدات الخاصة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال باستمرار	5
					تقوم المؤسسة بدورات تكوينية مستمرة لتدريب اطاراتها على التقنيات المستحدثة والمطورة	6
المحور الثاني: جودة الخدمة						
غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	العبرة	الرقم
1-الملموسية						
					تستخدم مؤسستكم في أداء الخدمة معدات وأجهزة تكنولوجية حديثة	1
					التصميم الداخلي للمؤسسة يوفر جو مريح للعمال	2
					تتمم المؤسسة بالنظافة والإضاءة والتكييف وتوفير بيئة مادية مناسبة	3
					محتوى الموقع الالكتروني للمؤسسة منظم من السهل تصفحه	4
2-الاعتمادية						
					تقدم المؤسسة خدمات خالية من الأخطاء	1
					تتمم المؤسسة بمقدرتها على تقديم الخدمة دون انقطاع	2
					تحرص المؤسسة على حل مشكلات العملاء حول الخدمات المقدمة لهم بسهولة	3

3- السرعة والاستجابة					
					1 تتمتع المؤسسة بسرعة الاستجابة في المواعيد حسب حاجات العملاء
					2 يسعى عمال المؤسسة الى مساعدة العملاء في حل المشكلات التي تواجههم دون أي اعذار
					3 يتم الاستجابة الفورية لحاجات العملاء في المؤسسة
4- الثقة والأمان					
					1 سلوك العاملين اتجاه العملاء يشعروهم بالأمان والثقة في المؤسسة
					2 العاملين في المؤسسة لديهم المعرفة والخبرة العالية للإجابة على استفسارات العملاء
					3 تولي المؤسسة بالسرية للمعلومات الخاصة للعملاء
					4 تقوم المؤسسة بالتعويض للعميل في حالة حدوث خطأ

الملحق 2: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لمتغير تكنولوجيا الإعلام والاتصال

Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type	N
R6	4.87	.344	45
R7	4.60	.495	45
R8	4.73	.447	45
R9	4.80	.405	45
R10	4.80	.405	45
R11	4.93	.252	45
D1	28.73	1.250	45

الملحق 3: المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لجودة الخدمة

Statistiques descriptives

	Moyenne	Ecart type	N
--	---------	------------	---

R12	4.20	.405	45
R13	4.40	.618	45
R14	4.20	.757	45
R15	4.27	.780	45
R16	2.27	.688	45
R17	2.27	.688	45
R18	4.40	.889	45
R19	4.67	.477	45
R20	4.27	.447	45
R21	4.53	.505	45
R22	4.33	.798	45
R23	4.40	.495	45
R24	4.40	.495	45
R25	4.27	.863	45
D2	56.87	3.763	45

الملحق 4: اختبار الانحدار لحساب الفرضية الثالثة.

**Coefficients<sup>a</sup>**

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Erreur standard	Bêta		
1	(Constante)	48.765	13.142	3.711	.001
	D1	.282	.457	.094	.617

a. Variable dépendante : D2

الملحق 5: اختبار الفرضية الرابعة.

**Statistiques de groupe**

	SEX	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
D2	1	27	56.33	4.215	.811
	2	18	57.67	2.890	.681

**Test des échantillons indépendants**

Hypothèse de	Test de Levene sur l'égalité des variances		Test t pour égalité des moyennes				
	F	Sig.	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Différence erreur standard
variances égales	13.109	.001	-1.169	43	.249	-1.333	1.140

Hypothèse de variances inégaies			-1.259	42.941	.215	-1.333	1.059
---------------------------------------	--	--	--------	--------	------	--------	-------

**ANOVA**

D2

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Inter-groupes	32.033	1	32.033	2.330	.134
Intragroupes	591.167	43	13.748		
Total	623.200	44			

**ANOVA**

D2

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Inter-groupes	42.575	2	21.287	1.540	.226
Intragroupes	580.625	42	13.824		
Total	623.200	44			

**ANOVA**

D2

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Inter-groupes	1.200	1	1.200	.083	.775
Intragroupes	622.000	43	14.465		
Total	623.200	44			

**ANOVA**

D2

	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
Inter-groupes	112.800	4	28.200	2.210	.085
Intragroupes	510.400	40	12.760		
Total	623.200	44			