

جامعة غليزان

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم التسيير

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التسيير  
تخصص: إدارة أعمال

دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البريدية

**The role of information technology in improving the  
quality of postal services**

تحت إشراف:

عامري رضوان

من إعداد الطالبين:

نورين مصطفى

عدة سالمي

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا

جامعة غليزان

أستاذ محاضر أ

قداري أحمد

مشرفا

جامعة غليزان

أستاذ

عامري رضوان

مناقشا

جامعة غليزان

أستاذ محاضر ب

نعاس مريم نجاة

السنة الجامعية: 2024/2023



## شكر وتقدير

الحمد لله نحمده حمدا كثيرا على نعمه التي لا تعد ولا تحصى ومنها

أنه خلصنا بفضله هذا، اعترافا منا بالفضل وتقديرا للجميل،

لا يسعنا ونحن ننتهي من إعداد هذه المذكرة الا وأن نتوجه بشكرنا

وامتنانا إلى:

الأستاذ والمشرف الدكتور "عامري رضوان" لتكرمه بقبول الإشراف على

هذه المذكرة وللجهد الكبير والوقت الثمين الذي بذله من خلال

توجيهاته ومتابعته لنا، من بداية هذه المذكرة حتى إكمالها وخروجها

إلى النور جزاء الله كل خير وجعله في ميزان حسناته.

كما نتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى لجنة المناقشة على مجهوداتهم

المبذولة في قراءة وقبول مناقشة هذا العمل، لكم مني جزيل الشكر.

أتقدم بشكري أيضا إلى كل من عمال بريد الجزائر ولاية غيليزان على

مساعدتنا وحتى البحث معنا عن كل الجوانب التي تمس دراستنا.

## الإهداء

الحمد لله حمدا يليق بجمال وجهه وعظيم سلطانه انه لا يسعني في هذا

المقام الا ان اهدي ثمرة جهدي الى:

**"من قال فيهما الرحمان وبالوالدين احسانا"**

والديا حفظهما الله وأطال في عمرهم

زوجتي وقرّة عيني ابني " آدم " حفظهما الله.

أحب الناس إلي وأغلى هدية وهبها الله عز وجل

**"أخواتي وإخوتي"**

وكل أفراد عائلة "نورين".

**نورين مصطفى**

بسم الله الرحمن الرحيم، والصلاة والسلام على من لا نبي بعده،

سيدنا وحبينا محمد،

اللهم صل وسلم وبارك عليه،

سبحان الذي علمنا ما لم نكن نعلم وهدانا

برحمته الواسعة التي وسعت كل شيء

إلى والديّ الكريمين وكل العائلة

إلى زوجتي الذي كانت لي سندا وعونا لانجاز هذا البحث

إلى زينة الحياة الدنيا أولادي

إلى أصدقائي ورفقاء دربي

إلى كل من كان لهم اثر على حياتي، وإلى كل من احبهم قلبي

ونسيهم قلبي.

إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل

من قريب ومن بعيد أهدي ثمرة جهدي.

**عدة سالمى**

## ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على استخدام دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات بأبعادها المتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) في مديرية الخدمات البريدية غليزان، حيث اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتعد الاستبانة هي أداة الدراسة المستخدمة، حيث تكون مجتمع الدراسة من العاملين في مديرية الخدمات البريدية غليزان، و بلغ عدد عينة 30 عاملا من المؤسسة محل الدراسة.

توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج كان أهمها: بأنه يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات مديرية الخدمات البريدية غليزان، ويوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات وأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) سواء بشكل جزئي مع كل بعد لوحده، أو مع جميع الأبعاد مجتمعة.

أوصت الدراسة مجموعة من التوصيات أهمها: تحقيق جودة الخدمة عن طريق تطبيقات تكنولوجيا المعلومات لا بد أن يمر عبر اكتساب هذه التطبيقات وإدماج الأفراد وتدريبهم وتكوينهم جميعا، كما أوصت بزيادة الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات كأداة لتحقيق الجودة.

**كلمات مفتاحية:** تكنولوجيا المعلومات، جودة الخدمة، مديرية الخدمات البريدية غليزان.

## **Abstract**

This study aimed to identify the use of the role of information technology in improving the quality of services with its dimensions (tangibility, reliability, responsiveness, security, empathy) in the Directorate of Postal Services in Wilaya Relizane. This study followed the descriptive analytical approach, and the questionnaire is the study tool used, The study population consisted of workers in the Postal Services Directorate in Wilaya Relizane, and the sample number was 30 workers in the company that under study.

The study found several findings, most notably: that there is an impact of the use of information technology in improving the quality of services of the Glazan Postal Services Directorate, and there is an impact of the use of information technology and the service quality dimensions of (tangible, reliable, responsive, safe, empathetic) either partially with each dimension alone, or with all dimensions combined.

The study recommended a set of recommendations, the most important of which: The quality of service is achieved by means of the application of information technology, It must go through the acquisition of these applications and the integration, training and composition of individuals, and also must Increased attention to information technology as a quality tool.

**Keywords:** Information Tecnology , Quality of Service, Gelezan Postal Services Directorate.

فهرس المحتويات

أ	..... الشكر والتقدير:
ب-ج	..... الإهداء:
د	..... الملخص باللغة العربية:
هـ	..... الملخص باللغة الأجنبية:
و	..... فهرس المحتويات:
ز-ح	..... قائمة الجداول:
ط	..... قائمة الأشكال:
ي	..... قائمة الملاحق:
2	..... الفصل الأول: مقدمة عامة
7	..... الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة
60	..... الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية وتحليل البيانات
96	..... الفصل الرابع: الخاتمة، النتائج والمقترحات
99	..... قائمة المراجع:
102	..... قائمة الملاحق:

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
12	نسبة التحسن في الأداء عند استخدام التكنولوجيا	الجدول رقم (1.2)
16	تطور عصر المعلومات	الجدول رقم (2.2)
19	مصادر المعلومات	الجدول رقم (3.2)
44	مؤشرات تقييم جودة الخدمة	الجدول رقم (4.2)
71	توزيع الفقرات على أبعاد المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات)	الجدول رقم (1.3)
71	توزيع الفقرات على أبعاد المتغير التابع (جودة الخدمة)	الجدول رقم (2.3)
72	طريقة تفسير قيم المتوسطات الحسابية	الجدول رقم (3.3)
73	نتائج اختبار قيم ثبات الدراسة " معامل الثبات ألفا - كرونباخ "	الجدول رقم (4.3)
74	معاملات الارتباط بين فقرات تكنولوجيا المعلومات والدرجة الكلية للمحور	الجدول رقم (5.3)
75	معاملات الارتباط بين ابعاد جودة الخدمة والدرجة الكلية	الجدول رقم (6.3)
76	نتائج اختبار التوزيع الطبيعي	الجدول رقم (7.3)
76	تحليل خصائص العينة-الجنس	الجدول رقم (8.3)
77	تحليل خصائص العينة-السن	الجدول رقم (9.3)
78	تحليل خصائص العينة-المستوى_التعليمي	الجدول رقم (10.3)
79	تحليل خصائص العينة-الخبرة المهنية	الجدول رقم (11.3)
81	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات تكنولوجيا المعلومات	الجدول رقم (12.3)
82	نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات جودة الخدمة	الجدول رقم (13.3)
87	نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة	الجدول رقم (14.3)
88	نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات والملموسية	الجدول رقم (15.3)

89	نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات والاعتمادية	الجدول رقم (16.3)
91	نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات والاستجابة	الجدول رقم (17.3)
92	نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات والامان	الجدول رقم (18.3)
93	نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات والتعاطف	الجدول رقم (19.3)

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الفصل - رقم الشكل
13	سلسلة القيمة	الشكل رقم (1.2)
15	العلاقة بين البيانات والمعلومات	الشكل رقم (2.2)
19	تأثير المستوى الإداري على كل من مصدر المعلومة وكيفية تقديمها	الشكل رقم (3.2)
29	نموذج البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات	الشكل رقم (4.2)
42	مفهوم جودة الخدمة	الشكل رقم (5.2)
64	الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات البريدية غليزان	الشكل رقم (1.3)
77	تحليل خصائص العينة-الجنس	الشكل رقم (2.3)
78	تحليل خصائص العينة-السن	الشكل رقم (3.3)
79	تحليل خصائص العينة-المستوى التعليمي	الشكل رقم (4.3)
80	تحليل خصائص العينة-الخبرة المهنية	الشكل رقم (5.3)

قائمة الملاحق

العنوان	رقم الملحق
وثائق مقدمة من طرف المؤسسة	(01)
الاستبيان	(02)
مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية spss	(03)

الفصل الأول

---

# مقدمة عامة

## 1. تمهيد

أطلق كثير من المفكرين والباحثين على العصر الحالي بعصر المعلومات والمعرفة بعد أن تداخلت أنواع المعلومات ومجالاتها في جميع الجوانب الحياتية المعاصرة، وإن معرفة المنظمة لا تعبر عن تكتيكات وعلوم مادية ملموسة، وإنما هي تعبير عن جميع المظاهر السلوكية لهذه المنظمات، ومن الباحثين من يؤكد على أن قيمة منظمات اليوم تكمن في موجوداتها غير المادية، أو أن الخاصية الرئيسة لهذه المنظمات تكمن في إدارتها لهذه الموارد، والذي يتمثل بإدارة المعلومات التي تمتلكها، ولذلك تسعى إدارة المنظمة إلى توظيف تكنولوجيا المعلومات في مساعدتها على تحقيق الفعالية في أوجه أنشطتها المختلفة.

وتعد صناعة خدمات البريدية الإلكترونية أحد أهم نتائج التطور العلمي والتكنولوجي المعاصر، كما أنها تُعد أحد أهم ملامح النهضة الاقتصادية، فالثورة التكنولوجية الحديثة وما صاحبها من انتشار في استخدام الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات لجميع الصناعات وبمعدلات سريعة دفع منظمات الأعمال الراغبة في البقاء إلى تبني التكنولوجيا في تسيير أعمالها، وكان قطاع الاتصالات من القطاعات السبّاقة في هذا المجال، والتي تبنت استخدام تكنولوجيات عديدة لتحسين أدائها وتحسين جودة الخدمات المقدمة من قبلها وتحقيق أهدافها بفعالية عالية والارتقاء بمستوى خدماتها وتحسين أدائها للعملاء وتطويرها والعمل على ارضائهم وكسب ولائهم لها.

ومؤسسة بريد الجزائر هي من المؤسسات التي تسعى لمواكبة هذا التطور استفادت من تمويل مشاريعها، واستحداث خدمات جديدة عن طريق تكنولوجيا المعلومات، وذلك من عدة لتحديث خدماتها خلال تجديد مكاتب البريد وتزويدها بمعدات ووسائل حديثة، ورغم كل هذه الإصلاحات إلا أن المؤسسة مازالت تشهد بعض الاختلالات في خدماتها.

## 2. صياغة الإشكالية:

مما سبق تم طرح التساؤل التالي الذي اعتبرناه كمشكلة بحثية لهذه الدراسة:

إلى أي مدى يساهم استخدام تكنولوجيا المعلومات في مديرية خدمات البريدية بغليزان في تحسين جودة الخدمة المقدمة؟

## 3. الأسئلة الفرعية

- هل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الملمومسية في مديرية الخدمات البريدية بغليزان؟
- هل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاعتمادية في مديرية الخدمات البريدية بغليزان
- هل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاستجابة في مديرية الخدمات البريدية بغليزان؟
- هل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الامان في مديرية الخدمات البريدية بغليزان؟
- هل يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين التعاطف في مديرية الخدمات البريدية بغليزان؟

## 4. صياغة الفرضيات

- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الملمومسية في مديرية الخدمات البريدية بغليزان.
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاعتمادية في مديرية الخدمات البريدية بغليزان.
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاستجابة في مديرية الخدمات البريدية بغليزان.
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الامان في مديرية الخدمات البريدية بغليزان.
- يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات في تحسين التعاطف في مديرية الخدمات البريدية بغليزان.

## 5. أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى:

- دراسة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات، وبين تحسين جودة الخدمات المقدمة في مديرية البريد بغيليزان.

- محاولة التوصل إلى مجموعة من النتائج والتوصيات من خلال الدراسة الميدانية التي سيقوم بها الطالبين على مديرية الخدمات البريدية محل الدراسة بغية تحقيق الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات ومن أجل تحسين جودة الخدمات المقدمة فيها.

- الكشف عن مجالات استخدام تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحسين جودة الخدمة لإرضاء الزبون.

- الكشف عن أنواع تكنولوجيا المعلومات المستخدمة في المؤسسة.

- التعرف على دور التي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في تقديم وعرض المعلومات والخدمة.

## 6. أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الموضوع في رصد الدور الذي يمكن أن تلعبه تكنولوجيا المعلومات باعتبارها عملية اجتماعية وذلك في تحسين جودة الخدمة للمؤسسة بهدف إرضاء الزبائن ومواجهة المنافسة الشديدة في السوق، إذ أصبحت هذه التكنولوجيا من المتطلبات الحديثة التي تتميز بها كافة المؤسسات فهي ضرورية في ظل التغير السريع للمعرفة وكذلك لتلبية شروط المعرفة، وهذا لأن لتحسين الخدمة له أهمية كبيرة بالنسبة للمستهلكين في كل المنظمات باختلاف نشاطها، ولاكتساب رضا الزبون وضمان استمراريته تعامله مع المؤسسة.

## 7. أسباب ودافع اختيار الموضوع

إن اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن عشوائياً بل كان نتيجة لعدة أسباب نوجزها في النقاط التالية:

### 1.7. الأسباب الذاتية:

■ الميل الشخصي لمعالجة هذا النوع من الموضوعات التي تتعلق بتكنولوجيا المعلومات.

- دخول موضوع البحث ضمن التخصص مع رغبتى الطالبين في الاطلاع أكثر على هذا الموضوع والتعرف على المفاهيم المتعلقة به.
  - الشعور بالأهمية لهذه المواضيع خاصة مع التطورات العلمية والتوجهات الحديثة التي شهدتها العصر الحالي في استخدام هذه التكنولوجيا ولوجها في المؤسسات.
  - أهمية تكنولوجيا المعلومات بالنسبة للفرد والمجتمع.
  - تطوير المعارف والمكتسبات الشخصية.
- 2.7. الأسباب الموضوعية:

- القيمة العلمية للموضوع باعتبار أن تكنولوجيا المعلومات من الوسائل التي تساعد على تطوير المؤسسة.
- محاولة إثراء المكتبة بهذا النوع من الدراسة خاصة عن تكنولوجيا المعلومات التي تستخدم في المؤسسة.
- كون تكنولوجيا المعلومات أصبح من بين أهم العوامل الأساسية لنجاح وبقاء المؤسسات.
- تزايد الدور التي تلعبه تكنولوجيا المعلومات في مختلف جوانب إدارة المؤسسات الجزائرية.
- الرغبة في دراسة الموضوع والتعرف على التكنولوجيا الحديثة في مديرية الخدمات البريدية بغليزان) وكيفية مساعدتها في تحسين جودة خدماتها.

## 8. حدود الدراسة

تتمثل حدود الدراسة كما يلي:

- الحدود المكانية: تم إجراء الدراسة الميدانية باستبيان موجه لعمال مديرية الخدمات البريدية بغليزان.
- الحدود الزمانية: معطيات الدراسة تم جمعها من خلال إجراء استبيان خلال شهر ماي 2024 .
- متغيرات الدراسة: تتمثل في تكنولوجيا المعلومات كمتغير مستقل، وجودة الخدمة كمتغير تابع.
- عينة الدراسة: عينة من عمال مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان.

## 9. منهج الدراسة

لإجابة على إشكالية الدراسة وتساؤلات ومن أجل الوصول إلى أهداف الدراسة اعتمدنا على منهجين، المنهج الوصفي التحليلي في جميع المعطيات والبيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة موضوع البحث، وذلك بالاعتماد على مجموعة من الكتب والمقالات العلمية والدراسات السابقة، والرسائل الجامعية أما بالنسبة للجزء

التطبيقي فقد تم الاعتماد على منهج دراسة حالة مديرية الخدمات البريدية غليزان من خلال استخدام العينات والذي يعتمد على استبيان للحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بالموضوع البحث ومن أجل الإجابة الدقيقة على كافة الأسئلة الفرعية اعتمدنا على البرنامج الإحصائي **spss** قصد الحصول على تحليل ومعالجة معطيات الاستبيان.

## الفصل الثاني

---

### الإطار النظري والدراسات السابقة

## 1. تمهيد

أحدثت التطورات التقنية الحديثة التي يشهدها العالم ثورة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على مدى السنوات القليلة الماضية مما أدى إلى ظهور تغييرات نوعية في العديد من أوجه الحياة و بوتيرة عالية، حيث مهدت الطريق لعملية الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، وقد أخذت هذه الثورة تترك آثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق كما ونوعاً، وكان الأساس في ثورة تكنولوجيا المعلومات هو التلاقي والتزاوج الذي تم بين عتاد وأجهزة الكمبيوتر و البرمجيات وكذا شبكات الاتصالات، وعلى مدى نصف القرن العشرين و بداية الألفية الثالثة ارتقت هذه التكنولوجيا خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر و الأسرع و الأكفأ، و الأسهل استخداماً.

## 2. الإطار العام لتكنولوجيا المعلومات

قبل التطرق والخوض في تكنولوجيا المعلومات سنحاول التعرف على أهم المصطلحات ذات الصلة بالموضوع وذلك بتناول كل مصطلح على حدا رغم تداخل بعضها ببعض، وعليه سنتطرق لكل من المصطلحات التالية للتكنولوجيا والمعلومات.

### 1.2. ماهية التكنولوجيا

تعتبر التكنولوجيا من أحدث الأدوات للمنظمات والإدارات بل حتى الحكومات وأصبح مفهومها مرتبط بتطور وتقدم المجتمعات، فهي تعتبر الأداة الأكثر مساهمة وبطريقة مباشرة في بناء مجتمع جديد ينطوي على أساليب وتقنيات جديدة، وفي هذا الجزء سوف نتناول المفاهيم المتعلقة بالتكنولوجيا وكذا مختلف التعاريف لها ثم نرجع على مراحل تطورها ثم أهم أنواعها وفي الأخير أهميتها ودورها الاستراتيجي في المنظمة.

#### 1.1.2. مفهوم التكنولوجيا

تعد التكنولوجيا من أكثر الألفاظ شيوعاً واستخداماً في عصرنا- حتى من قبل المواطن العادي- مما زاد في اللبس والغموض اللذين يكتنفانه، حتى أصبح له معاني كثيرة ومفاهيم مختلفة ومتناقضة حسب مستخدم اللفظ (محمود علم الدين، 1990، صفحة 15).

فقد تعددت التعاريف التي أعطيت لهذا المصطلح إلا أنه ما زال الغموض يشوبه إلى حد كبير، فالكثير يستخدمونه دون العناية بتحديد معناه أو مضمونه.

ومن ناحية المدلول اللغوي " يرجع أصل كلمة تكنولوجيا (Technology) إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما وتعني (Techno) التشغيل الصناعي، و الثاني (Logos) أي العلم أو المنهج، لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي " ( محمد الصيرفي، 2009، صفحة 13).

كما يلاحظ أنه هناك اختلاط - خاصة في اللغة الفرنسية - بين لفظ تقنية **Technique** ولفظ تكنولوجيا **Technologie** الأول لفظ قديم والثاني حديث نسبياً، والتقنية هو الأسلوب (أو الطريقة) الذي يستخدمه الإنسان في إنجاز عمل أو عملية ما، أما التكنولوجيا فهي "علم الفنون والمهن" **"La science des arts et métiers"** ودراسة خصائص المادة التي تصنع منها الآلات والمعدات، فقد ظهر استخدام لفظ التكنولوجيا في العصور الحديثة وبالأخص بعد ظهور الثورة الصناعية عندما بدأت الآلة تأخذ مكانتها البارزة في مجال الإنتاج الصناعي (محمود علم الدين، 1990، الصفحات 16-17).

- يعرف المعجم (Webster) التكنولوجيا بأنها: " اللغة التقنية، والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، فضلاً عن كونها مجموعة من الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة البشر ورفاهيتهم. أما التقنية كما يوردها المعجم ذاته بأنها أسلوب أو طريقة معالجة التفاصيل الفنية، أو طريقة لا إنجاز غرض منشود " ( غسان قاسم داود اللامي، 2007، صفحة 22).

- يقترح **Guy Deniérou** تعريف التكنولوجيا بأنها: " اسم العلم الذي يهتم ويتعلق بالمنتجات والإجراءات،

وفي صناعة الإنسان " (OLATS (l'Observatoire Leonardo des Arts et des Techno-Sciences),

Definition de la Technologie.)

- هناك من يعرفها بأنها: " هي الجهد المنظم الرامي إلى استخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات الإدارية أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع" (جمال أبو شنب، 1999، صفحة 28).

- كما تم تعريفها على أنها: "دراسة للوسائل الفنية التي تشمل كل موضوعات الثقافة المادية، وهي لذلك

تتضمن كل ما يقدمه العالم الطبيعي من أمور مادية" (علي غربي و يمينة نزار، 2002، صفحة 17)

نجد أن تعريف التكنولوجيا يتراوح بين (الاستخدام العام للمعرفة) إلى (عالم الفنون الصناعية) و (الأدوات بما فيها الآلية) ولكنها تشمل أيضاً الأدوات العقلية مثل لغات (العقول المبرمجة) والتحليل المعاصر والتقنيات الرياضية والتطبيقات المنظمة للمعرفة العلمية على المهام العملية بل يوجد من عرف التكنولوجيا بأنها (قواعد نمو المستقبل). (عزت محمد جرادات و صادق إبراهيم عودة، 2007، صفحة 137).

من خلال ما جاء في هذه التعاريف يلاحظ بأن هناك بعض هذه التعاريف ركزت على الجانب المادي والذي يشمل جميع الآلات والمعدات وكذلك الإنشاءات الهندسية والفنية المختلفة من جهة وأهملت الجانب الثاني الذي ركزت عليه تعاريف أخرى ألا وهو الجانب الفكري والذي يضم مجموعة الأسس المعرفية والتقنية والمنهجية التي هي وراء إنتاج الجانب المادي، وأفضل التعاريف هي الشاملة التي لم مل الجانبين معاً وأوضحت بأن الجانبين والعنصرين معا يمتزجان ويتداخلان ويتكاملان وبينت بأن غياب أحد العنصرين يسقط إمكانية وجود الآخر بصفة منفردة.

### 2.1.2. مراحل تطور التكنولوجيا

مرت التكنولوجيا كغيرها من جوانب المعرفة الإنسانية، عبر مراحل تطور تاريخية امتدت لمدة طويلة من الزمن وأهمها: ( غسان قاسم داود اللامي، 2007، صفحة 29)

- مرحلة الصناعات اليدوية (Handicraft)؛
- مرحلة الآلية أو المكننة (Mechanization)؛
- مرحلة الإنتاج الواسع (Mass Production)؛
- مرحلة التحكم الآلي أو الأتمتة (Automation)؛
- مرحلة التحكم الذاتي (Cybernation)؛

والشيء الملاحظ في أيامنا هذه أن جميع مراحل التكنولوجيا أعلاه هي مستخدمة وفي مختلف المجتمعات الإنسانية وفي مختلف مجالات الحياة أيضاً، رغم التطورات التي طرأت على المراحل الأولى من التطور، كما أن استخدام الحاسب والتقنيات الحديثة أدى إلى تأثير كبير في عمل المنظمات المعاصرة، إذ غزى وبشكل مكثف ومتزايد في جوانب الأداء الفني والإداري في المنظمات حسب مستويات استخدامها للتكنولوجيا.

### 3.1.2. أنواع التكنولوجيا:

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها ما يلي: (لمين علوطي، 2004، الصفحات 9-11)

- على أساس درجة التحكم، نجد هناك :

1. التكنولوجيا الأساسية: وهي التكنولوجيا الشائعة والتي تمتلكها المؤسسات الصناعية، وتتميز بأن درجة التحكم فيها كبيرة جداً.

2. تكنولوجيا التمايز: وهي عكس النوع السابق، حيث تملكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية وهي التكنولوجيا التي تميزها عن بقية منافسيها المباشرين.

- على أساس موضوعها، وهناك :

1. تكنولوجيا المنتج : وهي التكنولوجيا المحتواة والمتضمنة في الأصل أي المنتج النهائي والمكونة له.

2. تكنولوجيا أسلوب الإنتاج : وهي تلك المستخدمة ضمن عمليات الصنع، وعمليات التركيب والمراقبة.
3. تكنولوجيا التسيير: وهي المستخدمة في معالجة مشاكل التنظيم، وتسيير تدفقات الموارد، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية (نظم دعم القرارات، نظم دعم المديرين وغيرها).
4. تكنولوجيا التصميم: وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة، كالتصميم بمساعدة الحاسوب.
5. تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها، كما تتزايد أهميتها باستمرار نظرًا للدور الذي تلعبه في عملية التسيير.

#### ■ على أساس أطوار حياتها:

حيث أن التكنولوجيا تمر بعدة مراحل ( الانطلاق، النمو، النضج والزوال ) ووفقا لذلك تنقسم إلى:

1. تكنولوجيا وليدة؛

2. تكنولوجيا في مرحلة النمو؛

3. تكنولوجيا في مرحلة النضج.

#### ■ على أساس محل استخدامها:

1. تكنولوجيا مستخدمة داخل المؤسسة: وتكون درجة التحكم فيها ذات مستوى عال من الكفاءة

والخبرة ويفضلها تكون المؤسسة مستقلة عن المحيط الخارجي.

2. تكنولوجيا مستخدمة خارج المؤسسة: وعدم توفر هذه التكنولوجيا داخل المؤسسة لأسباب أو أخرى،

يجعلها ترتبط بالتبعية للمحيط الخارجي، من موردي أو مقدمي تراخيص استغلالها.

#### ■ على أساس كثافة رأس المال:

1. التكنولوجيا المكثفة للعمل: وهي تلك التي تؤدي إلى تخفيض نسبة رأس مال الوحدة من الإنتاج، فيما

يتطلب زيادة في عدد وحدات العمل اللازمة لإنتاج تلك الوحدة، ويفضل تطبيقها في الدول ذات

الكثافة السكانية والفقيرة في الموارد ورؤوس الأموال.

2. التكنولوجيا المكثفة لرأس المال: وهي التي تزيد من رأس المال اللازم لإنتاج وحدة من الإنتاج مقابل

تخفيض وحدة عمل، وهي تناسب في الغالب مع الدول التي تتوفر على رؤوس أموال كبيرة.

3. التكنولوجيا المحايدة: هي تكنولوجيا يتغير فيها معامل رأس المال والعمل بنسبة واحدة، لذلك فإنها

تبقى على المعامل في أغلب الأحيان بنسبة واحدة.

■ على أساس درجة التعقيد:

1. التكنولوجيا ذات الدرجة العالية: وهي التكنولوجيا شديدة التعقيد، والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلالها إلا بطلب المعونة من صاحب البراءة.
2. التكنولوجيا العادية: وهي أقل تعقيداً من سابقتها، ويمكن للفنيين والمختصين المحليين في الدول النامية، استيعابها إلا أنها تتميز أيضاً ب ضخامة تكاليف الاستثمار، والصعوبات التي تصادف الدول النامية في الحصول على براءتها مع المعرفة الفنية.

#### 4.1.2. الأهمية والدور الاستراتيجي للتكنولوجيا في المؤسسة

تحتل التكنولوجيا دورًا حيويًا في مختلف المؤسسات لمساهمتها في تحقيق الأداء المتميز ولدورها الفعال في تحسين وتعزيز ديمومة مراكزها التنافسية مما يؤكد ضرورة مواكبة المنظمة للتغيرات والمستجدات التكنولوجية السريعة والهائلة في ميادين العمليات، وقد حققت التكنولوجيا عدة فوائد للمؤسسة نذكر منها على سبيل المثال لا للحصر ( غسان قاسم داود اللامي، 2007، الصفحات 41-44).

➤ تقليل تكاليف العمل؛

➤ زيادة المبيعات؛

➤ المساهمة في تحسين الجودة؛

➤ تسريع أوقات تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات العمل و التأخيرات في العمل؛

➤ تحسين الظروف البيئية إذ تساهم في القضاء على الضوضاء فضلاً عن تقليل نسب التلوث البيئي بشكل كبير؛

الإبداع التكنولوجي الذي ساهم بالتحول من الإنتاج الواسع إلى الإنتاج وفقاً لطلبات الزبائن والتي تتطلب

الاعتماد على نظم إنتاج ذات مرونة عالية تساعد في تقديم منتجات متميزة؛

➤ تساعد على الاختراعات والتجديدات والإبداعات في السلع والخدمات والوسائل والعمليات لإشباع الحاجيات

والرغبات التي هي في تطور دائم؛

➤ تساعد على تحقيق الميزة التنافسية وكذا المحافظة على البقاء والاستمرارية.

و بتحقيق التكنولوجيا لمجموعة الفوائد المذكورة وغيرها فهي تعمل بشكل مباشر و غير مباشر في الرفع من الأداء

الداخلي للمؤسسات كما هو مبين في الجدول الآتي:

الجدول رقم (1.2): نسبة التحسن في الأداء عند استخدام التكنولوجيا

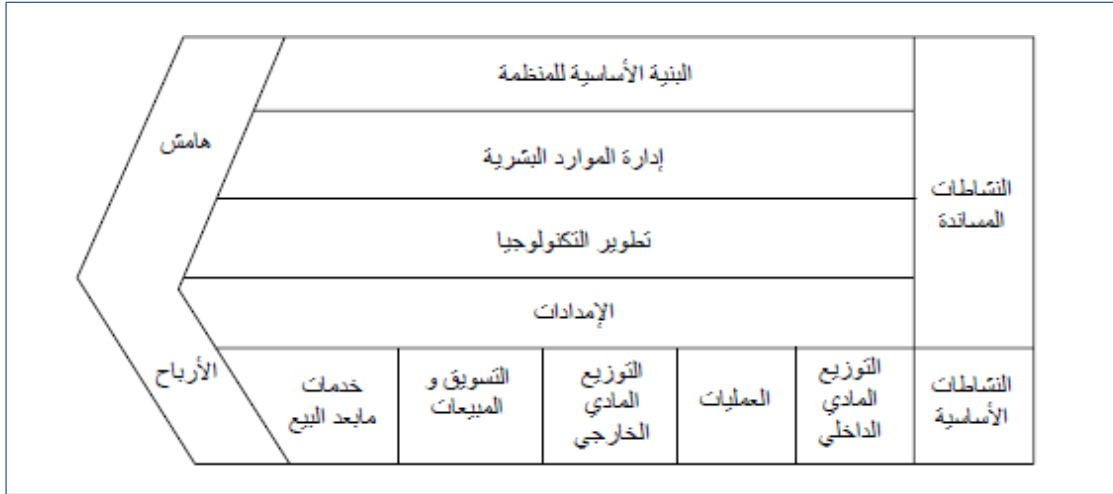
مؤشرات الأداء	نسبة التحسين
الكفاءة	زادت بنسبة 75%
المساحات و الفضاءات	أقل من 50%
مستويات التخزين	انخفضت إلى 60%
كميات الإنتاج	زادت بنسبة 50%
نسبة الانتفاع من الآلات	ارتفعت إلى 150%
الوقت الزمني	انخفض 80
التنوع عالي جدا	عالي جدا
الإبداع عالي	عالي
الجودة متميز	متميز
المرونة عالية	عالية

المصدر: غسان قاسم داود اللامي، "إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومداخل تقنيات تطبيقات عملية"، الطبعة الأولى،

دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص43.

تعد التكنولوجيا موردا ونشاطا مهما وجزءا مكتملا لاستراتيجية المنظمة، إذ يظهر من خلال مفهوم سلسلة القيمة، **value chain**، و يوضح الشكل الموالي ترابط هذه النشاطات مع بعضها البعض لتحقيق مستويات أداء عالية للمنظمة.

## الشكل رقم (1.2): سلسلة القيمة



المصدر: غسان قاسم داود اللامي، "إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومدخل تقنيات تطبيقات عملية"، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص44.

## 2.2. المعلومات

بعد التطرق لمصطلح التكنولوجيا كونه جزء مهم من تكنولوجيا المعلومات والاتصال، سوف نتطرق إلى مصطلح المعلومات باعتبارها موردا جوهريا و لا بد التعامل معه، لذا كان من الأهمية بمكان التطرق إلى المفاهيم المتعلقة بالمعلومات، وكذا تطورها و أهم مميزاتا وخصائصها.

## 1.2.2. ماهية المعلومات و علاقتها بالبيانات:

أشار يوزوا (الباحث الصيني) إلى أن مفهوم المعلومات له أكثر من ثلاثمائة تعريف وهو يعود اشتقاقيا إلى المصطلح ويعني عملية توصيل أو شيء يتم توصيله، ويرى البعض أن المعلومات كالجاذبية والكهرباء **Information** اللاتيني لا نستطيع وصفها بدقة، ولكننا نعرف كيف تعمل وندرك أثرها (عبد الرحمان القري، 2007، صفحة 13). وعليه يمكن ذكر التعاريف التالية للمعلومات:

- تعتبر المعلومات بمثابة الدم في عروق الإنسان، فهي تغذي جميع وحدات وأقسام المنظمة بما تحتاج إليه لأداء أعمالها ومهامها، إذ تشكل موردا استراتيجيا لها، والذي ينبغي توفيره بالمواصفات المطلوبة من حيث الدقة والوقت والثقة (عزاوي عمر و عجيلة محمد، 2006، صفحة 57).

- فالمعلومات إذا هي عبارة عن " اختلاف ينتج اختلاف آخر، هذا الأخير ينتقل و يتعرض لعدة تغيرات متتالية لتكوين الفكرة" (Mélèse .J, 1990, p. 15). كما يرى بعض الدارسين بأن المعلومات هي مجموع أخبار تحمل

معارف أو علما حول موضوع أو شيء معين، فالمعلومات هي عملية فعل الإخبار و تحتوي على مضمون ما يتم الإخبار به في آن واحد قصد فهم المحيط فهما جيدا (Robert Reix, 1998, p. 16).

- حسب **R.Rieix** المعلومة هي من يعطي لنا المعرفة، من يحسن نظرتنا للعالم، من ينقص من حالة عدم التأكد. " (Hadid Noufeyl, 2003, p. 46)

- وتعرف أيضًا على أنها " منتج موجه للاستهلاك قابل للتخزين، التحويل والمعالجة يشكل موردا هاما للمؤسسة". (Pierre Carrier et autres, 1991, p. 09)

- يمكن اعتبار بأن " المعلومة هي سلعة يمكن أن تعطى، تباع، توزع، تسرق، تحول ". (DELANDE M, 1992, p. 60)

- أما ضمن الدراسات المرتبطة بنظم المعلومات فهي تمثل " البيانات التي تم إعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعاً للفرد مستقبلها، والتي لها قيمة مدركة في الاستخدام الحالي أو المتوقع أو في القرارات التي يتم اتخاذها". (Michel Ferrary & Yvon Pasqueux, p. 15)

وضمن هذه الدراسات توجد مجموعة من المشاكل أكثرها شيوعاً هو التمييز بين عدد من المصطلحات تستخدم تبادلياً في حين هي مختلفة عن بعضها ومن هذه المصطلحات مصطلحي "بيانات" و "معلومات"، الذين يعينان شيئاً مختلفاً في المفهوم المعلوماتي الدقيق.

وبعد أن تطرقنا لمفهوم المعلومات يتطلب منا الأمر تحديد معنى و مفهوم البيانات.

- البيانات هي: " جميع الحقائق والأرقام و الرموز التي تشير أو تصف موضوعاً ما أو فكرة معينة، أو موقف أو شرط، أو أي عامل آخر، وتعني أيضاً العنصر الأساسي للمعلومات التي تعالج بواسطة الحاسوب أو ينتجها الحاسوب ". (مفتاح محمد دياب، 1995، صفحة 42)

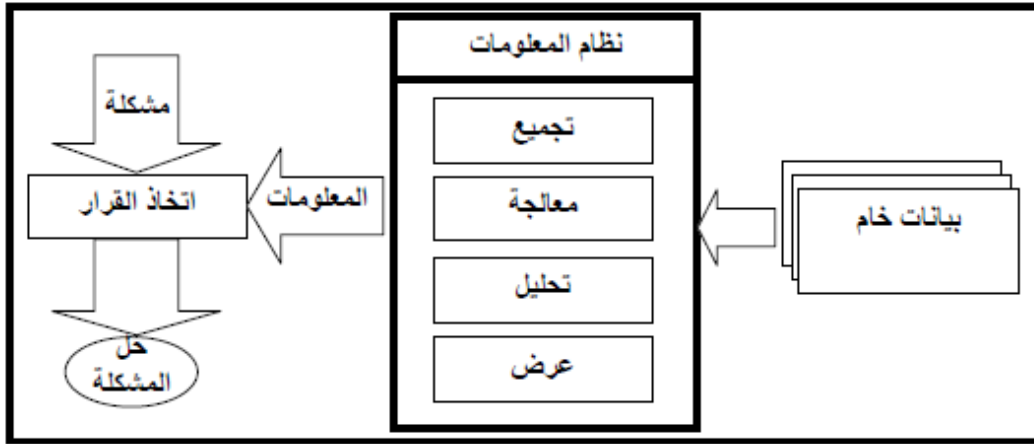
- هناك من يعرف البيانات على أنها مجموعة من الحقائق أو الرسائل أو الإرشادات أو الآراء أو الاتجاهات. (أمل ابراهيم أبو رحمه، 2005، صفحة 11)، كما يمكن أن توصف على أنها حقائق تم تسجيلها بشأن أحداث معينة تمت أو ستم مستقبلها، هذه الحقائق قد تكون مستقلة وغير مرتبطة ببعضها وغير محددة العدد، وهي تمثل المدخلات و ليس لها أثر واضح في اتخاذ القرار. (Michel Ferrary & Yvon Pasqueux, p. 15)

- كما عرفت أيضاً على أنها: "رموز لغوية، أو رياضية أو معنوية متفق عليها رسمياً لتمثيل الأفراد أو الأشياء أو الحوادث أو المصطلحات". أما المعلومات فهي: " ما نحصل عليه من تمثيل أو تأطير أو تنظيم أو تحرير البيانات بطريقة تزيد مستوى المعرفة للأشخاص الذين يحصلون عليها". (عبد الرحمن الصباح و عماد الصباغ، 2008،

الصفحات 4-5)

ومنه يمكن القول أن البيانات إذا هي حقائق تم تسجيلها بشأن أحداث معينة تمت أو ستتم مستقبلاً، هذه الحقائق قد تكون مستقلة وغير مرتبطة ببعضها وغير محدودة العدد، أما المعلومات هي بيانات قد تم معالجتها بشكل أعطى لها معنى بالنسبة لمستقبلها أو استخدامها و أضاف إليها قيمة حقيقية أو مدركة بالنسبة لعمليات صنع القرارات الحالية والمستقبلية، و يمكن التعبير عن العلاقة بين البيانات و المعلومات كما في الشكل الموالي.

### الشكل رقم (2.2): العلاقة بين البيانات والمعلومات



المصدر: محمد أحمد حسان، "نظم المعلومات الإدارية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008، ص113.

العلاقة بين البيانات والمعلومة هي نفسها تلك الموجودة بين المادة الخام و المنتج النهائي، (Davids G.B et autres, 1985, p. 116) حيث أن نظم المعلومات تعمل على تشغيل البيانات وإعدادها وتحويلها من صورة لا يمكن معها استخدامها إلى صورة يمكن استخدامها (محمد أحمد حسان، 2008، الصفحات 112-113). كما تجدر الإشارة في الأخير إلى حقيقة أساسية لا غنى عنها وهي أن ما يعد معلومة بالنسبة لفرد ما في زمن ما قد يكون بيان خام بالنسبة لفرد آخر، بل حتى للشخص نفسه في موقف آخر أ في زمن آخر، و عليه هناك وجود لعلاقة تزامنية بين البيانات والمعلومات مما أدى بالمصطلحين عادة إلى أن يستخدمما للتعبير عن بعضهما أحياناً.

### 2.2.2. التطور التاريخي لعصر المعلومات

قسم الدارسين مسيرة تطور المجتمعات إلى ثلاث مراحل أساسية هي (ربحي مصطفى عليان، 2010، الصفحات 184-186):

أولاً: المجتمع الزراعي: تعتبر هذه المرحلة أبسط وأول المراحل التي عرفها الإنسان خلال سعيه المستمر لإشباع حاجاته، حيث اعتمد هنا أساساً على المواد الأولية و الطاقة الطبيعية التي توفرها له الأرض، وجهده العضلي.

ثانيا: **المجتمع الصناعي**: تعد بداية هذه المرحلة نقلة نوعية في الحياة البشرية، والتي بدأت منذ اكتشاف الآلة البخارية التي حلت مكان الجهد العضلي، وكذا أصبح الهدف هو الوصول إلى كفاءة الآلات والاعتماد على الطاقة المولدة.

ثالثا: **المجتمع المعلوماتي**: هذه المرحلة أحدث ما عاشته البشرية من تطور، وذلك بداية من النصف الثاني من القرن العشرين حتى يومنا هذا، وهي الفترة التي يعتمد المجتمع للتطور فيها على المعلومات بشكل أساسي، واستغلال الحاسبات و الشبكات والمعلومات لتوليد المعارف، حيث برز قطاع المعلومات كقطاع مهم من قطاعات الاقتصاد، وأصبح إنتاج المعلومات وتجهيزها و توزيعها نشاطا اقتصاديا رئيسيا في أغلب بلدان العالم. كما أصبح من الطبيعي أن يطلق على العصر الحاضر عصر المعلومات أو عصر ما بعد الثورة الصناعية. و الجدول التالي يلخص ما تم ذكره.

الجدول رقم (2.2): تطور عصر المعلومات

مجتمع المعلومات	مجتمع الصناعي	مجتمع الزراعي	
المعلومة، العمل الذهني	رأس المال، الموارد الطاقوية، العمل الميكانيكي،	الأرض والمواد الأولية، العمل اليدوي	المورد الأساسي
اتصال، مواد جديدة	الإنتاج الصناعي، قطاع الخدمات التقليدية	انتاج الزراعي، تحويل المنتجات	النشاط الأساسي
تكنولوجية المعلومات ولاتصالات، بيوتكنولوجي	بتروكيميا، ميكانيك، الكتروميكانيك	التعدين، الآلة التجارية	التكنولوجيا المعتمد عليها

المصدر: مراد رايس، "أثر تكنولوجية المعلومات على الموارد البشرية المؤسسة دراسة حالة : مديرية الصيانة لسوناطراك

بالأغواط DML"، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر،

2006/2005، ص 17.

## 3.2.2. خصائص وأنواع المعلومات

## 1.3.2.2. خصائص المعلومات

حتى تكون المعلومات ذو فائدة لصانع القرار فلا بد التأكد من أن خصائص المعلومات تتلاءم مع الموقف الذي يتخذ فيه القرار، كما تجدر الإشارة إلى أن درجة توفر هذه الخصائص في معلومة معينة يختلف باختلاف الموقف أو المشكلة التي يواجهها صانع القرار (أحمد فوزي ملوخية، 2007، الصفحات 52-54)، لذا وجب التعرف على خصائص المعلومات (محمد الفيومي، 1992، الصفحات 44-49):

- **الدقة:** مدى وصف وتمثيل المعلومات للموقف أو للحدث كما هو على حقيقته.
  - **الشكل:** تكون المعلومات كمية أو وصفية، رقمية أو بيانية، مطبوعة أو معروضة، ملخصة أو مفصلة، وعادة نحتاج إلى عدة أشكال وفقا لكل موقف.
  - **التكرار:** يقيس مدى تكرار الحاجة إلى المعلومات وتجميعها وإنتاجها.
  - **المدى:** هو نطاق الأحداث و الأماكن والأفراد التي تمثلها المعلومات.
  - **المنشأ:** مصدر المعلومة الذي نشأت منه أو جمعت به.
  - **الفترة الزمنية:** توجه المعلومات إما اتجاه الماضي أو الحاضر أو للأحداث والأنشطة المقبلة.
  - **الارتباط:** أهمية ارتباط المعلومات بالموقف الجاري.
  - **الشمولية:** أن توفر المعلومات لمستخدمها كل شيء يحتاجه لمعرفة موقف معين.
  - **التوقيت:** أن لا تكون المعلومات متقدمة حين استلامها أو حين الرغبة في استعمالها.
- واعتمادا على هذه الخصائص يمكن معرفة مدى درجة جودة المعلومات، فهذه الجودة تتحدد بطريقة الاستخدام بواسطة مستخدمها أي متخذ القرار، وهناك ثلاثة عوامل هي التي تحدد درجة جودة المعلومات وهي منفعة المعلومات المقدمة لمتخذ القرار، درجة الرضاء عن المعلومات من قبل متخذ القرار والأخطاء والتحيز (سونيا محمد البكري و إبراهيم سلطان، 2001، صفحة 107).

## 2.3.2.2. أنواع المعلومات

لقد أخذت المعلومات في السنوات الأخيرة مكانة كبيرة وبعدا استراتيجيا في المؤسسة، وذلك لتماشى مع التطور السريع وخاصة التكنولوجي منه، فأصبح لزامًا على المؤسسة البحث ومن ثم التحكم في الكم الهائل للمعلومات حتى تستطيع البقاء والاستمرار، وهذا لا يتأتى إلا من خلال التعرف على أنواع المعلومات والتعامل مع كل صنف

على حسب ما يتطلبه من مبادئ ومقومات، ولقد تم تصنيف المعلومات إلى مجموعات وفق المعايير التالية إلى (محمد عبد العليم صابر، 2007، الصفحات 43-44):

- **درجة الرسمية:** فنجد هناك نوعين هما المعلومات الرسمية التي تقدمها نظم المعلومات للمؤسسة والمعلومات غير الرسمية التي تحصل عليها من خارج نظم المعلومات للمؤسسة.
- **مصدر المعلومات:** هناك مصدران إما أن تكون ناتجة عن عمليات المؤسسة فتعد معلومات داخلية أو تكون ناتجة عن بيئة المؤسسة فتعد معلومات خارجية، وحسب هذا المعيار يمكن تصنيف المعلومات إلى معلومات أولية والتي تجمع لأول مرة أو معلومات ثانوية وهي التي قامت المؤسسة أو أي طرف آخر بجمعها وتخزينها مسبقاً.
- **درجة التغيير:** هناك نوعان حسب هذا المعيار وهي المعلومات الثابتة لا تتغير والمعلومات المتغيرة.

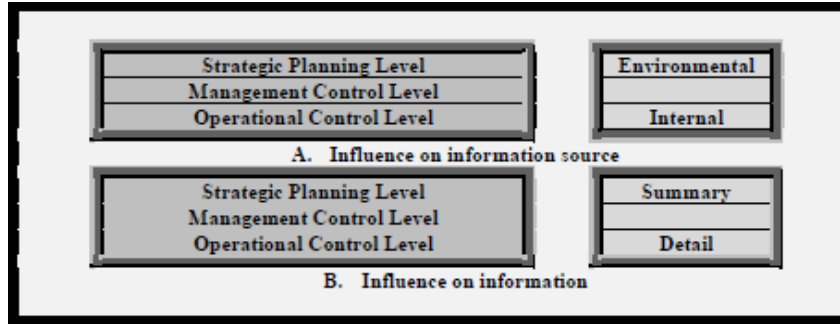
#### 4.2.2. مصادر المعلومات

تأتي المعلومات سواء كانت لعملية الاتصال أو لاتخاذ القرارات من أحد المصادر ونعني بها جميع الأوعية أو الوسائل أو القنوات التي يمكن عن طريقها نقل المعلومات للمستفيدين، كما أنه هناك من عرفها على أنها كافة المواد التي تحتوي على معلومات يمكن الاستفادة منها لأي غرض من الأغراض (عامر قندلجي و آخرون، 2009، الصفحات 23-24).

وهناك مجموعة من التقسيمات لهذه المصادر اعتمدت على معايير عدة ولا يمكن التطرق لها جميعاً، وعليه نتطرق للتقسيم الأقرب و الذي يتماشى مع طبيعة عمل المؤسسات و التي هي محل اهتمامنا.

والشكل (3.1) يبين مدى تأثير المستويات الإدارية على مصدر المعلومات وكيفية تقديم المعلومات، حيث نجد أن هناك علاقة بين مصدر المعلومات والمستويات الإدارية التي تطلب هذه المعلومات، فنلاحظ مثلاً حسب الشكل المذكور أدناه بأن مصدر المعلومات يكون داخلياً عادة على مستوى العملياتي وكل ما اتجهنا نحو المستويات العليا كلما تغير المصدر من البيئة الداخلية إلى البيئة الخارجية، ويبين الشكل أيضاً، أن تقديم المعلومات يكون تفصيلياً عند المستوى العملياتي و يتوجه هذا التقديم للاختصار والإيجاز كلما اتجهنا نحو المستويات الإدارية العليا (رايموند مكلويد و جيورج شيل، 2006، صفحة 71).

الشكل رقم (3.2): تأثير المستوى الإداري على كل من مصدر المعلومة و كيفية تقديمها



المصدر: رايونند مكليود و جيورج شيل، "نظم المعلومات الإدارية"، ترجمة: سرور علي إبراهيم سرور، دار المريخ، الرياض، 2006، ص71.

و يعتبر إدراك و فهم المصادر عنصرا رئيسيا لتحديد المشاكل الرئيسية في المعلومة المتحصل عليها من جهة التحيز والثبات و غيرها. والجدول التالي يلخص مجموعة المصادر الأولية فقط مع ذكر مزايا وعيوب كل مصدر منها.

الجدول رقم (3.2): مصادر المعلومات

المصادر الأولية	المزايا	النقائص
الملاحظة	معرفة أولية، تتجنب الانحياز في رد الفعل	تأثير الملاحظة على ما يتم ملاحظته
التجربة	التحكم في المتغيرات	قد لا تصمم التجربة بطريقة جيدة
المسح	وسيلة جيدة للوصول إلى عدد كبير من الأفراد	تصميم قائمة الاستبيان، وحجم المسح
التقدير	معلومات مستمدة من الخبرة، قد تكون الوسيلة للحصول على المعلومات	قد لا يمكن الاعتماد على رد الفعل
المصادر الثانوية		
معلومات الشركة	محددة للموقف، موجودة بالفعل، منخفضة التكاليف نسبيا	التوقيت، قد لا تكون متكاملة وفي شكل صالح للاستخدام
مشتراة من مصادر خارجية	غير متاحة من مصدر آخر، سهولة الحصول عليها،	التكلفة، احتمال انحيازها
النشرات	منخفضة التكلفة	قد لا تكون متحيزة

الوكالات الحكومية	كم كبير من المعلومات، معلومات مجردة و غير متحيزة	قد لا تكون في شكل قابل للاستعمال
-------------------	--	----------------------------------

المصدر: محمد الفيومي، مقدمة الحاسبات الالكترونية وتطبيقاتها في نظم الملومات المحاسبية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1992، ص54.

### 5.2.2. المعلومات والقرارات

تلعب المعلومات دورا أساسيا ومهما في عملية صناعة القرارات و هذا سواء على المستوى الفردي أو الجماعي (المنظمات، الأمم و الدول..)، وقد أشارت الدراسات 1 إلى أن 90 % من مسببات نجاح القرار تعود إلى توافر المعلومة الصحيحة التي تمكن صانع القرار من اختيار أفضل الحلول من بين الخيارات المتاحة بغض النظر عن مستوى صناعة القرار (عبد الرحمن الصباح و عماد الصباغ، 2008، صفحة 29).

كما تعتمد نظريات اتخاذ القرار على عدة مداخل لاتخاذ القرارات أي في حالة التأكد وفي حالة الخطر وفي حالة عدم التأكد. وعليه يمكن القول أن قيمة المعلومات تتحدد في ظل هذا كله في قيمة التغيير في القرار والذي يكون سببه المعلومات مطروحا منه تكلفة الحصول على هذه المعلومات.

حتى تصبح المعلومات لها دور مهم في عملية اتخاذ القرار، فلا بد **Robert Reix et Michel Chokron** وحسب أن تعامل المعلومات كمورد من موارد المؤسسة و عليه يجب أن تلعب الأدوار التالية:

- المعلومات حامل للعمليات و التسيير؛
- المعلومات مضمون الاتصال في المؤسسة؛
- المعلومات حامل للمعارف الفردية؛
- المعلومات أداة ربط مع المحيط.

بعد كل هذا تجدر الإشارة بأنه لا يوجد قرارا يتخذ في ظل المعلومات التامة لأن معنى هذا الكلام بأن متخذ القرار يمكنه التنبؤ بالمستقبل مع درجة تأكيد تامة و هذا لا يمكن حدوثه في الواقع.

### 3.2. مفهوم تكنولوجيا المعلومات

#### 1.3.2. ماهية تكنولوجيا المعلومات

لم تحض تكنولوجيا المعلومات، **Information Technology** كغيرها من المصطلحات الجديدة بتعريف موحد، بل تعددت هذه التعاريف وتنوعت تبعا لرؤية كل واحد لها، لذا سندرج عدة تعاريف حتى تبرز لنا أوجه الاختلاف والتوافق بينها، لنحاول في الأخير إعطاء تعريفا لها.

- تكنولوجيا المعلومات هي: "التكنولوجيا التي تركز على استخدام المعلومات في أداء العمل، وتمثل في المعدات والبرامج و الشبكات وقواعد البيانات وغيرها". (محمد صالح الخناوي و آخرون، 2004، صفحة 293)
- تعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها: "مجموعة من الأجزاء المرتبطة ببعضها البعض حيث تشمل على أساليب المعالجة السريعة للمعلومات باستخدام الحاسوب وتطبيق الأساليب الإحصائية والرياضة في حل المشكلات ومحاكاة التفكير من خلال برامج الحاسوب." (الصباح، 1998، صفحة 75)
- عرفها الطائي والعجارمة على أنها: "هي عبارة عن استخدام التقنيات (الوسائل) الحديثة مثل الحاسوب والطابعة والإنترنت والشبكات اللاسلكية والمساحات الضوئية والأجهزة الخليوية وأجهزة المراقبة والبرمجيات وغيرها من الوسائل الحديثة في عمليات جمع البيانات وحفظها ومعالجتها وتوزيعها وبثها بسرعة ودقة كبيرة من أجل المساعدة في عمليات دعم اتخاذ القرارات وحل المشكلات وتحليل البيانات لتحقيق الأهداف الموضوعية." (الطائي و العجارمة، 2012، صفحة 28)
- هي عبارة عن "جميع أنواع الأجهزة والبرمجيات والشبكات وقواعد البيانات، المستخدمة في استقبال البيانات ومعالجتها وتعديلها وتخزينها واسترجاعها وطباعتها ونقلها إلكترونياً على شكل نصوص وأشكال بين المستخدمين والأطراف ذات العلاقة." (الشوابكة، 2011، صفحة 168)
- تكنولوجيا المعلومات: تتضمن كل أنماط التوليفة المستخدمة على نطاق واسع في أنشطة معالجة وتخزين البيانات واسترجاع وعرض المعلومات بأشكالها (نصوص، صور، أفلام، ووسائط رقمية متعددة) مجالات تطبيقاتها المختلفة. (مغربي، 2007، صفحة 25)
- ولتعدد التعاريف التي تناولت مفهوم تكنولوجيا المعلومات أدى إلى تصنيف تعاريف تكنولوجيا المعلومات إلى أربع مجموعات:

➤ المجموعة الأولى: المفاهيم التي تركز على الأنشطة التي تقوم بها تكنولوجيا المعلومات.

➤ المجموعة الثانية: المفاهيم التي تركز على الأنشطة التي تقوم بها تكنولوجيا المعلومات.

➤ المجموعة الثالثة: المفاهيم التي تركز على الأجهزة التي تشملها تكنولوجيا المعلومات وكذلك الأنشطة التي تؤديها هذه الأجهزة.

➤ المجموعة الرابعة: المفاهيم التي تركز على الأجهزة وكذلك الأنشطة بالإضافة إلى العنصر البشري الذي يقوم باستخدام تلك الأجهزة في أداء هذه الأنشطة.

من هنا يمكن أن نستنتج ما يلي:

- تركز تكنولوجيا المعلومات وبشكل محوري على استخدام تقنيات وبرمجيات الحاسوب.
- تستطيع تكنولوجيا المعلومات أن تحقق الاستفادة العظمى من عملياتها، لذا فلا بد من توفير مخرجاتها للمستفيدين في الوقت والشكل المناسبين.
- تشمل تطبيقات تكنولوجيا المعلومات جملة من المراحل تبدأ أولاً بالحصول على هذه البيانات والتي تتضمن التنظيم والتخزين والتحليل، ثم يتم إرسال النتائج المترتبة على عمليات المعالجة إلى الجهات المعنية للاستفادة منها، ومنه فإن تكنولوجيا المعلومات هي عبارة عن المكونات المادية والبرمجية لأجهزة الحاسوب وشبكات الاتصال وقواعد البيانات، التي تعمل على استقبال البيانات ومعالجتها وتخزينها واسترجاعها للمستخدم النهائي في الوقت والزمن المناسبين من أجل استخدامها في عملية اتخاذ القرارات الإدارية في المنظمة. (Ereyi & al, 2005, p. 106)
- بناء عليه وحسب **Longe** إن تكنولوجيا المعلومات تتكون من مجموعة من العناصر المترابطة التي تتفاعل مع بعضها لتحقيق الهدف المنشود والذي يتمثل في إيجاد مجموعة من أنظمة المعلومات والتي تساعد المستويات الإدارية المختلفة على إنجاز أعمالها وهذه المكونات تتمثل في الحاسوب ومكوناته، البرمجيات، الأفراد، الإجراءات، قواعد البيانات. (longe, 2009, p. 158)

### 2.3.2. العوامل التي أدت إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات

- رصدت الدراسات التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات عدداً من العوامل التي كان لها دورا مهما في استخدام التكنولوجيا، ومن أهم العوامل المتفق على أهميتها في هذا المجال ما يأتي:
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 الباحث (Francis Cairncros) أن أكبر عاملين في نمو الاقتصاد العالمي هما الثورة المعلوماتية والعولمة، ويرى أن العامل الأول يولد الثاني، وينتج اختيار الحدود أمام التجارة الخارجية والدولية.
  2. الاستخدام المكثف للعولمة في العمليات الإنتاجية، وقد تمثل ذلك أساسا بالاعتماد المتزايد على تقنيات أكثر تطورا وأساليب عمل أشد تعقيداً مع ما يستدعيه ذلك من ضرورة اللجوء بصورة متزايدة إلى مهارات متخصصة خبرات 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 جغرافيا 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 أنشطة إنتاجية معينة لتقليل التكاليف (رشيد، و سلمان، 2004)، وإن استخدام تكنولوجيا المعلومات لدعم إنجازات مراحل الأعمال تحقق واحد أو أكثر من الأهداف التالية (عبود و الهاني، 2009):

✓ زيادة كفاءة مراحل الأعمال

✓ تخفيض تكلفة مراحل الأعمال (الاقتصاد في التكلفة).

✓ زيادة دقة البيانات المرتبطة بمراحل الأعمال.

✓ الوفرة الهائلة من المعلومات.

✓ الوصول إلى المعلومات في الوقت المناسب.

6. تعمل ثقافة تكنولوجيا المعلومات على تغيير الطبيعة الأساسية للمعرفة والمعلومات في المجتمع.

7. ثقافة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأشكالها المختلفة وتنوعها الواسع وأجياها المتعاقبة، لها القدرة

على تطوير أنماط الحياة والتعلم والعمل. (النعواشي، 2010)

مما سبق نستنتج أن تزايد نفوذ المعرفة والمعلومات في المجتمعات الحديثة، وظهور نظم معلومات جديدة مبنية على استخدام أجهزة الحاسبات الالكترونية وشبكات الاتصال، بالإضافة إلى الطلب الكبير على المعلومات الذي حولها إلى مورد استراتيجي هام، ودور المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في صنع الميزة التنافسية التي تؤمن لأي منظمة البقاء والاستمرار في السوق، كانت سببا أساسيا في انتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات بالشكل الذي نراه الآن.

### 2.3.3. أهمية وأهداف تكنولوجيا المعلومات

#### 2.3.3.1. أهمية تكنولوجيا المعلومات

إن المنظمات الحديثة لن تتطور وترتقي إلا بنظم معلومات متقدمة تعتمد على قواعد متكاملة للبيانات، الأمر الذي يتطلب منها استيعاب تكنولوجيا المعلومات واستخدامها بشكل أمثل في إدارة المعرفة، فالمجتمعات اليوم أصبح محور تقدمها هو المعرفة والتقدم العلمي، وبالتالي ظهرت الحاجة إلى توضيح أهمية تكنولوجيا المعلومات في توفير البيانات والمعلومات الدقيقة ومعالجتها، وجعلها في متناول متخذ القرار في الوقت المناسب، بالإضافة لدورها

في تعريف الأفراد بما يدور حولهم، وامدادهم بصورة مستمرة بالتطورات التي تحيط بهم، وتأتي أهمية تكنولوجيا المعلومات من الاعتبارات الآتية (السامرائي و الآخرون، 2004):

1. توفر تكنولوجيا المعلومات أداة قوية لتجاوز الانقسام الإنمائي بين البلدان الغنية والفقيرة الإسراع ببذل الجهود بغية دحر الفقر، والأمية، والتدهور البيئي، والجوع، والمرض، ويمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال توصيل منافع الإلمام بالقراءة والكتابة، والتعليم، والتدريب إلى أكثر المناطق انعزالا، كما يمكنها نشر الرسائل الخاصة بجل العديد من المشكلات المتعلقة بالأشخاص والمنظمات وغيرها، أي أن التكنولوجيا جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أفرادها الاتصال فيما بينهم بسهولة، وتبادل المعلومات في أي وقت، وفي أي مكان، نظرا لما تتمتع به من خاصية الانتشار الواسع، وسرعة الأداء، وسهولة الاستعمال، وتنوع الخدمات، وكبر حجم المعلومات المنقولة.

2. زيادة قدرة الأفراد على الاتصال وتقاسم المعلومات والمعارف ترفع من فرصة تحول العالم إلى مكان أكثر سلماً ورخاءً لجميع سكانه، وهذا الأمر يزداد مع زيادة إمكانية الأشخاص في المشاركة والاستفادة من هذه التكنولوجيا. 3. تساهم تكنولوجيا المعلومات في التنمية الاقتصادية، حيث أن الثورة الرقمية أدت إلى نشوء أشكال جديدة تماماً من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي، وقيام مجتمعات جديدة، هذا على عكس الثورة الصناعية التي شهدتها القرن المنصرم، فإنَّ ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنها الانتشار بشكل سريع، والتأثير في حيوية المجتمع، وهذا يعود إلى قوة تكنولوجيا المعلومات فهي تسمح للناس الوصول إلى المعلومات والمعرفة الموجودة في أي مكان بالعالم في نفس اللحظة تقريبا.

4. تمكن تكنولوجيا المعلومات الأشخاص المعزولين من أن يدلوا بدلوههم في المجتمع العالمي من أفكار ومشاركات، بغض النظر عن نوعهم أو مكان إقامتهم، كما بوسعها تمكين الأفراد والمجتمعات والبلدان من تحسين مستوى حياتهم على نحو لم يكن ممكنا في السابق، ويمكنها أيضاً المساعدة على تحسين كفاءة الأدوات الأساسية للاقتصاد من خلال الوصول إلى المعلومات والشفافية.

### 2.3.3.2 أهداف تكنولوجيا المعلومات

وتتمثل فيما يلي (زرزار العياشي و غياد كريمة، 2016، صفحة 32):

- داء الأعمال الممكن تشغيلها؛
- ضمان التكامل لعدم ضياع البيانات؛
- طبيعة وخدمة المستخدم؛
- أمن المعلومات؛

- إمكانية التشغيل على قواعد بيانات مختلفة أو نظم تشغيل وأجهزة متنوعة؛
- سرعة تطوير النظام؛
- التكاليف الكلية للنظام ؛
- طبيعة وخبرة المستخدم؛
- أمن المعلومات؛
- إمكانية التشغيل على قواعد بيانات مختلفة أو نظم تشغيل وأجهزة متنوعة؛
- سرعة تطوير النظام؛
- التكاليف الكلية للنظام ؛
- طبيعة وخبرة المستخدم ؛
- أمن المعلومات؛
- القدرة على التغيير والتعديل ؛
- إمكانية تكبير الإمكانيات؛
- الجهود اللازم للحفاظ على النظام.

ونلاحظ أن لتكنولوجيا المعلومات دورا فعلا في الأعمال الحديثة داخل المؤسسة الاقتصادية .

#### 4.3.2. خصائص ومبادئ تكنولوجيا معلومات

##### 1.4.3.2. خصائص تكنولوجيا المعلومات

تمثل خصائص تكنولوجيا المعلومات فيما يلي (محمد حسين الوادي و بلال محمود الوادي، 2011، صفحة 270):

- رفع الإنتاجية: تعمل Tie على رفع الإنتاجية حين يتم استعمالها بشكل جيد وفعال؛
- تقليص الوقت والمسافة: فقد استطاعت تكنولوجيا المعلومات من تقليص المسافة، والوقت وخير دليل على هذا شبكة الانترنت، التي تسمح لكل واحد منا الحصول على ما يلزمه من معلومات ومعطيات في وقت قصير جدا ودون التنقل؛
- المرونة: وهذا حسب تعدد استعمالات تكنولوجيا المعلومات؛
- النمومة: ويقصد بها الأصغر والأقل تكلفة وتعتبر من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات فهي تتميز بالتحسين الدائم في سرعتها؛

- الذكاء الاصطناعي: أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج؛
- التفاعلية: أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت عملية الاتصالات يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين المشاركين في الأنشطة؛
- تكوين شبكات الاتصالات: تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصالات وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين وكذا منتجي الآلات ويسمح ذلك بتبادل المعلومات مع باقي النشاطات؛
- اللاتزامنية: وتعني إمكانية استقبال الرسائل في أي وقت يناسب المستخدم فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت؛
- اللامركزية: وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات فالإنترنت مثلا تتمتع استمرارية عملها في كل الأحوال فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم؛
- قابلية التوصيل: أي الربط بين الأجهزة الاتصالية المختلفة، بغض النظر عن البلد أو الشركة التي تتم فيها الصنع، كما أن تكنولوجيا الإعلام والاتصالات تتميز بخاصية القابلية للتحرك أو الحركية حيث يمكن لمستخدميها الاستفادة منها أثناء تنقله إلى أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة كالحاسب الآلي، النقال، الإنترنت اللاسلكية؛
- قابلية التحويل: أي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مقروءة أو ما يسمى بالمقروء الإلكتروني؛
- اللاجماهيرية: إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك أي إمكانها توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة كما أنها تسمح بالجمع بين الأنواع المختلفة.

### 2.4.3.2. مبادئ تكنولوجيا معلومات

إن لتكنولوجيا المعلومات ستة مبادئ أساسية هي (سعيد عمر، 2006، صفحة 207) :

- 1) المسؤولية: حيث أن الأفراد والفرق يفهمون ويقبلون مسؤولياتهم مع احترام العرض والطلب لتكنولوجيا المعلومات وأيضا فإن لديهم السلطة الكافية لأداء مسؤولياتهم.

(2) الاستراتيجية: حيث أن استراتيجية الأعمال تأخذ في الحسبان القدرات الحالية والمستقبلية لتكنولوجيا المعلومات والخطط الاستراتيجية المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات ترضى الاحتياجات الآتية والآجلة الاستراتيجية الأعمال.

(3) الاكتساب: أي أن اكتساب تكنولوجيا المعلومات يكون لسبب مبرر، ويعتمد على تحليل منطقي مع اتخاذ قرار شفاف وواضح.

(4) الأداء: تستخدم تكنولوجيا المعلومات لدعم المنظمات وتوفير الخدمات والتسويات المناسبة ونوعية الخدمات ويجب أن يقابل الاحتياجات الحالية والمستقبلية.

(5) المطابقة: تكنولوجيا المعلومات يجب أن كل أنواع التشريع والتعليمات والسياسات والتطبيقات، محددة بوضوح معززة وقابلة للتطبيق.

(6) السلوك الإنساني: سياسات تكنولوجيا المعلومات، التطبيقات والقرارات تحترم السلوك الإنساني وتتضمن الاحتياجات الحالية المتطورة لكل الأفراد في العمليات.

### 5.3.2. البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات ومكوناتها

#### 1.5.3.2. البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

إن مصطلح البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعريفه التقليدي يشير إلى شبكات الاتصالات التي تقدم بالتحديد خدمة الهاتف الثابت التقليدية، والتي تلبى حاجة أساسية لدى الإنسان هي حاجة الاتصال عن بعد، أما في القرن الحادي والعشرين فإن تطور التكنولوجيا المدهش وما صاحبه من نمو لمنظومة احتياجات العصر الحديث قد أثار المصطلح وعمق مفهوم البنية الأساسية لتكنولوجيا المعلومات وأعطاه أبعاداً لم تكن معروفة ولا حتى قابلة للتصور فيما مضى.

كما أن البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات لم تعد تشمل شبكة الهاتف الثابت وحسب بل أيضاً الكثير من التجهيزات والمرافق التي يستند إليها تقديم خدمات الاتصالات الحديثة من إنترنت وهاتف محمول وحواسيب شخصية واتصالات فضائية، وتشكل البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والخدمات المرتبطة بها والمتمثلة في الهواتف والإنترنت وغيرها شرطاً أساسياً للتعامل مع مجتمع المعلومات والمشاركة فيه.

وهناك تعاريف للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، حيث في تعريف تقني أو فني تعرف بأنها مجموعة الوسائل المادية والتطبيقات البرمجية المطلوبة لتشغيل المصرف أو المنظمة بكل أقسامها ومرافقها، أما التعريف الفني للبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات فيعني مجمل الخدمات واليد العاملة والقدرات التطبيقية التي تقدم بواسطة الأجهزة

والبرمجيات إلى المنظمة، والتي هي ممولة من قبل الإدارة وتقدم الخدمات عادة للعملاء والمجهزين بالإضافة إلى العاملين (عامر قندلجي و آخرون، 2009، صفحة 32).

### 2.5.3.2. مكونات البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات

تتكون البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات من الأجهزة ونظم التشغيل والبرمجيات وقواعد البيانات الشبكات والاتصالات والعاملون في مجال تكنولوجيا المعلومات، وفيما يلي توضيح لكل منها (غسان قاسم داود اللامي، 2013، صفحة 10):

➤ **المكونات المادية الأجهزة Hardware:** وتشمل المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات وتخزينها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبثها للمستخدمين كما أنها تتضمن الحاسبة وما يرتبط بها من الأجهزة الملحقة بها التي تضم وحدة المعالجة المركزية، اللوحة الأساسية والشاشة وغيرها وتسمى المكونات المادية، وبذلك فإن الأجهزة تتكون من الحواسيب بأنواعها ومكوناتها الفرعية.

➤ **البرمجيات: Software** ويقصد بها برامج الحاسوب التي تعمل على إدارة المكونات المادية وتشغيلها، فقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات أساسية لتشغيل واستعمال الحاسوب فالبرمجيات تعمل على معالجة المعلومات وتسجيلها وتخزينها وتقديمها كمخرجات مفيدة لأداء العمل، وإدارة العمليات، كما تتضمن نظم التشغيل النهائية مثل معالج الكلمات وتقسّم برمجيات الحاسوب إلى برمجيات النظام وبرمجيات التأليف، والبرمجيات التطبيقية.

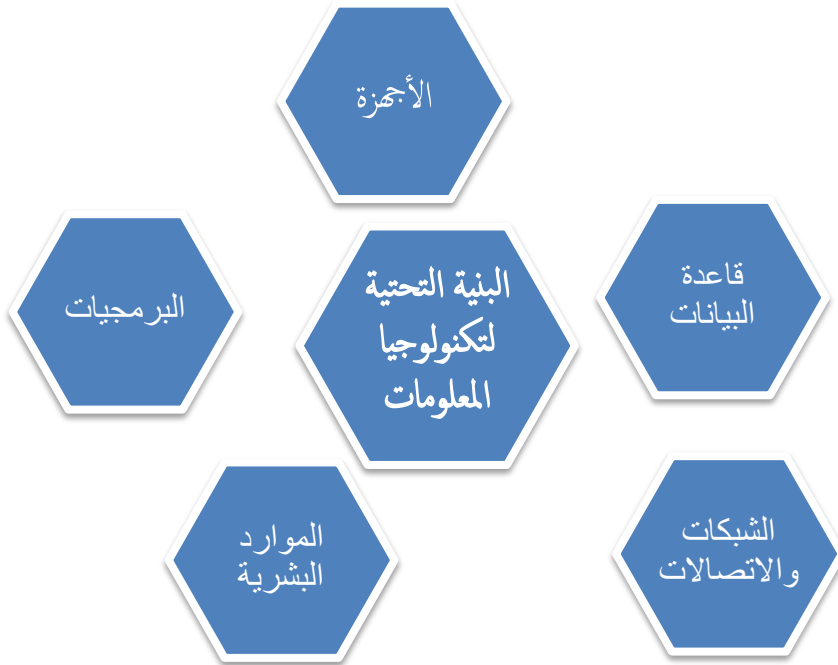
➤ **الموارد البشرية:** إن أهميتها في إدارة وتشغيل نظم المعلومات تفوق أهمية المستلزمات المادية، إلى أن معظم أسباب حالات الفشل فيها بسبب إخفاق الموارد البشرية في القيام بدورها المنوط بها، وعلى الرغم من أهمية المستلزمات المادية كالحواسيب وتقنيات الاتصال والشبكات إلا إن تلك الأهمية تظل محددة بتوفر الكادر البشري المؤهل الذي يحدد فرص الاستفادة من تلك المستلزمات.

➤ **قواعد البيانات Data base:** تعتبر قواعد البيانات من الوسائل التكنولوجية المستخدمة في إعداد وحفظ واستعادة البيانات والمعلومات حيث يتم استرجاعها لغرض تعديلها أو بالإضافة عليها أو الاستفسار عن مكوناتها وإعداد تقارير بعد ما رجعتها وذلك عبر البرامج التي نستخدمها والمرتبطة بها، إضافة إلى أنه يمكن تحديثها باستمرار لتواكب المتغيرات والمستجدات وتعمل القواعد البيانات على تقليص لفرة التكرار بيانات وإلغاء الازدواجية القدرة على استخدام لغات متعددة فيها ، توفير الأمن والحماية والبيانات، سهولة تطويرها ومشاركة البيانات والمعلومات.

➤ شبكات الاتصالات **Télécommunications and Networks**: تتألف من مجموعة من المحطات والوحدات تتواجد في مواقع مختلفة ومرتبطة مع بعضه ا بوسائط تتيح للمستفيد إجراء عملية الإرسال والاستقبال للمعلومات والبيانات داخل المؤسسة أو خارجها، وهي جزء رئيسي وحيوي من البنية التكنولوجية للمعلومات، توجد ثلاث أنواع رئيسية من الشبكات هي: شبكة الانترنت، شبكة الانترنت وشبكة الإنترنت.

ويوضح الشكل التالي نموذج البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات:

الشكل رقم (4.2): نموذج البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات



المصدر: من إعداد الطالبين

### 3.عموميات حول جودة الخدمة

احتلت جودة الخدمة مكانة وأهمية كبيرة لدى مقدمي الخدمات والمستفيدين، الأمر الذي زاد من إدراك المؤسسات الخدمية لأهمية ودور تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة لضمان رضا العميل وولائه، ولن يأتي هذا إلا باهتمام هذه المؤسسات بتبني وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتدريب الكفاءات البشرية على استخدام هذه الوسائل والاستغلال الأمثل لها.

#### 1.3. ماهية الجودة والخدمة

##### 1.1.3. مفاهيم عامة حول الجودة

###### 1.1.1.3. تعريف الجودة

يعد مفهوم الجودة من المفاهيم التي حظيت باهتمام العديد من الباحثين ومفكرين الذين يعنون بتحسين بأداء المؤسسات ولقد عرف هذا المفهوم تطور ملحوظ عبر فترات زمنية متتالية.

- أصلها لغة من الجود والجيد نقيض الرديء، أما الجودة اصطلاحاً فهي كلمة مشتقة من الكلمة اليونانية **Qualities** ويقصد بها طبيعة الشيء ودرجة صلاحه. (مهدي السمراني، 2007، صفحة 27)

- ويمكن تعريف الجودة بأنها: "مجموعة الخصائص والمميزات لمنتج أو خدمة، والتي لذا القدرة على تلبية حاجات الزبون سواء الظاهرية أو الضمنية". (Jean Marie Chatelet, 1996, p. 12)

- أما أبو الجودة العالمية (Deming 1986) فيقول عنها: "الجودة الجيدة لا تعني بالضرورة الجودة العالية. أنها تعني درجة معقولة يمكن التنبؤ بها من الانتظام والاتساق والثقة بجودة تناسب السوق". (فيصل بن جاسم بن محمد الأحمد آل ثاني، 2008، صفحة 30)

- وعرفت الجمعية الأمريكية والمنظمة الأوروبية لضبط الجودة بأنها: "المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات معينة". (سميرة هارون وكمال حوشين، 2014، صفحة 13)

- وتعرفها المنظمة الدولية للتقييس (ISO) للجودة بأنها "الدرجة التي تشبع فيها الحاجات لتوقعات الظاهرية والضمنية من خلال جملة من الخصائص الرئيسية المحددة مسبقاً". (محمد عبد الوهاب العزاوي، 2002، الصفحات 18-19)

ومن التعاريف السابقة نستخلص أن مفهوم الجودة: "هي مجموعة من الخصائص الكلية للسلعة أو الخدمة والتي تحدد إلى أي مدى تحقق رضا واحتياجات العميل المطلوبة الظاهرية والضمنية وهذا التعريف من وجهة نظر العميل أما من وجهة نظر المنتج فتعتبر الجودة "مطابقة السلعة أو الخدمة للمواصفات ومدى صلاحيتها للاستخدام".

### 2.1.1.3. مراحل تطور الجودة

تتمثل مراحل تطور الجودة كالاتي (كساب، 2005)

#### المرحلة الأولى: ما قبل الثورة الصناعية:

في هذه المرحلة لم يكن المصنع موجود بمعنى الكلمة إنما وجود ورشات، فالنسبة لعملية الرقابة على الجودة فقد كانت تتم من قبل العامل نفسه ومنفردا، مع تدقيق نهائي من قبل صاحب الورشة.

#### المرحلة الثانية: بعد الثورة الصناعية.

في هذه المرحلة لم تعد الرقابة على الجودة تتم من قبل العامل نفسه، بل من قبل المشرف المباشر، الذي كانت عليه مسؤولية التحقق من الجودة.

#### المرحلة الثالثة: الإدارة العلمية.

في هذه المرحلة ظهر مفهوم فحص الجودة الذي سحب بموجبه مسؤولية فحص جودة المنتج من المشرف المباشر، وأسندت إلى مفتشين مختصين بالعمل الرقابي على الجودة.

#### المرحلة الرابعة: الرقابة الإحصائية على الجودة:

ظهرت الرقابة الإحصائية على الجودة مع ظهور أسلوب الإنتاج الكبير عام 1931 الذي صاحبه آنذاك مفهوم تخطيط و توحيد الإنتاج كوسيلة للإقلال من أخطاء تصنيع السلعة ، فقد صمم كل من **هارولد دودج و هاري رومينغ** أسلوبا إحصائيا لفحص عينات من الإنتاج بدلا من فحصه كله.

#### المرحلة الخامسة: تأكيد الجودة.

بدأ التفكير بمفهوم تأكيد الجودة عام 1956 ثم طور بعد ذلك ليأخذ أبعاده كأسلوب فعال في مجال الرقابة على الجودة على فلسفة مفادها ما يلي: "إن الوصول إلى مستوى عالي من الجودة و تحقيق إنتاج بدون أخطاء، يتطلب رقابة شاملة على كافة العمليات وذلك من مرحلة تصميم المنتج حتى مرحلة وصوله للسوق ليد المستهلك و هذا يعني وجود جهود مشتركة من قبل جميع الإدارات المعنية بتنفيذ هذه المراحل.

#### المرحلة السادسة: إدارة الجودة الاستراتيجية

ظهر هذا المفهوم عن الجودة ما بين عامي 1970 و 1980 وكان ذلك بسبب دخول التجارة العالمية في حالة منافسة بين الشركات اليابانية التي غزت أسواق العالم بمنتجاتها ذات الجودة المتميزة و الأسعار المعقولة و لعل شركة **IBM (International business machin)** الأمريكية هي أولى الشركات الأمريكية التي تبنت إدارة الجودة الاستراتيجية.

### المرحلة السابعة: إدارة الجودة الشاملة

ظهر هذا المفهوم عن الجودة في الثمانينات و مازال مستمر حتى يومنا هذا وسبب ظهوره هو تزايد شدة المنافسة العالمية وإكتساح الصناعة اليابانية للأسواق و خاصة البلدان النامية ، وخسارة الشركات الأوربية و الأمريكية لخصص كبير ومن الأسواق.

#### 3.1.1.3. أهداف الجودة

تهدف ادارة الجودة الشاملة إلى تحقيق العديد من الأهداف الاساسية وسوف يتم التطرق اليها فيما يلي  
(<http://edusp20yahoocom.blogspot.com.eg>):

- حدوث تغيير في جودة الأداء.
- تطوير أساليب العمل.
- الرفع من مهارات العاملين وقدراتهم.
- تحسين بنية العمل.
- الحرص على بناء وتعزيز العلاقات الإنسانية.
- تقوية الولاء للعمل والمؤسسة والمنشأة.
- تقليل إجراءات العمل الروتينية واختصارها للوقت والتكلفة.

#### 4.1.1.3. مبادئ الجودة

يمكن ان نجعل المبادئ الأساسية لإدارة الجودة الشاملة فيما يلي (رحاب حسين كاظم، 2013):

1. **التركيز على العميل:** تقوم الجودة الشاملة على أساس ان استمرار ونجاح نشاطات المنشأة يعتمد إلى حد كبير على توافر احتياجات ومتطلبات العملاء ومحاوله تنفيذ توقعاتهم، حيث ان رضا العميل يعد الركيزة الأساسية والقاعدة المتينة التي يجب ان ينطلق منها طموحات المنشأة في المستقبل، ان انضمام إدارة الجودة الشاملة يوسع مفهوم ودائرة العملاء لتشمل العاملين داخل المنشأة، ويعدهم عنصرا مهما وحيويا من عناصر مجموعة العملاء.
2. **التحسين المستمر:** تؤكد فلسفة إدارة الجودة الشاملة على أهمية التحسين المستمر للمنشآت التي ترغب في عملية التطوير، ويرتكز المبدأ على أساس فرضية مفادها ان العمل هو ثمرة سلسلة من الخطوات والنشاطات المترابطة والتي تؤدي إلى محصلة نهائية ومن ضروري ان تلقى هذه الخطوات ما تحتاجه من اهتمام مستمر حتى يمكن تقليص احتمالات تغيير تلك المحصلة النهائية، وكذلك لتعزيز الثقة وإمكانية الاعتماد على إجراءات ونظم العمل.

3. **التعاون الجماعي بدلا من المنافسة:** يركز نظام الجودة الشاملة على أهمية التعاون بين مختلف المستويات الإدارية في المنشأة بدلا من المنافسة بينهم، حيث انه من خلال هذا التعاون تستطيع الأقسام معرفة احتياجات الأقسام الأخرى من موارد مالية وفنية وغيرها من المستلزمات المختلفة التي تساعد في دعم عملية التحسين المستمر للمنشأة.

4. **الوقاية بدلا من التفتيش:** تنطلق فلسفة إدارة الجودة الشاملة من مبدأ ان الجودة عبارة عن ثمرة العملية الوقائية وليست العملية التفتيشية، ففي نظريات الإدارة التقليدية نجد ان مراقبة الجودة او التفتيش على مستوى الخدمات او السلع يكون بعد عملية التصنيع او تقديم الخدمة، هذه الطريقة التقليدية تستنزف الكثير من الطاقات البشرية والموارد المالية من اجل الكشف على عيوب او أخطاء العملية الإنتاجية، اما في حالة تطبيق نظام الجودة الشاملة فان ذلك سوف يؤدي إلى تقليص التكاليف وزيادة الإنتاجية لان هذا النظام يحاول ادخال عنصر الوقاية في العملية الإنتاجية ومراقبة الانحرافات بأنواعها سواء كانت انحرافات لأسباب عامة او لأسباب خاصة.

5. **المشاركة الكاملة:** تعد مشاركة كل فرد في العمل الجماعي من اهم النشاطات التي يجب التركيز عليها حيث يساعد في زيادة الولاء والانتماء للمنشأة، ان العمل الجماعي عبارة عن أداة فعالة لتشخيص المشكلات، وإيجاد الحلول المثلى لها خلال الاتصال المباشر بين الأقسام المختلفة والاحتكاك المتواصل بين الافراد في المنشأة الواحدة، ومن اجل زيادة فاعلية هذا الاتصال يؤكد نظام إدارة الجودة الشاملة على أهمية استخدام أسلوب اللامركزية والاتصالات الافقية، بدلا من أسلوب المركزية والاتصالات الرأسية.

6. **اتخاذ القرارات بناء على الحقائق:** تمتاز المنشآت التي تطبق نظام الجودة الشاملة بان قراراتها مبنية على حقائق وبيانات صحيحة وليست مجرد تكهنات فردية او افتراضات او توقعات مبنية على اراء شخصية، فليس بمقدور المنظمة اصدار قرارات ارتجالية المبنية على أساس ممكن ان تنجح في عالم يتغير بخطوات متسارعة، اذ القرار الذي يتم التوصل اليه يجب أن يكون سريعا ودقيقا.

### 5.1.1.3. محددات الجودة

إن الدرجة التي تستطيع بواسطتها المنتجات أو الخدمات تحقيق الغرض الأساسي من تقديمها تعتمد على المحددات والآتي ذكرها:

1. **التصميم The Design:** وهي الخصائص المحددة للمنتج بكلفة معينة، فهي تمثل مقياس مدى حسن ملاءمة

التصميم للمتطلبات أو الخصائص المتفق عليها. ( رعد عبد الله الطائي، 2008، صفحة 33)

## 2. جودة التطابق Quality Conformance : وتعني إنتاج سلعة أو خدمة تتوافق مع المواصفات المحددة في

تصميم ذلك المنتج ويتم هذا للتأكد من أن المنتج النهائي يقابل مواصفات التصميم ، وعليه تتطلب مراجعة السلعة غير المطابقة للشروط والترتيب ما يأتي:

- ✓ أن تحدد السلطة المسؤولة عن المنتج الغير المطابق للشروط ؛
- ✓ أن تنظر إجراءات التركيب في أربع إمكانات متاحة هي استخدام السلعة كما هي، أو صنعها من جديد أو تحسينها أو إتلافها.

## 3. سهولة الاستخدامات Easy of Use:

وتعرف بأنها المواءمة للاستعمال وذلك لأهمية الجودة في التصميم والإنتاجية من حيث المستلزمات الضرورية للعمل بما يحقق الأمان للعاملين عند انجازهم أعمالهم بالإضافة إلى مشاركة المستهلك في وضع متطلبات جودة المنتجات التي يحصل عليها ، وبهذا الصدد السعر وموعد التسليم وسهولة صيانة المنتج أو تقديم الخدمة عناصر مهمة تؤثر على المستهلك في اختياره للمنتج . (يوسف حجيم الطائي و وآخرون، 2009، الصفحات 219-223)

## 4. خدمات ما بعد التسليم Service After Delivery:

ليس مهما أن تؤدي السلعة المنتجة وظيفتها بالكفاءة المطلوبة بل هناك أسباب كثيرة تؤدي اختلاف الأداء عما هو متوقع منه ، وبغض النظر عن تلك الأسباب فإن من المهم معالجتها ،سواء عن طريق سحب المنتجات المعيبة من السوق أو عن طريق الإصلاح (الصيانة، أو الاستبدال ). (يوسف حجيم الطائي و وآخرون، 2009، صفحة 35)

### 6.1.1.3. أبعاد الجودة

توجد أبعاد ومفردات لقياس الجودة و يمكن تحديد الأبعاد الشائعة منها على النحو التالي:

- الأداء (Performance): إن هذا البعد يمثل المواصفات التشغيلية للمنتج، إضافة إلى المواصفات الأخرى التي يمكن قياسها وهي تختلف حسب الرغبات والاتجاهات الشخصية لكل فرد. مثلا هل المكيف الهوائي هواءه مرض، هل ألوان التلفزيون واضحة . (قاسم نايف علوان، 2005، صفحة 34)
- الموثوقية (Reliability): هي احتمال عمل أو أداء المنتج من دون فشل خلال العمر الاقتصادي، أي خلال فترة زمنية معينة وفق التصميم الأساسي له ويعتبر هذا البعد المقياس الأساسي لاستخدام المنتج وجودته من قبل المستهلك بحيث يريد المنتج يشتغل دون فشل، والموثوقية هي العنصر الأكثر ملائمة للسلع المعمرة ،مثل رغبة الفرد في التحقق من أن سيارته تعمل متى برزت الحاجة لها. (عبد الستار العلي، 2008، صفحة 55)

- التوافق (Conformance): يشير هذا البعد إلى المدى الذي يتوافق فيه المنتج أو الخدمة مع توقعات المستهلك ، والأداء من أول مرة وما له من أثر على تحسين وفاعلية العملية التسويقية. (فواز التميمي، 2008، صفحة 20)
- الجمالية (Aesthetics) تشير إلى الهيئة الخارجية للمنتج و الشعور الذي تثيره لدى المستهلك. (يوسف حجيم الطائي و وآخرون، 2009، صفحة 77)
- القدرة على الخدمة (Service Ability): تعني سهولة التصليح وسرعته، وحسن التصرف القائم بعملية التصليح و كفاءته. (يوسف حجيم الطائي و وآخرون، 2009، صفحة 78)
- العمر الافتراضي (Product Life): وهو عدد سنوات استخدام المنتج في الخدمة وفقا للمواصفات للمنتج التشغيلية قبل ضعف أدائه وفقدانه للخواص المطلوبة. (قاسم نايف علوان الحياوي، 2006، صفحة 35)
- الخصائص الثانوية للمنتج (Features): هي خصائص إضافية للمنتج أو الخدمة مثل الأمان ، سهولة استخدام وكذا التكنولوجيا العالية. (فواز التميمي، 2008، صفحة 20)
- قدرة التحسس بالجودة (Preceived Quality): وهي صورة المنتج في تصور المستهلك والمتولدة من خلال سمعة المنتج ومحلات الدعاية والإعلان المنتج في السوق ،مثلا شركة فيليبس تركت انطبعا عن جودة منتجاتها لدى المستهلكين أو لدى الذين لم يستخدموها أو يروها سابقا. (قاسم نايف علوان، 2005، صفحة 35)

### 2.1.3. مفاهيم عامة حول الخدمة

#### 1.2.1.3. تعريف الخدمة:

- يمكن التوصل إلى تعريف للخدمة من خلال تسليط الضوء على بعض المفاهيم التي جاءت بها أدبيات تسويق الخدمات من خلال العديد من الباحثين والتي من بينها ما يلي :
- عرف (Stanton) الخدمة بأنها: "النشاطات غير الملموسة والتي تحقق منفعة للزبون أو العميل، والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة أخرى، أي أن إنتاج أو تقديم خدمة معينة لا يتطلب استخدام سلعة مادية." (الطائي حميد و بشير العلاق، 2009، الصفحات 33-34)
  - عرفها كوتلر بأنها: "أي نشاط أو أداء يمكن لطرف أن يقدمه لطرف آخر وتتسم أساسا بأنها غير ملموسة وال يترتب عن تقديمها أي نوع من أنواع الملكية." (محمد محمود مصطفى، 2010، صفحة 63)

- وميز (Shostack) في سياق تعريفه للخدمة بين الخدمة الجوهر والعناصر المحيطة بهذا الجوهر، حيث يقول أن: "هذا التمييز هو أساس يمكن اعتماده لتعريف الخدمة، فالجوهر في عرض الخدمة هو عبارة عن: المخرجات الضرورية لمؤسسة الخدمة والتي تستهدف تقديم منافع غير محسوسة يتطلع إليه المستفيدون". ( الطائي حميد و بشير العلق، 2009، صفحة 139)

من خلال التعاريف السابقة يمكن استنتاج أن الخدمة هي: نشاط غير ملموس تستهلك في نفس توقيت إنتاجها، ويمكن أن ترتبط بسلعة، تقدم منفعة للمستفيد ولا ينتج عن تلك المنفعة حيازة لشيء مادي أو ملموس، وتتكون من خدمة جوهر يمكن أن تدعمها خدمات تكميلية.

### 2.2.1.3. خصائص الخدمة

للخدمة مجموعة من الخصائص تتمثل في الآتي: (محمد جاسم الصميدعي و ردينة عثمان يوسف، 2010، الصفحات 40-41)

- اللاملموسية: الخدمة ليس لها وجود مادي وعليه لا يمكن للزبون فحصها قبل عملية الشراء؛
- عدم القابلية للتخزين: عدم ملموسية الخدمة يترتب عليه صعوبة تخزينها؛
- التلازمية: عملية إنتاج الخدمة واستهلاكها يكون في نفس الوقت؛
- عدم التجانس: يصعب على مورد الخدمة تقديم الخدمة بنفس المستوى و النوعية لكل الزبائن؛
- عدم انتقال الملكية: المستهلك قادر فقط الحصول على الخدمة واستخدامها شخصيا لفترة معينة دون أن يمتلكها؛
- هلاكية الخدمة المقدمة: عدم قابلية الخدمة للتخزين يؤدي إلى تلاشيها سواء تم الاستفادة منها أو لا.

### 3.2.1.3. مكونات الخدمة

تتألف الخدمة من مكونين اثنين متلازمين لا بد من توافرها لكي تكتمل جودة الخدمة، وهما الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية. ( الطائي حميد و بشير العلق، 2009، صفحة 32)

**1. الخدمة الجوهر:** هي المنافع والمزايا المتأتية من الخدمة التي يدرك المستفيد أنه يدفع ثمنها مقابل الحصول عليها، وهي ما يجب على المؤسسة معرفتها عن طريق حصر تفكيرها وجهودها في المجالات التي تساعدها على ذلك، والتوصل إلى فهم تلك المنافع بصورة واضحة وصحيحة، يتطلب من مديري التسويق فهم تلك الإدراكات من أجل ابتكار وتطوير الخدمة الجوهر وعناصرها التكميلية، وأن يحددوا كيف ينبغي على المؤسسة أن تؤدي واجباتها إزاء كل من هذه العناصر.

2. الخدمة التكميلية: يقول (Levitt) في ما يخص مفهوم المنتج المضاف أو الإضافي "إننا لا نبيع الشيء الرئيسي المحسوس والمدرك، بل نبيع بالفعل مجموعة من حالات الرضا والإشباع التي تحيط بهذا الشيء الرئيسي"، وعلى هذا الأساس فهي إما أن تكون خدمات مساعدة تضيف قيمة إضافية للزبائن، أو خدمات مسهلة للخدمة الجوهر، وبذلك فهي تلعب دورا رئيسيا في تمييز الخدمة الجوهر عن الخدمات المنافسة.

#### 4.2.1.3. تصنيفات الخدمة

تعدد أصناف الخدمات وتختلف حسب المعايير المعتمدة في كل تصنيف، ومن بين تلك التصنيفات ما يلي: ( الطائي حميد و بشير العلاق، 2009، الصفحات 46-47)

##### 1. تصنيف الخدمات حسب المستهلك المستفيد: وتصنف حسب هذا المعيار إلى:

- خدمات استهلاكية: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية بحتة كالخدمات السياحية والنقل؛  
- خدمات المنشآت: وهي التي تقدم لإشباع حاجات المؤسسات، كما هو الحال في الخدمات المالية والمحاسبية.

##### 2. تصنيف الخدمات حسب درجة كثافة قوة العمل: وتصنف حسب هذا المعيار إلى:

- خدمات تعتمد على قوة عمل كثيفة ومن أمثلتها خدمات الديكور، التربية ورعاية الأطفال؛  
- خدمات التي تعتمد على المستلزمات والمعدات المادية ومن أمثلتها خدمات الاتصالات.

##### 3. تصنيف الخدمات حسب درجة الاتصال بالمستفيد: وتصنف حسب هذا المعيار إلى:

- خدمات ذات اتصال شخصي عالي مثل خدمات التطبيب، الحلاقة؛

- خدمات ذات اتصال شخصي متوسط مثل خدمات المطاعم وخدمات المصرف؛

##### 4. تصنيف الخدمات حسب الثقل النسبي للخدمة في المنتج المقدم: تصنف الخدمات حسب هذا

خدمات ذات اتصال شخصي منخفض مثل خدمات الصراف الآلي والخدمات الالكترونية المعيار إلى:

أ- الخدمة الخالصة: وهي خدمة صرفة أو مطلقة وتتواجد عندما يكون هناك دليل ضعيف على وجود عناصر

ملموسة في تركيبة الخدمة، مثل خدمات الأمن، التعليم؛

ب- خدمة تقدم قيمة مضافة لسلعة: وتحصل عندما يقوم صانع السلعة بتعزيز جوهر سلعته الملموسة من خلال

تقديم منافع خدمية ترافقها، مثل خدمات ما بعد البيع، الصيانة؛

ج- خدمة تقدم قيمة جوهرية للسلعة: كالخدمات التي تسهل عملية إيصال السلعة الملموسة من مكان إنتاجها

إلى مكان استهلاكها مثل خدمات نقل البضائع؛ الأطعمة الجاهزة .

5. تصنيف الخدمات حسب طبيعة مقدم الخدمة: وتصنف حسب هذا المعيار إلى:

-خدمات تعتمد على العنصر البشري بالكامل كالأطباء والإداريين؛

-خدمات تعتمد على الآلات والمعدات بدرجة كبيرة كخدمات الاتصال والصراف الآلي.

6. تصنيف الخدمات حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمة: وتصنف حسب هذا المعيار إلى: خدمات

مهنية كخدمات الأطباء والمستشارين والمرضى؛

خدمات غير مهنية كخدمات تنظيف الملابس وحراسة العمارات.

7. تصنيف الخدمات حسب العملية الموجهة: وتصنف حسب هذا المعيار إلى :

أ. خدمات معالجة الناس: وتعني تلك الخدمات الموجهة للأفراد وتتطلب حضور المستفيد، كخدمات التمريض والخدمات المالية؛

ب. خدمات معالجة الممتلكات: وهي خدمات موجهة إلى ممتلكات المستفيد، كخدمات صيانة السيارات والأجهزة الكهرومنزلية؛

ج. خدمات المشير العقلي: وهي خدمات ونشاطات غير ملموسة موجهة لعقول المستفيدين، مثل الخدمات التعليمية والسياحية؛

د. خدمات معالجة المعلومات: وهي خدمات غير محسوسة موجهة لممتلكات المستفيدين أو لموجوداتهم مثل معالجة البيانات والخدمات القانونية.

### 3.1.2.5. عناصر إنتاج الخدمة

تتكون المؤسسة الخدمية من عدة عناصر تتفاعل فيما بينها لإنتاج وتقديم الخدمة تتمثل في ما يلي: (فليسي ليندة، 2012، الصفحات 35-36)

1. نظام عملية تشغيل الخدمة (موظفو المكتب الخلفي): يتمثل نظام عملية تشغيل الخدمة في الإدارة العليا للمؤسسة التي تعتبر مصدر القرارات المتعلقة بعرض الخدمات، من خلال توظيف وتسيير الموارد البشرية وتحديد أشكال الاتصال بين المؤسسة والزبائن.

2. العمال المباشرين (موظفو المكتب الأمامي): ويقصد به مقدمي الخدمات الذين يتعاملون مباشرة مع الزبائن، ويمثلون المؤسسة ويقع على عاتق هؤلاء الموظفين دورا بالغا في عملية تقديم الخدمة والسهر على جودتها، مما يتطلب توفرهم على مهارات وكفاءات عالية.

3. **السند المادي:** ويظهر من خلال التصميم الداخلي والخارجي للمؤسسة، ويشمل التجهيزات والمعدات الضرورية لإنتاج الخدمة (التكنولوجيا المستخدمة)، مظهر مقدمي الخدمة وموقع المؤسسة... إلخ

4. **الزبائن:** والمقصود بهم في هذا العنصر من عناصر إنتاج الخدمة، الزبائن الخارجيين الذين هم على اتصال شخصي مع مقدمي الخدمات، وفي هذا المجال يظهر المستهلك كمستفيد من الخدمة وكمساهم في نظام إنتاجها وتقديمها.

5. **عرض الخدمات:** تتمثل النتيجة المتولدة من مجموعات التفاعلات الحاصلة بين مختلف عناصر إنتاج الخدمة، والتي يعتمد تقديمها في الغالب على وجود مقدم الخدمة والمستهلك في آن واحد.

جدير بالذكر أن ما يميز المؤسسة الخدمية عن المؤسسات الإنتاجية الأخرى هو أنها بالإضافة إلى اعتمادها على عنصر نظام عملية تشغيل الخدمة وعنصر السند المادي والعمال المباشرين، والذين يمثلون على التوالي الأبعاد الثلاثة لأي مؤسسة، البعد التنظيمي، البعد المادي والتكنولوجي والبعد البشري، فإن المؤسسة الخدمية تعتمد أيضا في عملية إنتاجها على عنصر خارجي هو الزبائن، وعنصر آني هو عرض الخدمة وذلك راجع لخاصية التلازمية في الخدمة، فعملية إنتاج الخدمة واستهلاكها يكونان في نفس التوقيت.

### 3.1.2.6. طرق تقديم الخدمة ودورة حياتها

تختلف طريقة تقديم الخدمة من مؤسسة إلى أخرى ومن مقدم خدمة إلى آخر، إلا أنها تمر كلها بنفس مراحل دورة الحياة، وفيما يلي سيتم التطرق إلى طرق تقديم الخدمة ودورة حياتها.

#### ❖ طرق تقديم الخدمة:

تشمل عملية تقديم الخدمة بعدين أحدهما بعد إجرائي والآخر بعد شخصي، البعد الإجرائي هو تلك النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمات، أما البعد الشخصي (العنصر المعنوي أو السلوكي) فهو طرق التفاعل والتعامل مع المستهلك عند تقديم الخدمة من قبل مقدمي الخدمة، وما يستخدمونه من سلوكيات ومواقف ومهارات لفظية، وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم طرق تقديم الخدمة إلى أربعة أنواع حسب درجة الاهتمام بالجانبين الإجرائي والشخصي:

1. **طريقة الخدمة الباردة:** تمتاز هذه الطريقة بانخفاض البعد الإجرائي والبعد الشخصي معا، فمن الجانب الإجرائي تمتاز بكونها بطيئة، غير متناسقة، غير منظمة، وتتسم في الجانب الشخصي بأنها غير شفافة، متحفظة، جدية بعيدة عن أجواء الانبساط والفرح وغير مرغوبة من المستهلك.

2. الطريقة المصنعة للخدمة: تتميز هذه الطريقة بالاهتمام بالجانب الإجرائي فقط، حيث تتسم الخدمة بأنها تأتي في الوقت المناسب، متناسقة وموحدة للجميع، دون الاهتمام بالجانب الشخصي.

3. طريقة الحديقة الوردية للخدمة: وهي على عكس الطريقة المصنعة للخدمة حيث تتميز بالاهتمام بالجانب الشخصي فقط، وتتسم باللطافة والمودة وعملية تقديم جذابة ومريحة، دون الاهتمام بالجانب الإجرائي. ( زاهر عبد الرحيم عاطف، 2011، صفحة 62)

4. طريقة جودة خدمة المستهلك: تعد من أفضل الطرق التي يتم استخدامها في تقديم الخدمة، فهي تهتم بالجانبين الإجرائي والشخصي معا. (مأمون سليمان الدراكعة، 2006، صفحة 193)

#### ❖ دورة حياة الخدمة:

تمر الخدمة في دورة حياتها بعدة مراحل حيث تبدأ بمرحلة التصور والبحث ودراسة الخدمة التي سيتم طرحها في السوق، وتنتهي في ظروف معينة بمرحلة التدهور، وكل مرحلة تعبر عن حجم التعامل بالخدمة الذي يعد أداة مساعدة للتعرف على الاستراتيجيات التسويقية الملائمة لها، ويمكن تناول هذه المراحل فيما يلي: (قاسم نايف علوان المحياوي، 2006، الصفحات 78-79)

1. مرحلة الدراسات والبحوث: ويتم خلالها تصور الخدمة التي سيتم طرحها في السوق، والعمل على دراسة وبحث خصائص هذه الخدمة على جميع النواحي، طريقة عرضها، السوق الذي سيتم طرحها فيه، مستوى المنافسة.. الخ.

2. مرحلة التقديم: في هذه المرحلة تقدم الخدمة للمرة الأولى أو بشكل مغاير، وتركز المؤسسة على كسب السوق وذلك لأن هناك نسبة قليلة من الزبائن المستهلكين ممن يتوقع منهم المجازفة بطلب الخدمة الجديدة .

3. مرحلة النمو: في هذه المرحلة يزداد نمو الخدمات، حيث تظهر التدفقات النقدية الايجابية لدى معظم المؤسسات بسبب نمو واتساع الإنتاجية، مقابل طلب كبير على الخدمة مما يسمح للعديد من المؤسسات من رفع أسعارها لتحقيق هوامش عالية وأرباح كبيرة، هذه الأخيرة تدفع بظهور مؤسسات تقدم نفس الخدمة فتزداد حدة المنافسة وتظهر قطاعات سوقية جديدة .

4. مرحلة النضج: ما يميز هذه المرحلة هو انخفاض المبيعات وتباطؤها مع انخفاض عدد المستهلكين، لتستقر عند نسبة معينة ثم تبدأ بالانخفاض النسبي مجددا مع الزمن، وهذا راجع للمنافسة الحادة وظهور نفس الخدمات بأسعار أقل وبتقنيات متطورة .

5. مرحلة الانحدار: في هذه المرحلة تنخفض المبيعات، بسبب التقنيات الجديدة المستخدمة والتي تم تطويرها بسبب ظهور خدمات منافسة وبديلة، وبسبب انخفاض الطلب تضطر العديد من المؤسسات المقدمة للخدمة إلى إلغاء الخدمات المقدمة المتأتية بخسارة والإبقاء على الناجحة والاستمرار في تقديمها، أو اللجوء إلى تطوير الخدمة الحالية أو طرح خدمة جديدة كلياً.

### 2.3. جودة الخدمة

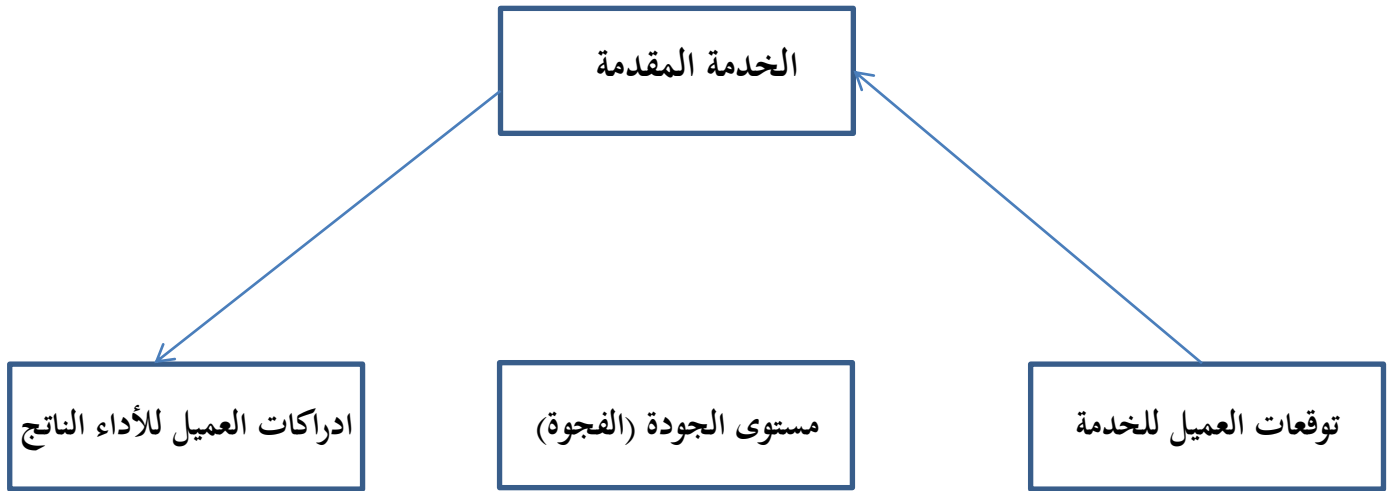
#### 1.2.3. مفهوم جودة الخدمة:

تتعدد التعريفات بالنسبة لجودة الخدمة وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات الزبائن عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة .

جودة الخدمة العديد من التعاريف ومن بينها ما يلي:

- عرفها كل من (Keiler & Kotler) جودة الخدمة بأنها: "درجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات المستهلك لهذه الخدمة." (مأمون سليمان الدراركة و طارق شلي، 2012)
  - جودة الخدمة: "هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت متوقعة أو مدركة أي التي يتوقعها الزبائن أو يدركوها في الواقع الفعلي، وهي المحددة الرئيسي لرضا المستهلك أو عدم رضاه حيث يعتبر في نفس الوقت من الأولويات الرئيسية التي تزيد تعزيز مستوى الجودة في خدماتها." (بشينة لقمان أحمد، 2015، صفحة 35)
  - ويرى (Gronroos 1984) أن: "جودة الخدمة هي نتيجة عملية تقييم يقارن فيها المستهلك توقعاته بالخدمة المقدمة له أو التي قدمت له." (Christian GRÖNROOS, 2001, p. 37)
  - كما عرف عوض بدير حداد الجودة في الخدمة البنكية بأنها: "مقيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء لهذه الخدمة، أو أنها الفرق بين توقعات العملاء لهذه الخدمة وإدراكاتهم للأداء الفعلي لها." (عوض بدير حداد ، 1999 ، صفحة 236)
- والشكل التالي يوضح التعريف السابق:

## الشكل (5.2): مفهوم جودة الخدمة



المصدر: عوض بديل الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، ط1، البيان للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، ص337.

ويعني هذا الشكل انه اذا توقفت ادراكات لعملاء للناتج مع توقعاتهم له فإنهم سوف يكونون راضيين عن الخدمة، أما اذا فاق الناتج التوقعات فان الخدمة تعتبر متميزة اما اذا احدث العكس فان الناتج لم يرق مستوى التوقعات او ناتج الخدمة فإنها تصبح رديئة منه فان العميل سوف يكون غير راض عنها.

## 2.2.3. أهمية جودة الخدمة

لجودة الخدمة أهمية كبير بالنسبة للمؤسسات وذلك من أجل تحقيق النجاح والاستقرار فإن على المستهلك والموظفين أن يتعاملون معا من أجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى، وعلى المؤسسات الاهتمام بالموظفين والزبائن معا، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي: (مأمون سليمان الدرادكة، 2001، صفحة 151)

- نمو مجال الخدمة: لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات إلى جانب ذلك فالمؤسسات الخدمية مازالت في نمو متزايد ومستمر.
- ازدياد المنافسة: تزايد عدد المؤسسات الخدمية سوف يؤدي إلى وجود المنافسة شديدة بينها لذلك فان الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.

- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المؤسسات الخدمية في الوقت الحالي تركز على توسيع حصتها لذلك لا يجب على المؤسسات السعي من أجل جذب الزبائن جدد، و لكن يجب كذلك المحافظة على الزبائن الحاليين ولتحقيق ذلك لابد من الاهتمام أكثر بمستوى جودة الخدمة .

- فهم المستهلك: إن الزبائن يريدون معاملة جيدة ويكرهون التعامل مع المؤسسات التي تركز على الخدمة، فلا يكفي تقديم الخدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة والفهم الأكبر.

### 3.2.3. مؤشرات جودة الخدمة

عكف الباحثون في مجال دراسة جودة الخدمة على إيجاد المؤشرات التي يعتمد عليها الزبائن في تقييمهم لجودة الخدمة المقدمة اليهم وهذا للإصلاح على مستواها، وعلى ما تتطلبه من تحسينات لكسب رضی الزبائن وولائهم وفي هذا الإطار اهتم عدد من الباحثين نذكر منهم (Parasuranan, Berry, Zithnal, Taylor et Cronin) بتحديد أهم المؤشرات المعتمدة في حكم على جودة الخدمة، وتتمثل هذه المؤشرات (صليحة رقاد، 2008، الصفحات 27-28):

الاعتمادية (Reliability): وتعني قدرة مقدم الخدمة على الاداء الخدمة المطلوبة منه بدرجة عالية من الدقة والالتقان.

1) الاستجابة (Responsiveness): وتشير إلى رغبة واستعداد مقدمي الخدمات لخدمة ومساعدة الزبائن مهما كانت الظروف.

2) الكفاءة (Competence): وتعني امتلاك مقدمي الخدمات المهارة والمعرفة اللازمة لأداء الخدمة.

3) سهولة الحصول على الخدمة (Access): والمقصود بها سهولة الاتصال وتسيير الحصول على الخدمة وتوفير عدد كافي من منافذ الحصول عليها.

4) اللباقة (Courtesy): وتعني تمتع مقدمي الخدمات بروح الصداقة والاحترام، واللفظ في التعامل كالاستقبال الطيب مع التحية والابتسام مع الزبائن.

5) الاتصال (Communication): يقتضي هذا المؤشر تزويد الزبائن وباللغة التي يفهموا التوضيحات اللازمة حول طبيعة الخدمة وتكلفتها.

6) المصدقية (Credibility): وتشير إلى مراعاة مقدمي الخدمات للأمانة والصدق في التعامل مع الزبائن مما يولد الثقة بين الطرفين ومثال ذلك: هل يحافظ المحامي على اسرار موكله؟ وهل يوثق به في الدفاع عن قضيته؟

7) الامان (Security): ونعني به غياب المخاطرة والشك في التعامل مع المؤسسة، ويستخدم هذا المؤشر للتعبير

عن درجة الشعور بالأمان في خدمة المقدمة وفي من يقدمها، ومثال ذلك ماهي درجة الامان المترتبة على قيام الزبون باستئجار شقة او غرفة في فندق؟

**8) معرفة وتفهم العميل (Knowing the customer):** والمقصود بها بذل المجهود من طرف مقدمي الخدمات ومعرفة احتياجاتهم الخاصة لفهم حاجات الزبائن وتقديم النصح والاستشارة والتوجيه اللازم، ويشير هذا المؤشر إلى مدى قدرة مقدم الخدمة على تحديد وتفهم احتياجات الزبائن.

**9) الجوانب المادية الملموسة (Physical assets):** وتشمل التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسات، وهي تشير إلى المظهر الخارجي، والمواقع والتصميم الداخلي للمنظمة، والاجهزة المستخدمة في اداء الخدمة، ومثال ذلك هل التكنولوجيا المستخدمة في تقديم الخدمة حديثة؟ وهل تصميم المظهر الداخلي والديكور يخلفان جواً مريحاً للزبون؟

وفي دراسة لاحقة (Parasuraman) تمكن وزملائه سنة 1988 من دمج هذه المؤشرات العشرة في خمسة أبعاد رئيسية لجودة الخدمة هي: المظاهر المادية الملموسة والاعتمادية والاستجابة، والضمان، والتعاطف، والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم (4.2): مؤشرات تقييم جودة الخدمة

المؤشر	البيان
الجوانب الملموسة	<ul style="list-style-type: none"> <li>- جاذبة المظهر الخارجي للمنظمة.</li> <li>- التصميم الداخلي للمنظمة.</li> <li>- حداثة الاجهزة والمعدات المستخدمة في اداء الخدمة.</li> <li>- المظهر اللائق لمقدمي الخدمات.</li> </ul>
الاعتمادية	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة.</li> <li>- تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث اخطاء)</li> <li>- معلومات دقيقة وصحيحة.</li> </ul>
الاستجابة	<ul style="list-style-type: none"> <li>- السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة.</li> <li>- الاستجابة الفورية لحاجات الزبائن.</li> <li>- الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى.</li> </ul>
الامان	<ul style="list-style-type: none"> <li>- الشعور بالأمان في تعامل.</li> <li>- الثقة بمقدمي الخدمات.</li> </ul>
التعاطف	<ul style="list-style-type: none"> <li>- تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن الخلق.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- فهم ومعرفة احتياجات الزبائن.</li> <li>- ملائمة ساعات العمل.</li> <li>- وضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الادارة العليا.</li> <li>- تقدير ظروف الزبون والتعاطف معه.</li> <li>- اللطف في تعامل مع الزبون.</li> </ul>	
---	--

المصدر: صليحة رقاد، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2008، ص 28.

### 4.2.3. خطوات تحقيق جودة الخدمة

فيما يلي عرف للخطوات الواجب إتباعها بغية تحقيق الجودة المناسبة للخدمة :

#### 1. تصميم قاعدة البيانات لزبائن المؤسسة (التعرف على الزبائن):

تتضمن هذه الخطوة تصميم نظام شامل للزبون بدءا من المعلومات الشخصية وانتهاء بتاريخ معاملاته مع المؤسسة.

#### 2. التعرف على توقعات الزبائن وفهمها:

تتكون هذه التوقعات من مصادر متعددة منها: الاتصالات التسويقية، الخبرة السابقة في التعامل مع المؤسسة أو منتجاتها، أو مع منظمات آخر تقدم نفس الخدمة.

#### 3. تحديد معايير جودة خدمة:

هناك مجموعة من الاعتبارات يجب أخذها في الحسبان عند وضع هذه المعايير حتى تتحقق لها الفاعلية، والتي من بينها أن تكون مبنية على توقعات الزبائن، الوضوح، الموضوعية، القابلية للتطبيق، المرونة وقبول العاملين لها من خلال المشاركة في تحديدها من منظور المستهلك.

#### 4. الالتزام بإنتاج وتقديم الخدمة وفق معايير الجودة الموضوعية: ويتم ذلك من خلال:

-المصداقية في تقديم الخدمة وذلك حسب ما تم الوعد به؛

-اهتمام الموظف بمظهره أثناء تقديم الخدمة؛

-الاهتمام بلغة الجسد والوجه.

#### 5. التأكد من استمرارية الزبائن في التعامل مع المؤسسة:

ويتم ذلك من خلال:

- الاهتمام بشكاوي المستهلك وملاحظاته، إذ يجب على مقدم الخدمة استيعاب الشكاوي؛
- يجب على مقدم الخدمة أن يكون قادر على كسب ثقة المستهلك؛
- محاولة تقديم خدمة متميزة تفوق توقعات المستهلك.

### 3.2.5. نماذج قياس جودة الخدمة

تسعى المؤسسات لتقييم وقياس جودة خدماتها باعتماد نماذج للقياس من خلال الأبعاد والعناصر المعبرة عن جودة الخدمة، وفيما يلي نوضح هذه المقاييس:

#### أولاً: مقياس عدد الشكاوي Complain measure

يمثل عدد الشكاوي التي يتقدم بها الزبائن خلال فترة زمنية معينة مقياساً هاماً يعبر على أن الخدمات المقدمة دون المستوى، أو ما يقدم لهم من خدمات لا يتناسب مع إدراكهم لهذا المستوى الذين يريدون الحصول عليها، فهذا المقياس يمكن المؤسسات الخدمية من إبراز الإجراءات المناسبة لتجنب حدوث المشاكل وتحسين مستوى جودة ما تقدمه من خدمات لزيائنها. (نجوى عمروش، 2012، صفحة 43)

في ظل هذا المقياس، تشجع المؤسسات الخدمية زبائنها على التقدم بمقترحاتهم وانتقاداتهم، فمثلاً العديد من الفنادق والمطاعم تخصص سجلات من أجل تسجيل ملاحظات الزبائن، فالمقترحات لا تكشف المستوى العام لرضا الزبائن، لكنها تقدم الأسباب الرئيسية لعد الرضا، حيث أنها تقد عدة أفكار للخدمات جديدة. (P.Kotler & B.Dubois, 2003, p. 71)

#### ثانياً: مقياس الرضا Satisfaction measure

يعتبر من أكثر الطرق استخداماً لقياس اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة، وغالباً ما يتم توجيه أسئلة للعملاء بعد حصولهم على الخدمة، وذلك من خلال قائمة استبيان، بطاقات تدوين الملاحظات أو المقابلات الشخصية، وتتميز هذه الطريقة في كونها تمد المؤسسة الخدمية بمعلومات هامة تتعلق بشعور العملاء نحو الخدمة المقدمة وجوانب القوة والضعف فيها، وبشكل يمكن المؤسسة الخدمية من تبني الاستراتيجية التسويقية التي تتلاءم مع احتياجات السوق، كما أن فهم اتجاهات العملاء نحو الخدمة سوف يمد المؤسسة الخدمية بمعلومات تساعد في تحسين جهودها لمقابلة احتياجاتهم بشكل أفضل. (توفيق محمد عبد المحسن، 2006، صفحة 57)

#### ثالثاً: مقياس القيمة value measure

إن القيمة التي تقدمها المؤسسات الخدمية لعملائها تعتمد على المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة من جانب العميل للثمن الذي يدفعه للحصول على هذه الخدمات، فالعلاقة بين المنفعة والسعر هي التي تحدد القيمة، فكلما زادت

مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة قياسا بالسعر كلما زادت القيمة المقدمة للعملاء وكلما زاد إقبالهم على الشراء، وعندما يزيد السعر المطلوب عن المنفعة فإن القيمة المدركة للخدمات المقدمة تصبح دون المستوى، وقد تدفع طالب الخدمة إلى عدم التعامل مع المؤسسة أو التحول إلى مؤسسة خدمية أخرى تقدم قيمة أفضل، وهنا تصبح مهمة المؤسسة الخدمية هي اتخاذ الخطوات الكفيلة من أجل زيادة المنفعة المدركة لخدماتها بالشكل الذي يؤدي إلى تخفيض سعر حصول العميل على الخدمة. (حسام الدين فتحي، 2015، صفحة 43)

#### رابعا : مقياس الفجوة Servqual measure

هو أداة ووسيلة لقياس الفرق بين توقعات العملاء عن الخدمة والخدمة المقدمة لهم فعلا، ولقد صمم النموذج من افتراض بأن مستوى جودة الخدمة التي يحصل عليها العميل يمكن تحديدها من خلال الفجوة بين توقعاتهم عن جودة الخدمة وبين جودة الخدمة التي تم الحصول عليها فعلا، وكذلك قياس أهمية كل بعد من أبعاد جودة الخدمة، ولقد استقطب هذا المقياس كثيرا من الاهتمام منذ أن تم تصميمه من قبل الباحث "Parasuraman" وزملائه في سنة 1985. (Office Of Public Services Reform)

هذا المقياس يستند إلى توقعات الزبائن لمستوى أداء الخدمة المقدمة بالفعل، ومن ثم تحديد الفجوة (أو التطابق) بين هذه التوقعات والإدراكات وذلك باستخدام الأبعاد الخمسة الأمثلة لمظاهر جودة الخدمة، ومن هنا فإن مستوى جودة الخدمة يقاس بمدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة فعلا للزبائن وبين ما يتوقعه الزبائن بشأنها.

#### خامسا: مقياس الأداء الفعلي Servperf measure

استمرارا للجهود المبذولة عالميا للتوصل إلى نموذج علمي وعملي لقياس جودة الخدمة ويتمتع بدرجة عالية من الثقة والمصدقية وإمكانية التطبيق، فقد توصل كل من Cranin و Taylor إلى مقياس آخر لجودة الخدمة لا يعتمد على الفجوات بين الإدراكات والتوقعات، وذلك كما هو في نموذج Servqual السابق وقد انتقد الباحثان النموذج الخاص بالفجوات، خاصة ذلك الجزء الخاص بالتوقعات، وكذا عدم البساطة وصعوبة التطبيق في الحياة العلمية.

لذلك قدم الباحثان سنة 1992 نموذجا جديدا يقو على فكرة مبسطة، وهي أن جودة الخدمة يجب قياسها بطريقة لا تختلف عن قياس اتجاهات المستفيدين من الخدمة المقدمة نحو مستوى الأداء الفعلي لهذه الخدمة. (ثابت عبد الرحمان ادريس، 2006، صفحة 304)

ويعرف نموذج الأداء الفعلي بأنه نموذج يركز فقط على الأداء الفعلي لقياس جودة الخدمات، ويستند هذا المقياس إلى التقييم المباشر للأساليب والعمليات المصاحبة لأداء الخدمة، اعتماداً على الأبعاد الخمسة للجودة (العناصر الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الأمان، والتعاطف). (صلاح الدين و نسرین صالح محمد، 2016، صفحة 76)

#### 4. علاقة تكنولوجيا المعلومات بجودة الخدمة

يشهد العالم تطوراً كبيراً في وسائل تكنولوجيا المعلومات حيث أحدثت هذه الثورة النوعية تغيرات وتحولات جوهرية فهي كل أجزاء الأعمال وخاصة مجال الخدمات، ومنه تلعب هذه التكنولوجيا دوراً كبيراً فهي تحسن جودة الخدمة، وهذا من خلال تأثيرها على عناصر المزيج التسويقي ونتاجية وعرض الخدمة.

#### 1.4. دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين المزيج التسويقي الخدمي

يتوزع تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على عناصر المزيج التسويقي الأربعة هي: المنتج، والتسعير، والتوزيع، والترويج، وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب وتتمثل في: ( الطائي حميد و بشير العلاق، 2009، الصفحات 260-265)

##### 1. المنتج: تحاول الشركات استخدام التقنيات التمكينية في المجالات التالية:

- أ. تصميم السلع والخدمات باستخدام الحاسوب بدلاً عن أساليب التصميم التقليدية، حيث توجد العديد من البرمجيات الجاهزة والمفصلة للقيام بهذا المهام.
- ب. إنتاج السلع وتقديم الخدمات باستخدام الحاسوب أيضاً بالإضافة إلى الأساليب الأخرى مثل المصنع الافتراضي والطب الاتصالي أو عن بعد من خلال شبكات الانترنت أو الاكسترنات، الأنترانت.
- ج. الحصول على معلومات فورية وفي الوقت الحقيقي عن أوضاع المنتجات والعلامات التجارية والحصص السوقية وذلك من خلال شبكات الاتصال المتطورة.
- د. استخدام نموذج اختبار القبلي للمنتج الجديد المعروف باسم المخمن في أكثر من 100 مجال تطبيقي ويلجأ إليه المسوقون خصوصاً مديري المنتجات الجديدة والبحث والتطوير كأداة غاية في الدقة والإتقان للتنبؤ بالحصص السوقية للصنف.
- هـ. بفضل استخدام الانترنت، أصبح بإمكان المشترين القيام بمقارنة السلع والمنتجات المعروضة على الخط بشكل مباشر وفي الوقت الحقيقي.

و. أصبح بالإمكان الحصول على الخدمات الالكترونية المطلقة. ونقصد بها تلك الخدمة التي يحصل عليها الزبون دون أي اتصال مادي مع المزود، حيث تتم كافة العمليات المترتبة على إنتاج الخدمة وتوصيلها وما بعد بالوسائل الالكترونية حصريا.

**2. التسعير:** أسهمت تكنولوجيا المعلومات في إحداث ثورة حقيقية في مجال هيكل الأسعار حيث يمكن إنجاز ذلك بالآتي:

أ. ربط التسعير بالسوق المستهدفة والمكانة التنافسية والمنتج

ب. دراسة استراتيجيات التسعير البديلة وتفحصها.

ج. دراسة تكاليف التصنيع والتوزيع وعلاقتها بالطلب على المنتج.

د. تطوير منحنى المرونة السعر الذي يبين كيفية تغيير المبيعات.

هـ. اختيار السعر الأمثل بالاستناد إلى الاستراتيجية الأفضل.

و. التحكم بالتغيرات السعرية المفاجئة واتخاذ قرارات فورية بشأنها.

ز. وباختصار، فإن تكنولوجيا المعلومات والاتصال قد أسهمت في انتقال أو تحول قوة المساومة.

ح. من المنتجين إلى المشترين مما سيحدث ثروة حقيقية في مجال التسعير.

**3. التوزيع:** من أبرز تأثيرات تكنولوجيا المعلومات على التوزيع أنها أسهمت في تقليص دور وأهمية الوسطاء التقليديين وأهميتهم، وبروز مصطلح جديد باسم القنوات الالكترونية كبديل عن القنوات التقليدية ومن أبرز هذه القنوات ما يلي:

أ. قناة الكتالوجات: حيث يمكن للمتسوق أن يتصفح الكتالوجات الالكترونية، فهي تصف تفاصيل دقيقة عن المنتجات المختلفة، وتوضح أسعارها ومناشئها وكيفية الحصول عليها.

ب. قناة التلفزيون للمتسوق المنزلي: حيث تظهر على شاشة التلفزيون المنتجات المعروضة بشكل جذاب ومتقن وبثلاثة أبعاد.

ج. قناة المصنع المباشرة: ربما يرغب متسوق ما بزيارة صفحة الويب الخاصة بشركة ما مثل شركة (Dell computer) فهذه الشركة تبيع ما قيمته أكثر من 15 مليون دولار من أجهزة الحاسوب يوميا عبر الانترنت.

د قناة الوسيط الالكترونية: حيث يمكن للمتسوق أن يذهب إلى صفحة الويب الخاصة بوسيط المعلومات الالكترونية الذي يعرض فيها ويقارن سمات العلامات المتوفرة كافة وإيجاد أسعارها، ويوضح أماكن شرائها بأفضل الأسعار.

4. الترويج: وهو من أكثر عناصر المزيج التسويقي تأثيراً بتكنولوجيا المعلومات ، لدرجة أن اسمه قد تغير ليصبح التسويق المباشر والذي يشير إلى كافة نشاطات الوسيلة التي تولد سلسلة من الاتصالات والاستجابات مع الزبائن الحاليين، ومهن أبرز وسائل الترويج التي تقع ضمن التسويق المباشر ما يلي:
- أ. إعلان البريد المباشر.
  - ب. إعلان استجابة المباشرة.
  - ج. الترويجات الإعلانية عن الانترنت.
  - د. الإعلان عبر الأجهزة النقلة.
  - هـ. الإعلان حسب الطلب.
  - و. الدفع مقابل المشاركة.
  - ز. برامج الولاء المدعومة لتكنولوجيا المعلومات وبطاقات الانتساب الذكية التي تستخدم في برنامج تنشيط المبيعات.
  - ح. الاتصالات التسويقية التفاعلية التي مكنت المشاركين من إجراء محادثات بسرعة فائقة، وتفاعل بشكل مباشر مع المروجين.

#### 2.4. دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين إنتاجية الخدمة وعرضها

##### 1.2.4. دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين إنتاجية الخدمة

تلجأ المؤسسات الخدمية لتطوير إنتاجياتها إلى التوجه نحو إدخال التكنولوجيا والإكثار من الاعتماد على الأنظمة، فمدخل الأنظمة يحاول تحديد عناصر التشغيل الأساسية ويمكن تطبيق هذا المدخل من خلال ثلاث طرق.

- أ. تكنولوجيا الأجهزة: تعني إحلال الآلات والوسائل محل العنصر البشري (مثل غسيل السيارات أوتوماتيكياً).
- ب. تكنولوجيا البرامج: تعني إحلال أنظمة البرامج المعدة محل عمليات الخدمات اليدوية.
- ج. خليط من النوعين السابقين: يهتم إدخال برامج مخصصة على الأجهزة لزيادة الفعالية والسرعة في عملية إنتاج الخدمة. (هاني حامد الضمور، 2008، الصفحات 541-542)

##### 2.2.4. دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين الخدمة

يتضمن عرض الخدمة مجموعة من الخدمات والتي يطلق عليها بحزمة الخدمة وتشمل قسمين هما: الخدمة الجوهر، وخدمات تكميلية داعمة للجوهر، وقسمهم الباحثون فهي تسويق الخدمات التكميلية الداعمة للجوهر إلى ثماني مجموعات رئيسية هي: (العلاق بشير، 2002، الصفحات 177-182)

1-المعلومات. 5- الضيافة.

2-استلام الطلبات. 6- الاستثناءات.

3-حماية ممتلكات الزبون. 7- الدفع.

4-إصدار الفواتير. 8- تقديم الاستشارة.

سميت هذه الخدمات التكميلية زهرة الخدمة، وفي عصر الانترنت صارت معظم أوراق الزهرة معتمدة على المعلومات وعليه بالإمكان تقديمها إلكترونياً، الطرق المختلفة لاستخدام الموقع الشبكي لتقديم أو تعزيز الخدمة لكل ورقة من أوراق زهرة الخدمة.

1-المعلومات والاستشارة: لكي يحصل المستفيد على القيمة فإنه يحتاج إلى معلومات عن هذه الخدمة كما أن

مزودي الخدمة هم بحاجة للمعلومات عن الخدمات التي يرغبون بتسويقها، واليوم أصبح التركيز على استخدام تكنولوجيا المعلومات فهي هذا المجال، فالمواقع الشبكية المصممة بشكل بارع هي التي توفر ثورة من المعلومات التي يحتاجها الزبائن حول المؤسسة وخدماتها.

2-استلام الطلبات: فتقديم الطلبات بشكل شخصي أو عبر الهاتف أو البريد أو فاكس هي أساليب مازالت تستخدم على نطاق واسع وبالاستفادة من التطورات الحاصلة في تكنولوجيا المعلومات أصبح بالإمكان تقديم الطلبات عبر نظم الهواتف المرتبطة بالحواسيب والشبكات.

3-الضيافة، حماية ممتلكات الزبائن والاستثناءات: تساهم عناصر الضيافة وحماية ممتلكات الزبائن والتي تنطوي على إجراءات ملموسة فهي بيئات مادية، فهي المساعدة على جعل زيارات الزبائن أكثر متعة وراحة، أما فئة الاستثناءات فهي تتضمن الطلبات الخاصة وحل المشاكل معها فالطلبات الخاصة خصوصاً تلك التي تنطوي على حاجات طبية وغذائية مثل الضيافة الفندقية، وتساهم تكنولوجيا المعلومات في تسريع حل المشاكل.

4-اعداد الفواتير والدفع: تعتبر الفواتير وكشوفات الحساب من الوثائق المهمة سواء كانت على شكل ورقي أو الكتروني، فالزبائن يرغبون بأن تكون الفواتير وكشوفات الحساب واضحة ومتضمنة معلومات مفيدة وغالباً ما تلجأ المؤسسات الرائدة فهي هذا المجال إلى بحوث التسويق للوقوف على ما يتوقعه الزبائن بصدد الكشوفات والفواتير من حيث هيكلتها لكي تتمكن من استخدام التكنولوجيا الملائمة.

### 3.4. المزايا المستفادة من استخدام تكنولوجيا المعلومات

تعد الخدمات المقدمة بعدا من ابعاد الجودة كحل المشكلات والاهتمام بالشكاوة بالإضافة إلى مدى سهولة التصحيح، ويمكن تعريف تحسين جودة الخدمات على أنها "عبارة عن زيادة القيمة المضافة للخدمة المقدمة للمستهلك". فالاهتمام المتزايد بتحسين الجودة أدى إلى الانتقال من التركيز على السلعة وأهمية انتاجها بمواصفات تلبي رغبات المستهلكين إلى اعتبار الجودة ما هي إلا محصلى الاداء الجيد لمختلف وظائف المؤسسة (الانتاجية المالية، التسويقية) ونتيجة الاستغلال الامثل لمواردها واصولها البشرية والتكنولوجية، فيعد الزبون الهدف الذي تريد المؤسسة امتلاكه. فالزبون الذي يشعر بالرضا والاشباع والولاء هو الذي يبقى المؤسسة متواجدة في السوق ويدعمها من خلال وفائه تجاه منتوجاتها بصفة مستمرة فعلى المؤسسة العمل على الابداع لكي تحسن جودة خدماتها ويدعمها، وتعمل على توسعة مجموع ما تعرضه منها، فالفوائد التي تحصل عليها المؤسسة من استخدام تكنولوجيا المعلومات متعددة منها:

- **زيادة تقديم الخدمات الحرة:** بواسطة تكنولوجيات المعلومات على توفير الخدمات ليستطيع الزبون أو مستخدم تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى اشخاص معينين ومثال ذلك الاستعانة بالانترنت للولوج موقع المؤسسة والبحث عن استفسارات أو طلب خدمة مباشرة.
- **القضاء على زمن الانتظار وضيق الوقت:** وهذا من خلال اللجوء إلى استخدام تكنولوجيا المعلومات وخصوصا الانترنت من قبل الزبائن، ولو في الوقت نفسه بهذا يتم الوقت والتفاعلية في الوقت الحقيقي مع والحصول على الاجابة بسرعة.
- **القضاء على المركزية:** يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت تفاديا للتنقلات والطوابير، وربما للوقت عند تقديم الخدمة.
- **تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن.**

كل هذه النقاط نستطيع ان نضعها ضمن تحسين جودة الخدمات، فتكنولوجيات المعلومات له اثر على تحسين الخدمات المقدمة للعملاء والعمل على توطيد العلاقة بين المؤسسة والمستهلك، وبالتالي يزيد الطلب على منتجات المؤسسة ، فكلما تلجأ المؤسسة إلى تبني تكنولوجيات المعلومات بكثافة فإنه سيؤدي بها إلى امكانية استفادة من تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن. (شوقي شاذلي، 2008، صفحة 133)

### 5. الدراسات السابقة وتميز الدراسة الحالية

#### 1.5. الدراسات السابقة

## 1.1.5. الدراسات العربية

← الدراسة التي ضمنت المتغير الأول ( تكنولوجيا المعلومات)

دراسة عمار محمد زهير تيناوي ، (2019)، تحت عنوان: " دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات "

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

ولتحقيق هذا الهدف تم تصميم استمارتي استبيان تم توزيع الاستمارة الأولى على عملاء شركتي الاتصالات في دمشق وهدفت لقياس أبعاد جودة الخدمة في شركات الاتصالات محل الدراسة من وجهة نظر العملاء، أما الاستمارة الثانية فوزعت على العاملين في شركات الاتصالات بهدف قياس استخدام تكنولوجيا المعلومات من وجهة نظر العاملين في الشركتين، وقد بلغ عدد الاستبانات القابلة للتحليل 112 استبانة من عينة العملاء و 77 استبانة من عينة العاملين.

توصلت الدراسة إلى عدد من النتائج أهمها وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وأبعاد جودة الخدمة المتمثلة في (بعد الجوانب المادية الملموسة، بُعد الاعتمادية او المصدقية، بُعد سرعة الاستجابة ومساعدة العميل، بُعد الثقة والأمان ، بعد التعاطف مع العميل) سواء بشكل جزئي مع كل بُعد لوحده، أو مع جميع الأبعاد مجتمعة.

← الدراسة التي ضمنت المتغير الثاني ( جودة الخدمات)

دراسة أحمد عبد الله الرشدي ، (2009)، تحت عنوان: " استخدام إدارة الجودة الشاملة في تحسين مستوى جودة الخدمة التعليمية في الجامعات اليمنية ".

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مستوى رضا طلبة الجامعات اليمنية عن جودة الخدمات التعليمية التي تقدمها الجامعات، ومدى توفر القناعة والاستعداد لدى إدارة الجامعات لتبني مفاهيم وأسلوب إدارة الجودة الشاملة، ومعرفة المعوقات التي تواجهها في ذلك، كما تهدف الدراسة إلى وضع مقترحات لتطوير المنظومة الجامعية من أجل الوصول إلى خريج جامعي قادر على مواجهة التغيرات العالمية وكذا الوفاء بمتطلبات التنمية الشاملة في اليمن.

وتوصل الباحث إلى العديد النتائج أهمها الجامعات اليمينية سواء الحكومية أو الخاصة لا تزال غير مهياًة لتطبيق إدارة الجودة الشاملة، كما أن الثقافة التنظيمية في الجامعات الحكومية والخاصة في اليمن غير مهياًة لقبول مفاهيم ومبادئ إدارة الجودة الشاملة، كما توصلت إلى أن الأوضاع الأكاديمية والإدارية والمالية غير مؤهلة لنجاح استخدام نظام إدارة الجودة الشاملة.

اقترح الباحث مجموعة من التوصيات تتمثل في ضرورة تهيئة المناخ المناسب لتطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة في الجامعات اليمينية، والعمل على خلق ثقافة تنظيمية تتفق ومتطلبات نجاح تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة، بتوطيد النمط القيادي الديمقراطي في تسيير الأعمال الإدارية والشؤون الأكاديمية، وتصميم الهياكل والنظم المناسبة لتقبل فلسفة إدارة الجودة الشاملة، وذلك من خلال تصميم الهياكل التنظيمية انطلاقاً من طبيعة العمل والنشاط وليس على أساس الأشخاص، والنظر إلى المستقبل بمنظار التخطيط الاستراتيجي لكافة أنشطة الجامعات والكليات والمعاهد التابعة لها والابتعاد عن النظرة الضيقة في معالجة كافة المشاكل التي تواجه سير أعمالها وأنشطتها، وضرورة وضع برامج تدريبية وتعليمية تنمي قدرات ومواهب العاملين، وترفع من مستوى أدائهم وكفاءتهم.

#### ← الدراسة التي شملت المتغيرين معا ( تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات)

دراسة فاديا عبد الرحيم قادري ، (2022)، تحت عنوان: " أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية الأردنية ".  
 تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات (الأجهزة، البرمجيات، الأفراد، الشبكات، قواعد البيانات) في تحسين جودة الخدمات المصرفية بأبعادها مجتمعو (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان) للبنوك التجارية الأردنية، حيث اتبعت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتعد الاستبانة هي أداة الدراسة المستخدمة، حيث تكون مجتمع الدراسة من العاملين في البنوك التجارية الأردنية المدرجة في بورصة عمان وعددها 13 بنكا، أما عينة الدراسة فهي عينة مسحية شاملة تكونت من العاملين في الإدارات العامة في البنوك التجارية الأردنية وقد بلغ عددهم (111).

وتوصلت الباحثة إلى العديد من النتائج كان أهمها: بأنه يوجد أثر لاستخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المصرفية للبنوك التجارية الأردنية، ويوجد أثر للاستخدام تكنولوجيا المعلومات في الملموسية للبنوك التجارية الأردنية، ويوجد أثر للاستخدام تكنولوجيا المعلومات في الاعتمادية للبنوك التجارية الأردنية.

أوصت الباحثة مجموعة من التوصيات أهمها: الاهتمام بزيادة تحسين جودة الخدمات المصرفية المقدمة في البنك من خلال اعتماد استخدام تكنولوجيا المعلومات من خلال آلية تعتمد ترتيب أبعاد الجودة التي ظهرت في الدراسة باعتبارها عوامل مهمة تأخذ بعين الاعتبار عند تقييم العملاء لخدمة البنك، حث العاملين في البنك على الاهتمام الفردي بالعملاء عند تقييم الخدمات المصرفية، قيام موظفي البنك بزيادة التفاعل مع العملاء الأمر الذي يزيد من شعور العميل بالأمان.

### 2.1.5. الدراسات الأجنبية

← الدراسة التي ضمنت المتغير الأول ( تكنولوجيا المعلومات)

دراسة Martenz & Carlos، (2007) بعنوان:

« Analysis And Measurement Of The Impact Of Information Technology Investments On Performance In Mexican Companies: Development Of A Model To Manage The Processes, Projects And Information Technology Infrastructure And Its Impact On Profitability »

"تحليل وقياس وتأثير الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات على أداء الشركات المكسيكية: تطوير نموذج لإدارة العمليات والمشاريع والبنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وأثرها على الربحية".

هدفت هذه الدراسة إلى أنه من الممكن قياس أثر الاستثمارات في البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والعمليات والمشاريع لتوليد ما يزيد على أداء الشركات العاملة والربحية، وهدفت أيضاً إلى تحليل المتغيرات المقترحة لقياس تأثير تكنولوجيا المعلومات في توليد استثمارات المعلومات مثل: رضا العملاء، وخفة الحركة للاستجابة للتغير، وتحسين العمليات في الربحية.

وقد استخدم الباحث ثلاث فرضيات واحدة منها رئيسية. وكان مجتمع الدراسة يدور حول الشركات المكسيكية والذي كان عددها 40 شركة، وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج متوقعة ومنها أن النموذج الذي يدير عمليات تكنولوجيا المعلومات والمشاريع والبنية التحتية على نحو يتسم بالفعالية والكفاءة بهدف جعل الاستثمار أكثر ربحية، وأن تحليل وقياس التحسين في إدارة عمليات تكنولوجيا المعلومات والمشاريع والبنى التحتية ولدت في اثنين على الأقل من شركات قطاع الخدمات.

← الدراسة التي ضمنت المتغير الثاني (جودة الخدمات)

دراسة Yonggui Wang and al (2004)، تحت عنوان :

## "An Integrated Framework for Service Quality, Customer Value, Satisfaction: Evidence from China's Telecommunication Industry"

"إطار متكامل لجودة الخدمة وقيمة العملاء ورضاهم: أدلة من صناعة الاتصالات في الصين"

هدفت الدراسة إلى التركيز على العلاقة بين جودة الخدمة، رضا الزبائن وقيمة الزبائن، وتأثيرهم على نوايا سلوك الزبائن في قطاع الاتصالات السلكية واللاسلكية، تم استخدام نموذج سيرفكوال مع تعديل بسيط حيث إلى جانب الأبعاد الخمسة لنموذج سيرفكوال تم إضافة بعد آخر هو جودة الشبكة، واستندت نتائج هذه الدراسة على تطوير نموذج المعادلة البنائية وذلك من خلال استخدام تقنية (Partial Least Square).

وقد خلصت الدراسة إلى أن زبائن اتصالات الهاتف النقال في الصين يدركون أن العوامل الأساسية التي تؤثر في تقييم لقيمة الزبائن، رضا الزبائن، أو الجودة المدركة، والتي بدورها تدفعهم لاتخاذ قرارات الشراء الفعلية يجب أن تعطى الأولوية للتوضيحية المدركة للزبائن، وكذا تحسين جودة الشبكة بالإضافة إلى الاهتمام بالملمسوات لأنها لا تؤثر فقط على جودة الخدمة ولكن أيضا على قيمة ورضا الزبائن، أيضا التركيز على التعاطف لأنه يلعب دورا كبيرا في انشاء قيمة متفوقة للزبائن، وكذا تساعد على اتخاذ قرارات الشراء وتعزز رضا الزبائن بشكل غير مباشر، كما لا يتوجب إهمال التركيز على الموثوقية بحيث وجد انها تساهم بشكل ايجابي وكبير في رضا الزبائن على الرغم من أنها ليست عامل مؤثر على قيمة الزبائن. كإطار عام للدراسة وجد أن العلاقات المتبادلة بين الجدولة المدركة للزبائن وقيمة الزبائن ورضا الزبائن، يوجد دور لقيمة الزبائن إضافة إلى تأثير مباشر للجودة المدركة للزبون على رضا الزبون.

← الدراسة التي شملت المتغيرين معا ( تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمات)

دراسة Stavros Kalogiannidis and al ، (2023)، تحت عنوان:

## "Management Information Technology and Quality Service Delivery in Government Institutions"

" تكنولوجيا المعلومات الإدارية وتقديم الخدمات الجيدة في المؤسسات الحكومية"

هدفت الدراسة إلى تحديد أثر تكنولوجيا المعلومات الإدارية على جودة تقديم الخدمات في المؤسسات الحكومية باستخدام اليونان كدراسة حالة. على وجه التحديد، سعت الدراسة إلى دراسة العلاقة بين إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات وأنظمة دعم تكنولوجيا المعلومات والمنتجات الإعلامية وتقديم الخدمات عالية الجودة على التوالي. وأجريت دراسة استقصائية شاملة تستند إلى حجم عينة يتألف من مسؤولين حكوميين مختلفين في المؤسسات الحكومية اليونانية. وتم جمع البيانات باستخدام استبيانات الدراسات الاستقصائية واستعراض الوثائق.

تم عرض البيانات وتحليلها وتفسير النتائج لأول مرة بناءً على الإحصاءات الوصفية للبيانات الفصلية والسرد للأسئلة المفتوحة.

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة إيجابية كبيرة بين المتغيرات المستقلة المختلفة (إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات، ونظم دعم تكنولوجيا المعلومات، والمنتجات الإعلامية) والمتغير التابع (تقديم خدمة الجودة) ( $p < 0.001$ ) أشارت نتائج ANOVA إلى أن المحيين لديهم آراء مختلفة حول المنتجات الإعلامية ومعلومات مماثلة نسبياً حول جودة تقديم الخدمات في المؤسسات الحكومية. أظهرت نتائج الانحدار أن متغيرات الدراسة الثلاثة يمكن أن تتنبأ فقط بتغير بنسبة 34.1% في جودة تقديم الخدمات في المؤسسات الحكومية المختلفة في اليونان. من بين المؤشرات المختلفة لجودة الخدمة، كانت السيطرة ( $Beta = .351, p < .01$ ) مؤشراً أفضل. وأكدت الدراسة أن هناك علاقة بين مختلف جوانب تكنولوجيا المعلومات الإدارية ونوعية تقديم الخدمات في المؤسسات الحكومية.

وأوصت الدراسة بأن تعتمد المؤسسات الحكومية أدوات متقدمة جديدة لتطوير وإدارة نظم أو تكنولوجيا المعلومات بغية تعزيز تقديم الخدمات في هذه المؤسسات، كما نصحت الدراسة أيضاً بإجراء المزيد من الأبحاث لاستكشاف الاستراتيجيات المختلفة التي يمكن تطبيقها لتحسين متانة تكنولوجيا المعلومات الإدارية.

## 2.5. تميز الدراسة الحالية

- تختلف الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بدراستها لمتغيرات جديدة تتعلق بدراسة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين تحسين جودة الخدمات المقدمة في البريد الجزائري بغيليزان، كذلك سيتم تطبيق الدراسة على بيئة جديدة تمثل مديرية الخدمات البريدية بغيليزان.
- كما تختلف الدراسة عن الدراسات الأخرى أنها شملت جميع عناصر المتغيرين من تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة كما درست العلاقة بينهم.
- تختلف الدراسة عن الدراسات السابقة كونها شملت جميع أبعاد الجودة المتمثلة في (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف).

## 6. خلاصة الفصل

من خلال تناولنا لهذا الفصل حول الإطار النظري لتكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة، حيث حاولنا إعطاء نظرة حول التكنولوجيا وأنواعها، مفهوم المعلومات وتصنيفها، ثم تطرقنا إلى مفهوم تكنولوجيا المعلومات والخصائص والمكونات، كما تطرقنا إلى مفاهيم جودة الخدمة وأبعادها، وخطوات تحقيق الجودة في تقديم الخدمة. ثم قمنا بتوضيح علاقة تكنولوجيا المعلومات بجودة الخدمة، وفي الأخير تعرفنا على الدراسات السابقة من أجل إثراء هذا الموضوع.

## الفصل الثالث

---

# الدراسة التطبيقية وتحليل البيانات

**1. تمهيد:**

يتوقف نجاح الدراسة أو فشلها على الخطوات الإجرائية الميدانية التي يتخذها الباحث، وتبقى نتائج البحوث مرهونة على هذه المرحلة حيث تتضح أهميتها في توجيه الدراسة وفقا للأسس العلمية، وعن طريقها يستطيع الباحث تحديد أفضل الوسائل لحل إشكالية الدراسة وتحقيق الأهداف المرجوة من ذلك.

فبعد تقديم الإطار النظري للدراسة وكإسقاط على ما تم تناوله فيه، نستعرض في هذا الفصل الإجراءات المنهجية المتبعة لانجاز الجانب التطبيقي، بداية مع إعطاء لمحة عامة حول المؤسسة محل الدراسة، ومن ثم تبيان مجتمع الدراسة والخطوات العلمية المنتهجة في تحديد حجم العينة، وتوضيح الأداة المستخدمة في سبيل الحصول على البيانات المطلوبة و مدى صحتها و ثباتها لجمع البيانات المراد الحصول عليها عن طريق تحليلها بواسطة الأساليب الإحصائية اللازمة، والتي تسمح باختبار فرضيات الدراسة و إظهار النتائج لمناقشتها، لينتهي الفصل بذكر المعالجات الإحصائية المعتمدة في تحليل البيانات واستخلاص النتائج.

## 2. لمحة عامة عن المديرية الخدمات البريدية غليزان

من أجل التعرف على المديرية الخدمات البريدية غليزان محل التبرص، سوف نتطرق إلى نشأة المؤسسة وتطورها، مهامها وأهدافها، إضافة إلى هيكلها التنظيمي.

### 1.1. نشأة مؤسسة البريد و تطورها

بعد تقسيم وزارة البريد والمواصلات الى متعاملين بريد الجزائر و اتصالات الجزائر هذا بوجب قانون 2000-3 المؤرخ في 05 أوت 2000 نشأت المديرية الولائية للبريد والتكنولوجيا للإعلام والاتصال بوجب المرسوم التنفيذي رقم 3-233 المؤرخ في 24 جوان 2000 انشاء المديريات الولائية.

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

مع نهاية سنة 1962 كانت الجزائر تحصى 826 مكتب بريد في الخدمة منها 194 في المدن و 632 في المناطق الريفية كانت تسجل عدد كبير من المعمرين خلال الاحتلال و تعرضت اغلب 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 اطار مختلف المحطات التنموية. ووصلت شبكة البريد الى 3310 وكالة سنة 2000 مايعادل 9500 مكتب لكل مواطن.

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

### 2.2. مهام مؤسسة بريد الجزائر

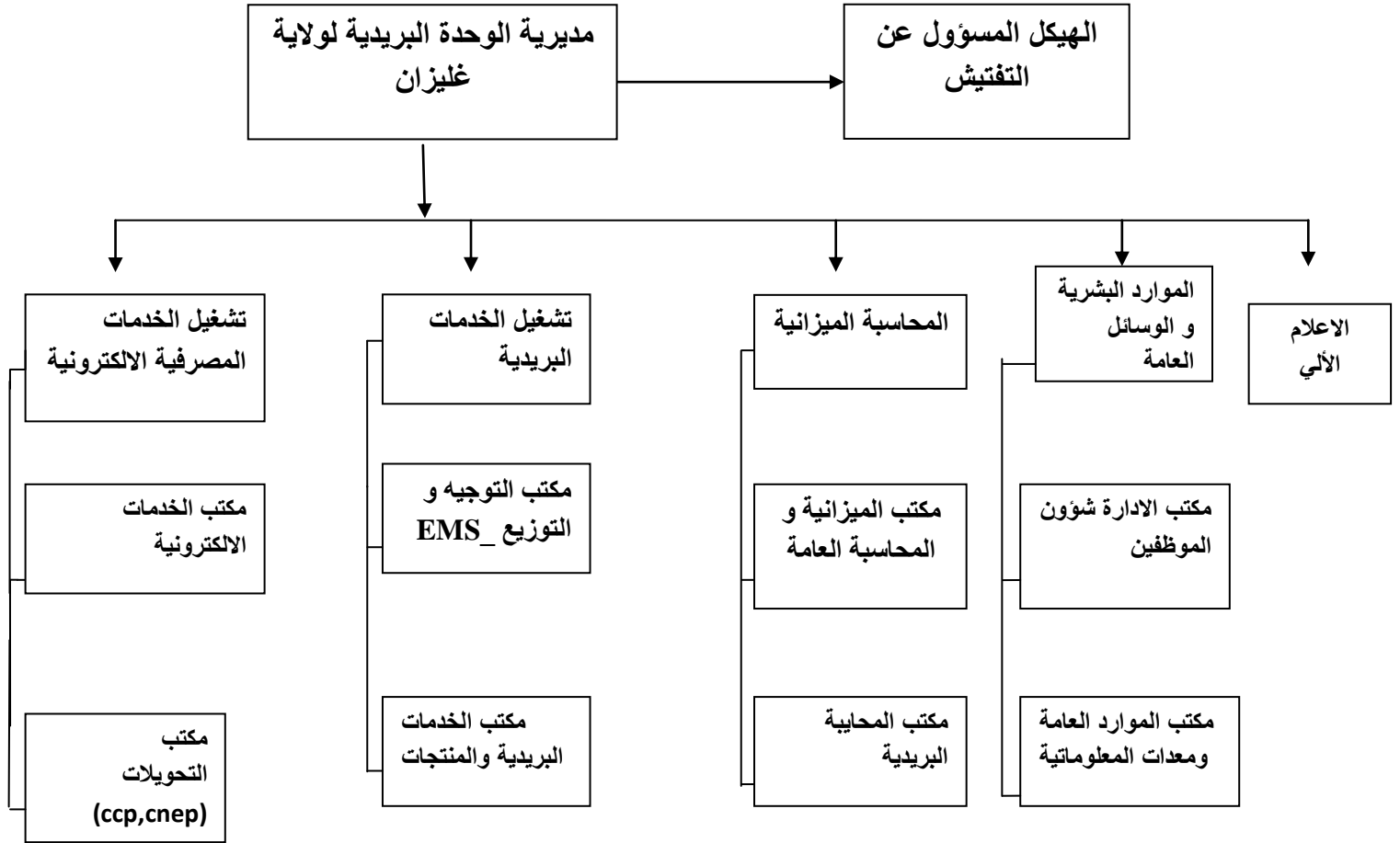
إن هذا الإطار القانوني كمؤسسة عمومية وكمؤسسة تجارية واقتصادية، يؤدي اضطلاعها بالعديد من المهام تبدو في بعض الأحيان في ظاهرها متناقضة أو على الأقل صعبة التحقيق.

- باعتبارها خدمة عمومية: يفرض على المؤسسة توفير للمجتمع أحسن الخدمات، بأقل التكاليف لتسمح لكل شرائح المجتمع الاستفادة منها وباعتبارها مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري يجب أن تعمل على تخطيط وترقية تنميتها وتقليص تكاليفها والعمل على الحصول على نتائج ايجابية لمتابعة تطورها.
  - باعتبارها مؤسسة اقتصادية ذات دور حيوي في التنمية الشاملة: يجب أن تلعب دورا محركا للاقتصاد الوطني من خلال مضاعفة الجهود في مجال البحث والاستثمار لتوفير الشروط الضرورية لباقي القطاعات للإقلاع الاقتصادي الشامل.
- فمهام هذه المؤسسة إذن تبدو متعددة والتوفيق بينها يبدو أيضا صعب التحقيق لكن كل منها يحمل التزاما واجب الأداء لكل الانشغال.

### 3.2. الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات البريدية غليزان

من خلال الشكل رقم (1.3) نوضح الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات البريدية غليزان.

الشكل (3.1) الهيكل التنظيمي لمديرية الخدمات البريدية غليزان



المصدر: من الوثائق المقدمة من طرف المؤسسة.

## 4.2. البنية الهيكلية لبريد الجزائر

يحتوي بريد الجزائر على الهيكل نظامي يسمح لها بالانتشار والتواجد في كل النقاط عبر القطر الجزائري، ولهذا فقد بنت المؤسسة هيكلها على ثلاث مستويات:

- المديرية العامة و الهياكل المركزية وتسهر على الاشراف العام و التسيير المؤسسة على مستوى المركزي.
- المديرية الاقليمية و التي تسهر على تسيير المؤسسة على مستوى الجهوي.
- الوحدات الولاية و تتطلع بمهام الاستغلال على المستوى الولائي.

### 1.4.2. 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 بـ:

- إعداد واقتراح التنظيم العام للمؤسسة على مجلس الإدارة للموافقة ليرفع إلى الوزير للمصادقة.
- ممارسة السلطة السلمية على كل 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 جدول النتائج الكشف السنوي الخاص بحقوق وديون المؤسسة.
- يقترح على مجلس الإدارة البرامج العامة للاستغلال المشاريع والمخططات والبرامج الاستثمارية الميزانية التقديرية استعمالات 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، وبلوغ 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 الاستراتيجية والتخطيط والتنظيم: تعمل هذه على ترجمة الاستراتيجية المؤسسة بتحديد محاور

- مديرية المصالح البريدية والنقدية والمالية:

#### ● مديرية المصالح البريدية: تتكفل بـ:

✓ السهر على حسن الأداء للمصالح البريدية على المستوى الداخلي وفي علاقاتها مع الخارج.

✓ تحضير ومتابعة مخطط التنمية للهياكل القاعدية للبريد وبيد المؤسسات ذات التوزيع الخاص.

✓ تطوير وترقية البريد الشخصي ذو التوزيع الخاص

✓ إعداد البرامج السنوية لإصدار الطوابع البريدية ها من الحظيرة بسبب التقادم.

✓ تنفيذ نصوص الاتفاقيات البريدية الدولية والاتفاقات الثنائية والمتعددة المتعلقة بتبادل البعثات والطرود

البريدية وإعداد المحاسبة المتعلقة بذلك.

تتضمن هذه المديرية على 04 أربع مديريات فرعية وخليية 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 ب:
  - ✓ التنظيم والسهر على حسن الأداء لمختلف المراكز الملحقه بها (مركز الصكوك، مركز التوفير، مركز الحوالات)
  - ✓ إنجاز الدراسات المتعلقة بإعادة التقييم لأرصدة حسابات الصكوك و صندوق 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 و الاستعلامات.
- وتشتمل هذه المديرية على 03 ثلاث مديريات فرعية:
  - المديرية الفرعية للدراسات الاقتصادية و المالية.
  - المديرية الفرعية لتنظيم وتطوير المراكز المالية.
  - المديرية الفرعية لتطوير الخدمات وتحسين النوعية.
- **مديرية المالية والمحاسبة:** وتتكفل هذه المديرية ب:
  - ✓ إنجاز وتنفيذ السياسات المالية للمؤسسة.
  - ✓ تأطير مختلف الهياكل في الميدان المحاسبي والمالي.
  - ✓ توحيد مختلف الميزانيات والقيام بالتحليل المالي والمحاسبة للمؤسسة.
  - ✓ توحيد ومتابعة الميزانيات التقديرية بالتعاون مع مختلف الهياكل.
  - ✓ متابعة مساهمة المؤسسة في الفروع المنشأة.
- تشتمل هذه المديرية على 03 ثلاث مديريات فرعية:
  - المديرية الفرعية للمحاسبة
  - المديرية الفرعية للمالية والميزانية.
  - المديرية الفرعية للصفقات.
- **مديرية الوسائل العامة:** وتتكفل هذه المديرية ب:
  - ✓ إنجاز والسهر على تطبيق السياسات المتعلقة بالعقارات، النقل، التموين، الصيانة، الحماية والأمن.

وتشتمل هذه المديرية على 03 مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للعقارات المبنية ، الحماية والأمن.
- المديرية الفرعية للنقل.
- المديرية الفرعية للتموين.

- مديرية الموارد البشرية :وتتكفل هذه المديرية:

- ✓ إنجاز و السهر 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 و النظام الداخلي.

وتشتمل هذه المديرية على 03 مديريات فرعية:

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

- المديرية الفرعية للاستثمارات النقدية و المالية: 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 و لخدمات المصالح المالية.
- ✓ القيام بتقييم و مراقبة النجاحة في ميدان السياسات التسويقية المقترحة.
- ✓ إعداد وتوزيع الدعائم والوثائق الإعلامية على الزبائن.
- ✓ إعداد الدراسات بخصوص الأسعار واقتراح التعديلات اللازمة.

وتشتمل هذه المديرية على 03 ثلاث مديريات فرعية

- المديرية الفرعية للتسويق.
- المديرية الفرعية التجارية.

▪ المديرية الفرعية للأسعار و التنظيم.

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 و مراقبة مراكز الإعلام الآلي والعمل على تطوير البرامج.
- ✓ مراقبة التطور التكنولوجي وترقية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستعملة

وتشتمل هذه المديرية على ( 03) ثلاث مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية لأنظمة الحماية في الميدان الإعلامي.
- المديرية الفرعية للدراسات وتطوير أنظمة الإعلام الآلي.
- المديرية الفرعية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والشبكة المعلوماتية.

### 3. منهجية الدراسة (الطريقة والأدوات)

سيتم من خلال هذا الجزء توضيح منهجية الدراسة الميدانية بدءاً بتحديد مجتمع الدراسة والأدوات المستخدمة والمتمثلة في أداة الاستبيان، ومختلف الأساليب الإحصائية، حيث تشمل العينة مختلف عمال مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان، تم اختيارهم بصفة عشوائية حتى تتمكن من تعميم النتائج.

### 3.1. منهجية الدراسة و مصادر جمع المعلومات

#### 3.1.1. منهج الدراسة

المنهج الذي تم إتباعه هو المنهج الوصفي التحليلي حيث تم تقديم وصف عام وشامل لمختلف العناصر ذات الصلة بمتغيرات الدراسة متمثلة في المتغير المستقل " تكنولوجيا المعلومات " وعلاقته بالمتغير التابع " جودة الخدمة " وقمنا بتحليل المتغيرين قصد الوصول إلى نتائج صحيحة.

#### 3.1.2. مصادر جمع معلومات

تم استخدام نوعين من المصادر في تقديم هذه الدراسة هما البيانات الثانوية والبيانات الأولية.

أ/ البيانات الثانوية: هيا البيانات التي يتم إعدادها مسبقاً، ويتم تجميعها من الدراسات السابقة والكتب ومقالات والأطروحات الجامعية بالإضافة إلى بعض المحاضرات ومواقع شبكة الانترنت التي تتناول جوانب الموضوع حول تكنولوجيا المعلومات، الخدمة، جودة الخدمة

ب/ البيانات الأولية: اعتماداً في جمع البيانات الأولية من المؤسسة محل الدراسة و هي مؤسسة مديرية الخدمات البريدية غليزان.

■ مجتمع الدراسة : المجتمع هو كل ما يمكن أن تعمم عليه نتائج البحث، ويتم حصر ضروريا من اجل إسقاط على العينة بدلا من تطبيق بحث عن مجتمعه، وكذلك معرفة مدى قابلية نتائج البحث لتعميم وتأكد تمثيل العينة للمجتمع، حيث يتمثل مجتمع دراستنا في عمال مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان

■ عينة الدراسة: يتم اللجوء لاختيار العينة من المجتمع ما إذا تعذر إجراء الدراسة على جميع أفراد المجتمع ويعود ذلك إما إلى التكاليف المادية والبشرية والوقت وإلى كثرة أفراد المجتمع، حيث كان حجم العينة المعتمد في دراستنا مساوي 30 عامل من مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان.

### 2.3. أدوات جمع البيانات

تمثل عملية تجميع البيانات من أهم الخطوات المستخدمة في البحث العلمي حيث تعمل على تحليل وتصنيف البيانات و تجميعها وفقا للمنهج المستخدم لعرضها على شكل نتائج يمكن الاستفادة منها و تطبيقها على ظواهر مشابهة للدراسة وتم الاعتماد في هذه الدراسة على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات ، حيث تعتبر هذه الأداة من أهم الأدوات في إعداد البحوث العلمية.

#### 1.2.3. تصميم الاستبيان

اشتمل الاستبيان على ثلاث محاور أساسية، يضم كل جزء مجموعة من أسئلة تغطي جانب من الدراسة، حريصين على وضع هذه الأسئلة أن تكون مفهومة ومختصرة وشاملة وملمة لموضوع الدراسة حيث كان التقسيم على الشكل التالي:

• **الجزء الأول:** يشمل البيانات الشخصية من أفراد العينة المتمثلة في: "الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة.

• **الجزء الثاني:** تمحور حول متغيرات الدراسة و ينقسم الى محورين:

**المحور الأول:** حيث هذا الجزء يركز على المتغير المستقل المتمثل في: "تكنولوجيا المعلومات" وتكون هذا المحور من 05 اسئلة

جدول رقم (1.3): توزيع الفقرات على أبعاد المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات)

الفقرات (العبارات)	المتغير التابع
06-01	تكنولوجيا المعلومات

المصدر : من إعداد الطالبين

**المحور الثاني:** حيث هذا الجزء يركز على المتغير التابع المتمثل في: "جودة الخدمة" و تكون إذ تناولنا فيه خمس ( 05) أبعاد متمثلة في: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الامان، التعاطف و تكون هذا المحور من 15 سؤال.

جدول رقم (2.3): توزيع الفقرات على أبعاد المتغير التابع (جودة الخدمة)

الفقرات (العبارات)	أبعاد المتغير	جودة الخدمة
03-01	الملموسية	
06-04	الاستجابة	
09-07	الاستجابة	
12-10	الامان	
15-13	التعاطف	

المصدر : من إعداد الطالبين

حيث تكون الإجابة على هذه العبارات وفق سلم ليكارت الذي يحتوي على خمس درجات ويعتبر من المقاييس المناسبة وزعت درجاته على النحو التالي:

يتم حساب طول الفئة عن طريق: **المدى / عدد درجات المقياس**

المدى: يمثل الفرق بين أعلى وأدنى الدرجة (5-1=4)

عدد الدرجات المقياس هو: 5 ويمثل (منخفضة جدا، منخفضة، متوسطة، عالي، عالي جدا)

ومنه طول الفئة:  $0.8 = 5/4$

الفئة الأولى لقيم المتوسط الحسابي هي: 1 إلى  $1 + 0.8$ ، وهكذا بالنسبة لقيم المتوسطات الحسابية الأخرى، فيكون التوزيع حسب الجدول التالي:

الجدول رقم (3.3): طريقة تفسير قيم المتوسطات الحسابية

الدرجة 5	الدرجة 4	الدرجة 3	الدرجة 2	الدرجة 1	
05	04	03	02	01	القيمة المعطاة عند التفريغ
منخفضة جدا (غير موافق تماما)	منخفضة (غير موافق)	متوسطة (محايد)	عالي (موافق)	عالي جدا (موافق تماما)	درجة توافر الفقرة
[5-4.21]	-3.41] ]4.20	-2.61] ]3.40	-1.81] ]2.60	]1.80-1]	المجال

المصدر: من إعداد الطالبين

### 2.2.3. الأساليب الإحصائية المستعملة في الدراسة

لمعالجة البيانات والعبارات الموضوعية في الاستبيان تم الاعتماد على برنامج spss الإصدار 22، حيث تم الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية متمثلة في:

- معامل الثبات الفا-كرونباخ: لتأكد من الثبات لعبارات الاستقصاء، حيث يأخذ معامل الثبات قيما تتراوح ما بين 0.6 و1، وكلما اقتربت قيمة معامل الثبات من الواحد كان ثبات مرتفعا وكلما انخفضت اقل من 0.6 كان الثبات منخفضا.
- معامل الارتباط بيرسون **Pearson**: لاختبار العلاقة بين الأبعاد المستقلة والتابعة للدراسة.
- جدول توزيع التكرارات و النسب المئوية: استعملت بهدف تحليل البيانات الشخصية لمجتمع الدراسة.
- المتوسطات الحسابية و انحراف المعياري : استخدمت لحساب القيمة التي يعطيها افراد العينة لكل فقرة من فقرات الحوار و ترتيبها.

- استخدام تحليل انحدار **Multiple Regression Analyses**: لمعرفة نسبة تأثير المتغيرات المستقلة في التابعة، حيث يعتمد على قياس المعلومات التالية:

-  $R^2$ : لتحديد نسبة ما يفسره المتغير المستقل من المتغير التابع.

-  $R$ : لتحديد علاقة ارتباط بين متغير مستقل و تابع.

#### 4. النتائج

#### 1.4.4. الخصائص السيكومترية للاستبيان (الصدق و الثبات)

سيتم التطرق إلى الخصائص السيكومترية من اجل التحقق من مدى صدق و ثبات الاستبيان.

#### 1.4.4. ثبات أداة الدراسة

و يقصد ب هان يكون الاختبار يحقق دائما نفس النتائج في حالة تطبيقه اكثر من مرة على نفس عينة ونفس مجتمع الدراسة للتأكد من ثبات الدراسة تم حساب معامل الثبات ألفا-كرونباخ -cronbach Alpha لأبعاد حيث كانت قيم معامل الثبات مقبولة كما هو مبين في الجدول التالي:

الجدول رقم (4.3): نتائج اختبار قيم ثبات الدراسة " معامل الثبات ألفا - كرونباخ "

متغيرات الدراسة	أبعاد متغيرات الدراسة	معامل الثبات
	تكنولوجيا المعلومات	0.979
جودة الخدمة	الملموسية	,9860
	الاستجابة	,9800
	الاستجابة	,9850
	الامان	,9790
	التعاطف	,9790
	قيمة الإجمالية الاستبيان	0.984

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

نلاحظ من خلال الجدول رقم (4.3): إن اغلب القيم معامل الثبات فاقت (0.6) بالنسبة لكل المتغيرات، سواء المستقلة أو التابعة حيث بلغت ما بين 0.979 و 0.986 معادلات ممتازة، وبالنسبة لإجمالي قيمة معامل

الثبات ألفا - كلونباخ بلغت (0.984)، ومنه نقول إذا تم إعادة توزيع هذا الاستبيان على عينة أخرى من نفس المجتمع وبنفس حجم العينة، فإن النتائج ستكون مقارنة للنتائج المتحصل عليها في العينة الأولى، وتكون نتائج العينتين متساويتين باحتمال يساوي نسبة (98.4%) بالتالي يمكن القول إن العبارات الاستبيان قادرة على تمثيل مجتمع الدراسة.

#### 2.4.4. صدق الاتساق الداخلي

يقصد به إيجاد مدى اتساق كل مؤشر من مؤشرات القياس والبعد الذي ينتمي إليها، حيث قمنا بحساب الاتساق الداخلي من خلال حساب معاملات الارتباط بين كل فقرة من فقرات الاستبيان والدرجة الكلية للبعد نفسه، من خلال الاعتماد على مقياس برسون (pearson) و هو موضح في الجدول التالي :

#### 1. الاتساق الداخلي بين فقرات المحور الثاني - المتغير المستقل ( تكنولوجيا المعلومات ) :

رقم (5.3): معاملات الارتباط بين فقرات تكنولوجيا المعلومات والدرجة الكلية للمحور

الرقم	الفقرة	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
01	تمتلك المؤسسة البنية التحتية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا بشكل جيد	0.837	0.000
02	توفر المؤسسة موقع الكتروني المعروف يسهل الوصول اليه	0.745	0.000
03	تستخدم مؤسسة تكنولوجيا المعلومات بصورة متطورة لمواكبة لكل ماهو جديد	0.792	0.000
04	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات في انجاز اعمالها	0.840	0.000
05	تعمل مؤسسة على سرعة نقل المعلومات بين الاقسام المختلفة و الادارة العامة اعتمادا على تكنولوجيا	0.786	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

يبين الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين فقرات المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) و الدرجة الكلية له كانت محصورة ما بين 0.745 و 0.840 هي كلها أكبر من 0.05 وبمستوى معنوية اقل 0,05 وتعتبر علاقة طردية، وبالتالي يمكننا استنتاج أن جميع فقرات تكنولوجيا المعلومات مرتبطة بالدرجة الكلية للمحور، بذلك يعتبر محور صادق لما وضعت لقياسه.

2. الاتساق الداخلي بين أبعاد المحور الثاني - المتغير التابع (جودة الخدمة) :

رقم (6.3): معاملات الارتباط بين ابعاد جودة الخدمة والدرجة الكلية

الرقم	البعد	معامل الارتباط	القيمة الاحتمالية
01	الملموسية	0.914	0.000
02	الاستجابة	0.978	0.000
03	الاستجابة	0.953	0.000
04	الامان	0.979	0.000
05	التعاطف	0.980	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

يبين الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط بين أبعاد المتغير التابع (جودة الخدمة) و الدرجة الكلية له كانت محصورة ما بين 0.914 و 0.980 هي كلها أكبر من 0.05 وبمستوى معنوية اقل 0,05 وتعتبر علاقة طردية ،وبالتالي يمكننا استنتاج أن جميع أبعاد جودة الخدمة مرتبطة بالدرجة الكلية للاستبيان ،بذلك يعتبر محور صادق لما وضعت لقياسه

#### 3.4.4. اختبار التوزيع الطبيعي:

▪ تقبل الفرضية الصفرية  $H_0$  : البيانات تتبع توزيع طبيعي اذا كان  $SIG\ ks$  أكبر مستوى المعنوية من 0.05

▪ تقبل الفرضية البديلة  $H_1$  : البيانات لا تتبع توزيع طبيعي اذا كان  $SIG\ ks$  اقل مستوى المعنوية من 0.05

حتى يمكن لنا الاعتماد على البيانات التي تم استقصاؤها من إجابات أفراد العينة في إثبات أو نفي فرضيات البحث، كان لابد لنا من استخدام اختبار (Kolmogorov - Smirnov) لاختبار مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي، فقد كانت قيمة  $Sig$  للمتغيرات الدراسة أكبر من مستوى الدلالة 5%، مما يدل على أن بيانات تتبع التوزيع الطبيعي. والجدول التالي يوضح قيم  $SIG$  لمحور محل الدراسة:

الجدول رقم (7.3) : نتائج اختبار التوزيع الطبيعي

Sig	محاوِر الدراسة
0,1510	تكنولوجيا المعلومات
0,1840	الموسية
0,1680	الاستجابة
0,2370	الاستجابة
0,2150	الامان
0,1900	التعاطف

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن المستوى المعنوي لمحوري تكنولوجيا المعلومات وجودة الخدمة أكبر من 0.05 وهي أكبر من مستوى المعنوي المفروض ومنه نستنتج أن البيانات تتبع توزيع طبيعي.

#### 2.4. تحليل الوصفي للدراسة

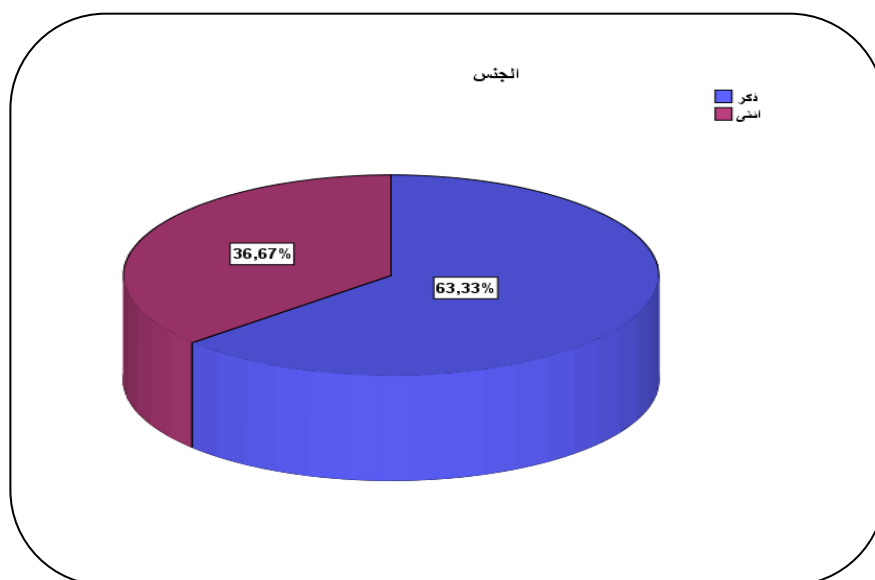
##### 1.2.4. المحور الأول: البيانات الشخصية

أ. خصائص العينة من حيث الجنس:

الجدول رقم (8.3): تحليل خصائص العينة-الجنس		
النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
63,3	19	ذكر
36,7	11	أنثى
100,0	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

## الشكل رقم (2.3): تحليل خصائص العينة-الجنس



المصدر: من إعداد الطالبين

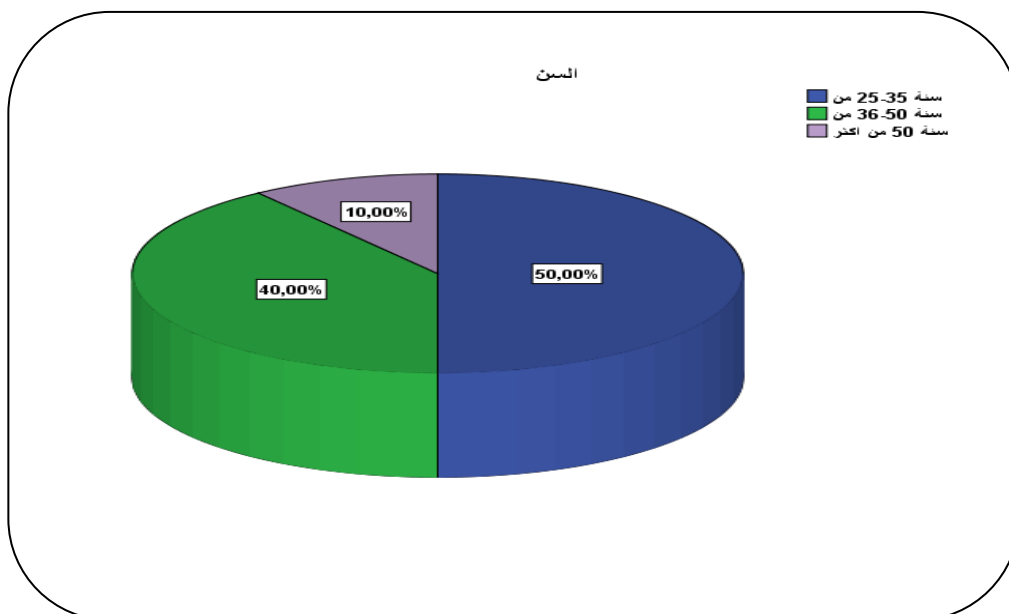
نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أغلب عمال مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان يتوزعون حسب متغير الجنس أغلبهم الذكور بنسبة 63.3%، في حين بلغت نسبة الاناث 36.7%، وهذا قد يعود الى طبيعة الخدمات بمؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان التي تطلب حضور العنصر الذكور أكثر من الاناث.

ب. خصائص العينة من حيث السن:

جدول رقم (9.3): تحليل خصائص العينة-السن		
النسبة المئوية	التكرارات	السن
50,0	15	من 25-36 سنة
40,0	12	من 36-50 سنة
10,0	3	أكثر من 50 سنة
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

شكل رقم (3.3): تحليل خصائص العينة-السن



المصدر: من إعداد الطالبين

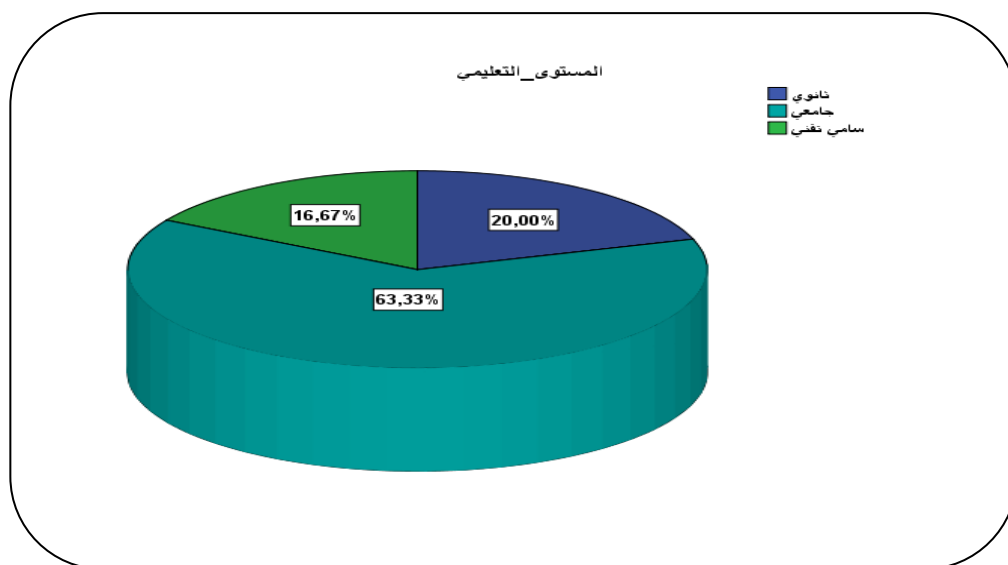
يتضح من خلال الجدول و الشكل أعلاه أن اغلب عمال مختلف مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان بغليزان هم فئة شباب الذي يبلغ عمرهم ما بين 25-36 سنة اقل بنسبة 50% هي فئة تمثل نصف العينة ما يدل على ان مؤسسة تعتمد على غالبية عمالها من الشباب والذين يتمتعون بالنشاط و الحيوية خلال هذه الفترة التي تسمح لهم بتقديم خدمة ذات جودة عالية. ثم تليها فئة العمال من 36 الى 50 سنة بنسبة 40% ثم تليها فئة الأخيرة فئة عمال اكثر من 50 سنة جاءت بنسبة 10 % و هي فئة التي يمكن ان تعتمد عليها في حل المشاكل التي قد تطرا على المؤسسة باعتبارهم نواة الاولى مما يملكون من الخبرة و تعاقبهم على اكثر من الجيل.

ج- خصائص العينة من حيث المستوى التعليمي :

جدول رقم (10.3): تحليل خصائص العينة-المستوى التعليمي		
النسبة المئوية	التكرارات	المستوى التعليمي
20,0	6	ثانوي
63,3	19	جامعي
16,7	5	تقني سامي
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

## شكل رقم (4.3): تحليل خصائص العينة-المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبين

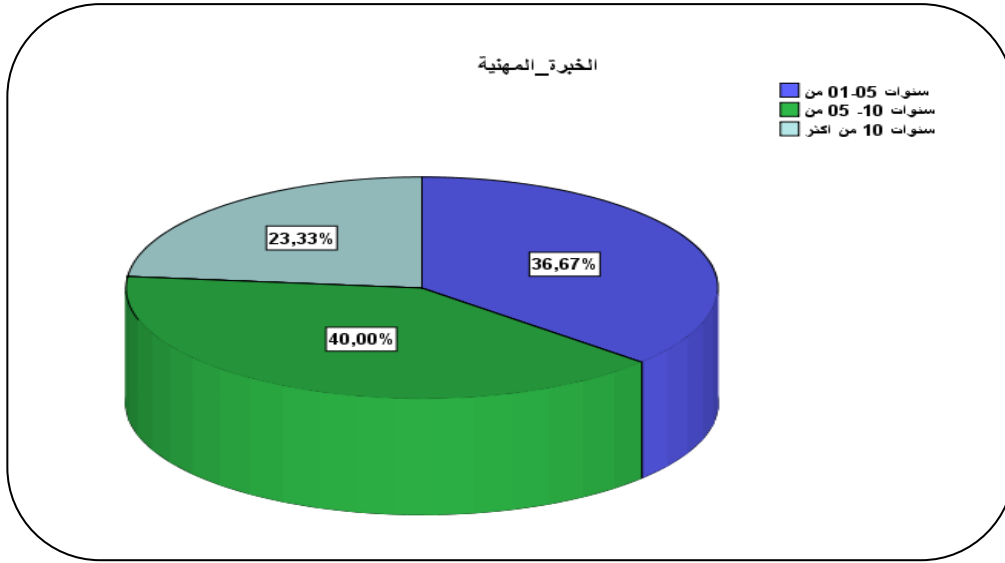
يتضح من الجدول و الشكل أعلاه أن اغلب أفراد عمال مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان ذو مستوى جامعي بنسبة 63.3 %، و هذا ما يعكس على ان المؤسسة تركز على مستوى العلمي لاستقطابها و توظيف للعمال من اجل تقييد خدمات ذات جودة عالية و تقليل من تكاليف التكوين، ثم تليها فئة العمال من مستوى ثانوي بنسبة تقدر ب 20 % ثم تليها فئة عمال لمستوى تقني سامي بنسبة تقدر ب 16.7%.

د- خصائص العينة من حيث الخبرة المهنية :

جدول رقم (11.3): تحليل خصائص العينة-الخبرة المهنية		
النسبة المئوية	التكرارات	الخبرة المهنية
36,7	11	من 05-01 سنوات
40,0	12	من 10-05 سنوات
23,3	7	أكثر من 10 سنوات
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

شكل رقم (5.3): تحليل خصائص العينة-الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبين

يتضح من الجدول و الشكل أعلاه نجد أن اغلب عمال مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان في مؤسسة محل الدراسة تتراوح مدة خبرتهم من 05-10 سنوات إذ تمثل نسبة 40% من مجموع العينة، و هي فئات تتمتع بالخبرة و نشاط التي تسمح لهم بتقديم خدمات متميزة داخل المؤسسة نجد في المرتبة الثانية فئة التي تتراوح مدة خبرتهم من 05-01 سنوات بنسبة تقدر 36.7% هي فئة العمال التي تلقت تكوين في الجامعة و التحقت بالمؤسسة ونجد في الفئة الاخيرة العمال الذي تتراوح مدة خبرتهم اكثر من 10 سنوات بنسبة تقدر 23.3 بتساوي ، و هي الفئات التي تعتبر النواة الاولى في مؤسسة محل الدراسة ملل تتمتع من خبرات السنين و تعاقبها على أكثر من الجيل

## 3.4. عرض و تحليل وصفي لإجابات أفراد العينة

1.3.4. عرض و تحليل وصفي لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني المتعلق بتكنولوجيا المعلومات:

جدول رقم(12.3): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات تكنولوجيا المعلومات

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام للعينة
01	تمتلك المؤسسة البنية التحتية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا بشكل جيد	4,47	,8190	01	مرتفعة جدا
02	توفر المؤسسة موقع الكتروني المعروف يسهل الوصول اليه	2,73	1,112	05	متوسط
03	تستخدم مؤسسة تكنولوجيا المعلومات بصورة متطورة لمواكبة لكل ماهو جديد	3,23	,8980	04	متوسط
04	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات في انجاز اعمالها	3,63	,9990	03	مرتفع
05	تعمل مؤسسة على سرعة نقل المعلومات بين الاقسام المختلفة و الادارة العامة اعتمادا على تكنولوجيا	3,80	,8050	02	مرتفعة
<b>نتائج المحور الثاني</b>					مرتفعة
		<b>3.57</b>	<b>0.926</b>	/	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

يبين الجدول أعلاه القيم المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لفقرات محور رضا الوظيفي بالنسبة لعمال مؤسسة سكوتيد، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للمحور 3.57 و انحراف معياري بلغ 0.926 التي تعتبر درجة مرتفعة حيث أن المتوسط الحسابي لهذا المحور يقع ضمن المجال [3.40-4.19] حيث كان ترتيب فقرات المحور على كميالي :

- الفقرة رقم (01) بلغ المتوسط الحسابي  $=4.47.X$  يعكس موافقتهم على تمتلك المؤسسة البنية التحتية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا بشكل جيد بدرجة مرتفعة جدا
- الفقرة رقم (05) بلغ المتوسط الحسابي  $=3.80.X$  يعكس موافقتهم على تعمل مؤسسة على سرعة نقل المعلومات بين الاقسام المختلفة و الادارة العامة اعتمادا على تكنولوجيا بدرجة مرتفعة
- الفقرة رقم (04) بلغ المتوسط الحسابي  $=3.63.X$  يعكس موافقتهم على تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات في انجاز اعمالها بدرجة مرتفعة
- الفقرة رقم (03) بلغ المتوسط الحسابي  $=3.23.X$  يعكس موافقتهم على تستخدم مؤسسة تكنولوجيا المعلومات بصورة متطورة لمواكبة لكل ماهو جديد بدرجة متوسطة
- الفقرة رقم (02) بلغ المتوسط الحسابي  $=2.73.X$  يعكس موافقتهم على توفر المؤسسة موقع الكتروني المعروف يسهل الوصول اليه بدرجة مرتفعة

2.3.4. عرض و تحليل وصفي لإجابات أفراد العينة على عبارات المحور الثاني المتعلق بجودة الخدمة

جدول رقم(13.3): نتائج تحليل إجابات أفراد العينة على عبارات جودة الخدمة

الرقم	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه العام للعينة
01	تستخدم المؤسسة معدات و اجهزة تكنولوجية حديثة	2,80	1,297	03	مرتفعة
02	التصميم الداخلي للمؤسسة يوفر جو مريحا للعملاء	3,27	1,230	02	مرتفعة
03	التجهيزات و المباني مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان ذات مظهر جميل و مميز	4,43	,7740	01	مرتفعة جدا
	البعد الأول: الملموسية	3.5	1.1	05	مرتفعة

مرتفعة	02	,9860	4,17	تقدم المؤسسة خدماتها في الوقت المحدد	01
مرتفعة	03	,9990	3,97	تحرص المؤسسة على حل مشاكل الزبائن بأسرع وقت ممكن	02
مرتفعة جدا	01	,8600	4,47	تتسم المؤسسة بتقدم خدماتها دون انقطاع	03
مرتفعة	02	0.948	4.20	البعد الثاني: الاعتمادية	
مرتفعة جدا	01	,8140	4,60	موظفو مؤسسة على استعداد تام لتقديم مساعدة لك	01
مرتفعة جدا	02	,5710	4,53	يستجيبو موظفو المؤسسة لاحتياجات الزبائن مهم كانت درجة انشغالاتهم	02
مرتفعة جدا	03	1,020	4,17	تهتم المؤسسة بشكاوي و استفسارات الزبائن	03
مرتفعة جدا	01	0.801	4.43	البعد الثالث: الاستجابة	
مرتفعة	02	,9130	3,83	سلوك الموظفين في المؤسسة يجعلك تثق فيهم	01
مرتفعة	01	,9730	3,87	شعورك بالامان عند تعاملك مع المؤسسة	02
مرتفعة	03	1,315	3,83	الموظفين في المؤسسة لديهم المعرفة و الخبرة الكافية للاجابة على جميع استفساراتك	03
مرتفعة	04	1.067	3.84	البعد الرابع: الامان	
مرتفعة	02	,9830	4,00	المؤسسة تعطي للزبون اهتماما شخصيا	01
مرتفعة	03	,7280	3,57	المؤسسة لديها اهتمام الزبون اولى من اهتمامات المصلحة	02
مرتفعة	01	1,095	4,20	تهتم المؤسسة بمشاكل الزبون بشكل فردي	03
مرتفعة	03	0.607	3.92	البعد الخامس: التعاطف	

مرتفعة	0.904	3.97	نتائج المحور الثاني
--------	-------	------	---------------------

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

يبين الجدول أعلاه القيم المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري لأبعاد الخاصة بجودة الخدمة في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان ، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي للمحور 3.97 و انحراف معياري بلغ 0.904 التي تعتبر درجة مرتفعة حيث ان المتوسط الحسابي لهذا المحور يقع ضمن المجال [3.40-4.20]، حيث كان ترتيبه على كمايلي :

جاءت في المرتبة الاولى بعد الاستجابة بمتوسط حسابي بلغ 4.43 و بدرجة مرتفعة جدا حيث أن المتوسط الحسابي لهذا البعد يقع ضمن المجال [4.21-5] كان ترتيب الفقرات كمايلي :

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (01)  $x=4.60$  يعكس موافقتهم على موظفو مؤسسة على استعداد تام لتقديم مساعدة لك بدرجة مرتفعة جدا

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (02)  $x=4.53$  يعكس موافقتهم على يستجيبو موظفو المؤسسة لاحتياجات الزبائن مهم كانت درجة انشغلاتهم بدرجة مرتفعة جدا

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (03)  $x=4.17$  يعكس موافقتهم على تهتم المؤسسة بشكاوي و استفسارات الزبائن بدرجة مرتفعة جدا

● جاءت في المرتبة الثانية بعد الاعتمادية بمتوسط حسابي بلغ 4.20 و بدرجة مرتفعة حيث أن المتوسط الحسابي لهذا البعد يقع ضمن المجال [3.40-4.20] كان ترتيب الفقرات كمايلي :

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (03)  $x=4.47$  يعكس موافقتهم على تتسم المؤسسة بتقديم خدماتها دون انقطاع بدرجة مرتفعة جدا

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (01)  $x=4.17$  ما يعكس موافقتهم على تقدم المؤسسة خدماتها في الوقت المحدد بدرجة مرتفعة

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (02)  $x=3.97$  يعكس موافقتهم على تحرص المؤسسة على حل مشاكل الزبائن بأسرع وقت ممكن بدرجة مرتفعة

- جاءت في المرتبة الثالثة بعد التعاطف بمتوسط حسابي بلغ 3.92 و بدرجة مرتفعة حيث أن المتوسط الحسابي لهذا البعد يقع ضمن المجال [4.20-3.40] كان ترتيب الفقرات كمايلي :

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (03)  $x=4.20$  يعكس موافقتهم على تهتم المؤسسة بمشاكل الزبون بشكل فردي بدرجة مرتفعة

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (01)  $x=4.00$  يعكس موافقتهم على المؤسسة تعطي للزبون اهتماما شخصيا بدرجة مرتفعة

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (02)  $x=3.57$  يعكس موافقتهم على المؤسسة لديها اهتمام الزبون اولى من اهتمامات المصلحة بدرجة مرتفعة

• جاءت في المرتبة الرابعة بعد الامان بمتوسط حسابي بلغ 3.84 و بدرجة مرتفعة جدا حيث أن المتوسط الحسابي لهذا البعد يقع ضمن المجال [4.20-3.40] كان ترتيب الفقرات كمايلي :

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (02)  $x=3.87$  يعكس موافقتهم على شعورك بالامان عند تعاملك مع المؤسسة بدرجة مرتفعة

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (01)  $x=3.83$  ما يعكس موافقتهم على سلوك الموظفين في المؤسسة يجعلك تثق فيهم بدرجة مرتفعة

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (03)  $x=3.83$  ما يعكس موافقتهم في إجابتهم الموظفين في المؤسسة لديهم المعرفة و الخبرة الكافية للاجابة على جميع استفساراتك بدرجة مرتفعة

- جاءت في المرتبة الخامسة بعد الملموسية بمتوسط حسابي بلغ 3.5 و بدرجة مرتفعة حيث أن المتوسط الحسابي لهذا البعد يقع ضمن المجال [4.20-3.40] كان ترتيب الفقرات كمايلي :

- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (01)  $x=4.43$  يعكس موافقتهم على التجهيزات و المباني مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان ذات مظهر جميل و مميز بدرجة مرتفعة جدا
- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (02)  $x=3.27$  ما يعكس موافقتهم على التصميم الداخلي للمؤسسة يوفر جو مريحا للعملاء بدرجة متوسطة
- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (03)  $x=2.80$  ما يعكس موافقتهم في إيجابتهم على تستخدم المؤسسة معدات و اجهزة تكنولوجية حديثة بدرجة متوسطة
- بلغ المتوسط الحسابي للفقرة رقم (04)  $x=3.70$  يعكس موافقتهم على تقدر الادارة جهدي في العمل وتخفزي و تشجعي بدرجة مرتفعة.

## 5. اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج

❖ الفرضية الرئيسية: تنص على مايلي :

يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان، من اجل اختبار الفرضيات ومعرفة مدى قبولها او رفضها تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية :

- تقبل الفرضية الصفرية  $H_0$  : إذا كانت القيمة ( $F$ ) المحسوبة اقل من القيمة  $F$  الجدولية و القيمة  $SIG$  اكبر مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمة
- تقبل الفرضية البديلة  $H_1$  : إذا كانت القيمة ( $F$ ) المحسوبة اكبر من القيمة  $F$  الجدولية و القيمة  $SIG$  اقل مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمة
- و من اجل اختبار الفرضية قمنا باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمة و تم الاعتماد على حساب قيمة معامل الارتباط  $R$  و حساب مستوى المعنوية  $SIG$  اضافة الى اختبار تحليل التباين  $Anova$  و اختبار  $test$  و جدول يبين ذلك:

جدول رقم(14.3): نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمة

مستوى المعنوية	Fمعامل	R <sup>2</sup> معامل التحديد	Rمعامل الارتباط	Sig T	T	beta	الثابت	تكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمة
0.000	589.640	0.955	0.977	0.000	24.282	0.977	0.934	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

تشير نتائج الجدول رقم الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ( طردية ) قوية بين تكنولوجيا المعلومات و جودة الخدمة في مؤسسة، حيث قدرت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.977$  التي تشير ان 97.7 % من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع ناتجة عن التغيرات الحاصلة في المتغير المستقل

وبلغ معامل التحديد:  $R^2 = 0.955$  وهذا ما يدل على قدرة المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) على تفسير ما نسبته (95.5%) من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع (جودة الخدمة) و يبقى ما قيمته (4.5%) تفسره المتغيرات أخرى.

و كذلك من خلال الجدول كذلك فان المستوى المعنوية يقدر ب 0.000 و هو اقل من المستوى المعنوية 5% عند قيمة F المحسوبة بلغت 589.640 و منه قبول الفرضية البديلة  $H_1$  التي تنص على وجود اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان

❖ الفرضية الفرعية الأولى: تنص على ما يلي:

يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الملموسية في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان، من اجل اختبار الفرضيات ومعرفة مدى قبولها او رفضها تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية :

- تقبل الفرضية الصفرية  $H_0$  : إذا كانت القيمة (F) المحسوبة اقل من القيمة F الجدولية و القيمة SIG اكبر مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و الملموسية

- تقبل الفرضية البديلة H1 : إذا كانت القيمة (F) المحسوبة أكبر من القيمة F الجدولية و القيمة SIG اقل مستوى المعنوية من 0.05 وذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و الملموسية.
- و من اجل اختبار الفرضية قمنا باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الملموسية و تم الاعتماد على حساب قيمة معامل الارتباط R و حساب مستوى المعنوية SIG اضافة الى اختبار تحليل التباين Anova و اختبار test و جدول يبين ذلك:
- جدول رقم (15.3): نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الملموسية

مستوى المعنوية	Fمعامل	R <sup>2</sup> معامل التحديد	Rمعامل الارتباط	Sig T	T	beta	الثابت	تكنولوجيا المعلومات و الملموسية
0.000	207.179	0.881	0.939	0.000	14.393	0.939	0.821	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

تشير نتائج الجدول رقم الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ( طردية ) قوية بين تكنولوجيا المعلومات و الملموسية في مؤسسة، حيث قدرت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.939$  التي تشير ان 93.3 % من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع ناتجة عن التغيرات الحاصلة في المتغير المستقل

وبلغ معامل التحديد:  $R^2 = 0.881$  وهذا ما يدل على قدرة المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) على تفسير ما نسبته (88.1%) من التغيرات الحاصلة في بعد المتغير التابع (الملموسية) و يبقى ما قيمته 11.9% (تفسره المتغيرات أخرى).

و كذلك من خلال الجدول كذلك فان المستوى المعنوية يقدر ب 0.000 و هو اقل من المستوى المعنوية 5% عند قيمة F المحسوبة بلغت 207.179 و منه قبول الفرضية البديلة H1 التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الملموسية في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان

❖ الفرضية الفرعية الثانية: تنص على ما يلي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاعتمادية في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان، من اجل اختبار الفرضيات ومعرفة مدى قبولها او رفضها تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية :

- **تقبل الفرضية الصفرية H0 :** إذا كانت القيمة (F) المحسوبة اقل من القيمة F الجدولية و القيمة SIG أكبر مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و الاعتمادية
- **تقبل الفرضية البديلة H1 :** إذا كانت القيمة (F) المحسوبة أكبر من القيمة F الجدولية و القيمة SIG اقل مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و الاعتمادية
- و من اجل اختبار الفرضية قمنا باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الاعتمادية و تم الاعتماد على حساب قيمة معامل الارتباط R و حساب مستوى المعنوية SIG اضافة الى اختبار تحليل التباين Anova و اختبار test و جدول يبين ذلك
- **جدول رقم (16.3) : نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الاعتمادية**

مستوى المعنوية	Fمعامل	R <sup>2</sup> معامل التحديد	Rمعامل الارتباط	Sig T	T	beta	الثابت	تكنولوجيا المعلومات والاعتمادية
0.000	241.317	0.896	0.947	0.000	15.534	0.947	0.999	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

تشير نتائج الجدول رقم الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ( طردية ) قوية بين تكنولوجيا المعلومات و الاعتمادية في مؤسسة، حيث قدرت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.947$  التي تشير ان 94.7 % من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع ناتجة عن التغيرات الحاصلة في المتغير المستقل

وبلغ معامل التحديد:  $R^2 = 0.896$  وهذا ما يدل على قدرة المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) على تفسير ما نسبته (89.6%) من التغيرات الحاصلة في بعد المتغير التابع (الاعتمادية) و يبقى ما قيمته (10.4%) تفسره المتغيرات أخرى.

و كذلك من خلال الجدول كذلك فان المستوى المعنوية يقدر ب 0.000 و هو اقل من المستوى المعنوية 5% عند قيمة F المحسوبة بلغت 241.317 و منه قبول الفرضية البديلة  $H_1$  التي تنص على وجود اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاعتمادية في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان

#### ❖ الفرضية الفرعية الثالثة : تنص على مايلي :

يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاستجابة في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان، من اجل اختبار الفرضيات ومعرفة مدى قبولها او رفضها تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية :

- **تقبل الفرضية الصفرية  $H_0$** : إذا كانت القيمة (F) المحسوبة اقل من القيمة F الجدولية و القيمة SIG أكبر مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و الاستجابة
- **تقبل الفرضية البديلة  $H_1$**  : إذا كانت القيمة (F) المحسوبة أكبر من القيمة F الجدولية و القيمة SIG اقل مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و الاستجابة
- و من اجل اختبار الفرضية قمنا باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الاستجابة و تم الاعتماد على حساب قيمة معامل الارتباط R و حساب مستوى المعنوية SIG اضافة الى اختبار تحليل التباين Anova و اختبار test و جدول يبين ذلك:

• جدول رقم(17.3): نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الاستجابة

مستوى المعنوية	Fمعامل	R <sup>2</sup> معامل التحديد	Rمعامل الارتباط	Sig T	T	beta	الثابت	تكنولوجيا المعلومات والاستجابة
0.000	104.518	0.789	0.888	0.000	10.223	0.888	0.914	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

تشير نتائج الجدول رقم الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ( طردية ) قوية بين تكنولوجيا المعلومات و الاستجابة في مؤسسة،حيث قدرت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.888$  التي تشير ان 88.8 % من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع ناتجة عن التغيرات الحاصلة في المتغير المستقل

وبلغ معامل التحديد:  $R^2 = 0.789$  وهذا ما يدل على قدرة المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) على تفسير ما نسبته (78.9%) من التغيرات الحاصلة في بعد المتغير التابع (الاستجابة)و يبقى ما قيمته 21.1% (تفسره المتغيرات أخرى.

و كذلك من خلال الجدول كذلك فان المستوى المعنوية يقدر ب 0.000 و هو اقل من المستوى المعنوية 5% عند قيمة F المحسوبة بلغت 104.518 و منه قبول الفرضية البديلة H1 التي تنص على وجود اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاستجابة في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان

❖ الفرضية الفرعية الرابعة : تنص على ما يلي:

يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الامان في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان،من اجل اختبار الفرضيات ومعرفة مدى قبولها او رفضها تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية :

- تقبل الفرضية الصفرية H0 : إذا كانت القيمة (F) المحسوبة اقل من القيمة F الجدولية و القيمة SIG أكبر مستوى المعنوية من 0.05 وذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول عدم وجود اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و الامان.

- تقبل الفرضية البديلة H1 : إذا كانت القيمة (F) المحسوبة أكبر من القيمة F الجدولية و القيمة SIG اقل مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و الامان
- و من اجل اختبار الفرضية قمنا باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الامان و تم الاعتماد على حساب قيمة معامل الارتباط R و حساب مستوى المعنوية SIG اضافة الى اختبار تحليل التباين Anova و اختبار test و جدول يبين ذلك
- جدول رقم (18.3): نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و الامان

مستوى المعنوية	Fمعامل	R <sup>2</sup> معامل التحديد	Rمعامل الارتباط	Sig T	T	beta	الثابت	تكنولوجيا المعلومات والامان
0.000	526.362	0.947	0.949	0.000	22.943	0.949	0.835	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

تشير نتائج الجدول رقم الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ( طردية ) قوية بين تكنولوجيا المعلومات و الامان في مؤسسة، حيث قدرت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.949$  التي تشير ان 94.9 % من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع ناتجة عن التغيرات الحاصلة في المتغير المستقل

وبلغ معامل التحديد:  $R^2 = 0.947$  وهذا ما يدل على قدرة المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) على تفسير ما نسبته (94.7%) من التغيرات الحاصلة في بعد المتغير التابع (الامان) و يبقى ما قيمته 5.3% (تفسره المتغيرات أخرى).

و كذلك من خلال الجدول كذلك فان المستوى المعنوية يقدر ب 0.000 و هو اقل من المستوى المعنوية 5% عند قيمة F المحسوبة بلغت 526.362 و منه قبول الفرضية البديلة H1 التي تنص على وجود اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الامان في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان

❖ الفرضية الفرعية الخامسة: تنص على ما يلي:

يوجد اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين التعاطف في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان، من اجل اختبار الفرضيات ومعرفة مدى قبولها او رفضها تم الاعتماد على قاعدة القرار التالية :

- **تقبل الفرضية الصفرية H0 :** إذا كانت القيمة (F) المحسوبة اقل من القيمة F الجدولية و القيمة SIG اكبر مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول عدم وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و التعاطف
- **تقبل الفرضية البديلة H1 :** إذا كانت القيمة (F) المحسوبة اكبر من القيمة F الجدولية و القيمة SIG اقل مستوى المعنوية من 0.05 و ذلك عند مستوى الثقة 0.95 و منه قبول وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين تكنولوجيا المعلومات و التعاطف
- و من اجل اختبار الفرضية قمنا باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و التعاطف و تم الاعتماد على حساب قيمة معامل الارتباط R و حساب مستوى المعنوية SIG اضافة الى اختبار تحليل التباين Anova و اختبار test و جدول يبين ذلك
- **جدول رقم (19.3): نتائج اختبار الانحدار البسيط بين تكنولوجيا المعلومات و التعاطف**

مستوى المعنوية	Fمعامل	R <sup>2</sup> معامل التحديد	Rمعامل الارتباط	Sig T	T	beta	الثابت	تكنولوجيا المعلومات والتعاطف
0.000	341.565	0.924	0.961	0.000	18.481	0.961	0.914	

المصدر: من إعداد الطالبين على ضوء مخرجات SPSS.V.22

تشير نتائج الجدول رقم الى وجود علاقة ارتباطية موجبة ( طردية ) قوية بين تكنولوجيا المعلومات و التعاطف في مؤسسة، حيث قدرت قيمة معامل الارتباط  $R = 0.961$  التي تشير ان 96.1 % من التغيرات الحاصلة في المتغير التابع ناتجة عن التغيرات الحاصلة في المتغير المستقل

وبلغ معامل التحديد:  $R^2 = 0.924$  وهذا ما يدل على قدرة المتغير المستقل (تكنولوجيا المعلومات) على تفسير ما نسبته (92.4%) من التغيرات الحاصلة في بعد المتغير التابع (التعاطف) و يبقى ما قيمته 07.6% (تفسره المتغيرات أخرى).

و كذلك من خلال الجدول كذلك فان المستوى المعنوية يقدر ب 0.000 و هو اقل من المستوى المعنوية 5% عند قيمة F المحسوبة بلغت 341.565 و منه قبول الفرضية البديلة  $H_1$  التي تنص على وجود اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين التعاطف في مؤسسة مديرية الخدمات البريدية بغليزان.

**6. خلاصة الفصل:**

لقد أثارت الدراسة عدة تساؤلات وقدمت مجموعة فرضيات وضعت لغرض التحقق من دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات البريدية بمديرية الخدمات البريدية بغليزان، ولقد تم التوصل إلى العديد من النتائج والتي ساهمت في حل إشكالية الدراسة والإجابة على فرضياتها بعدما تم عرض وتحليل البيانات باستخدام برنامج **spss** الذي أظهر سلامة عبارات الاستبانة وصدقها لما وضعت إليه، كما استنتجنا وجود علاقة بين تكنولوجيا المعلومات وتحسين جودة الخدمات البريدية في المؤسسة محل الدراسة من جهة أخرى فقد أبانت نتائج اختبار الفرضيات صحة الفرضية الرئيسية وفرضياتها الفرعية، إضافة إلى وجود علاقة ارتباط قوية جدا بين عناصر جودة الخدمة وتكنولوجيا المعلومات والمثبتة باختبار الأثر.

## الفصل الرابع

---

### الخاتمة العامة

## 1. الخاتمة:

ان تحسين الخدمة هو مهمة ليست بالسهلة على اصحابها، من خلال هذه الدراسة، وجدنا ان اي نقائص في المعدات و التجهيزات و البرامج و التقنيات (تكنولوجيا المعلومات) قد تكلف المؤسسة خسائر مادية معتبرة، فجودة الخدمة المقدمة تتأثر بمدى توفر و تطور تكنولوجيا المعلومات، فعندما تكون تكنولوجيا المعلومات متوفرة و متطورة و دقيقة وتواكب التقنيات الحديثة والمستغلة بشكل صحي ومثالي تكون الخدمة جيدة ومثالية، لكن لو لم تتوفر هذه التكنولوجيا او لم تستغل بشكل جيد و مثالي فهنا يكمن الخلل و الخسارة.

إن لتكنولوجيا المعلومات المعروضة والمقدمة دور كبير في تحسين أداء المؤسسات وتطورها بناء على جودة الخدمات المعروضة والمقدمة ولهذا حاولنا في الدراسة الحالية إبراز دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين خدماتها من خلال الخدمات المعروضة والمقدمة للزبائن.

## 2. نتائج الدراسة:

## 1.2. نتائج الدراسة النظرية:

- تعد تكنولوجيا المعلومات عاملا مهما في تطوير جميع المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الخدمية بصفة خاصة.
- تعد الجودة عاملا مهما ورئيسيا لنجاح المؤسسات الخدمية.
- تعرف جودة الخدمة على أنها هي مدى توافق إدراكات الزبون مع توقعاته للخدمة.
- يتم تقييم جودة الخدمة بالنسبة للزبون من خلال أبعاد الجودة.
- تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة من خلال إسهاماتها في زيادة يقظة المؤسسة وتنمية علاقاتها مع الزبائن وتحسين إنتاجية الخدمة وعرضها.
- استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة يلعب دورا كبيرا ومهما في تحسين جودة الخدمة المقدمة، إذ تعمل هذه تكنولوجيا على زيادة سرعة تقديم الخدمة وزيادة الدقة والمصداقية في الخدمات والمعروضة.

## 2.2. نتائج الدراسة التطبيقية:

- تتوفر أبعاد جودة الخدمة في مديرية الخدمات بغيليزان بمتوسط عام مرتفع حيث قدر نسبته ب3.97% حيث يتضح أن بعد الاستجابة في المديرية هو البعد الأكثر مساهمة في جودة الخدمة في مديرية الخدمات.
- اثبتت الدراسة أن هناك اثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوي ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة في مديرية الخدمات البريدية بغيليزان من خلال اختبار الفرضية الرئيسية.

- أثبتت الدراسة أن تكنولوجيا المعلومات يؤثر في توفير الامان بنسبة تقدر ب 94.7%.
- اثبتت الدراسة أن هناك علاقة تأثيرية ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الملموسية في مديرية الخدمات البريدية بغليزان من خلال اختبار الفرضية الفرعية أولى.
- اثبتت الدراسة أن هناك علاقة تأثيرية ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاعتمادية في مديرية الخدمات البريدية بغليزان من خلال اختبار الفرضية الفرعية ثانية
- اثبتت الدراسة أن هناك علاقة تأثيرية ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الاستجابة في مديرية الخدمات البريدية بغليزان من خلال اختبار الفرضية الفرعية ثالثة.
- اثبتت الدراسة أن هناك علاقة تأثيرية ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين الامان في مديرية الخدمات البريدية بغليزان من خلال اختبار الفرضية الفرعية رابعة.
- اثبتت الدراسة أن هناك علاقة تأثيرية ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) لتكنولوجيا المعلومات في تحسين التعاطف في مديرية الخدمات البريدية بغليزان من خلال اختبار الفرضية الفرعية الخامسة.

### 3. مقترحات الدراسة:

وبناء على ما تقدم من نظريات وأبعاد ودراسات حول: "دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة" نقترح ما يلي:

- زيادة الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات كأداة لتحقيق الجودة.
- ضرورة تكييف المؤسسات أعمالها مع متطلبات الزبائن وتحسين الخدمة المقدمة من خلال تفادي ضياع الوقت عند إنجاز المعاملات.
- تحقيق جودة الخدمة عن طريق تطبيقات تكنولوجيا المعلومات ، لا بد أن يمر عبر اكتساب هذه التطبيقات وإدماج الأفراد وتدريبهم وتكوينهم جميعا.
- على المؤسسات تحديد أهدافها بدقة وليكن أولها رضا الزبون.
- التحلي بالباقة في التعامل مع الزبائن في مختلف الوضعيات.
- عدم التردد في تلبية طلب الزبون وتفادي التهرب من المسؤولية.
- اعتماد الموضوعية في تقديم الخدمة وضرورة تطبيق القوانين عمليا.
- توفير مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة في المؤسسات.

# قائمة المراجع

---

## 1. قائمة المراجع باللغة العربية

### 1.1. الكتب:

- آل ثاني فيصل بن جاسم بن محمد الأحمد، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الإعلامية، دار المعرفة، بيروت، 2008.
- أبو شنب جمال، العلم والتكنولوجيا والمجتمع منذ البداية وحتى الآن، دار المعرفة الجامعية، مصر، 1999.
- البكري سونيا محمد و سلطان إبراهيم، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001.
- الحداد عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، الطبعة 1، البيان للطباعة والنشر، القاهرة 1999.
- الصلاح عبد الرحمن، الصباغ عماد، مبادئ نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- الحناوي محمد صالح وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004.
- الصيرفي محمد، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009.
- الضمور هاني حامد، تسويق الخدمات، ط4، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
- الطائي حميد والعلاق بشير، مبادئ التسويق الحديث، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الاردن، 2009.
- العزاوي محمد عبد الوهاب، أنظمة إدارة الجودة و البيئة، ط 1، دار وائل للنشر، عمان، 2002.
- العلاق بشير، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات، مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- جرادات عزت محمد و عودة صادق إبراهيم، العلم والتكنولوجيا والتنمية، الطبعة الأولى، دار صفاء، عمان، 2007.
- دياب مفتاح محمد، معجم المصطلحات وتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الدار الدولية للنشر، القاهرة، 1995.
- رايونند مكليود و جيورج شيل، نظم المعلومات الإدارية، ترجمة: سرور علي إبراهيم سرور، دار المريخ، الرياض، 2006.
- عليان رجي مصطفى، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، دار صفاء، عمان، 2010.
- غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا مفاهيم ومدخل تقنيات تطبيقات عملية، الطبعة الأولى، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

- قندلجي عامر وآخرون، مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2009.
- كاظم رحاب حسين، المبادئ الأساسية لإدارة الجودة الشاملة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بابل، العراق، 2013.
- محمد أحمد حسان، نظم المعلومات الإدارية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2008.
- محمد عبد العليم صابر، نظم المعلومات الإدارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.
- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 1990.
- ملوخية أحمد فوزي، نظم المعلومات الإدارية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007.

## 2.1. الرسائل والأطروحات

- أبو رحمه أمل ابراهيم، نظم معلومات الموارد البشرية و أثرها على فاعلية إدارة شؤون الموظفين في وزارات السلطة الوطنية الفلسطينية بقطاع غزة، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال غير منشورة، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية- غزة، فلسطين، 2005.
- الفيومي محمد، مقدمة الحاسبات الالكترونية وتطبيقاتها في نظم المعلومات المحاسبية، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 1992.
- القرى عبد الرحمان، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وأثرها على الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية: دراسة حالة مؤسسة اقتصادية، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف 1، 2018.
- رقاد صليحة، تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، باتنة، 2008.
- رايس مراد، أثر تكنولوجيا المعلومات على الموارد البشرية المؤسسة دراسة حالة : مديرية الصيانة لسوناطراك بالأغواط DML، رسالة ماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2006/2005.
- شاذلي شوقي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الاداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، جامعة قاصدي مرباح، كلية الحقوق العلوم الاقتصادية، 2008.

- علوطي لمين، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وتأثيرها على تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة، رسالة ماجستير في علوم التسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2004.
- عمروش نجوى، دور جودة الخدمة في بريق رضا العميل، مذكرة ماجستير في علوم التسيير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2012.
- غربي علي ونزار يمينة، التكنولوجيا المستوردة، مخبر علم الاجتماع و الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2002.
- كساب، أهمية إدارة الجودة الشاملة للتسويق، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البلدة.

## 2. قائمة المراجع باللغة الأجنبية

- Davids G.B et autres, **Système d'Information pour le Management**, volume 1, ed Economica, Paris, 1985.
- Hadid Noufeyl, **l'Information de gestion de l'approche classique a l'approche Objet**, Article, Revue des Sciences Economiques de gestion et de commerce, faculté des sciences économique et des sciences de gestion ,Université d'Alger, 2003,
- Pierre Carrier et autres, **Bases de données dans le développement de système**, Gartan morin édition, canada,1991.
- DELANDE M, **Marchés a Terme :Incertitude, Information, Equilibre**, ed Economica, Paris,1992.
- Michel Ferrary et Yvon Pasqueux, **Management de la Connaissance**, ed Economica, Paris,2011.
- P.Kotler, B.Dubois, **Marketing management**, 11ème édition, Pearson éducation, France.2003.
- Mèlèse .J

## 3. مواقع الإلكترونية

- <http://www.olats.org/schoffer/deftopo.html>
- <http://edusp20yahoocom.blogspot.com.eg>
- <https://www.ipsos.com/fr> (Office Of Public Services Reform, 'Measuring & Understanding Customer Satisfaction', report of social research).

# الملاحق

---

## الملحق رقم (01): وثائق مقدمة من طرف المؤسسة

### نشأة مؤسسة البريد و تطورها

بعد تقسيم وزارة البريد والمواصلات الى متعاملين بريد الجزائر واتصالات الجزائر هذا بموجب قانون 3-2000 المؤرخ في 05 اوت 2000 نشأة المديرية الولائية للبريد والتكنولوجيا للاعلام والاتصال بموجب المرسوم التنفيذي رقم 3-233 المؤرخ في 24 جوان 2000 انشاء المديريات الولائية

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

مع نهاية سنة 1962 كانت الجزائر تحصى 826 مكتب بريد في الخدمة منها 194 في المدن و 632 في المناطق الريفية كانت تسجل عدد كبير من المعمرين خلال الاحتلال و تعرضت اغلب 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 اطار مختلف المحطات التنموية .

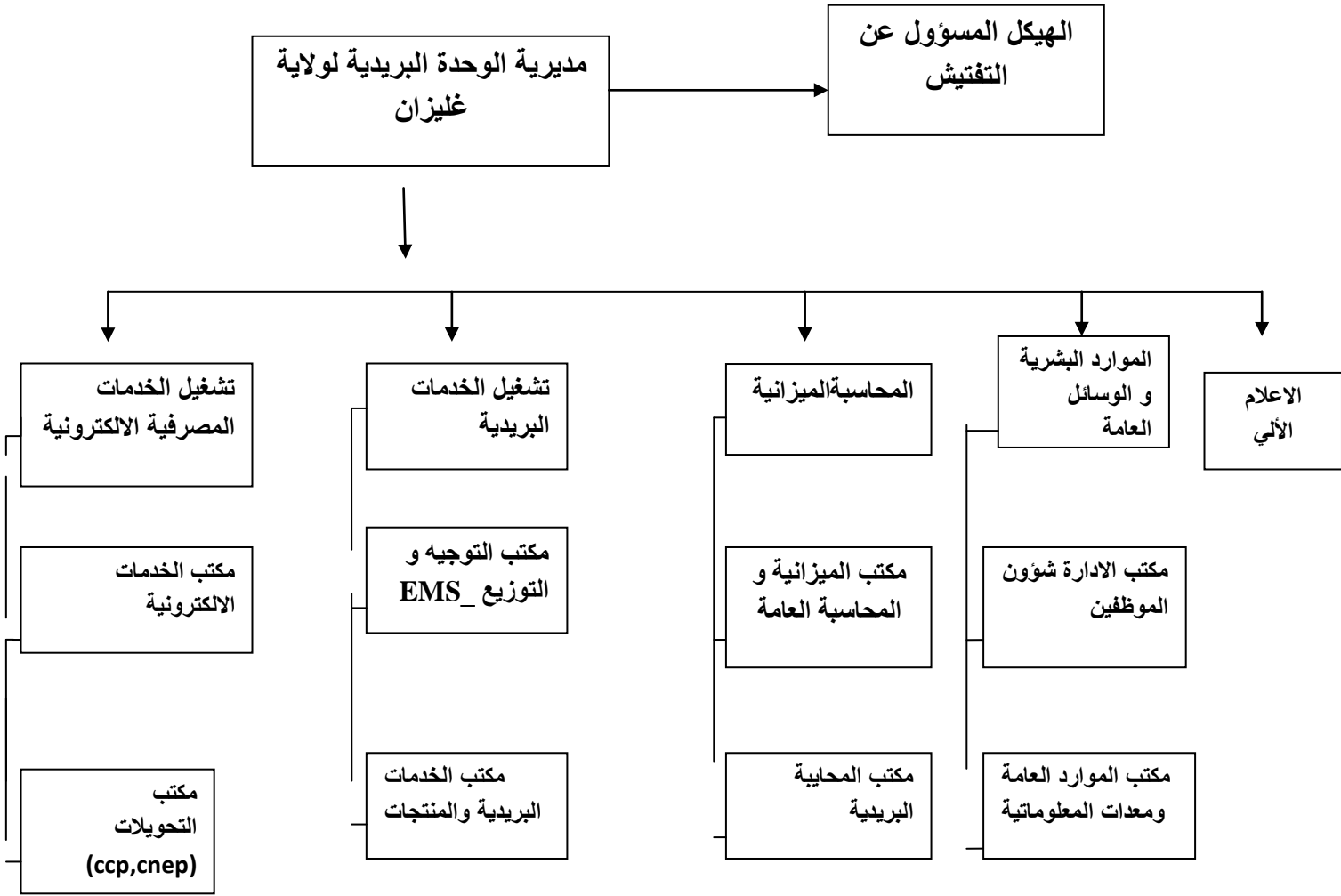
ووصلت شبكة البريد الى 3310 وكالة سنة 2000 مايعادل 9500 مكتب لكل مواطن

فمنذ سنة 1965 تم اطلاق عدة مشاريع ترمي الى تطوير قطاع البريد لاسيما المخطط الثاني الذي وفر وسائل معتبرة بما فيها القروض التي منحها لهذا القطاع, وسمحت الموارد المالية التي استفاد منها القطاع بتوسيع الشبكة

### مهام مؤسسة بريد الجزائر

إن هذا الإطار القانوني كمؤسسة عمومية وكمؤسسة تجارية واقتصادية، يؤدي :  
اضطلاعها بالعديد من المهام تبدو في بعض الأحيان في ظاهرها متناقضة أو على الأقل صعبة التحقيق فباعتبارها خدمة عمومية : يفرض على المؤسسة توفير للمجتمع أحسن وبعبارها مؤسسة الخدمات، بأقل التكاليف لتسمح لكل شرائح المجتمع الاستفادة منها ذات طابع صناعي وتجاري يجب أن تعمل على تخطيط وترقية تنميتها وتقليص تكاليفها باعتبارها مؤسسة اقتصادية . والعمل على الحصول على نتائج ايجابية لمتابعة تطورها ذات دور حيوي في التنمية الشاملة: يجب أن تلعب دورا محركا للاقتصاد الوطني من خلال مضاعفة الجهود في مجال البحث والاستثمار لتوفير الشروط الضرورية لباقي فمهام هذه المؤسسة إذن تبدو متعددة والتوفيق بينها . القطاعات للإقلاع الاقتصادي الشامل يحمل التزاما واجب الأداء لكل الانشغال يبدو أيضا صعب التحقيق لكن كل منها .

## الهيكل التنظيمي الاداري لمركز البريد



## وظائف مصالح البريد

### البنية الهيكلية لبريد الجزائر

يحتوي بريد الجزائر على الهيكل نظامي يسمح لها بالانتشار و التواجد في كل النقاط عبر

القطر الجزائري ، و لهذا فقد بنت المؤسسة هيكلها على ثلاث مستويات:

المديرية العامة و الهياكل المركزية و تسهر على الاشراف العام و التسيير المؤسسة على

مستوى المركزي.

المديريات الاقليمية و التي تسهر على تسيير المؤسسة على مستوى الجهوي.

الوحدات الولاية و تتطلع بمهام الاستغلال على المستوى الولائي .

## الهيكل 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 آل 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

و على 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 للاستغلال المشاريع والمخططات والبرامج الاستثمارية الميزانية

✚ التقديرية

❖ -استعمالات 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:

ويعتبر 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 الاستراتيجية و التخطيط و التنظيم :** تعمل هذه على ترجمة

الاستراتيجية 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 للهياكل القاعدية للبريد وبريد المؤسسات ذات

التوزيع الخاص.

تطوير وترقية البريد الشخصي ذو التوزيع الخاص

إعداد البرامج السنوية لإصدار الطوابع البريدية ها من الحظيرة بسبب التقادم.

تنفيذ نصوص الاتفاقيات البريدية الدولية والاتفاقات الثنائية والمتعددة المتعلقة

بتبادل البعثات والطرود البريدية وإعداد المحاسبة المتعلقة بذلك.

تتضمن هذه المديرية على 04 أربع مديريات فرعية وخليّة 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 و صندوق

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 و مع البنوك.

- معالجة مختلف النزاعات القانونية و الاستعلامات.

**وتشتمل هذه المديرية على 03 ثلاث مديريات فرعية:**

المديرية الفرعية للدراسات الاقتصادية و المالية-

المديرية الفرعية لتنظيم وتطوير المراكز المالية-

المديرية الفرعية لتطوير الخدمات وتحسين النوعية-

## مديرية المالية والمحاسبة ::

وتتكفل هذه المديرية بإنجاز وتنفيذ السياسات المالية للمؤسسة

- تأطير مختلف الهياكل في الميدان المحاسبي والمالي
- توحيد مختلف الميزانيات والقيام بالتحليل المالي والمحاسبة للمؤسسة
- توحيد ومتابعة الميزانيات التقديرية بالتعاون مع مختلف الهياكل
- متابعة مساهمة المؤسسة في الفروع المنشأة.

تشتمل هذه المديرية على 03 ثلاث مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للمحاسبة

- المديرية الفرعية للمالية والميزانية.

- المديرية الفرعية للصفقات.

### مديرية الوسائل العامة: وتتكفل هذه المديرية

انجاز والسهر على تطبيق السياسات المتعلقة بالعقارات، النقل، التموين، الصيانة

الحماية والأمن وتشتمل هذه المديرية على 03 مديريات فرعية:

- المديرية الفرعية للعقارات المبنية ، الحماية والأمن.

- المديرية الفرعية للنقل.

- المديرية الفرعية للتموين.

مديرية الموارد البشرية: وتتكفل هذه المديرية:

- إنجاز و السهر 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 و النظام الداخلي

وتشتمل هذه المديرية على 03 مديريات فرعية

- المديرية الفرعية لإدارة العمال.

- المديرية الفرعية للتنمية والتنظيم-

- المديرية الفرعية للتكوين والوثائق

### المديرية الفرعية للاستثمارات النقدية و المالية

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 و لخدمات المصالح

المالية.

- القيام بتقييم و مراقبة النجاحة في ميدان السياسات التسويقية المقترحة.

- إعداد وتوزيع الدعائم والوثائق الإعلامية على الزبائن.

- إعداد الدراسات بخصوص الأسعار واقتراح التعديلات اللازمة.

وتشتمل هذه المديرية على 03 ثلاث مديريات فرعية

- المديرية الفرعية للتسويق.

-المديرية الفرعية التجارية-

- المديرية الفرعية للأسعار و التنظيم.

**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.

- الأشرف على تسيير و مراقبة مراكز الإعلام الآلي والعمل على تطوير البرامج.

- مراقبة التطور التكنولوجي وترقية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستعملة

وتشتمل هذه المديرية على ( 03) ثلاث مديريات فرعي

- المديرية الفرعية لأنظمة الحماية في الميدان الإعلامي.-.

- المديرية الفرعية للدراسات وتطوير أنظمة الإعلام الآلي.

- المديرية الفرعية لتكنولوجيات الإعلام والاتصال والشبكة المعلوماتية

## الملحق رقم 02: الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة: غليزان

كلية: علوم اقتصادية وتسيير وعلوم تجارية

تخصص: إدارة أعمال

استمارة استبيان

سيدي الفاضل.....تحياتي لكم،

في اطار الاعداد المذكورة نيل شهادة الماستر

بعنوان: " دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة"

دراسة حالة: مؤسسة بريد الجزائر

. نود اعلامكم بأننا بصدد اعداد دراسة ميدانية في مؤسستكم الموقرة ، ولهذا نضع بين ايديكم هذه الاستمارة للمساهمة في اثراء هذا الموضوع بأجوبتكم الصادقة .

ونرجو منكم مساعدتنا بمليء هذه الاستمارة ونعدكم بأن المعلومات تبقى سرية وتستعمل لأغراض البحث العلمي فقط، مع شكرنا المسبق لتعاونكم معنا في اثراء هذه الدراسة .

الرجاء وضع علامة (x) في المربع الذي يعبر عن اجابتك:

الجزء الأول: البيانات الشخصية

انثى

ذكر

1. الجنس :

اكثر من 50

بين 50-36 سنة

من 36-25 سنة

2.العمر :

تقني سامي

جامعي

ثانوي

3.المستوى التعليمي :

اكثر من 10 سنوات

من 10-05 سنوات

من 05-01 سنوات

4.الخبرة المهنية :

الجزء الثاني: متغيرات الدراسة

المحور الأول: تكنولوجيا المعلومات

المحور	رقم	الفقرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
تكنولوجيا المعلومات	1	تمتلك المؤسسة البنية التحتية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا بشكل جيد					
	2	توفر المؤسسة موقع الكتروني المعروف يسهل الوصول اليه					
	3	تستخدم مؤسسة تكنولوجيا المعلومات بصورة متطورة لمواكبة لكل ماهو جديد					

					تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات في انجاز اعمالها	4	
					تعمل مؤسسة على سرعة نقل المعلومات بين الاقسام المختلفة و الادارة العامة اعتمادا على تكنولوجيا	5	

### المحور الثاني : جودة الخدمة و ابعادها

الرجاء وضع علامة (X) في المربع الذي يعبر عن اجابتك وشكرا .							
موافقة بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة	الرقم	ابعاد المتغير التابع	
					01	تستخدم المؤسسة معدات و اجهزة تكنولوجية حديثة	
					02	التصميم الداخلي للمؤسسة يوفر جو مريحا للعملاء	
					03	التجهيزات و المباني مؤسسة بريد الجزائر ذات مظهر جميل و مميز	
					01	تقدم المؤسسة خدماتها في الوقت المحدد	
					02	تحرص المؤسسة على حل مشاكل الزبائن باسرع وقت ممكن	
					03	تتسم المؤسسة بتقديم خدماتها دون انقطاع	
					01	موظفو مؤسسة على استعداد تام لتقديم مساعدة لك	
					02	يستجيبو موظفو المؤسسة لاحتياجات الزبائن مهم كانت درجة انشغالاتهم	

					تهتم المؤسسة بشكاوي و استفسارات الزبائن	03	الاستجابة
					سلوك الموظفين في المؤسسة يجعلك تثق فيهم	01	البعد الرابع: الامان
					شعورك بالامان عند تعاملك مع المؤسسة	02	
					الموظفين في المؤسسة لديهم المعرفة و الخبرة الكافية للإجابة على جميع استفساراتك	03	
					المؤسسة تعطي للزبون اهتماما شخصيا	01	البعد الخامس: التعاطف
					المؤسسة لديها اهتمام الزبون اولى من اهتمامات المصلحة	02	
					تهتم المؤسسة بمشاكل الزبون بشكل فردي	03	

## الملحق رقم 03

### مخرجات spssv.22

#### معامل الثبات

##### Reliability Statistics

Cronbachs Alpha	N of Items
,984	6

##### Item Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Correlated Item-Total Correlation	Cronbachs Alpha if Item Deleted
المعلومات_تكنولوجيا	19,6111	20,016	,979	,979
الملموسية	19,6822	19,444	,908	,986
الاعتمادية	18,9156	20,469	,973	,980
الاستجابة	18,7378	20,721	,906	,985
التعاطف	19,2600	19,696	,968	,979
الامان	19,3156	18,785	,974	,979

#### معامل الصدق

##### Correlations

المعلومات_تكنولوجيا	تتملك المؤسسة	توفر المؤسسة	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات بصورة و متطورة لكل مواكبة جديد ماهو	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات انجاز في اعمالها	مؤسسة تعمل نقل سرعة على بين المعلومات المختلفة الاقسام العامة الادارة و على اعتمادا تكنولوجيا	المعلومات_تكنولوجيا
الملموسية	المؤسسة التحتية البنية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا جيد بشكل	موقع الالكتروني المعروف يسهل اليه الوصول	المعلومات بصورة و متطورة لكل مواكبة جديد ماهو	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات انجاز في اعمالها	مؤسسة تعمل نقل سرعة على بين المعلومات المختلفة الاقسام العامة الادارة و على اعتمادا تكنولوجيا	المعلومات_تكنولوجيا
الاعتمادية	المؤسسة التحتية البنية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا جيد بشكل	موقع الالكتروني المعروف يسهل اليه الوصول	المعلومات بصورة و متطورة لكل مواكبة جديد ماهو	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات انجاز في اعمالها	مؤسسة تعمل نقل سرعة على بين المعلومات المختلفة الاقسام العامة الادارة و على اعتمادا تكنولوجيا	المعلومات_تكنولوجيا
الاستجابة	المؤسسة التحتية البنية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا جيد بشكل	موقع الالكتروني المعروف يسهل اليه الوصول	المعلومات بصورة و متطورة لكل مواكبة جديد ماهو	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات انجاز في اعمالها	مؤسسة تعمل نقل سرعة على بين المعلومات المختلفة الاقسام العامة الادارة و على اعتمادا تكنولوجيا	المعلومات_تكنولوجيا
التعاطف	المؤسسة التحتية البنية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا جيد بشكل	موقع الالكتروني المعروف يسهل اليه الوصول	المعلومات بصورة و متطورة لكل مواكبة جديد ماهو	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات انجاز في اعمالها	مؤسسة تعمل نقل سرعة على بين المعلومات المختلفة الاقسام العامة الادارة و على اعتمادا تكنولوجيا	المعلومات_تكنولوجيا
الامان	المؤسسة التحتية البنية المناسبة لاستخدام تكنولوجيا جيد بشكل	موقع الالكتروني المعروف يسهل اليه الوصول	المعلومات بصورة و متطورة لكل مواكبة جديد ماهو	تستخدم المؤسسة تكنولوجيا المعلومات انجاز في اعمالها	مؤسسة تعمل نقل سرعة على بين المعلومات المختلفة الاقسام العامة الادارة و على اعتمادا تكنولوجيا	المعلومات_تكنولوجيا

البنية المؤسسة تمتلك لاستخدام المناسبة التحنية جيد بشكل تكنولوجيا	Pearson Correlation Significance(2-tailed) N	1 ,520** ,003 30	,520** ,003 30	,644** ,000 30	,637** ,000 30	,826** ,000 30	,837** ,000 30
موقع المؤسسة توفر يسهل المعروف الالكتروني اليه الوصول	Pearson Correlation Significance(2-tailed) N	,520** ,003 30	1 ,003 30	,894** ,000 30	,902** ,000 30	,555** ,001 30	,745** ,000 30
تكنولوجيا مؤسسة تستخدم بصورة المعلومات لكل مواكبة و متطورة جديد ماهو	Pearson Correlation Significance(2-tailed) N	,644** ,000 30	,894** ,000 30	1 ,000 30	,829** ,000 30	,639** ,000 30	,792** ,000 30
المؤسسة تستخدم في المعلومات تكنولوجيا اعمالها انجاز	Pearson Correlation Significance(2-tailed) N	,637** ,000 30	,902** ,000 30	,829** ,000 30	1 ,000 30	,634** ,000 30	,840** ,000 30
على مؤسسة تعمل بين المعلومات نقل سرعة الادارة و المختلفة الاقسام على اعتمادا العامة تكنولوجيا	Pearson Correlation Significance(2-tailed) N	,826** ,000 30	,555** ,001 30	,639** ,000 30	,634** ,000 30	1 ,000 30	,786** ,000 30
المعلومات_تكنولوجيا	Pearson Correlation Significance(2-tailed) N	,837** ,000 30	,745** ,000 30	,792** ,000 30	,840** ,000 30	,786** ,000 30	1 ,000 30

\*\* . Correlation at 0.01(2-tailed):...

#### Correlations

		الملمومسية	الاعتمادية	الاستجابة	الامان	التعاطف	الخدمة_الجودة
الملمومسية	Pearson Correlation	1	,907**	,781**	,906**	,888**	,914**
	Significance(2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
الاعتمادية	Pearson Correlation	,907**	1	,937**	,953**	,948**	,978**
	Significance(2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30

الاستجابة	Pearson Correlation	,781**	,937**	1	,904**	,917**	,953**
	Significance(2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
الامان	Pearson Correlation	,906**	,953**	,904**	1	,957**	,979**
	Significance(2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
التعاطف	Pearson Correlation	,888**	,948**	,917**	,957**	1	,980**
	Significance(2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
الخدمة_الجودة	Pearson Correlation	,914**	,978**	,953**	,979**	,980**	1
	Significance(2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation at 0.01(2-tailed):...

### اختبار التوزيع الطبيعي

#### Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Significance	Statistic	df	Significance
المعلومات_تكنولوجيا	,151	30	,079	,946	30	,131
الملموسية	,184	30	,011	,912	30	,017
الاعتمادية	,168	30	,030	,871	30	,002
الاستجابة	,237	30	,000	,756	30	,000
الامان	,215	30	,001	,903	30	,010
التعاطف	,190	30	,007	,878	30	,003

a. Lilliefors Significance Correction

### التحليل الوصفي

الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	19	63,3	63,3	63,3
انثى	11	36,7	36,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid سنة 25-35 من	15	50,0	50,0	50,0
سنة 36-50 من	12	40,0	40,0	90,0
سنة 50 من اكثر	3	10,0	10,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

التعليمي المستوى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ثانوي	6	20,0	20,0	20,0
جامعي	19	63,3	63,3	83,3
سامي تقني	5	16,7	16,7	100,0
Total	30	100,0	100,0	

المهنية\_الخبرة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid سنوات 01-05 من	11	36,7	36,7	36,7
سنوات 05 -10 من	12	40,0	40,0	76,7
سنوات 10 من اكثر	7	23,3	23,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

المتوسط الحسابي

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
المناسبة التحتية البنية المؤسسة تمتلك جيد بشكل تكنولوجيا لاستخدام	30	2	5	4,47	,819
المعروف الالكتروني موقع المؤسسة توفر اليه الوصول يسهل	30	1	5	2,73	1,112
المعلومات تكنولوجيا مؤسسة تستخدم ماهو لكل مواكبة و متطورة بصورة جديد	30	2	5	3,23	,898
المعلومات تكنولوجيا المؤسسة تستخدم اعمالها انجاز في	30	1	5	3,63	,999
نقل سرعة على مؤسسة تعمل الادارة و المختلفة الاقسام بين المعلومات تكنولوجيا على اعتمادا العامة	30	1	5	3,80	,805
Valid N (listwise)	30				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
اجهزة و معدات المؤسسة تستخدم حديثة تكنولوجيا	30	1	5	2,80	1,297
يوفر للمؤسسة الداخلي التصميم للعملاء جومريحا	30	1	5	3,27	1,230
ذات المؤسسة المباني و التجهيزات مميز و جميل مظهر	30	2	5	4,43	,774
Valid N (listwise)	30				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
المحدد الوقت في خدماتها المؤسسة تقدم	30	1	5	4,17	,986
مشاكل حل على المؤسسة تحرص	30	1	5	3,97	,999
ممكن وقت باسرع الزبائن	30	1	5	4,47	,860
انقطاع دون خدماتها بتقديم المؤسسة تتسم	30	1	5	4,47	,860
Valid N (listwise)	30				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
لتقديم تام استعداد على مؤسسة موظفو لك مساعدة	30	1	5	4,60	,814
لاحتياجات المؤسسة موظفو يستجيبو	30	3	5	4,53	,571
انشغلاتهم درجة كانت مهم الزبائن	30	1	5	4,17	1,020
استفسارات و بشكاوي المؤسسة تهتم الزبائن	30	1	5	4,17	1,020
Valid N (listwise)	30				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
تثق يجعلك المؤسسة في الموظفين سلوك فيهم	30	2	5	3,83	,913
المؤسسة مع تعاملك عند بالامان شعورك	30	1	5	3,87	,973
و المعرفة لديهم المؤسسة في الموظفين جميع على للاجابة الكافية الخبرة	30	1	5	3,83	1,315
استفساراتك	30	1	5	3,83	1,315
Valid N (listwise)	30				

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
شخصيا اهتماما للزبون تعطي المؤسسة	30	2	5	4,00	,983
من اولى الزبون اهتمام لديها المؤسسة المصلحة اهتمامات	30	2	5	3,57	,728
بشكل الزبون بمشاكل المؤسسة تهتم فردي	30	1	5	4,20	1,095
Valid N (listwise)	30				

## اختبار الفرضيات

### الفرضية الرئيسية

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,977 <sup>a</sup>	,955	,953	,19069

a. Predictors: (constant) الخدمة\_الجودة...

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	21,441	1	21,441	589,640	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,018	28	,036		
	Total	22,459	29			

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

b. Predictors: (constant) الخدمة\_الجودة...

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,157	,154		-1,015	,319
	الخدمة_الجودة	,934	,038	,977	24,282	,000

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

### الفرضية 01

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,939 <sup>a</sup>	,881	,877	,30902

a. Predictors: (constant) الملمومسية...

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	19,785	1	19,785	207,179	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2,674	28	,095		
	Total	22,459	29			

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

b. Predictors: (constant) الملمومسية...

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,682	,203		3,355	,002
	الملمومسية	,821	,057	,939	14,394	,000

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

## الفرضية 02

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,947 <sup>a</sup>	,896	,892	,28878

a. Predictors: (constant) الاعتمادية...

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	20,124	1	20,124	241,317	,000 <sup>b</sup>
	Residual	2,335	28	,083		
	Total	22,459	29			

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

b. Predictors: (constant) الاعتمادية...

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,693	,275		-2,523	,018
	الاعتمادية	,999	,064	,947	15,534	,000

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

### الفرضية 03

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,888 <sup>a</sup>	,789	,781	,41167

a. Predictors: (constant) الاستجابة...

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	17,713	1	17,713	104,518	,000 <sup>b</sup>
	Residual	4,745	28	,169		
	Total	22,459	29			

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

b. Predictors: (constant) الاستجابة...

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,499	,398		-1,255	,220
	الاستجابة	,914	,089	,888	10,223	,000

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

## الفرضية 04

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,974 <sup>a</sup>	,949	,948	,20128

a. Predictors: (constant) الامان...

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	21,324	1	21,324	526,362	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,134	28	,041		
	Total	22,459	29			

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

b. Predictors: (constant) الامان...

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,328	,143		2,297	,029
	الامان	,835	,036	,974	22,943	,000

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

## الفرضية 05

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,961 <sup>a</sup>	,924	,922	,24652

a. Predictors: (constant) التعاطف...

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Significance
1	Regression	20,757	1	20,757	341,565	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1,702	28	,061		
	Total	22,459	29			

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا

b. Predictors: (constant) التعاطف...

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Significance
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,022	,195		-,111	,912
	التعاطف	,914	,049	,961	18,481	,000

a. Dependent Variable: المعلومات\_تكنولوجيا