

جامعة غليزان

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير



قسم العلوم التجارية

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية

تخصص: مالية وتجارة دولية

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة العمومية

دراسة حالة البطاقة الذهبية لبريد الجزائر مكتب غليزان

The role of digitization in improving the quality of public service

A case study of the golden card of Algiers Post, Relizane Office

تحت إشراف:

من إعداد الطالبين :

د. لكحل محمد

صياد محمد

بن عمارة سمير

أعضاء لجنة المناقشة:

رئيسا

جامعة غليزان

أستاذ محاضر

د. ييو كرم

مشرفا

جامعة غليزان

أستاذ محاضر

د. لكحل محمد

مناقشا

جامعة غليزان

أستاذ محاضر

د. دشرة منصور

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم:

﴿ من لا يشكر الناس لا يشكر الله ﴾ صدق رسول الله.

أول ما نبدأ به الحمد والشكر لله عز وجل الذي أنار دربنا ويسر لنا السبيل لإنجاز هذا العمل المتواضع، وأكرمنا بالصحة والإرادة والعزيمة والصبر في إتمام مشوارنا الدراسي الجامعي بخير، ونتوجه بجزيل الشكر وامتناننا للذي لم ييخل علينا بنصائحه وتوجيهاته ومعلوماته الأستاذ المشرف: لكحل مُجد، أعانه الله في كل درب سلك ويسر الله طريقه، إلى كل يد كريمة أمدتنا بالعون وكل من ساهم من قريب أو بعيد لرفع معنوياتنا، وكل من لم ييخل علينا بالنصيحة والتوجيه. كما نتقدم بشكرنا إلى كل الأصدقاء الأعزاء والأوفياء لنا، لمن أرادوا أن نذكرهم ولو بكلمة، أن يوفقهم الله إلى ما يحبه ويرضاه ويبقى ذكرهم في القلب أجمل هدية.

اللهم وفقنا لاغتنام الأوقات وشغلها بالأعمال الصالحات، اللهم جد علينا بالفضل والإحسان وعاملنا بالعفو والغفران، اللهم يسرنا لليسرى وجنبنا العسرى، اللهم ارزقنا شفاعة نبينا وأوردنا حوضه واسقنا منه شربة لا نظماً بعدها أبدا

يا رب العالمين

الإهداء

نهدي سلاما لو سعد إلى السماء لأصبح قمرا وبدرا منيرا،
ولو نزل إلى الأرض لكساها سندسا وحريرا،
ولو اختلط بماء البحر لأصبح الملح الأجاج عذبا فراتا سلسبيلا.
إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلى بطاعتك..
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك .. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك

"الله ﷻ"

إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة .. إلى نبي الرحمة ونور العالمين

"سيدنا محمد ﷺ"

إلى من كلله الله بالهبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون انتظار .. إلى من أحمل أسمه بكل افتخار .. أرجو
من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهتدي بها اليوم وفي
الغد وإلى الأبد..

"والدي العزيز".

إلى ملاكي في الحياة .. إلى معنى الحب وإلى معنى الحنان والتفاني إلى بسملة الحياة وسر الوجود

إلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب

"أمي الحبيبة"

إلى كل الأهل والأقارب وأصدقاء العمر والطفولة

إلى من شاركنا في إعداد هذا العمل المتواضع

وختم قولنا قول علي بن أبي طالب كرم الله وجهه:

شيطان لو بكت الدماء عليهما	عيناي حتى تأذن بذهابي
فقدان الشباب وفرقة الأحباب	وحضن الأم حتى أوري في التراب

ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى إعطاء فكرة عن واقع تطبيق الرقمنة في المؤسسة العمومية، وكذا الوقوف على مساهمة الرقمنة من خلال البطاقة الذهبية في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر. ففي الشق النظري من هذه الدراسة تم التطرق إلى المفاهيم الأساسية المرتبطة بالرقمنة، ومن ثم تحديد الإطار المفاهيمي للخدمات والخدمة العمومية وجودة الخدمة. أما في الجانب التطبيقي، فقد تم إسقاط هذه الدراسة على مؤسسة بريد الجزائر مكتب غليزان، حيث قمنا بدراسة حالة البطاقة الذهبية و استعمالها، وقد تم الاعتماد على دراسة الحالة كأداة للدراسة، وقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى وجود توجه لمؤسسة بريد الجزائر نحو رقمنة أنشطتها، وأيضاً وجود مساهمة للرقمنة من خلال البطاقة الذهبية في تحسين جودة الخدمات بمؤسسة بريد الجزائر. الكلمات المفتاحية: الرقمنة، الخدمة، الخدمة العمومية، جودة الخدمة.

Abstract

This study aimed to give an idea of the reality of the application of digitization in the public institution, as well as to identify the contribution of digitization through the EDHAHABIA Card in improving the quality of Algeria Postal Services.

In the theoretical part of this study, the basic concepts related to digitization were addressed, and then the conceptual framework for services, public service and quality of service was defined.

As for the applied side, this study was projected on the Algeria Post Corporation, the Relizane office, where we studied the case of the EDHAHABIA Card and its use, and the case study was relied upon as a tool for the study.

Through this study, we have concluded that there is a tendency for the Algeria Post Corporation to digitize its activities, and also that there is a contribution to digitization through the golden card in improving the quality of services in the Algeria Post Corporation,

Keywords: digitization, service, the public service, the quality of service.

فهرس المحتويات

د.....	شكر وتقدير.....
ه.....	الإهداء.....
و.....	ملخص.....
ز.....	فهرس المحتويات.....
ي.....	فهرس الجداول.....
12.....	الفصل الأول: مقدمة عامة.....
2.....	تمهيد.....
4.....	الفصل الثاني: الإطار النظري والدراسات السابقة.....
8.....	1- أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال:.....
8.....	1-1: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:.....
9.....	2-1: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال.....
10.....	3-1: مفهوم تكنولوجيا الشبكات.....
13.....	2- الرقمنة والتوجه نحو تطبيق الإدارة الإلكترونية.....
13.....	2-1: عموميات حول الرقمنة.....
15.....	2-2: فوائد الرقمنة.....
15.....	2-3: أهداف الرقمنة.....
15.....	2-4: مبررات التحول إلى الرقمنة:.....
16.....	2-5: خصائص الرقمنة:.....
17.....	2-6: متطلبات الرقمنة.....
18.....	3- تطبيق الإدارة الإلكترونية.....

18	3-1: مفهوم الإدارة الإلكترونية
19	3-2: مراحل التحول إلى الإدارة الإلكترونية
20	3-3: المعاملات الإلكترونية في المؤسسة وطرق الدفع الإلكتروني
22	3-4: وسائل الدفع الإلكتروني
25	4- مفاهيم أساسية حول الخدمة
25	4-1: مفهوم الخدمة
25	4-2: خصائص الخدمة
	Erreur ! Signet non défini.
	4-3: تصنيف الخدمات
26	4-4: ماهية الخدمة العمومية
31	4-5: تحسين جودة الخدمة العمومية
38	4-6: أثر تطبيق الرقمنة على تحسين جودة الخدمة العمومية
43	خلاصة
4	الفصل الثالث: الدراسة التطبيقية وتحليل البيانات
46	1. تمهيد:
47	1- تعريف مؤسسة بريد الجزائر
47	1-1: نشأة مؤسسة بريد الجزائر:
48	1-2: البنية الهيكلية لبريد الجزائر
52	2- تعريف بالمؤسسة محل الدراسة (مديرية بريد الجزائر (وحدة غليزان)
54	2-1: الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر - غليزان
56	3- عموميات حول البطاقة الذهبية
56	3-1: ماهية البطاقة الذهبية

58: 2-3 خدمات البطاقة الذهبية: بالنسبة للخدمات التي تقدمها البطاقة:
58: 3-3 طلب البطاقة الذهبية
79: 4-3 الأجهزة المساعدة للبطاقة الذهبية
82: 5-3 إحصائيات حول البطاقة الذهبية
84: 6-3 تقييم مدى نجاعة استخدام البطاقة الذهبية
85 الفصل الرابع
85 قائمة المراجع

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الفصل - رقم الجدول
65	رسوم وأسعار استعمال البطاقة الذهبية	الجدول رقم (1.3)
66	العمليات المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية	الجدول رقم (2.3)
67	عمليات الخدمة البنكية المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية	الجدول رقم (3.3)
67	الحد من قيمة العمليات المالية المنجزة بواسطة البطاقة	الجدول رقم (4.3)
73	تطور حاملي البطاقة الذهبية بولاية غليزان	الجدول رقم (5.3)
74	عدد العمليات المجراة على الصرافات الآلية لولاية غليزان خلال شهر أبريل 2023	الجدول رقم (6.3)

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الفصل - رقم الشكل
40	نمذج الفجوات	الشكل رقم (1-2)
52	الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر	الشكل رقم (1-3)
53	تقسيمات المكاتب البريدية	الشكل رقم (2-3)
54	الهيكل التنظيمي وحدة البريد غليزان	الشكل رقم (3-3)

الفصل الأول

مقدمة عامة

تمهيد

في ظل بيئة ديناميكية تتميز بالتعقيد والتغير المستمر، ظهرت التكنولوجيا كعامل مؤثر في كافة الأنشطة والعمليات في مختلف المجالات، خاصة ما يتعلق بمعالجة المعلومات وتداولها وبنائها في إطار ما يعرف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، هذه الأخيرة تزايد الطلب عليها وأصبحت هي المورد الأكثر أهمية بالمقارنة مع الموارد الكلاسيكية، وأصبح الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات والاتصال الرقمي الشغل الشاغل للمؤسسات، ولم يعد استخدامها أمرا اختياريا بل أصبح ضرورة ملحة لمجارات التطورات التي أفرزتها الثورة التكنولوجية .

وقد انعكس التطور الرقمي على المؤسسة الخدمية في استغلالها لهذه الثورة الرقمية والمعلوماتية من أجل تحقيق قفزة معتبرة، فقد أصبح تطوير الخدمات واحدا من الاتجاهات المهمة والحديثة التي شهدت توسعا كبيرا في السنوات الأخيرة في مختلف المجتمعات بسبب تزايد دورها في الحياة المعاصرة.

تسعى المؤسسة الخدمية العمومية كغيرها من المؤسسات الخدمية لمواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة التي شهدتها بيئتها، وإيجاد أفضل الآليات لتحسين الخدمات المقدمة لمواطنيها، والتي تجلت في الاستخدامات الإلكترونية و رقمنة أنشطتها المختلفة في إطار السعي إلى التحسين من جودة خدماتها.

من هنا حاولت المؤسسات العمومية في الجزائر تبني مفهوم الرقمنة لتحسين أدائها، فاهتمت بالتوجه نحو تقديم خدمات عمومية إلكترونية، ومن هذا المنطلق وفي إطار تحسين جودة الخدمة العمومية، حظي مفهوم الرقمنة باهتمام خاص من طرف مؤسسة بريد الجزائر، حيث بذلت جهودا في سبيل تحسين الخدمات البريدية وتقريبها للمواطن، فاستحدثت العديد من الخدمات البريدية الإلكترونية، وكانت بطاقة الذهبية أهم وسيلة للاستفادة من تلك الخدمات.

أولا: الإشكالية

تبعاً للأهمية المتزايدة للرقمنة والآثار التي أفرزتها تطبيقاتها في المؤسسات الخدمية، تظهر معالم الإشكالية التي نعالجها في التساؤل الجوهري التالي:

هل تساهم الرقمنة من خلال البطاقة الذهبية في تحسين جودة خدمات مؤسسة بريد الجزائر؟

وعلى ضوء الإشكالية المطروحة برزت مجموعة من التساؤلات الفرعية تساعد على الإلمام بجيئات التساؤل الرئيسي المطروح، وتتمثل فيما يلي:

- ماذا نقصد بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟ وفيما تتمثل أهم تطبيقاتها في المؤسسة الخدمية؟

- هل للرقمنة تأثير على جودة الخدمة العمومية ؟
- هل هناك توجه لمؤسسة بريد الجزائر نحو رقمنة أنشطتها الخدمية ؟
- هل هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرقمنة من خلال بطاقة الذهبية وتحسين جودة الخدمات المقدمة من طرف بريد الجزائر؟
- **ثانيا: فرضيات الدراسة**
- انطلاقا من إشكالية الدراسة والتساؤلات الفرعية السابقة، نضع جملة من الفرضيات كأجوبة أولية لها، وتتمثل هذه الفرضيات في:
- هناك توجه لمؤسسة بريد الجزائر نحو رقمنة أنشطتها الخدمية.
- تساهم الرقمنة من خلال بطاقة الذهبية في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر.

ثالثا: أهداف الدراسة

ترمي هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:

- محاولة توضيح بعض المصطلحات والمفاهيم المتعلقة بالموضوع كتكنولوجيا المعلومات والاتصال، الانترنت، المعاملات الالكترونية والخدمة العمومية.
- محاولة إعطاء فكرة عن واقع تطبيق الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر من وجهة نظر الزبون.
- الوقوف على دور الرقمنة من خلال بطاقة الذهبية في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر.

رابعا: منهج الدراسة

من أجل الإلمام بجوانب الموضوع ولتحقيق أهداف البحث، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، وذلك لملاءمته لهذا النوع من الدراسات، ويتجلى ذلك من خلال التطرق لمختلف المفاهيم التي تتعلق بموضوع الرقمنة وجودة الخدمة، إلى جانب ذلك تم اعتماده في الدراسة التطبيقية، دراسة لحالة الذهبية (في غليزان كنموذج).

خامسا: أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في حداثة الموضوع، حيث تم الجمع بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت ال ارهن، إضافة إلى المزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد للرقمنة من خلال مساهمة المؤسسة الخدمية للتطورات التكنولوجية.

كما أنه من المهم التعرف على واقع تطبيق الرقمنة في المؤسسات العمومية، ومدى وعيها بدور هذه التكنولوجيا الحديثة واستخداماتها الفعالة في تحسين جودة خدماتها، خاصة بعد أن عرفت هذه التكنولوجيا تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة، كما أن الموضوع إضافة جديدة ومساهمة بناءة في إثراء المكتبة وتبصير القارئ بما أحدثته ثورة الرقمنة في مجال الخدمة العمومية، خاصة مع النقص الملاحظ في معالجة هذا الموضوع.

سادسا: حدود الدراسة

بالنسبة لحدود الدراسة فهي كما يلي:

حدود الموضوع: الرقمنة ودورها في تحسين جودة الخدمة العمومية.

الحدود المكانية: تم حصر حدود الدراسة الميدانية في ولاية غليزان .

الحدود الزمانية: امتدت الدراسة بين 2019 و 2023

سابعا: هيكل الدراسة

قسمت الدراسة إلى ثلاثة فصول، إثنان منها تتعلق بالجانب النظري و الثالث فهو الجانب التطبيقي .، حيث تناولنا في الفصل الأول مقدمة عامة أما الفصل الثاني فخصصناه للإطار النظري للدراسة فعالجنا موضوع الرقمنة كتوجه في المؤسسات الخدمية، فتطرقتنا في المبحث الأول إلى أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال، و تناولنا في المبحث الثاني الرقمنة والتوجه نحو تطبيق الإدارة الإلكترونية، أما المبحث الثالث و الأخير فتطرقتنا فيه إلى المعاملات الإلكترونية في المؤسسة وطرق الدفع الإلكتروني، و أخيرا تحسين جودة الخدمة العمومية في ظل الرقمنة ،

حيث تطرقتنا في المبحث الأول إلى مفاهيم أساسية حول الخدمة، وتناولنا في المبحث الثاني ماهية الخدمة، أما المبحث الثالث فخصصناه لتحسين جودة الخدمة العمومية.

أما الفصل الثالث و الأخير فخصصناه للجانب التطبيقي و درسنا فيه حالة البطاقة الذهبية لمؤسسة بريد الجزائر مكتب غليزان نموذجا .

ثامنا: صعوبات الدراسة

تتمثل أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء القيام بإعداد هذه الدراسة في صعوبة الحصول على المراجع المتخصصة ذات الصلة بالموضوع خاصة في مجال الرقمنة، والتي كلفتنا وقتا وجهدا كبيرين، إضافة إلى التزاماتنا الكثيرة و صعوبة توفيقنا بين عملنا و دراستنا .

الفصل الثاني

الإطار النظري والدراسات السابقة

1. تمهيد

في عالم معاصر برزت فيه تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبحت المؤسسات على اختلافها تتنافس لتطبيق وتعميم هذه التقنية بتوفير كافة الإمكانيات الضرورية من عتاد و برامج وتأهيل العنصر البشري وادخال شبكة الانترنت إلى إدارتها، وذلك بهدف تقديم خدماتها للمواطنين إلكترونياً وتسهيلها بعيداً عن البطء في تأدية المهام والأنشطة.

إن استخدام التكنولوجيا الحديثة أدى إلى التقليل من الوثائق والتحول نحو إدارة إلكترونية، ونتيجة لهذا التحول ظهرت الرقمنة من خلال تنفيذ مختلف المعاملات إلكترونياً، وذلك باستخدام وسائل إلكترونية حديثة ملائمة لطبيعة ومتطلبات هذا التطور، وهذا ما سنتطرق له في هذا الفصل تحت عنوان "الرقمنة كتوجه في المؤسسات الخدمية".

تحتل الخدمات باهتمام خاص من قبل المؤسسات والزبائن على حد سواء، كما يلاحظ أن الأهمية الممنوحة لقطاع الخدمات قد تازدت خاصة أنها أصبحت تمثل واحدة من أهم القطاعات المساهمة في الناتج القومي، إضافة إلى ذلك يعد مستوى جودة الخدمة عاملاً رئيسياً للتمييز بالنسبة للمؤسسات سواء الخاصة أو العمومية، وبالتالي أصبح من الضرورة توجيه مزيد من الاهتمام والبحث عن سبل لتطوير وتحسين جودة هذه الخدمات.

وقد أخذ مفهوم تحسين جودة الخدمة العمومية حيزاً واسعاً من الاهتمام في السنوات الأخيرة، فضلاً عن كونه مطلباً شعبياً مرافقاً للتطورات والحركية التي يعرفها المجتمع، فهو محل اهتمام خاص من المؤسسات العمومية التي تضع ضرورة تقديم خدمة عمومية أكثر فعالية في صميم اهتمامها، ويتجلى ذلك من خلال استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومختلف ال وسائل الإلكترونية الحديثة في تحسين طرق تقديم الخدمات العمومية وجعلها أقرب إلى المواطن.

1- أساسيات حول تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أهم المجالات التي شهدت تطورا هائلا في عالمنا المعاصر، وتعتبر إحدى العوامل الرئيسية التي تقود التقدم في القرن الحالي، فهي قد غيرت الطريقة التي نعيش ونتعلم ونعمل بها ونتواصل من خلالها، حيث وفرت أدوات الاتصال عبر العالم، وسنحاول في هذا المبحث التطرق إلى أهم الجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.

1-1: مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

سننطلق في هذا المطلب إلى تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إضافة إلى ذكر أهم خصائصها.

1-1-1: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

قبل التطرق والخوض في تكنولوجيا المعلومات والاتصال سنحاول التعرف على أهم المصطلحات ذات الصلة بالموضوع، وذلك بتناول كل مصطلح على حدى رغم تداخل بعضها ببعض.

يعود أصل كلمة التكنولوجيا تحديدا إلى اللغة اللاتينية والمركبة من كلمتين هما "Techno" وتعني الفن أو الصناعة، وكلمة "Logos" وتعني الدراسة أو العلم، وتعني في مجملها علوم (دراسات) الصناعة (الفنون)، حيث تعد التكنولوجيا علما لأنها تركز على الأساليب والبحوث والأمور العلمية، وتعتبر فنا لأن الخبرات والمهارات الفنية تستخدم للتأكد من خدمة التكنولوجيا لحاجات المنظمة والمجتمع (اللامبي، 2007)

يمكن تعريف المعلومات بأنها: "المعرفة التي تنتج عن عمليات معالجة البيانات، وتساعد متخذي القرارات في أي منظمة على اتخاذ القرارات اللازمة لهم، من خلال الاعتماد على الطرق التحليلية والاستنتاجية بشكل أكبر من الاعتماد على طريقة التخمين أو الحكم الحدسي والتي تضطر الإدارة للجوء إليها في غياب المعلومات، حيث أن المعلومة تزيد المعرفة (سالمي، 2003)

1-1-2: تعريف الاتصال

إن كلمة اتصال "Communication" مأخوذة من الأصل اللاتيني لكلمة "Communes" والتي تعني عام أو مشترك، فللا اتصال وظيفة دقيقة ومحددة، وهي المشاركة في تبادل الحقائق والأفكار والآراء عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو المواقف من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات، باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم لدى الطرفين (العلاق، 2009)

1-1-3: تعريف تكنولوجيا المعلومات

تعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها: "التنظيم والاستخدام الفعال والمؤثر لمعرفة الإنسان وخبرته، من خلال وسائل ذات كفاءة تطبيقية عالية، وتوجيه الاكتشافات والقوى الكامنة المحيطة بنا لغرض التطوير وتحقيق الأداء الأفضل، أي التطبيق المنظم للمعرفة العلمية ومستجداتها من الاكتشافات في تطبيقات وأغراض عملية (العارضي، 2012).

1-1-4: تعريف تكنولوجيا الاتصال

تكنولوجيا الاتصال هي أي أداة أو جهاز أو وسيلة تساعد على إنتاج أو توزيع أو تخزين أو استقبال أو عرض البيانات، فهي تعرف بأنها "الآلات أو الأجهزة الخاصة أو الوسائل التي تساعد على إنتاج المعلومات وتوزيعها واسترجاعها وعرضها (الدين، 2009).

1-1-5: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها: "مجموعة الوسائل المستخدمة لإنتاج واستغلال وتوزيع المعلومات بكل أشكالها وعلى اختلاف أنواعها: المكتوب، المسموع والمرئي، أو هي مجموعة التقنيات المستخدمة في معالجة ونقل المعلومات خاصة الإعلام الآلي، الانترنت، الإدارة الإلكترونية للأنشطة وغيرها من الدعائم الإلكترونية المساعدة في عمليات الاتصال (غياد، 2016).

تتسم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بالانتشار والسرعة، حيث أنها تستخدم لإيصال المعلومات والأنشطة إلى مجموعة من الأفراد، البيانات، الاجراءات، المكونات المادية، الأجهزة والبرمجيات التي تعمل مع بعضها البعض من أجل الوصول إلى الأهداف المرجوة (المهدي، 2016).

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها: مجموعة من الموارد والقدرات التي تستخدم في معالجة وارسال وبث و تخزين واستقبال المعلومات والبيانات عبر تكنولوجيا الحاسبات والاتصالات بكفاءة عالية من أجل الوصول للأهداف المسطرة.

1-2: خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تتميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمجموعة من الخصائص، أهمها (معوج، 2012)

- 1-** تقليص الوقت والمسافة: فتكنولوجيا المعلومات والاتصال جعلت كل الأماكن -إلكترونيا- متجاورة، وأتاحت وسائل تخزين تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بسهولة.

- 2- الذكاء الصناعي: فأهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
- 3- تكوين شبكات اتصال: تتوحد مجموعة التجهيزات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات مع النشاطات الأخرى.
- 4- التفاعلية: أي أن مستعمل هذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبلاً ومرسلاً في نفس الوقت، وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.
- 5- اللاتزامنية: وتعني أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال يتيح إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم.
- 6- اللامركزية: وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فالإنترنت مثلاً تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها على مستوى العالم.
- 7- قابلية التوصيل والحركة: وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة، بحيث يمكن للمستفيد أن يستخدمها أثناء تنقلاته ومن أي مكان.
- 8- قابلية التحويل: إمكانية نقل المعلومات من وسيط لآخر، مع إمكانية التحكم في نظام الاتصال.
- 9- اللامجاهرية: أي إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية لفرد واحد أو جماعة معينة، أي إمكانية التحكم فيها، حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك.
- 10- العالمية: حيث أن مجال نشاط هذه التكنولوجيا واسع ويشمل مساحات غير محدودة من العالم، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم.

3-1- مفهوم تكنولوجيا الشبكات

لقد أصبحت الانترنت همزة وصل بين دول العالم، والمحرك الفعال لمختلف الأنشطة والمجالات على المستوى العالمي، لذا سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى بعض المفاهيم حول هذه الشبكة.

1-3-1: التطور التاريخي للانترنت

لقد مرت الانترنت بمجموعة من المراحل حتى تصل إلى ما هي عليه اليوم، وسنوجز أهم هذه المراحل فيما يلي (رجب، 2009):

صمم "بارن" من مؤسسة "ارند" الأمريكية عام 1964 نوعاً من الشبكات لا يعتمد على معالج مركزي، وقامت وكالة للمشروعات البحثية المتقدمة لوزارة الدفاع الأمريكية بإنشاء شبكة "أربانت" (Arpanet) وذلك عام 1969،

وكان الهدف منها تأمين المعلومات العسكرية، فقد روعي في تصميمها ضمان استمرارها في القيام بأعمالها الرئيسية، حتى في حالة تعطل بعض أجزائها نتيجة لضربات معادية .

وفي عام 1974، بدأت دراسة استخدام بروتوكول (TCP/IP) في الاتصالات الانترنت، وبحلول عام 1983، استخدمت أربانت بكفاءة كبيرة خصوصا في الجامعات، إلى حد أنها بدأت تعاني من ازدحام يفوق طاقتها، وأصبح من الضروري إنشاء شبكة جديدة، وهنا ظهرت "ميلنت" لتخدم المواقع العسكرية فقط، وأصبحت "أربانت" من مسؤولية مؤسسة العلوم الوظيفية الأمريكية.

في عام 1990، أغلقت أربانت لتتحول كلية إلى (NSF NET)، ومن جانب آخر فقد أدى التوسع في استخدام شبكة إنترنت في عام 1991 إلى قيام جامعة "مينوسوتا" الأمريكية بإنجاز برنامج جديد يمثل تسهيلات جديدة في الوصول إلى المعلومات المخزنة في الشبكة أطلقت عليه اسم (Gopher)، وفي العام التالي طرحت مؤسسة تعرف باسم (CERN) مشروع الشبكة العنكبوتية العالمية (World Wide Web) والتي اشتهرت بالاسم (WWW) والتي أحدثت تطورا مهما في الإنترنت، وأصبحت تقدم الخدمات الواسعة والمهمة في مسيرة الإنترنت التاريخية (السامرائي، 2009).

1-3-2: تعريف الانترنت

يمكن تعريف الانترنت بأنها: "عبارة عن نظام عالمي لتبادل المعلومات والبيانات ونقلها بطريقة تبديل الحزم باستعمال بروتوكول الانترنت القياسي (IP) عن طريق مجموعة من الحاسبات الموصولة ببعضها البعض، والتي تكون مجموعة من الشبكات الصغيرة في المنازل والشركات والمؤسسات الحكومية والجامعات وغيرها، والمتصلة والموصلة ببعضها من أجل الوصول إلى شبكة واحدة كبيرة (يوسف، 2012).

وبشكل مفصل شبكة الانترنت هي "شبكة عملاقة تضم عشرات الآلاف من الشبكات والحواسيب المرتبطة في مئات الدول، وتستخدم هذه الأخيرة بروتوكول النقل والسيطرة (TCP) وبروتوكول الانترنت (IP) لتأمين الاتصالات الشبكية، لذا فإنها أوسع شبكة في العالم تزود المستخدمين بالعديد من الخدمات كالبريد الإلكتروني، نقل الملفات والأخبار، والوصول إلى الآلاف من قواعد البيانات (الدلاهمة، 2008).

من خلال التعريفين السابقين، يمكن تعريف الانترنت بأنها شبكة عملاقة، تتكون من آلاف الشبكات، وتضم الملايين من الحواسيب وأعداد هائلة من المستخدمين الذين تمكنهم من الاطلاع والحصول على مختلف المعلومات

1-3-3: خصائص الانترنت

تتميز شبكة الانترنت بمجموعة من الخصائص من بينها (طه، 2006).

- شبكة الشبكات: بمعنى أن الانترنت هي شبكة واسعة النطاق تضم بداخلها مجموعة من الحاسبات الآلية سواء العامة أو الخاصة.
 - مستخدمو الشبكات مجهولون: فهي شبكة دولية يتعامل معها مستخدمون مجهولون لبعضهم البعض، وبدون تحكم مركزي ولا مراقبة
 - ذات قدرات غير محدودة: فأداء الشبكة لا ينخفض بزيادة عدد مستخدميها، وخدمات الشبكة متاحة لعدد لا نهائي من المستخدمين.
- بالإضافة للخصائص السابقة، تتميز الانترنت بأنها (مصر، 2008).
- وسيلة تفاعلية وليست جماهيرية: مثل التلفاز ووسائل الاتصال التقليدية الأخرى، فالإنترنت يؤمن الاتصالات التفاعلية المباشرة بالتجاهين (بين المؤسسة وعملائها، وبين المؤسسة والمؤسسات الأخرى).
 - للإنترنت بروتوكول يسمى (TCP/IP): وهو بروتوكول مفتوح، أي عدم وجود مؤسسة تدعي ملكيتها للإنترنت.
 - الانترنت شبكة مفتوحة: فهي ليست شبكة مغلقة كالتى تملكها مؤسسات الكابل والاتصالات الهاتفية (أي عدم وجود شروط وقواعد تحكم المشتركين فيها).

1-3-4: الأنترنت والإكسترانت

- ويمكن تعريفها بأنها: "شبكة محوسبة داخل المنظمة الواحدة، مستندة في عملها على تكنولوجيا الانترنت والشبكة العنكبوتية ومعاييرها، أي موقع ويب خاص بالشركة مصمم فقط من أجل موظفيها، ويقتصر الدخول للشبكة الداخلية فقط على العاملين في الشركة عن طريق كلمة مرور، التي تزودهم بها إدارة الشركة، بينما لا يستطيع مستخدمو شبكة الانترنت الآخرين الدخول أو الوصول لهذه المعلومات (الزعيبي، 2004)
- من خلال التعريفين السابقين، يمكن تعريف الانترنت بأنها شبكة محلية تستخدم نفس التقنيات المستعملة في الانترنت، لكنها مصغرة بحيث تسمح للأعضاء المسجلين في الشركة فقط بالدخول إليها، ومن بين مزاياها ارتفاع مستوى الحماية بها مقارنة بشبكة الانترنت.

1-3-5: تعريف الإكسترانت

- "شبكة الإكسترانت هي شبكة تصممها المنظمة لتلبية احتياجات الناس من المعلومات ومتطلبات المنظمات الأخرى الموجودة في السوق، وتستخدم الشبكة تقنيات الحماية لمنع محاولات الدخول غير الشرعي إلى ملفات

وب ارجع ونظم قواعد الشبكة، وتستند على تقنيات شبكة الانترنت وتوجه إلى البيئة الخارجية، ولكن ضمن نطاق محدود بنوع العلاقة التي تريدها الشركة (ياسين، 2005).

ويمكن تعريف الإكسترنات بأنها: "شبكة داخلية يسمح لبعض شركاء العمل الخارجيين بالدخول لها لأسباب استراتيجية، وعادة ما يكون الوصول للمعلومة فيها جزئيا (نصير، 2004).

من خلال هذين التعريفين، يمكن تعريف الإكسترنات على أنها مجموعة من الشبكات الداخلية مرتبطة فيما بينها عن طريق الانترنت، تسمح بتبادل الملفات والمعلومات فيما بين المتعاملين الداخليين والخارجيين ضمن نطاق تحده الشركة.

2-الرقمنة والتوجه نحو تطبيق الإدارة الإلكترونية

تمثل الرقمنة تحولا شاملا في المرتكزات التي تقوم عليها الإدارة التقليدية للوصول إلى الإدارة الالكترونية، وهي ليست صفة جاهزة بل هي عملية معقدة ونظام متكامل، وبالتالي لا بد من توفر متطلبات عديدة ومتكاملة لتطبيقها واخراجه إلى حيز الواقع العملي.

2-1: عموميات حول الرقمنة

تعد الرقمنة من نتائج الثورة الصناعية الرابعة خاصة مع تطور التكنولوجيات الحديثة، فأصبح مصطلح الرقمنة يحظى باهتمام كبير لارتباطه بالتحول من الأساليب التقليدية الروتينية إلى الأساليب الرقمية الحديثة، نظرا لما يفرضه العصر الرقمي من تقنيات وأدوات تكنولوجية تتيح الحصول على المعلومات وتبادلها بطريقة رقمية.

تعد الرقمنة مبادرة لها قيمة كبيرة لدى المؤسسات باختلاف أنواعها، مما جعل هذه الأخيرة تسعى لتبني مفهوم الرقمنة في مختلف أنشطتها.

2-1-1: تعريف الرقمنة

لقد تعددت التعاريف التي أعطيت للرقمنة، ونذكر منها (الحمزة، 2011)

تعني الرقمنة أو التحول الرقمي: تحويل البيانات إلى شكل رقمي، وذلك لأجل معالجتها بواسطة الحاسب الالكتروني، وفي سياق نظم المعلومات عادة ما تشير الرقمنة إلى تحويل النصوص المطبوعة أو الصور إلى إشارات ثنائية باستخدام نوع ما من أجهزة المسح الضوئي، أما في سياق الاتصالات فتشير إلى تحويل الإشارات التناظرية المستمرة إلى إشارات رقمية ثنائية.

وتعرف الرقمنة كذلك على أنها عملية استنساخ راقية تمكن من تحويل الوثيقة مهما كان نوعها ووعاؤها إلى سلسلة رقمية، يواكب هذا العمل التقني عمل فكري ومكتبي لتنظيم ما بعد المعلومات، من اجل فهرستها وجدولتها، وتمثيل محتوى النص المرقمن.

ويمكن تعريف عملية الرقمنة بأنها: "ألية عملية يتم عن طريقها تحويل المعلومات من شكلها التقليدي الحالي إلى شكل رقمي، سواء كانت هذه المعلومات صور أو بيانات نصية أو ملف صوتي أو أي شكل آخر، أو هي عملية تحويل المواد من الأشكال التي يمكن أن تقرأ بواسطة الإنسان، إلى الشكل الذي يمكن أن يقرأ فقط بواسطة الحاسبات، ويمكن استخدام المساحات المسطحة والكاميرات الرقمية والعديد من الأجهزة الأخرى لرقمنة المواد المختلفة (الجواد، 2012).

عرفها Terry Kunny بأنها " عملية تحويل مصادر المعلومات بمختلف أشكالها (كتب، دوريات، صور، تسجيلات صوتية) إلى شكل مقروء آليا بواسطة استخدام أنظمة الحاسب الآلي عبر النظام الرقمي الثنائي والذي يعد وحدة المعلومات الأساسية لنظام المعلومات آلي قائم على استخدام الحاسبات الآلية، وتحويل المعلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية، يمكن أن يطلق عليها الرقمنة. " (

وتشير Charlette Buresi إلى أن الرقمنة هي "منهج يسمح بتحويل البيانات والمعلومات من النظام التناظري إلى النظام الرقمي". (

كما بين القاموس الموسوعي للمعلومات والتوثيق أن الرقمنة يمكن تعريفها على أنها "عملية إلكترونية لإنتاج رموز إلكترونية أو رقمية، سواء من خلال وثيقة أو أي شيء مادي، أو من خلال إشارات إلكترونية تناظرية". (

ويرى Hodges Doog أنها "هي عملية أو إجراء لتحويل المحتوى الفكري المتاح على وسيط تخزين فيزيائي تقليدي مثل الكتب، مقالات الدوريات، الرسائل الجامعية... إلى شكل رقمي". (

واستنادا لما سبق، الرقمنة هي مصطلح حديث يتم عن طريقه تطوير وتحويل البيانات والمعلومات من شكلها التقليدي إلى شكلها الرقمي، إذ تعتبر أداة فعالة من شأنها تقليص الإجراءات المختلفة وضمان الكفاءة والسرعة في التنفيذ إضافة إلى خفض التكاليف.

على ضوء ما تم تقديمه من تعاريف، يمكن تعريف الرقمنة بأنها: عملية إلكترونية تقوم على معالجة أو تحويل البيانات المكتوبة والمطبوعة، بالاستناد إلى مجموعة من التقنيات والأجهزة المتخصصة، كالحاسبات والمساحات الضوئية، للحصول على مخرجات رقمية.

2-2: فوائد الرقمنة

إن تطبيق المؤسسات للرقمنة يكسبها مجموعة من الفوائد، ومن أهمها (الحمزة، المكتبات الرقمية، 2008):

- إتاحة الدخول إلى المعلومات بصورة واسعة ومعقدة بأصولها وفروعها.
- سهولة وسرعة تحصيل المعرفة والمعلومات من مفرداتها.
- القدرة على طباعة المعلومات منها عند الحاجة ، واصدار صور طبق الأصل عنها.
- تحصيل المعلومات من المجموعات الضخمة مما بلغت ضخامتها.
- الحصول على المعلومات بالصوت والصورة ، وبالألوان أيضا.
- إمكانية التكامل مع المواد التعليمية وتطوير البحوث العلمية.
- إمكانية التكامل مع الوسائل الأخرى، الصوت، الصورة، الفيديو... إلخ.
- نقص تكاليف الحصول على المعلومات.
- إمكانية وجود نقد المصادر والموارد المعلوماتية.

2-3: أهداف الرقمنة

تسعى الرقمنة لتحقيق أهداف منها (بدير، 2008):

- إتاحة مصادر المعلومات التقليدية على نطاق واسع كما يلي:
- إتاحتها على مدار 24 ساعة.
- إتاحتها دون تقييد بالمواقع الجغرافية.
- تظهر على وسائط متعددة.
- تصل المعلومات للمستخدمين في كل مكان.
- تجديد الأشكال المتهاكلة والتالفة.
- تطوير الخدمات التقليدية.
- المشاركة في الموارد.
- صيانة وحفظ المجموعات ضد التلف والكوارث والفقْد.
- الربح المادي من خلال بيع الإنتاج الرقمي الجديد على وسائط متعددة.

2-4: مبررات التحول إلى الرقمنة:

تتجلى مبررات التحول إلى الرقمنة فيما يلي:

- حفظ مصدر المعلومة من التلف: مملا شك فيه أن الرقمنة توفر إمكانية حفظ المعلومات والبيانات على المدى الطويل، إذ تحافظ عليها من الكوارث ومن الفقد والتلف مقارنة بالوسائل التقليدية الورقية التي تتعرض لعدة أخطار.
- إن الثورة التكنولوجية والرقمية فرض الاهتمام بالرقمنة والاستفادة منها للمحافظة على كافة الوثائق النادرة، وضمان وصولها والاطلاع من قبل عدد كبير من الموارد البشرية دون التقيد بالموقع الجغرافي عبر استخدام أي وسيلة رقمية.
- سهولة البحث في المجموعات الرقمية واسترجاع المعلومات بوسائل رقمية جديدة، فالرقمنة توفر المرونة في التعامل مع البيانات والمعلومات والوثائق والسجلات، وإمكانية تحويلها إلى شكلها الرقمي واستخدامها على المدى الطويل وحفظها على مستوى واسع.
- توفير خدمات معلوماتية بتقنيات جديدة كالبث الانتقائي للمعلومات والخدمة المرجعية الرقمية والترجمة الآلية وغير من الخدمات التي يمكن أن تظهر نتيجة التطورات المتلاحقة في مجال الرقمنة.
- انخفاض التكلفة التشغيلية لمؤسسات المعلومات مقارنة مع مؤسسات المعلومات التقليدية.

2-5: خصائص الرقمنة:

- تميز الرقمنة بمجموعة من الخصائص تتمثل فيما يلي:
- تقليص الوقت: فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن الكترونيا متجاورة.
- تقليص المكان: تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بسهولة وبيسر.
- اقتسام المهام الفكرية مع الآلة: نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث ونظم الذكاء الاصطناعي، مما يجعل تكنولوجيا المعلومات تساهم في تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في الإنتاج .
- قابلية التحرك والحركية: أي انه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقله في أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة من الحاسب الآلي، الهاتف النقال... الخ.
- اللامجاهيرية: وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معنوية بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك.

- العالمية والكونية: وهي المحيط الذي تنتشر فيه هذه التكنولوجيا حيث تأخذ المعلومات مسارات معقدة تنشر عبر مختلف المناطق في العالم وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً. (بوضيف، 2021، صفحة)

2-6: متطلبات الرقمنة

تسعى المؤسسات لتحويل أعمالها وإدارتها إلى الشكل الرقمي، وهو أمر يحتاج بدوره إلى إمكانيات ومتطلبات ينبغي توفيرها للقيام بعملية التحول الرقمي، ومن أهم هذه المتطلبات ما يلي (الختنمي، 2011):

- القوى البشرية المؤهلة

إن عملية الرقمنة لا تهتم بجهود فردية وإنما تحتاج إلى تكاتف الكثير من الجهود من مختلف الأشخاص المسؤولين داخل المؤسسات، وكذا موظفي مختلف الأقسام داخل المؤسسة، فكلما كان الموظفون مؤهلين ويمتلكون مهارت وكفاءات عالية، كان ذلك مساعداً في إتمام مشاريع الرقمنة بجودة عالية.

- الموارد المالية

إن مشروعات الرقمنة تحتاج موارد مالية لشراء المعدات الرقمية اللازمة لعملية الرقمنة وصيانة هذه المعدات، وجميع ما يتطلبه مشروع الرقمنة.

- المعدات والأجهزة

من البديهي جداً أن يكون من أهم المتطلبات الأساسية لمشروعات الرقمنة هي المعدات والأجهزة اللازمة للقيام بعملية الرقمنة، ومن هذه المعدات والأجهزة ما يلي:

أ- المساحات الضوئية: يعتبر جهاز المساح الضوئي أو المرقمن (جهاز التصوير الرقمي)، هو الأساس في عملية الرقمنة، وهو أحد المعدات الملحقه بالحاسوب، إذ يقوم بفحص مختلف أنواع المعلومات وإدخالها إلى ذاكرة الحاسوب أو في وسائط إلكترونية أخرى، وذلك عن طريق استخدام برنامج خاص بالتعرف إلى الخطوط، يعرف ببرنامج الضوئي إلى الحروف (OCR)

ب - الحاسبات الآلية: لا يمكن أن تتم عملية الرقمنة بدون وجود أجهزة حاسب آلي ذات مواصفات ملائمة لعملية الرقمنة، ويتوقف نوع الحاسبات الآلية المطلوب شراؤها على المهام المطلوب إنجازها باستخدام تلك الحاسبات، ومن المهم جداً أن تكون الحاسبات الآلية التي يتم استخدامها في عملية الرقمنة ذات مواصفات وإمكانيات حديثة وعالية.

ج- البرمجيات: تحتاج عملية الرقمنة لبعض البرمجيات المهمة التي ينبغي توفرها واستخدامها حتى تتم الرقمنة، ومن أهم هذه البرمجيات ما يلي:

- برمجة HTML: وهي البرمجة التي تسمح بتحرير وكتابة أكواد HTML.
- برمجة XML: وتعمل هذه البرمجة بطريقة تشبه الطريقة التي تعمل بها برمجة HTML، وتساعد خلال عمليات الترميز.
- البرمجيات الخاصة بمعالجة النصوص والكلمات: وهذه البرمجيات تسمح بإنشاء النص وصياغته وتحريره.
- البرمجيات التي تقوم وتساعد بإنتاج الصور وتحريرها لأغراض الحفظ والعرض على شبكة الانترنت.
- برمجيات التعرف الضوئي للحروف: وتستخدم عند تحويل الصور إلى نصوص.
- برمجيات نقل الملفات FTP: تستخدم هذه البرمجيات عند تحميل الملفات والمشروع على الانترنت للعرض.
- برمجيات تخطيطي الصفحات وتصميمها: تنفيذ في إنشاء المطبوعات، كما تستخدم عند نشر الموقع على شبكة الانترنت.
- برمجيات PDF: تسمح بتبادل المعلومات بين الأشخاص.
- برمجيات ضغط الصور: تنفيذ في ضغط الصور الناتجة عن عملية الرقمنة، مما يؤدي لتصغير حجم الصور فلا تشغل مساحة كبيرة.
- برمجيات الاسترجاع: وتساعد في استرجاع المعلومات من الوثائق التي تمت رقمنتها.
- برمجيات نسخ الوثائق المرقمنة على الوسائط: وهذه الوسائط تستخدم في إعداد النسخ الاحتياطية ، ونسخ الوثائق المرقمنة للمستخدمين.

3- تطبيق الإدارة الإلكترونية

في ظل التطور المتسارع في مجال ثورة المعلومات والاتصال، ظهر نموذج ونمط جديد من الإدارة وهو ما يسمى بالإدارة الإلكترونية.

3-1: مفهوم الإدارة الإلكترونية

عرفت الإدارة الإلكترونية بأنها: "قدرة المنظمة على تقديم الخدمات وتبادل المعلومات، بوسائل إلكترونية كشبكة الانترنت أو أي شبكة اتصال إلكتروني فيما بينها، أو بين المواطنين ومنظمات الأعمال المتعاملة معها، بيسر وسهولة ودقة عالية، وبأقل تكلفة في أقصر وقت وفي أي مكان (المنعم، 2013)".
وعرفت أيضا بأنها: "منظومة الأعمال والأنشطة التي يتم تنفيذها إلكترونيا وعبر الشبكات (المنعم، التجارة الإلكترونية، 2013)".

كما يمكن تعريفها بأنها: "عملية أتمته جميع مهام ونشاطات المؤسسة الإدارية بالاعتماد على كافة تقنيات المعلومات الضرورية وصولاً إلى تحقيق أهداف الإدارة الجديدة في تقليل استخدام الورق وتبسيط الإجراءات والقضاء على الروتين والإنجاز السريع والدقيق للمهام والمعاملات لتكون كل إدارة جاهزة للربط مع الحكومة الإلكترونية لاحقاً (غاررمي، 2010).

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف الإدارة الإلكترونية بأنها عملية تحويل الأعمال الإدارية التقليدية القائمة على استخدام الورق إلى أعمال وخدمات إلكترونية.

ومما سبق يمكن استيعاب بعض خصائص الإدارة الإلكترونية في النقاط التالية (الحسن، 2010)

- تلاشي الكثير من المعوقات الإدارية والعقبات التي ترسخت وبقيت لسنوات بفعل التحول إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية، التي تعطل قوانينها وظروف أعمالها الورقية.
- إمكانية مارجعتها طوال ساعات اليوم، فهي لا تتقيد في عملها بزمن معين؛
- لا تقوم الإدارة الإلكترونية على مثل تلك الهياكل التنظيمية، ولا تعرف التسلسل الوظيفي المعمول به في الإدارة التقليدية.
- في ظل عدم اعتماد الإدارة الإلكترونية على الحفظ الورقي للوثائق، بل أصبحت تعتمد على حفظها إلكترونياً، فإن عملية التعديل والاسترجاع يكون أمراً سهلاً وسريعاً ومتاحاً بشكل دائم.
- الإدارة الإلكترونية إدارة مرنة، يمكنها بفعل إمكاناتها الاستجابة السريعة للأحداث والتجاوب معها.
- لا تحتاج الإدارة الإلكترونية إلى الانتقال من أمكنتها، بل يمكنها الالتقاء إلكترونياً وعقد محاضراتها ومؤتمراتها عبر قاعات الفيديو الإلكترونية.

3-2: مراحل التحول إلى الإدارة الإلكترونية

إن تطبيق الإدارة الإلكترونية دفعة واحدة يؤدي إلى تفاجؤ المجتمع بها، وقد يتم رفضها أو مقاومتها، لذلك فإن الوصول إلى تطبيق سليم للإدارة الإلكترونية مع استغلال أمثل للوقت والمال والجهد، يستوجب تقسيم خطة الوصول للمرحلة النهائية إلى ثلاث مراحل، وهي على العموم كالتالي (عليان، 2012):

3-2-1: مرحلة الإدارة التقليدية الفاعلة

في هذه المرحلة يتم تفعيل الإدارة التقليدية والعمل على تنميتها وتطويرها في الوقت الذي يتم البدء فيه أيضاً وبشكل متوازي بتنفيذ مشروع الإدارة الإلكترونية، بحيث يستطيع المواطن العادي في هذه المرحلة تخليص معاملاته وإجراءاته بسهولة وبدون أي روتين أو ممانعة، في الوقت الذي يستطيع فيه من يملك حاسب شخصي أو عبر

الأكشاك الاطلاع على نش ارت المؤسسات والإدارات والوزارات وأحدث البيانات والإعلانات عبر الشبكة الإلكترونية، مع إمكانية طبع و استخراج الاستثمارات اللازمة وتعبئتها لإنجاز أي معاملة.

3-2-2:مرحلة الفاكس والتلفون الفاعل

تعتبر هذه المرحلة هي الوسيط بين المرحلة الأولى والمرحلة التي ستأتي فيما بعد، ففي هذه المرحلة يتم تفعيل تكنولوجيا الفاكس والتلفون، حيث يستطيع الشخص العادي في هذه المرحلة الاعتماد على التلفون المتوفر في كافة الأماكن والمنازل وخدمته معقولة التكلفة، فيستفيد منه في الاستفسار عن الإجراءات والأوراق والشروط اللازمة لإنجاز أي معاملة بشكل سلس وسهل دون أي مشاكل، بحيث أنه يستطيع استعمال الفاكس لإرسال واستقبال الأوراق و الاستثمارات وغير ذلك، في هذه المرحلة يكون قسم أكبر من الناس قد سمع وحرب نمط الإدارة الإلكترونية، بحيث يستطيع كبار التجار والإداريين والمتعاملين والقادرين في هذه المرحلة من إنجاز معاملاتهم عبر الشبكة الإلكترونية، لأن هذه المرحلة يكون عدد المستفيدين للإنترنت متوسط، كما من الطبيعي أن تكون التكلفة في هذه المرحلة أكثر من كلفة الهاتف والفاكس، لذلك فإن الميسورين وما فوق هم الأقدر على استعمال هذه التكنولوجيا.

3-2-3:مرحلة الإدارة الإلكترونية الفاعلة

في هذه المرحلة يتم التخلي عن الشكل التقليدي للإدارة بعد أن يكون عدد المستخدمين للشبكة الإلكترونية قد وصل إلى مستوى عال وتوفرت الحواسيب، سواء بشكل شخصي أو بواسطة الأكشاك أو في مناطق عمومية، حيث تكون تكلفتها أيضا معقولة ورخيصة مما يسمح لجميع فئات الشعب باستعمال الشبكة الإلكترونية لإنجاز أي معاملة إدارية وبالشكل المطلوب، بأسرع وقت وأقل جهد وأقل تكلفة ممكنة وبأكثر فعالية كمية ونوعية، ويكون ال أري العام قد تفهم الإدارة الإلكترونية وتقبلها وتفاعل معها وتعلم طرق استخدامها.

3-3: المعاملات الإلكترونية في المؤسسة وطرق الدفع الإلكتروني

مع ظهور الثورة الرقمية، ظهرت ما تسمى بالمعاملات الإلكترونية كقويض للمعاملات التقليدية، حيث أصبحت حقيقة قائمة في العالم المعاصر، وهذا ما استوجب استحداث وسائل جديدة للدفع تلي حاجات الأف ارد والمجتمع في ظل هذه البيئة الرقمية.

3-3-1: مفهوم المعاملات الإلكترونية

ظهرت المعاملات الإلكترونية نتيجة الاعتماد على الوسائل الإلكترونية بمختلف أنواعها، ثم ازداد انتشارها بالاستفادة من مزايا الانترنت التي سهلت على الدول التحول إلى المعاملات الإلكترونية، في هذا المطلب سنتطرق إلى تعريف المعاملات الإلكترونية وأهم خصائصها.

عرفت المعاملات الإلكترونية بأنها: "معاملات يتم إبرامها أو تنفيذها بشكل كلي أو جزئي بواسطة وسائل أو سجلات إلكترونية، والتي لا تكون فيها هذه الأعمال أو السجلات خاضعة لأي متابعة أو مارجعة من قبل شخص طبيعي كما في السياق العادي لإنشاء وتنفيذ العقود والمعاملات"¹.

كما عرفت بأنها: " تلك المعاملات التي تتم عن طريق برنامج حاسب آلي أو نظام للحاسب الآلي، بحيث يمكن لوعليه يمكن تعريف المعاملات الإلكترونية على أنها تلك المعاملات التي لا تقبل التدخل البشري فيها، وتأتي في صور مختلفة، فقد تكون تعاملات أو عقدا أو اتفاقية عبر وسيلة إلكترونية.

3-3-2: خصائص المعاملات الإلكترونية

تتميز المعاملات الإلكترونية عن المعاملات التقليدية بمجموعة من الخصائص الرئيسية المميزة، وهي على النحو التالي (حجازي، 2008):

- اختفاء الوثائق الورقية للمعاملات: حيث أن كافة الاجراءات والمراسلات بين طرفي المعاملة تتم إلكترونياً دون استخدام أي أوراق، مما يشكل صعوبة إثبات العقود والتعاملات، وهكذا تصبح الرسالة الإلكترونية هي السند القانوني الوحيد المتاح لكلا الطرفين في حال نشوء نزاع بينهما.
- فتح المجال أمام الشركات صغيرة الحجم لممارسة أنشطتها عبر العالم باستخدام شبكة الانترنت.
- إتاحة القدرة للمؤسسات على إدارة تعاملاتها باستخدام الشبكة بكفاءة من أي موقع جغرافي.
- عدم إمكانية تحديد الهوية: حيث لا يرى طرفي المعاملات الإلكترونية كل منهم الآخر.
- إمكانية تسليم بعض المنتجات إلكترونياً: المنتجات الرقمية، مثل: برامج الحاسب، التسجيلات الموسيقية، أفلام الفيديو، الكتب والأبحاث والتقارير الإلكترونية... الخ.
- سرعة تغير القواعد الحاكمة: ومن ثم فلا بد من صياغة إطار تشريعي يتسم بالمرونة وقابل للتعديل حتى يواكب إنجازات التقدم التكنولوجي.

3-4: وسائل الدفع الإلكتروني

لقد ظهرت وسائل الدفع الإلكترونية كنتيجة للتطور التكنولوجي وكحل للمشاكل والعراقيل التي أفرزتها وسائل الدفع التقليدية، وبالفعل تمكنت الوسائل الحديثة من الانتشار بسرعة وتقديم مزايا أفضل لمستخدميها.

3-4-1: تعريف وسائل الدفع الإلكتروني

مع تطور أشكال البيوع تطورت أيضا وسائل استيفاء الثمن، كقبول الدفع الإلكتروني عبر شبكة الانترنت، فظهر ما يسمى بالدفع بواسطة الشبكات وتعددت صورها ضمن شروط الأمان والموثوقية باستخدام بطاقات الائتمان التقليدية أو باستخدام النقود الإلكترونية أو من خلال محفظة النقود الإلكترونية.

يعرف الدفع الإلكتروني بأنه: "استخدام أجهزة الحواسيب أو شبكة الانترنت، كما تستخدم كذلك تقنيات الكمبيوتر أو الاتصالات الحديثة كوسائل جوهرية في تنفيذ عمليات الدفع، وهناك طرق وأساليب متعددة للتطبيقات التقنية في أنظمة الدفع، فمنها ما يعتمد على تقنيات البطاقات البلاستيكية، ومنها ما يعتمد على تقنية الاتصالات مثل الشبكات (سفر، 2008).

أما وسيلة الدفع الإلكتروني فتعرف بأنها: "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد عبر الشبكات العمومية للاتصالات ولذلك يدخل في إعدادها تحويل الأموال بطريق الانترنت أو عن طريق استخدام بطاقات الوفاء أو التحويلات النقدية، بموجب جهازي الفاكس والتيلكس وغيرها من الوسائل الإلكترونية التي يتم الدفع عن طريقها (حجازي، مقدمة في التجارة الإلكترونية، 2004)

كما عرفت المادة (06) من القانون رقم 18-05 المتعلق بالتجارة الإلكترونية الصادر به القانون الجزائري بأن وسيلة الدفع الإلكتروني هي: "كل وسيلة دفع مرخص بها طبقا للتشريع المعمول به تمكن صاحبها من القيام بالدفع عن قرب أو عن بعد، عبر منظومة إلكترونية (الرسمية، 2018)

3-4-2: خصائص وسائل الدفع الإلكتروني

ويتميز الدفع الإلكتروني بعدة خصائص رئيسية، وهي (منصور، 2003):

- يتسم الدفع الإلكتروني بالطبيعة الدولية: أي أنه وسيلة مقبولة في جميع الدول، حيث يتم استخدامه لتسوية الحساب في المعاملات التي تتم عبر فضاء إلكتروني بين المستخدمين في كل أنحاء العالم.
- يتم الدفع من خلال استخدام النقود الإلكترونية: وهي قيمة نقدية يتضمنها كارت به ذاكرة رقمية أو الذاكرة الرئيسية للمؤسسة التي تهيمن على إدارة عملية التبادل.

- يستخدم هذا الأسلوب لتسوية المعاملات الإلكترونية عن بعد: حيث يتم إبرام العقد بين أطراف متباعين في المكان، ويتم الدفع عبر شبكة الانترنت، أي من خلال المسافات بتبادل المعلومات الإلكترونية بفضل وسائل الاتصال اللاسلكية.

- يتم الدفع الإلكتروني بأحد الأسلوبين:

الأول: من خلال نقود مخصصة لهذا الغرض، ومن ثم فإن الدفع يتم بالخصم من هذه النقود.

الثاني: من خلال الكروت البنكية العادية، حيث لا توجد مبالغ مخصصة مسبقاً لهذا الغرض، بل إن المبالغ تكون قابلة للسحب عليها بوسائل أخرى كالشيك لتسوية أي معاملات مالية.

يلزم تواجد نظام مصرفي معد لإتمام ذلك: أي توافر أجهزة تتولى إدارة هذه العمليات التي تتم عن بعد، لتسهيل تعامل الأطراف وتوفير الثقة فيما بينهم.

يتم الدفع الإلكتروني من خلال نوعين من الشبكات:

- الأول: شبكة خاصة، يقتصر الاتصال بها على أطراف التعاقد ويفترض ذلك وجود معاملات وعلاقات تجارية ومالية مسبقة بينهم.

- الثاني: شبكة عامة، حيث يتم التعامل بين العديد من الأفرد لا توجد بينهم قبل ذلك روابط معينة.

3-4-3 طرق الدفع الإلكتروني

تتعدد الطرق المستخدمة في الدفع الإلكتروني ، ومن أهمها:

البطاقات البنكية

تعد البطاقات البنكية أول طرق الدفع إلكترونياً، حيث أنها عبارة عن أداة ائتمان ووفاء في آن واحد، وهي أداة سحب ودفع تستخدم في بيئة إلكترونية، فالبطاقات البنكية تعطي لحاملها عدة خيارات حسب طبيعتها، سواء سحب النقود من الصراف الآلي وهنا يطلق عليها بطاقات السحب، أو دفع قيمة مشتريات ويطلق عليها بطاقات الدفع، حيث بموجبها يستطيع المتعامل أن يتمتع بخدمات عديدة من محلات متفق عليها مع البنك على منح هؤلاء الحاملين لها ائتماناً مجاناً يقومون بسداده في فترة متفق عليها لدفع مختلف مشترياتهم، ومن أمثلتها بطاقة الدفع، البطاقات الائتمانية، بطاقة السحب الآلي، بطاقة الشيك المضمون، بطاقة الصرف البنكي وبطاقة الانترنت (الرحيم، 2013).

البطاقات الذكية

تعرف البطاقة الذكية بأنها بطاقة بلاستيكية ذات ميكروسوفت مدمج، تحتوي على المعلومات الخاصة بمستخدمها مثل الحقائق المالية، مفتاح الشفرة، معلومات الحساب، أرقام بطاقة الائتمان وما إلى ذلك من معلومات، حيث يمكنها التخزين بسعة كبيرة تفوق البطاقات الأخرى، وتمثل أفضل حماية ضد إساءة الاستخدام، فمثلا لا يمكن سرقة الائتمان لأن فتح المعلومات المشفرة مطلوب، ولا يوجد رقم خارجي يمكن للص معرفته، ولا يوجد توقيع مادي يمكن تزويره، إضافة إلى أن البطاقات الذكية توفر ميزة حملها وملاءمتها (حماد، 2007).

النقود الإلكترونية والمحافظ الإلكترونية

ظهرت "النقود الإلكترونية" أو "النقود الرقمية" بعد ظهور البطاقات، وتستخدم عند التعامل مع الصفقات ذات القيمة النقدية المنخفضة، حيث لا يكون استخدام بطاقات الائتمان في هذه الحالات عمليا، وتأخذ هذه النقود شكل وحدات إلكترونية تخزن في جهاز الحاسب الخاص بالبائع أو المشتري في صيغة برمجية للخدمات المالية تعرف باسم "المحفظة الإلكترونية"، وتستخدم لتسهيل عملية البيع أو الشراء أو التحويل عبر الانترنت من خلال تخ زين المعلومات التي يستخدمها المشتري عند إتمام الصفقة، وذلك لتوفير الوقت ومنع تكرار إدخال نفس المعلومات عند كل عملية شراء، من أمثلة النقد الإلكتروني استخدام الموبايل في عملية الشراء، حيث يتم خصم قيمة المشتريات من الرصيد، أو أن يتم استخدام المحفظة الإلكترونية من خلال وضع أرقام عشوائية تمثل قيم نقدية صغيرة وإرسالها إلى البنك الذي يتعامل معه، وعند الشراء يستدعي المشتري هذه الأرقام حسب قيمة المشتريات ويرسلها إلى البائع (الطائي، 2010).

الشبكات الإلكترونية والتحويلات المالية

أصدرت البنوك والمؤسسات المالية والمصرفية الشيك الإلكتروني لاستخدامه في تسديد المعاملات في التجارة الإلكترونية وهو مكافئ للشيكات الورقية التقليدية المعتاد التعامل بها، وهي رسالة إلكترونية موثقة ومؤمنة يرسلها مصدر الشيك ويقوم بمهمته كوثيقة تعهد بالدفع يحمل توقيعاً رقمياً يمكن التأكد من صحته (يوسف ي.، 2012).

أما إجراءات التحويلات المالية الإلكترونية فتتمثل في توقيع العميل نموذجاً معتمداً لصالح الجهة المستفيدة، حيث يمكن من اقتطاع قيمة محددة من حساب العميل وفق ترتيب زمني معين، ويختلف عن الشيك الإلكتروني في أن صلاحيته تسري لأكثر من عملية تحويل واحدة (الرحيم، مرجع سبق ذكره).

4- مفاهيم أساسية حول الخدمة

يستهلك الأشخاص في حياتهم اليومية أنواعا متعددة من الخدمات مثلما يستهلكون السلع لتلبية مختلف احتياجاتهم، وسنحاول في هذا المبحث تسليط الضوء على بعض التعاريف الخاصة بالخدمة وخصائصها مع تصنيفاتها المختلفة.

4-1: مفهوم الخدمة

سنتناول في هذا المطلب أبرز تعريفات الخدمة وأهم خصائصها.

تعريف الخدمة

عرفت جمعية التسويق الأمريكية الخدمات بأنها: "منتجات غير ملموسة، يتم تبادلها مباشرة من المنتج إلى المستهلك، ولا يتم نقلها أو خزنها وهي تقريبا تفتى بسرعة، فالخدمات في الغالب يصعب تحديدها أو معرفتها لأنها تظهر للوجود بنفس الوقت الذي يتم شراؤها واستهلاكها، فهي تتكون من عناصر غير ملموسة وغالبا ما تتضمن مشاركة الزبون، حيث لا يتم نقل ملكيتها وليس لها لقب أو صفة (شفيق، 2003).

وعرفها فيليب كتلر (Philip Kotler) بأنها: "كل نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها طرف لآخر، وهي أساسا غير ملموسة ولا يمكن نقل ملكيتها، وانتاجها يمكن أن يرتبط أحيانا بسلعة (P.Kotler, 2003).

كما يمكن تعريف الخدمة بأنها: "عملية إنتاج منفعة غير ملموسة بالدرجة الأساس، إما بجد ذاتها أو كعنصر جوهري من منتج ملموس، حيث يتم من خلال أي شكل من أشكال التبادل إشباع حاجة أو رغبة مشخصة لدى العميل أو المستفيد، ويمكن القول بأن الخدمة هي عبارة عن أشياء مدركة بالحواس وقابلة للتبادل، تقدمها شركات أو مؤسسات معينة بشكل عام بتقديم الخدمات أو تعتبر نفسها مؤسسات خدمية (كورتل، 2010).

من خلال التعاريف السابقة، يمكن تعريف الخدمة بأنها عبارة عن نشاط أو منفعة غير ملموسة، تهدف إلى إشباع حاجة أو رغبة لدى العميل أو المستفيد، دون أن يترتب عن ذلك نقل للملكية، وقد تكون هذه الخدمة مرتبطة بمنتج مادي ملموس وقد لا تكون.

4-2: خصائص الخدمة

- تتميز الخدمة عن السلعة بعدد من الخصائص، أهمها (G.Armstrong, 2010):

اللاملموسية: حيث أن الخدمة لا يمكن رؤيتها وتذوقها ولمسها قبل شرائها، فالمستهلك يعتمد في تقييم جودة الخدمة والحكم عليها على العناصر المادية الملموسة المرتبطة بها.

التلازمية: فالخدمة لا يمكن فصلها عن مقدمها، فعملية إنتاجها واستهلاكها تحدث في آن واحد.

عدم التجانس: تتباين جودة الخدمة باختلاف مقدمها، المكان والوقت الذي يتم تقديمها فيه، حيث تتأثر جودة الخدمة بمقدمها ومزاجه وطريقة تقديمه لها.

الفنائية: حيث لا يمكن تخزين الخدمة بهدف بيعها أو استخدامها لاحقاً، مما يخلق ذلك بعض المشاكل أمام المؤسسة الخدمية في حالات تذبذب الطلب.

عدم انتقال الملكية: إن عدم انتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز بين الإنتاج السلعي والخدمي، ذلك أن المستهلك له فقط الحق في استعمال الخدمة لفترة معينة دون أن يمتلكها.

3-4: ماهية الخدمة العمومية

تعتبر الخدمة العمومية من أهم وظائف الدولة منذ نشأتها إلى يومنا هذا، حيث تربط المؤسسة العمومية بالمواطنين في إطار توفير الخدمات للأفرد في أحسن الظروف بدون استثناء ولا تمييز.

1-3-4: مفهوم الخدمة العمومية

سنحاول في هذا المطلب تسليط الضوء على مفهوم الخدمة العمومية وأهم الخصائص المميزة لها.

أولاً: تعريف الخدمة العمومية

إن مصطلح الخدمة العمومية يوحي إلى تلك الاربطة التي تجمع بين الإدارة العامة والمواطنين على مستوى تلبية الرغبات والحاجات المختلفة للأفرد من طرف الجهات الإدارية، ونظراً لاختلاف وجهات النظر، قدمت العديد من التعاريف للخدمة العمومية نذكر منها:

عرفت الخدمة العمومية بأنها: "كل وظيفة يكون أداؤها مضمونا ومضبوطا ومراقبا من قبل الحاكمين، لأن تأدية هذه الوظيفة أمر ضروري لتحقيق وتنمية الت اربط الاجتماعي، وهي من طبيعة لا تجعلها تتحقق كاملة إلا بفضل تدخل قوة الحاكمين (براينيس، 2014).

كما عرفها خبراء الإدارة العامة على أنها: "الحاجات الضرورية لحفظ حياة الإنسان وتأمين رفاهيته، والتي يجب توفيرها بالنسبة لغالبية الشعب والالت ازم في منهج توفيرها على أن تكون مصلحة الغالبية من المجتمع هي المحرك الأساسي لكل سياسة في شؤون الخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة للمواطنين (بوعمامة، 2014).

وعرفت أيضا بأنها: "النشاطات والخدمات التي يقدر ال أري العام في وقت من الأوقات وفي دولة معينة أن على الحكام القيام بها، نظرا لأهمية هذه الخدمات للجماعة، ولعدم تأديتها على الوجه الأكمل بدون تدخل الحكام (بعلي، 2002)

كما يمكن تعريف الخدمة العمومية بالتركيز على محورين، وهما:

1- مفهوم الخدمة العامة كعملية

يمكن النظر إلى الخدمة المقدمة من طرف المنظمات الحكومية أو العامة على أنها عملية متكاملة تنطوي على مدخلات وتشغيل ومخرجات، وبالنسبة إلى المدخلات فإن هناك ثلاثة أنواع مختلفة يمكن أن يجرى عليها التشغيل لإنتاج الخدمات المطلوبة (إدريس، 2003).

أ - الأفراد: إذ يمثل المواطن طالب الخدمة أحد أنواع المدخلات في عمليات الخدمة العامة، أي عندما تؤدي هذه العمليات على المواطن ذاته.

ب - الموارد: حيث يمكن أن تصبح مختلف الموارد والأشياء هي أحد أنواع المدخلات في عمليات الخدمة المقدمة من المنظمات العامة، أي عمليات الخدمة التي يتم إجراؤها على الأشياء وليس الأفراد مثل خدمات رخص السيارات.

ج - المعلومات: تمثل أحد أنواع المدخلات في عمليات الخدمة العامة، يطلق عليها عمليات تشغيل المعلومات، ويعكس هذا النوع الجانب الحديث للخدمة العامة، كمصلحة للتطور في تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

2- مفهوم الخدمة العامة كنظام

انطلاقا من مفهوم النظم يمكن النظر إلى الخدمة التي تقدمها المنظمات العامة كنظام يتكون من أجزاء مختلفة تشمل ما يلي (عشور، 2010):

- نظام عمليات تشغيل أو إنتاج الخدمة؛
- الخدمة لإنتاج العناصر الخاصة بالخدمة (input)، وتتم عمليات التشغيل على المدخلات؛
- نظام تسليم الخدمة: وفق هذا النظام يتم التجميع النهائي لعناصر الخدمة، ثم التسليم النهائي وإيصالها للمواطن طالب الخدمة.

من خلال ما تم ذكره من تعاريف، يمكن تعريف الخدمة العمومية بأنها مجموعة من النشاطات والمنافع التي تقدمها المنظمات العمومية للأفرد بهدف تلبية حاجاتهم ورغباتهم، وتكون أساسا موجهة للمصلحة العامة.

ثانيا: مبادئ الخدمة العمومية

لكي يرقى نشاط الخدمة العمومية لمستوى المصلحة العامة، وضع لويس رولان (Louis Rolannd) مبادئ أساسية للخدمة العمومية وهي: مبدأ الملاءمة، مبدأ الاستمرارية ومبدأ المساواة، وهناك بعض من الكتاب اقترحوا إضافة قاعدتين: مبدأ المجانية والذي يعني أن تشتغل المصلحة العمومية دون مقابل، ومبدأ الحيادية الذي يلزم المصلحة العمومية بالأخذ بعين الاعتبار فقط المصلحة العامة دون أي اعتبار أخرى، لكننا لا نأخذ هذين المبدأين بعين الاعتبار كون الحيادية ما هي إلا أثر للمساواة، كما أن المجانية لا معنى لها كون المصلحة العمومية لا يمكنها الاستمرار دون تحصيل موارد وتحقيق أرباح (براينيس، مرجع سبق ذكره) ويمكن شرح المبادئ الأساسية للخدمة العمومية فيما يلي (براينيس، مرجع سبق ذكره):

- 1-** مبدأ الملاءمة: يجب أن تؤدي الخدمة العمومية في إطار التلاؤم والانسجام مع رغبات الجمهور، فإذا تغيرت الظروف وتطورت الحاجات، فإن الخدمة يجب أن تتلاءم والمصلحة العمومية بتحسين نوعية وكمية أدائها، لذلك يعتبر مبدأ الملاءمة كأساس لمبدأ الاستمرارية.
- 2-** مبدأ الاستمرارية: باعتبار أن الخدمة العمومية موضوعة لتلبية حاجات جد ضرورية، فيجب أن يكون اشتغالها بصفة منتظمة ومستمرة دون انقطاعات، لكن في الحقيقة، استمرارية الخدمة العمومية ليست دائما محترمة:

- مكاتب البريد تكون مغلقة أيام العطل؛

- في أحيان عديدة يصعب الوصول لأي رقم هاتفي بسبب ازدحام الخطوط؛

- أثناء العطل، خطوط الطرق تكون مكتظة.

وهذه التجاوزات لمبدأ الاستمرارية لا يمكن تجنبها.

- 3-** مبدأ المساواة: يقوم هذا المبدأ على أساس التزم الجهات القائمة على إدارة المؤسسات العمومية بأن تؤدي خدماتها لكل من يطلبها من الجمهور ممن تتوفر فيهم شروط الاستفادة منها دون تمييز بينهم بسبب الجنس، اللون، اللغة، الدين، المركز الاجتماعي أو الاقتصادي (خلاف، 2013)

2-3-4: أهداف الخدمة العمومية

تسعى المؤسسات العمومية إلى تحقيق أهداف تختلف وتتعدد حسب اختلاف المؤسسات وطبيعتها وميدان نشاطها، لهذا تتداخل وتتشابك الأهداف من تقديم الخدمات العمومية، ويمكن تلخيصها فيما يلي (عدون، 1998)

أولاً: الأهداف الاقتصادية

تتمثل الأهداف الاقتصادية للخدمة العمومية في:

1- تحقيق الربح

إن استمرار المؤسسة في الوجود لا يمكن أن يتم إلا إذا استطاعت أن تحقق مستوى أدنى من الربح يضمن لها إمكانية رفع رأسمالها، بالتالي توسيع نشاطها للصدوم أمام المؤسسات المنافسة الأخرى.

2- تحقيق متطلبات السوق

إن تحقيق المؤسسة لنتائجها يمر عبر عملية تصريف أو بيع إنتاجها المادي أو المعنوي (الخدماتي) وتغطية تكاليفها على المستويين المحلي والوطني، فالمؤسسة العمومية تحقق هدفين في آن واحد: تغطية طلب المجتمع وتوسيعه من أجل تلبية حاجات متجددة وإضافة مع التطور الحضاري والثقافي للمجتمع.

3- عقلنة الإنتاج الخدمي

يتم ذلك بالاستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج بواسطة التخطيط الجيد والدقيق، بالإضافة إلى مراقبة عملية تنفيذ هذه الخطط والب ارمج فإن فشل هذه المؤسسات يعني انخفاض التمويل للمشاريع ذات الطابع العام، وبالتالي فالمجتمع هو الذي سوف يتحمل هذه التكلفة، ومنه فمن الضروري تغطية التكاليف وتحقيق الأرباح بواسطة الاستعمال الجيد والرشيد لممتلكاتها، والإشراف على عملها بشكل يسمح في نفس الوقت بتلبية رغبات المجتمع المختلفة.

ثانياً: الأهداف الاجتماعية

وتتمثل هذه الأهداف فيما يلي:

1- ضمان مستوى مقبول من الأجور

يعتبر العمال في المؤسسة من بين المستفيدين الأوائل من نشاطها، حيث يتقاضون أجوراً مقابل عملهم بها، إلا أن مستوى وحجم هذه الأجور يتراوح بين الانخفاض والارتفاع حسب طبيعة المؤسسات، طبيعة النظام الاقتصادي، مستوى المعيشة في المجتمع، حركة سوق العمل وغيرها من العوامل.

2- تحسين مستوى معيشة العمال

إن التطور السريع الذي تشهده المجتمعات في الميدان التكنولوجي والتطور الحضاري وتغير الأذواق وتحسنها يجعل العمال أكثر حاجة لتلبية رغبات تتزايد باستمرار، وهذا ما يدعو لتوفير إمكانيات مالية ومادية أكثر فأكثر للعمال.

3- الدعوة إلى تنظيم وتماسك العمال

وذلك بتوفير المؤسسة لعلاقات مهنية واجتماعية بين أشخاص قد تختلف مستوياتهم العلمية وانتماءاتهم الاجتماعية والسياسية، إلا أن دعوتهم إلى التماسك هي الوسيلة الوحيدة لضمان الحركة المستمرة للمؤسسة العمومية وتحقيق أهدافها.

4- توفير تأمينات ومرافق للعمال

تعمل المؤسسات العمومية لتوفير بعض التأمينات، مثل التأمين الصحي، التأمين ضد حوادث العمل وكذلك التقاعد، كما أن تخصيص مساكن سواء الوظيفية منها أو العادية لعمالها أو المحتاجين منهم يظهر كثيرا في المؤسسات العمومية.

3-3-4: أنواع الخدمة العمومية

تضم الخدمة العمومية مجموعة كبيرة وغير متجانسة من الخدمات الجماعية والمنظمة من طرف الدولة، يمكن حصرها في مجموعة الخدمات التالية (بخالد، 2008):

أولا: من حيث طبيعة نشاط الخدمة

حيث يمكن تقسيمها حسب هذا المعيار إلى:

1- خدمات إدارية: وهي الخدمات التي تقدمها الإدارات العمومية أو المرافق العمومية الإدارية، سواء على المستوى المحلي أو المركزي، مثل خدمات مرفق الحالة المدنية.

2- خدمات صناعية وتجارية: تتمثل في الخدمات التي توفرها المؤسسات العمومية الصناعية والتجارية، مثل خدمة مؤسسة المياه والغاز والكهرباء.

3- خدمات اجتماعية وثقافية: وتتمثل في الخدمات التي تقدمها المؤسسات العمومية ذات الطابع الاجتماعي والثقافي، مثل خدمة التمدرس الإلزامي والخدمات الصحية.

ثانيا: من حيث طبيعة الخدمة المقدمة

وتصنف الخدمة العمومية وفق هذا المعيار إلى:

1- خدمات فردية: تتمثل في الخدمات التي يتحصل عليها الفرد دون ارتباطه بجماعة، حيث يقوم بطلب توفيرها أو يعمل للحصول عليها.

2- خدمات جماعية: وهي خدمات يحصل عليها الأفراد في إطار جماعة دون أن يقوموا بطلب توفيرها، مثل الإنارة العمومية.

كما يمكن تصنيف الخدمات العمومية وفق معيارين آخرين كآلاتي (شنوفي، 2017)

أولاً: من حيث طريقة تحمل التكلفة

وفق هذا المعيار تصنف الخدمة العمومية إلى ثلاثة أنواع:

1- خدمة مجانية: وتقدم دون مقابل، تتحمل تكلفتها كلياً الخزينة العمومية للدولة، مثل: حملات التلقيح، الأمن العمومي والإدارة العمومية.

2- خدمة بمقابل: يتحمل تكلفتها كلياً المستفيد منها، مثل: الكهرباء، الهاتف العمومي والماء الشروب... الخ.

3- خدمة مدعمة: يتحمل تكلفتها جزئياً المستفيد منها، والباقي دعم حكومي لها، مثل: النقل العمومي، السكن، السلع الاستهلاكية كالخبز والحليب... الخ.

ثانياً: من حيث المعيار التسويقي

وعلى أساس هذا المعيار تقسم الخدمة العمومية إلى:

1- خدمات غير مسوقة: وتكون مقدمة ومفروضة على الجميع من قبل القوة العمومية، والحصول عليها

يكون مجانياً، إنتاجها يكون بواسطة أموال عمومية ممولة من الإيرادات العامة للدولة، مثل:

الأمن، الدفاع، خدمات البلدية، الإنارة العمومية والنظافة العمومية... الخ.

2- خدمات مسوقة: وتكون مقدمة للأفراد بشكل اختياري، وطريقة الحصول عليها تكون بمقابل يغطي

إجمالي تكلفة الخدمة المقدمة، مثل: الكهرباء والغاز والماء، أو تكون مدعمة جزئياً من الخزينة

العمومية، مثل: النقل العمومي، السلع الاستهلاكية وتذكرة الدخول للمتاحف والملاعب... الخ.

4-4: تحسين جودة الخدمة العمومية

تهدف المؤسسات الخدمية دوماً إلى تحسين الخدمات المقدمة بصفة مستمرة ومتواصلة لضمان تكيفها مع

التغيرات والتطورات التي يعرفها محيطها ومع تطور حاجات الزبائن وتطلعاتهم.

المطلب الأول: مفهوم وأبعاد جودة الخدمة

سنحاول في هذا المطلب التطرق إلى أهم التعاريف التي أعطيت لجودة الخدمة وكذا أهميتها، بالإضافة إلى أبعادها.

4-4-1: تعريف جودة الخدمة

سنحاول أن نعرض أولاً على مفهوم الجودة بصفة عامة، ثم إعطاء تعريف للجودة الخدمة.

1- تعريف الجودة

"لغة، أصلها من الجود والجيد نقيض الرديء، أما الجودة اصطلاحاً، فهي كلمة مشتقة من الكلمة اليونانية Qualities ويقصد بها طبيعة الشيء ودرجة صلاحه (السمرائي، 2007).

ويمكن تعريف الجودة بأنها "مجموع الخصائص والمي ازت لمنتج أو خدمة، والتي لها القدرة على تلبية حاجات الزبون سواء الظاهرية أو الضمنية (Chatelet, 1996).

وعرفت الجمعية الأمريكية والمنظمة الأوروبية لضبط الجودة بأنها "المجموع الكلي للمزايا والخصائص التي تؤثر في قدرة المنتج أو الخدمة على تلبية حاجات معينة (حوشين، 2014)

2- تعريف جودة الخدمة

يقصد بجودة الخدمة أنها "قياس مدى تطابق مستوى الجودة المقدمة (الجودة الفعلية أو المدركة من قبل المستفيد) مع توقعات المستفيد (الجودة المتوقعة) (الطائي ح.، 2007).

يمكن تعريف جودة الخدمة من منظور مقدم الخدمة ومن منظور المستفيد منها، فالجودة من منظور مقدم الخدمة هي مطابقة الخدمة للمعايير الموضوعه مسبقاً لهذه الخدمة، أما من منظور المستفيد فهي مواءمة هذه الخدمة لاستخداماته واستعلاماته (الزيادات، 2007)

ويمكن القول بأن جودة الخدمة ما هي إلا "قياس مدى تطابق مستوى الجودة المقدمة مع توقعات المستفيد، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة مع توقعات المستفيدين (الطائي ب.، مرجع سبق ذكره)

من خلال التعاريف السابقة، يمكن تعريف جودة الخدمة بأنها: مجموعة من الخصائص التي يعتمدها الفرد في معرفة مدى تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع ما كان يتوقعه.

4-4-2: أهمية جودة الخدمة

يمكننا الإشارة إلى أربعة أسباب أساسية أدت للاهتمام بجودة الخدمة ونوجزها فيما يلي (الشبلي، 2002):

1- نمو مجال الخدمة: إذ تازيدت أعداد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، فعلى سبيل المثال نصف شركات الأعمال التجارية الأمريكية يتعلق نشاطها بالخدمات، إضافة إلى أن نمو المنظمات المتصلة بالخدمات ما ازل مستمر بالتوسع.

- 2- ازدياد المنافسة: إذ من المعلوم أن بقاء الشركات والمشاريع يعتمد في حصولها على التقدير الكافي من المنافسة، لذلك فإن توفر جودة الخدمة في منتجات هذه المشاريع والخدمات يوفر لها العديد من المزايا التنافسية.
- 3- الفهم الأكبر للعملاء: أن تتم معاملتهم بصورة جيدة حيث يكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز فقط على الخدمة، فلا يكفي تقديم منتجات ذات جودة وسعر معقول دون توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء.
- 4- المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة: أصبحت المنظمات تحرص في الوقت الحالي على ضرورة استمرار التعامل معها وتوسيع قاعدة عملائها، وهذا يعني أن المنظمات يجب أن لا تسعى فقط.
- إلى اجتذاب زبائن وعملاء جدد، ولكن يجب عليها أيضا أن تحافظ على العملاء الحاليين، ومن هنا تظهر الأهمية القصوى للجودة من أجل ضمان ذلك.

3-4-4: 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 الشكاوى Complain measure

يمثل عدد الشكاوى 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 عليه، فهذا المقياس يمكن المؤسسات الخدمية من اتخاذ الإجراءات المناسبة لتجنب حدوث المشاكل وتحسين مستوى جودة ما تقدمه من خدمات لزبائنهم (عمروش، 2012).

في ظل هذا المقياس، تشجع المؤسسات الخدمية زبائنهم 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 لعدم الرضا، حيث أنها تقدم عدة أفكار لخدمات جديدة (P.Kotler, op.cit)

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 (المحسن، 2006).

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 ازادت مستويات المنفعة الخاصة بالخدمات المدركة قياساً بالسعر كلما ازادت القيمة المقدمة للعملاء وكلما ازد 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 .

رابعاً: مقياس الفجوة Servqual measure

هو أداة ووسيلة لقياس الفرق بين توقعات العملاء عن الخدمة والخدمة المقدمة لهم فعلاً، ولقد صمم النموذج من افتراض مؤداه أن مستوى جودة الخدمة التي يحصل عليها العميل يمكن تحديدها من خلال الفجوة بين توقعاتهم عن جودة الخدمة وبين الحصول عليها فعلاً، وكذلك قياس أهمية كل بعد من أبعاد جودة الخدمة، ولقد استقطب هذا المقياس كثيرون من الاهتمام منذ أن تم تصميمه من قبل الباحث "Parasuraman" وزملائه في سنة 1985

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 الممثلة لمظاهر جودة الخدمة، ومن هنا فإن مستوى جودة الخدمة يقاس بمدى التطابق بين مستوى الخدمة المقدمة فعلاً للزبائن وبين ما يتوقعه الزبائن بشأنها .

عند التحدث عن هذا المقياس لابد من التطرق إلى مفهومين أساسيين يتقابلان لتحديد الفجوة في جودة الخدمة هما (الحياوي، 2006).

- 1- توقعات الزبائن: وهي المعايير أو النقطة المرجعية للأداء، وتكون ناتجة عن خبرات التعامل مع الخدمة وقابلة للمقارنة، وتصاغ في شروط ما يعتقد الزبون أن تكون في الخدمة.
- 2- إدراكات الزبائن: وهي النقطة التي يدرك بها الزبون الخدمة فعلياً كما قدمت له.

الفجوة رقم (5): هي نتاج واحدة أو أكثر من الفجوات الأربع السابقة، وتمثل الفرق بين الخدمة المدركة والخدمة الفعلية.

خامسا: مقياس الأداء الفعلي Servperf measure

استمرار للجهود المبذولة عالميا للتوصل إلى نموذج علمي وعملي لقياس جودة الخدمة ويتمتع بدرجة عالية من الثقة والمصدقية وامكانية التطبيق، فقد توصل كل من تايلور (Taylor) (وكرانين) (Cranin) 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 يقوم 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 (إدريس، كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية، 2006).

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، اعتمادا على الأبعاد الخمسة للجودة، وهي: العناصر الملموسة، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، الأمان والتعاطف.

4-4-4: أساليب تحسين جودة الخدمة

إن عملية تحسين جودة الخدمة تمكن المؤسسة من الحفاظ على مكانتها وضمان استمرارها في السوق، وفي هذا المطلب سنحاول التطرق إلى بعض الأساليب التي تمكن المؤسسات من تحقيق ذلك.

أولا: وضع نظام لقيادة الجودة

إن الهدف من وضع نظام لقيادة الجودة هو تحقيق رضا العميل وتحسين أداء المؤسسة، ويتكون هذا

النظام من (بوحرود، 2006):

1- نظام اليقظة: والذي يتعلق بمتابعة تطور احتياجات العملاء والتغيرات المستقبلية بالنسبة للمنافسين،

الهدف من وراء ذلك هو التنبؤ بالوضعية المستقبلية للمؤسسة تجاه عملائها ومنافسيها من أجل

استغلال الفرص المتاحة لمواجهة التهديدات التي تفرضها هذه المتغيرات.

- 2-** تحديد المظهر العام للخدمة المستهدفة: إن توفر معلومات حول المنافسين والعملاء يمكن المؤسسة من تحديد خصائص الخدمة وأبعادها الملموسة وغير الملموسة وفقا لما يتوقعه العميل، بشكل متميز عن المنافسين لجذب عملاء جدد وارضاء العملاء الحاليين.
- 3-** تحديد سياسة الجودة: بعد تحديد العملاء المستهدفين واختيار المظهر العام للخدمة، تعمل المؤسسة على تكييف سيرورة أداء الخدمة، ويجب تحديد الإجراءات الضرورية للتكييف، والمتعلقة بالموارد البشرية، الأدوات والطرق، التنظيم، الاتصال، التخطيط... الخ.
- 4-** نظام تقييم رضا العملاء: إن تقييم رضا العملاء يمكن المؤسسة من استغلال فرص التحسين وتحقيق فعالية إجراءاتها، ويكون ذلك بالإصغاء للعملاء وتحديد توقعاتهم، والتعرف على مواقفهم اتجاه الخدمات المقدمة لهم إضافة إلى استقبال وتحليل الشكاوى، والتحقق مع العملاء القدامى والاستخبارات التسويقية.
- 5-** نظام التحسين المستمر: يهتم هذا النظام بمعرفة التطورات على مستوى بيئة أعمال المؤسسة والتعرف على مستوى رضا العملاء، إضافة إلى ذلك فإن نظام التحسين المستمر يعتمد بشكل أساسي على نتائج التقييم الداخلي لسيرورة الأداء، وذلك بهدف استغلال الفرص المتاحة لتحسين العرض والتنظيم.

ثانيا: تحقيق التميز في العلاقة مع العميل

يعتبر التميز في العلاقة مع العميل ركيزة أساسية للمؤسسات الخدمية لتطوير خدماتها وتعزيز وجودها في السوق، ويتطلب ذلك وضع عدة استراتيجيات، منها (بوحروود، مرجع سبق ذكره):

- 1-** إدارة فترة انتظار العميل: إن الفترة التي يقضيها العميل في انتظار الحصول على الخدمة، تؤثر تأثيرا عكسيا على إدراكاته للأداء الفعلي وانطباعاته حول المؤسسة ومستوى جودة خدماتها، لذلك على المؤسسة استثمار فترة انتظار عملائها، يجعلهم يشغلون بشيء خلال تلك الفترة، ويمكن تحقيق ذلك على سبيل المثال بوضع الجرائد والمجلات، نشر إعلانية للعملاء للتعريف بالمؤسسة... الخ.
- 2-** التعامل مع شكاوى العملاء: إن شكاوى العميل عبارة عن ترجمة لعدم رضاه عن مستوى الأداء بالمؤسسة، لذا يقترح بعض الباحثين العديد من الأساليب للتعامل مع شكاوى العملاء، منها:
- التعرف على توقعات العميل لمستويات الخدمة المقبولة؛
 - تطوير الإجراءات وتبسيط متطلبات الحصول على الخدمة باستخدام التكنولوجيا المتطورة؛

- الاتصال الفعال بالعملاء؛

- تجاوز توقعات العميل وتحقيق التميز في تقديم الخدمة؛

- العمل على استقطاب وتوظيف أفضل الكفاءات.

3- جعل العلاقة مع العميل شخصية: على المؤسسة أن تجعل العلاقة مع العميل شخصية لتحقيق التميز، فليست الخدمة هي التي تخلق التميز بحد ذاتها وإنما العلاقة مع العميل، ولجعل تلك العلاقة شخصية يجب اعتماد الاتصال بالعميل للتعرف عليه أكثر وعلى احتياجاته، وتستخدم هذه الطريقة خاصة مع العملاء الأكثر تعاملًا مع المؤسسة أو العملاء الذين تارهم مهمين، فيمكن المؤسسة الاستعانة بوسائل الإعلام والاتصال لأنها تعطي فرصة أكبر لجعل العلاقة مع العميل شخصية، مثل استعمال موقع المؤسسة على الانترنت من أجل التعرف على سلوك كل عميل وتحديد رغباته.

4-5: أثر تطبيق الرقمنة على تحسين جودة الخدمة العمومية

إن المؤسسات العمومية كغيرها من المؤسسات الخدمية الأخرى تسعى دوماً نحو تقديم خدمات أفضل للمواطنين من خلال مواكبة التغيرات الطارئة في البيئة التي تنشط بها والتطورات الحاصلة على مستوى التكنولوجيات المستخدمة، حيث توجهت نحو رقمنة إدارتها وتعاملاتها وتقديم الكثير من الخدمات إلكترونياً، الأمر الذي ساهم في تحسين جودة خدماتها .

سنتطرق في هذا المطلب إلى الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المؤسسات العمومية، والتحسينات التي نتجت عن التحول إلى الإدارة العمومية الإلكترونية.

4-5-1: استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة العمومية

نتج عن التقدم التقني والعلمي وانتشار شبكة الانترنت بروز تأثيرات عديدة على المؤسسات العمومية، والتي تارجعت معها أشكال الخدمة العامة التقليدية إلى نمط جديد يركز على البعد التكنولوجي والمعلوماتي، والذي بدوره يشجع على تبني نظم الخدمات الإلكترونية، حيث أصبحت الخدمة العامة تتم عبر وسائط إلكترونية كالمواقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني.

إن وجود الحاسب واستخداماته في عمليات تشغيل البيانات في المؤسسات العمومية أدى إلى اختفاء بعض مشاكل الرقابة الداخلية الهامة، والتي كانت تحوز على اهتمام كبير في الأنظمة اليدوية، حيث أصبحت من المزايا التي تقدمها تلك الحاسبات هي تحقيق الدقة مقارنة بالعنصر البشري، والثبات الذي يعني تنفيذ تعليمات البرنامج

في جميع الأحوال، فالآلة صماء ليس لديها أي إحساس كي تقوم بالسرقة أو الاختلاس، كما لا يوجد للحاسب مصلحة شخصية عكس الموظف (شريف، 2013).

ومن الأمثلة التي أحدثت نجاحاً في هذا المجال بالنطاقات الأقل نمواً في مجال التكنولوجيا، نجد دولة الهند أين تتواجد الأكشاك المقامة وسط المجتمعات، حيث تدار بالكمبيوتر المعلومات الأساسية وعمليات التوثيق والاستثمارات التي يحتاجها المواطنون في المناطق الريفية، وبهذا تعمل على توفير وقت المواطنين وأموالهم، كما تعمل على توسيع نطاق تقديم الخدمات على المستوى المحلي، فلا يمكن إغفال الدور الريادي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحقيق تطوير نوعي على مستوى مؤسسات الخدمة العمومية، وتقديم بديل للنماذج القائمة في صورتها التقليدية، حيث تعد التقنية الحديثة آلية للتغيير التنظيمي، إذ بإمكانها تغيير طبيعة عمل الأفراد داخل مؤسسات الخدمة العمومية، أو هدف المنظمة من خلال تغيير الظروف وإزالة المشكلات التي تواجهها (شريف، مرجع سبق ذكره).

ويمكن أن نجل أهم مزايا تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات العمومية فيما يلي (مشري، 2016):

- يساهم تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في توفير البيانات والمعلومات وإتاحتها أمام أفرد المجتمع؛
- تبسط إجراءات إنجاز الخدمة العمومية، وتدفع سير المعاملات إلكترونياً، وتسهل الإجراءات بين الدوائر المختلفة؛
- تقلل من الأعباء الورقية بجمع البيانات مرة واحدة لاستخدامات متعددة؛
- توفير الأرشيف الإلكتروني، مما يسمح بالحصول على معلومات صحيحة من أجل أداء خدمة عمومية رشيدة؛
- يساعد المنظمات العمومية على تعزيز مفهوم إدارة الجودة مما يساعد على تحسين جودة الخدمات المقدمة؛
- المساهمة في تحقيق اتصال أفضل وأسرع، مما يساعد المواطنين في الحصول على خدمات حكومية عالية الجودة وبتكلفة أقل؛
- الوصول الآني للمعلومات والخدمات من دون الحاجة إلى الرجوع الدوائر المعنية؛
- يساعد على زيادة ولاء المواطنين، نتيجة الاستجابة السريعة والمبسطة للخدمة العمومية.

4-5-2: التحول نحو إدارة عمومية إلكترونية

لقد أصبح من الضروري على كل المؤسسات العمومية الدخول في مرحلة تطبيق الإدارة الإلكترونية، والانطلاق مما تتيحه تكنولوجيا المعلومات والاتصال لترقية وتحسين أنشطة ومهام مؤسسات الخدمة العمومية، حيث تمثل الإدارة الإلكترونية مرحلة حاسمة في الانتقال نحو الخدمات العامة الإلكترونية، والتحول من الاتصال المباشر للمواطنين مع مؤسسات الخدمة العامة إلى التواصل الافتراضي عبر الشبكات الإلكترونية المختلفة، وتنطلق من الاستخدام الأمثل لمختلف الأجهزة والمعدات وب ارمح تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتقدم حلولاً للتعقيدات ومشاكل البيروقراطية التي تعترض الإدارة العمومية في شكلها التقليدي.

إن تطبيق الإدارة الإلكترونية في مختلف المؤسسات العمومية أدى إلى تحسين جودة الخدمات التي تقدمها للمواطنين، وذلك من خلال تأثيرها على أساليب تقديم الخدمة العمومية وطرق إجراء المعاملات المرتبطة بها، وهذا ما يتجلى في الأبعاد التالية (قاسمية، 2017):

1- مردودية الخدمة العمومية

حيث يتعلق الأمر بمدى مردودية مشاريع الخدمة العمومية، ومختلف إسهاماتها في إعادة ترتيب الخدمة المقدمة للمواطنين، وماهي فوائد تطبيق هذا النموذج من الخدمات على واقع الجهاز البيروقراطي الحكومي، وهل حقيقة تم الوصول إلى كسب رضا المواطن وثقته بمؤسسات الخدمة العامة.

2- تقليص تكاليف الخدمة العمومية

من خلال الاتصال عبر الخط دون الانتقال، والتوصل للخدمة من خلال النوافذ مما يتيح تخفيض التكاليف، والنتائج عن التنقل الإلكتروني بين بوابات الخدمة العمومية.

3- سرعة الاستجابة واحترام المواعيد

حيث يعتمد إلى استخدام تقنية الشبكات الوحيد للأنشطة الإدارية المتماثلة، وهذا لربح الوقت ودفع الإدارة للقيام بالالتزامات مع تحقيق سرعة الاستجابة للخدمة دون تأخر.

4- الدقة

تشير الدقة وفق نموذج الإدارة الإلكترونية للخدمات إلى إنجاز الأعمال وفق مقاييس مضبوطة تحدد من خلال أنظمة معالجة معلوماتية، بشكل يجد من الأخطاء الإدارية ويمنع التجاوزات أثناء تقديم الخدمة.

5- سهولة المحاسبة ووضوح الخدمة

انطلاقاً من توظيف تكنولوجيا المعلومات بشكل كامل في أداء الخدمة العمومية، يؤدي ذلك إلى إمكانية المحاسبة على كل جزئيات تلك المهام والأنشطة من خلال وجود النشر الإلكتروني لكل مراحل الخدمة، إذ لا مجال لإخفاء المعاملات ولا فرصة للاستئثار بخدمة جهات دون أخرى، فالمصلحة تصبح عامة مادامت الخدمة عامة.

5-الدراسات السابقة وتميز الدراسة الحالية

5-1الدراسات السابقة

الدراسة 01: دراسة عشور عبد الكريم سنة 2009-2010، وهي دراسة حول دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية و الجزائر، مذكرة ماجستير، وتكمن أهمية الدراسة في كون التحول نحو الخدمة العامة الإلكترونية هو أساس ترشيد الخدمات العمومية وتحسينها والنهوض بها، وقد تم طرح الإشكالية التالية: إلى أي مدى شكلت الإدارة الإلكترونية آلية محورية في ترشيد الخدمة العمومية، من خلال تطبيقات النموذج الأمريكي و التجربة الجزائرية؟ وقد تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي ومنهج تحليل المضمون ومنهج دراسة الحالة، وقد بينت الدراسة نجاح تجربة الخدمة العامة الإلكترونية في أمريكا، انطلاقاً من التقدم في تكنولوجيا المعلومات والاتصال وارتفاع نسبة مستخدمي الانترنت في المجتمع، في حين تسجل الجزائر فقدان بيئة الكترونية مناسبة للاستراتيجية الإلكترونية 2013، وتعرض الخدمة الإلكترونية في الجزائر إلى مشكل الأمية الإلكترونية والضعف في حجم الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات.

الدراسة 02: دراسة عمروش نجوى سنة 2011-2012، بعنوان دور جودة الخدمة في تحقيق رضا

العميل دراسة حالة الشركة الجزائرية للتأمينات، مذكرة ماجستير، وكانت إشكالية الدراسة هل تعتبر جودة الخدمة المقدمة عامل أساسي في تحقيق رضا العميل؟، وقد تم اتباع المنهج الوصفي التحليلي والمنهج

الاستقصائي، وقد توصلت الدراسة إلى أن أبعاد جودة الخدمة التي أثرت على رضا العملاء تأثيراً أكبر مقارنة بالأبعاد الأخرى هي الأمان والتعاطف، وأن جودة التأمين المقدمة من طرف الشركة الجزائرية للتأمينات جودة متوسطة .

الدراسة 03: دراسة عبد الحكيم معوج سنة 2011-2012، بعنوان استخدامات تكنولوجيا المعلومات

والاتصال في بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: أثر العوامل غير المادية في نجاح/ فشل مشاريع تطبيق نظم المعلومات - دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية -، أطروحة دكتوراه،

تستمد هذه الدراسة أهميتها من أهمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة والدور الذي تلعبه في اقتصاديات الدول، وقد تم طرح الإشكالية التالية: على المستويين الماكرو والميكرو المؤسساتي، إلى أي مدى يمكن اعتبار العوامل غير المادية مؤثرة بشكل ملموس في نجاح/ فشل مشاريع تطبيق نظم المعلومات في بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ولقد تم إتباع المنهج الوصفي التحليلي ومنهج دراسة الحالة، وقد توصلت الدراسة إلى أنه توجد علاقة ارتباطية موجبة بين العوامل غير المادية ونجاح أفضل تطبيق نظام المعلومات .

الدراسة 04: دراسة بشير كأوجة سنة 2012-2013، التي هدفت إلى دراسة دور تكنولوجيا

المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية - دراسة حالة مستشفى مُجد بوضياف بورقلة-، مذكرة ماجستير، وتتمثل أهمية الدراسة في تبيان أهم خصوصيات الاتصال الداخلي في قطاع الصحة وضرورة الاهتمام به وضمان فعاليته في هذا المجال، وقد تم طرح الإشكالية التالية: هل يمكن التكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم وتؤدي دوار مهما في تحسين الاتصال الداخلي بالمستشفيات العمومية؟ وقد تم اعتماد الأسلوب الوصفي ومنهج دراسة الحالة، وقد أظهرت النتائج أنه من خصوصيات الاتصال الداخلي التأثير بنوع ومدى استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال، إضافة إلى أنه هناك تحسين في الاتصال الداخلي للمستشفيات من خلال استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال المتطورة.

5-2 تميز الدراسة الحالية

تتميز الدراسة بكونها مكتملة للدراسات السابقة وذلك من خلال تسليط الضوء على الخدمة العمومية والخدمات العمومية المقدمة من طرف بريد الجزائر خاصة تلك التي تعتمد على بطاقة الذهبية، بالإضافة للتطرق إلى مفهوم جديد شرعت المؤسسات العمومية في تطبيقه حديثا وهو الرقمنة، و إبراز دوره في تحسين جودة هذه الخدمات.

خلاصة

بعدما تطرقنا إليه في هذا الفصل، نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات والاتصال هي كل الأجهزة والمعدات الرقمية التي تقوم بعملية معالجة وتخزين واسترجاع المعلومة والقيام بإرسالها عبر شبكات الاتصال.

وتعد الانترنت من أهم مرتكزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حيث أصبح توفرها ضرورة لا بد منها لكل المؤسسات، فبفضلها وبفضل الوسائل الرقمية تمكنت العديد من هذه المؤسسات من تطبيق مفهوم الرقمنة والاعتماد عليه في مختلف نشاطاتها من خلال التحول نحو إدارة إلكترونية تقوم على تقديم الخدمات وتبادل المعلومات إلكترونيا بسهولة ودقة عالية وبأقل تكلفة وأقصر وقت وفي أي مكان. وعليه فالتوجه نحو الرقمنة وتطبيق هذه التكنولوجيا الحديثة أصبح لازما على المؤسسات اليوم كون مجتمعنا يتجه حاليا نحو الرقمية العالمية.

إن موضوع الخدمات بصفة عامة والخدمات العمومية على وجه الخصوص من المواضيع التي تلقى اهتماما بالغا من قبل الباحثين نظرا للخصائص التي تميز الخدمة من جهة، والخصائص الإضافية المرتبطة بالخدمة العمومية من جهة ثانية، وتعد جودة الخدمة وتحقيقها من الأهداف المهمة لدى جميع المؤسسات، واستجابة للتطورات والتحولات التكنولوجية الحاصلة في شتى العالم والناجمة عن الثورة المعلوماتية، أصبح من الضرورة التحول نحو العصرية والرقمية، مما جعل المؤسسات العمومية تتجه نحو تجسيد قواعد الإدارة الإلكترونية لما لها من آثار إيجابية على مستوى تقديمها للخدمات العمومية، خاصة بالنسبة للإدارات التي يحتك بها المواطن مباشرة وبصفة دائمة بهدف تلبية حاجاته العامة

الفصل الثالث

الدراسة التطبيقية وتحليل البيانات

1. تمهيد:

تعتبر مؤسسة بريد الجزائر الطرف الأول المعني بعملية تحديث وسائل الدفع في الجزائر، وقد التزمت هذه الأخيرة بالتحضير والتخطيط لتنفيذ المشروع من طرفها وذلك بالتعاون مع بنك الجزائر وباقي البنوك التجارية وقد شرعت مؤسسة بريد الجزائر في تحديث وسائل الدفع من خلال وضع نظام يسمح للزبون سواء كان فردا أو مؤسسة، باستعمال وسائل الدفع الالكترونية، بمعنى النجاح في إلغاء وسائل الدفع الحالية التي هي الشيك اليدوي، السيولة، ووثائق السحب، ووثائق التحويل، حيث سيتلقى الزبائن اللذين يملكون حسابات جارية بريدية CCP بعد تقديم طلب بطاقات تحمل أرقام سرية وتسمح لهم بالدخول مباشرة إلى حساباتهم انطلاقا من الموزعات الآلية التابعة، لبريد الجزائر أو من الموزعات المرتبطة بنظام الشبكة النقدية بين البنوك كما تسمح بإجراء عدد من العمليات البنكية كالتحويل من حساب لأخر دفع الفواتير والمشتريات، طلب دفتر الشيكات.

وهذا ما سنقوم بتوضيحه من خلال هذا الفصل بما في ذلك مؤسسة بريد الجزائر (وحدة غليزان) محل دراستنا والتي أطلقت البطاقة الذهبية حيث سنحاول دراسة هذه البطاقة من كافة جوانبها.

1- تعريف مؤسسة بريد الجزائر

نشأت مؤسسة بريد الجزائر لعدة إصلاحات شملت إعادة هيكلة قطاع البريد والمواصلات بحيث أعطت الدولة بذلك حرية التصرف الكاملة لهذا المتعامل الاقتصادي، للمشاركة في النمو الاقتصادي والاجتماعي للدولة.

1-1: نشأة مؤسسة بريد الجزائر:

كانت مؤسسة بريد الجزائر تسيير وفق أحكام الأمر رقم 75-89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 والمتضمنة قانون البريد والمواصلات الذي يجعل من قطاع البريد والمواصلات مؤسسة واحدة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، تحت إشراف وزارة البريد والمواصلات حيث تتمتع بميزانية ويخضع تنفيذها إلى قواعد المحاسبة العمومية وتتمتع أيضا في استغلالها لمختلف نشاطات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية.

وفقا للمادة 1 و39 من ذات القانون ونتيجة للتطور التكنولوجي لاسيما في ميدان الاتصال كان على قطاع البريد والمواصلات، أن يساير هذه التحولات بصدور القانون رقم 2000-3 المؤرخ في 5 أوت 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات، والذي يهدف إلى تطوير وتقديم خدمات البريد والمواصلات بمواصفات نوعية في ظروف موضوعية مع ضمان المصلحة العامة.

تحديد الشروط العامة للاستغلال في الميادين المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تحويل على التوالي نشاطات استغلال بريد والمواصلات التي تمارسها وزارة البريد والمواصلات إلى مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وتجاري للبريد والى متعاملي المواصلات السلكية واللاسلكية

وتنفيذا لمحتويات هذا القانون صدرت المراسيم التنفيذية لتحديد مجالات النشاط لكل متعامل، ومراسيم تنفيذية أخرى لإنشاء وتنظيم نشاط هؤلاء المتعاملين اما المراسيم التنفيذية المنظمة لنشاطات المتعاملين نذكر فيها ما يلي:

1- المرسوم التنفيذي رقم 1-417 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001 يهدف إلى منع ترخيص انتقالي إلى متعامل يسمى

اتصالات الجزائر كشركة مساهمة من اجل إقامة واستغلال شبكات عمومية لمواصلات سلكية واللاسلكية

2- المرسوم التنفيذي رقم 1-418 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001 يهدف إلى تحديد نظام الاستغلال المطبق على كل

خدمة من خدمات البريد و بموجب هذا المرسوم أخضعت خدمات البريد حوالات البريدية الصكوك البريدية

إصدار الطوابع البريدية وكل علامات التخليص للخدمات البريدية إلى نظام تخصيص régime

d'exclusivité أما استغلال أو توفير خدمات البريد الدولي السريع فإخضع لنظام régime

d'autorisatio وأخيرا أخضعت الخدمات البريدية الأخرى لنظام التصريح البسيط أما المراسيم المتعلقة

بالإنشاء نذكر منها (مُجَّد، 2006):

- المرسوم التنفيذي رقم 43-2000 المؤرخ في 14 جانفي 2002 والمتضمن إنشاء مؤسسة بريد الجزائر.

1-2: البنية الهيكلية لبريد الجزائر

يحتوي بريد الجزائر على هيكل تنظيمي يسمح له بالانتشار والتواجد في كل النقاط عبر القطر الجزائري وبهذا فقد بنت المؤسسة هيكلها على مستويين:

المديرية العامة والهيكل المركزية: وتسهر على الإشراف العام وتسيير المؤسسة على المستوى المركزي.
الوحدات الولائية: وتضطلع بمهام الاستغلال على المستوى الولائي.

- الهياكل المركزية:

1- المديرية العامة: يرأسها المدير العام يسهر على تنفيذ توجيهات وقرار مجلس الإدارة معين بمرسوم يجوز المدير العام على كامل السلطات على المستوى الوطني ليقوم بالإدارة والتسيير الإداري والتقي والمالي للمؤسسة .

تنقسم المديرية العامة إلى قسمين مديريات مكلفة بالبحث والدراسات ومديريات مركزية مكلفة بالإشراف والتنفيذ.

- مديريات الدراسات:

أ- مديريات الدراسات لتحسين النوعية: ويتمثل الهدف الرئيسي لها في توفير خدمة ذات نوعية إلى الزبون .

ب - مديريات الدراسات الاستراتيجية التخطيط والتنظيم: تعمل هذه المديرية على ترجمة استراتيجية المؤسسة بتحديد محاور التنمية وتحضير مشاريع مخططات التنمية وتقوم بتسيير عقد النجاعة والعمل على تطبيق الإجراءات التنظيمية بالتعاون مع الهياكل المعنية.

ج- مديرية الدراسات في مجال الاتصال: تهدف هذه المديرية إلى ترقية الاتصال على المستوى الداخلي للمؤسسة والمحيط

د- مديرية الدراسات لمراقبة التسيير والإشراف الداخلي: تهدف هذه المديرية إلى إعطاء دفع للمؤسسة

لتحسين أدائها من خلال إيجاد الحلول المناسبة والمساهمة الفعالة والدائمة في خلق القيمة المضافة كما تساعدها أيضا على تحقيق الأهداف المسطرة من خلال تقييم المستمر والإشراف وتقديم الاقتراحات

هـ- مديريات الدراسات لشؤون الدولية التعاون والشؤون القضائية: تكمن مهامها في تمثل مؤسسة بريد الجزائر في المفاوضات الدولية المتعلقة بالبريد والمصالح المالية وتمثيلها في الاتحاد العالمي للبريد تهتم بمراقبة التعاون والتبادل الدولي والقيام بإعداد الاتفاقيات الثنائية والمتعددة مع مختلف الهيئات البريدية العالمية

و- مديرية الدراسات المكلفة بالامتلاكات: تتمثل مهامها في مساعدة الهياكل المكلفة بتسيير الوسائل العامة في استغلال الوسائل وتسيير مختلف العقارات والامتلاكات المدرجة في الصنف) 2(من المخطط الوطني للمحاسبة

2- المديرية المركزية:

أ- **مديرية المصالح البريدية:** تتكفل هذه المديرية بالسهر على حسن الأداء للمصالح البريدية على المستوى الداخلي وفي علاقاتها مع الخارج.

- تحضير ومتابعة مخطط التنمية للهيكل القاعدية للبريد.

- تطوير وترقية البريد الشخصي ذو التوزيع الخاص وبريد المؤسسات ذو التوزيع الخاص.

- إعداد البرامج السنوية لإصدار الطوابع البريدية.

تنفيذ نصوص الاتفاقيات البريدية والاتفاقيات الثنائية والمتعددة المتعلقة بتبادل البعثات والطرود البريدية وإعداد المحاسبة المتعلقة بذلك تشكل هذه المديرية على أربع مديريات فرعية وخلية مكلفة بالبريد السريع:

1- المديرية الفرعية للبريد والطرود البريدية.

2- المديرية الفرعية لتطوير الشبكة البريدية.

3- المديرية الفرعية للتجهيزات والبرامج.

4- المديرية الفرعية للحسابات البريدية الدولية .

5- الخلية المكلفة بالبريد السريع

ب- **مديرية المصالح المالية:** تتكفل هذه المديرية ب :

1- التنظيم والسهر على حسن الأداء لمختلف المراكز الملحقة بها (مركز الصكوك مركز التوفير مركز الحوالات) .

2- العمل على تنفيذ المشاريع الهادفة إلى تحسين نوعية الخدمات ورفع الإنتاجية.

3- تأمين الاتصال الدائم مع المديرية العامة لصندوق التوفير مكتب التبادل الدولي للحوالات ومع الخزينة العمومية للبنوك.

4- معالجة مختلف النزاعات القانونية والاستعلامات وتشمل هذه المديرية على ثلاث مديريات فرعية.

ج- **مديرية المالية و المحاسبة:** و تتكفل هذه المديرية ب :

1- انجاز وتنفيذ السياسات المالية للمؤسسة.

2- تأطير مختلف الهياكل والميادين المحاسبي والمالي.

3- توحيد ومتابعة الميزانيات التقديرية بالتعاون مع مختلف الهياكل.

4- متابعة مساهمة المؤسسة في فروع المنشأة¹.

د- مديرية الوسائل العامة: وتتكفل هذه المديرية بإنجاز والسهر على تطبيق السياسات المتعلقة بالعقارات النقل التموين الصيانة الحماية والأمن.

هـ- مديرية الموارد البشرية: وتتكفل المديرية بـ:

- 1- إنجاز والسهر على تطبيق السياسات في مجال تسيير الموارد البشرية تكوين والشؤون الاجتماعية
- 2- السهر على تطبيق قانون العمل (قانون التوظيف العمومي 85—59 والقانون 90-11).
- 3- المشاركة في إعداد الهيكل التنظيمي للمؤسسة .
- 4- إعداد وتطبيق بنود الاتفاقية الجماعية والنظام الداخلي.

3- المديرية التجارية: تتكفل هذه المديرية بما يلي:

1- التكفل بالنشاطات التسويقية واقتراح خدمات جديدة حسب احتياجات الزبائن وإدخال تكنولوجيا المعلومات و الاتصال.

2- إعداد مخطط النشاط التجاري لبريد الرسائل الطرود البريدية والخدمات المالح المالية.

3- إعداد وتوزيع الدعائم والوثائق الإعلامية على الزبائن

4- إعداد الدراسات بخصوص الأسعار واقتراح التعديلات اللازمة.

ج- مديرية الإعلام الآلي: وتتكفل هذه المديرية بما يلي:

1- إعداد برامج التجهيز النظام الإعلامي.

2- إنجاز وضع حيز التطبيق أنظمة الإعلام الآلي الضرورية لتسيير المصالح.

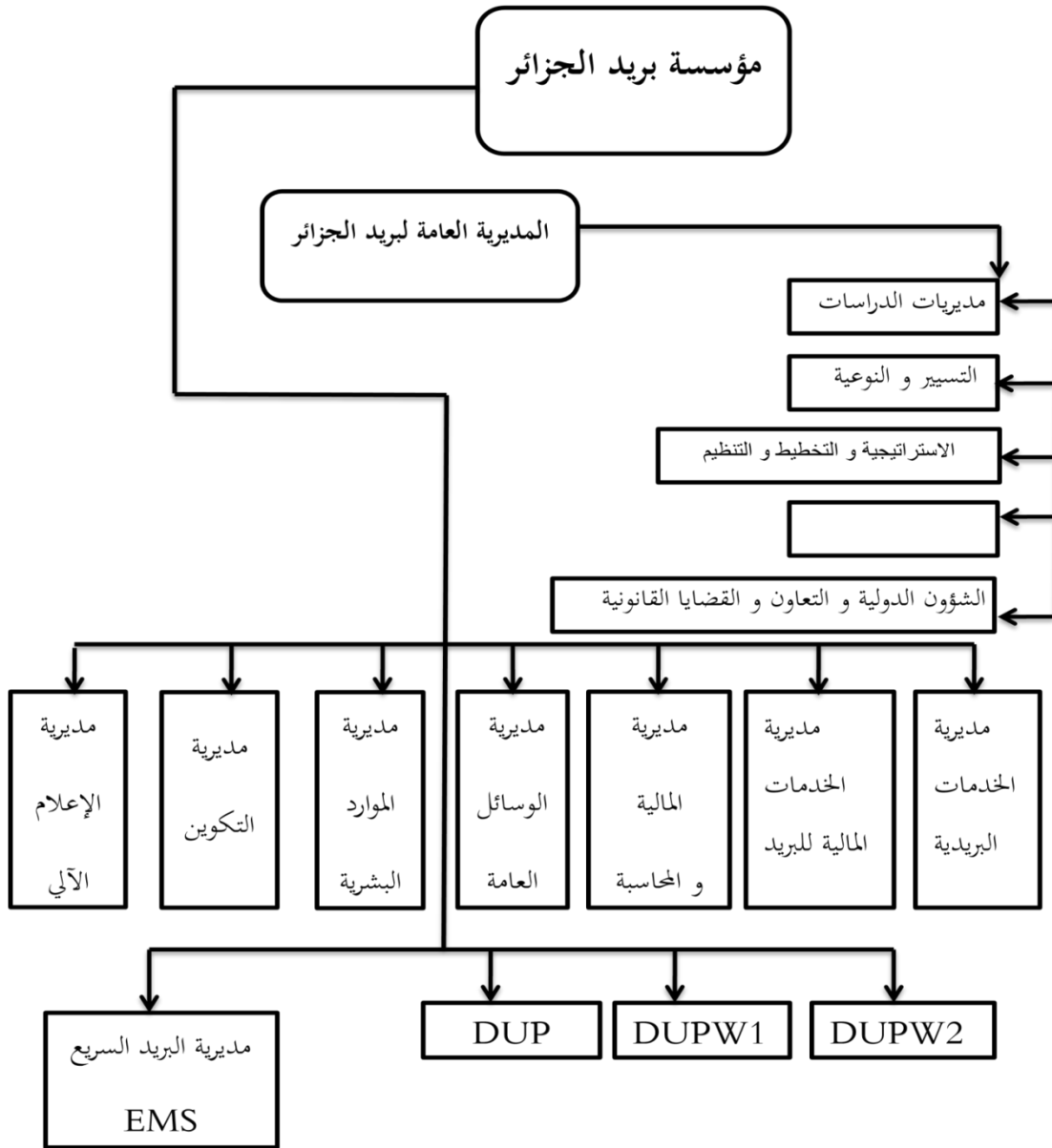
انجاز مصالح الاستغلال وصيانة الأنظمة المعلوماتية والعمل على تخزينها وحمايتها.

3- الإشراف على تسيير ومراقبة مراكز الإعلام والعمل على تطوير البرامج.

4- مراقبة التطور التكنولوجي وترقية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستعملة.

الشكل رقم (3-1): الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على مستوى المركزية

الاتصال DUPW: مديرية الوحدة الولائية للبريد المصدر : الهيكل التنظيمي لمؤسسة



تشرف هذه الوحدة على مختلف المؤسسات البريدية والمراكز على مستوى الولاية وتتكفل ب:

1- تنفيذ برامج التنمية وإعداد التقارير الدورية حول نشاطاتها.

2- تسيير الهياكل القاعدية واستغلالها في المجال البريدي.

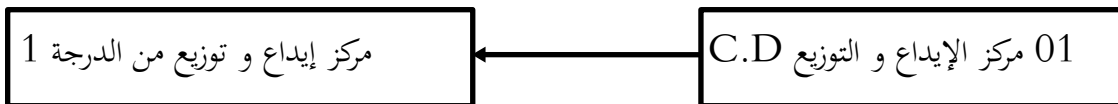
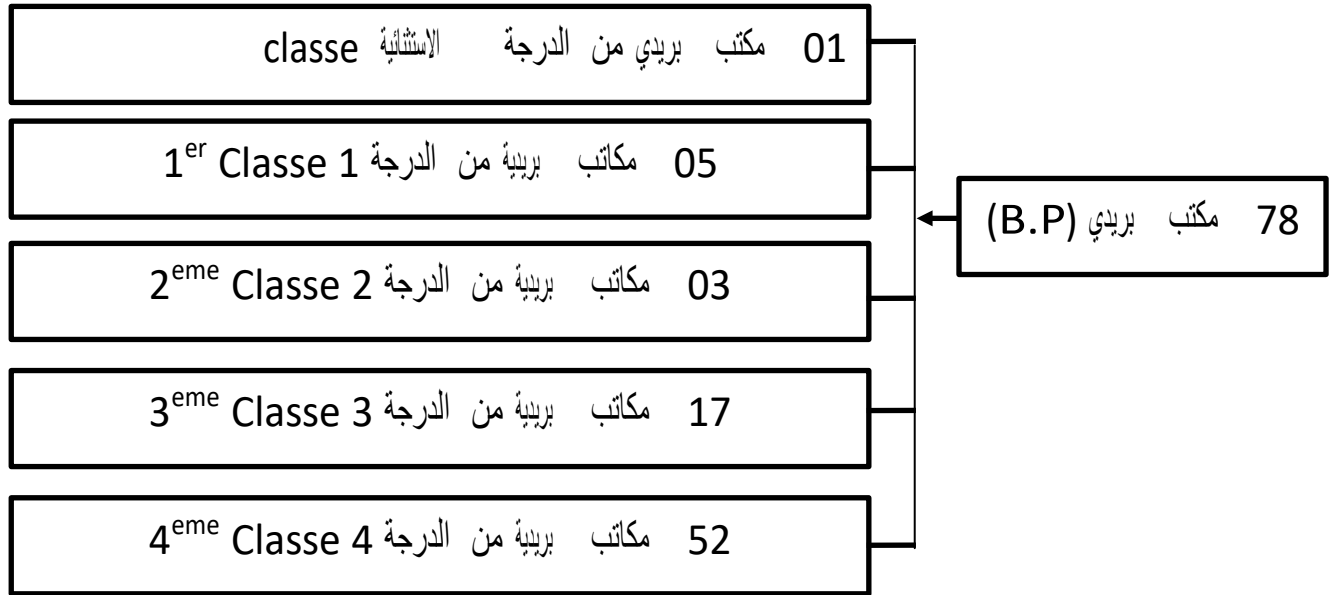
3- تنفيذ برامج تفتيش المكاتب البريدية.

2- تعريف بالمؤسسة محل الدراسة (مديرية بريد الجزائر (وحدة غليزان)

بموجب المرسوم التنفيذي 43/02 انشأت مؤسسة بريد الجزائر وبعد تقسيم قطاع البريد والمواصلات ،تم استحداث الوحدة الولائية للبريد غليزان ،تحتوي الوحدة على طاقة بشرية هامة تعمل على تحقيق أهداف الوحدة ومكاتبها عبر الولاية ،تشغل 486 عامل بما فيها عمال المكاتب البريدية وسعاة البريد ، كما لها 78 مكتبا بريديا على اختلاف درجاتها بالإضافة إلى مركز الإيداع والتوزيع للبعثات البريدية

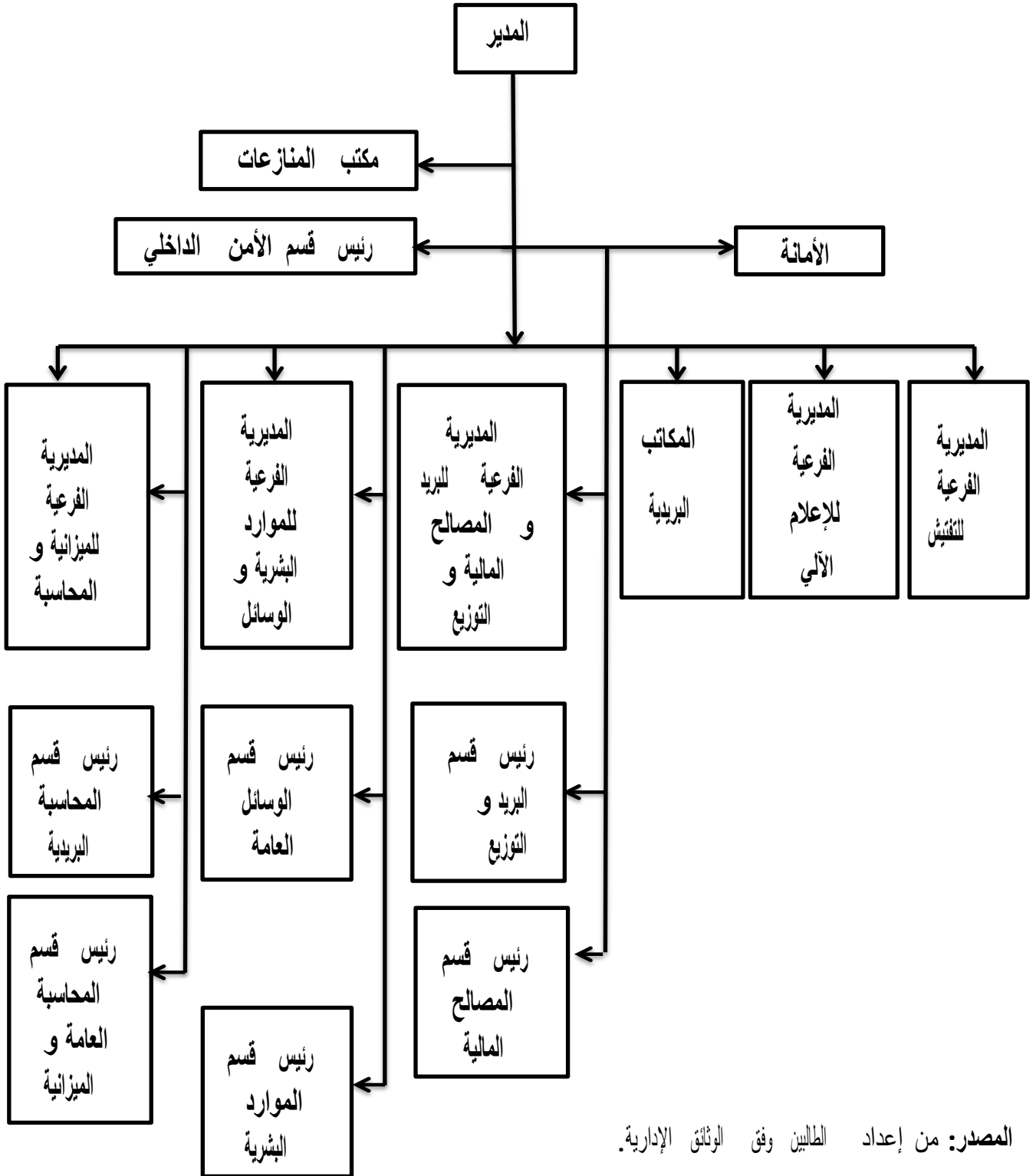
توزيع مكاتب البريد لولاية غليزان: تقسم المكاتب البريدية كما يلي :

الشكل (2-3): تقسيمات المكاتب البريدية



المصدر : الوحدة الولائية لبريد الجزائر (غليزان)

الشكل رقم (3-3): الهيكل التنظيمي لمديرية وحدة البريد لولاية غليزان



المصدر: من إعداد الطالبين وفق الوثائق الإدارية.

2-1: الخدمات التي يقدمها بريد الجزائر- غليزان

يقدم بريد الجزائر مجموعة من الخدمات يمكن تصنيفها إلى:

الفرع الأول: خدمات مالية

أولاً: خدمة الحساب البريد الجاري (CCP): وهي أكثر الخدمات إقبالا وأهمية لدى الزبون، تأخذ حصة الأسد بالنسبة لمختلف الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر، حيث أنه لا يمكن لأي شخص جزائري يعمل في مؤسسة عمومية أن يتخلى عن هذه الخدمة، فكل زبون يملك حساب بريدي جاري يمكنه سحب مبلغ معين من رصيده أو الاستعلام عنه في أي مكتب من مكاتب البريد المنتشرة عبر التراب الوطني وهذا لوجود شبكة واسعة تربط بين مختلف مؤسسات البريد

ثانياً: خدمة الحوالات لبريد الجزائر: وهي عدة أنواع:

- 1- الحوالات البطاقية: تحمل الرقم (1406) ويسمح هذا النوع من الحوالات للزبون بالإرسال إلى شخص آخر مبلغ مالي معين وغير محدود عبر كامل التراب الوطني.
 - 2- الحوالات التلغرافية: تحمل الرقم (1412) وهذا النوع من الحوالات أصبح نادرا الاستعمال، حيث يمكن للزبون إرسال الأموال بطريقة التلغراف.
 - 3- الحوالات البطاقية لتزويد الحسابات البريدية الجارية: تحمل رقم (1418) وهي تسمح للزبون بتزويد حسابه البريدي الجاري أو حساب شخص آخر بمبالغ غير محدودة وهناك نوعان منها العادية التي ترسل عن طريق البريد ومنها التي ترسل عن طريق الدفع السريع باستخدام شبكة تدعى ب (VAC).
 - 4- الحوالات الإلكترونية (التحويل الإلكتروني للأموال) TRF: وهي تشبه الحوالات البطاقية ولكنها تتميز بتحويل الأموال بطريقة إلكترونية من مكتب بريدي إلى آخر عبر الشبكة الإعلامية.
 - 5- خدمات التوفير: يوفر بريد الجزائر بالتعامل مع البنك الوطني للتوفير والاحتياط عبر جميع المكاتب البريدية
- العمليات التالية:

- ✓ فتح حساب التوفير مع تسليم الدفتر.
- ✓ دفع مبلغ غير محدود القيمة على مستوى المراكز البريدية.
- ✓ سحب الأموال آنيا مهما كان المبلغ على مستوى المكتب الحائز على الحساب.
- ✓ تسوية الفوائد.

وبالتالي يسمح لأي فرد فتح دفتر التوفير والاحتياط وذلك بتحريم طلب على المطبوعة رقم 01 لفائدة الشخص الراشد والمطبوعة رقم 02 مكرر بالنسبة للأطفال ثم يحدد نوع الدفتر LPE أو LGL يسلم له فالدفتر هو الذي لا تقل الدفعة الأولى فيه على 5000.00 دج ويتحصل على فوائد بنسبة 2%. أما دفتر LPE هو الذي يتحصل على فوائد بنسبة 5.2%.

ثالثا: الخدمات البريدية الجزائرية:

وهي خدمات متنوعة تتكون من:

1- خدمة الطرود البريدية: حيث تساهم جميع المكاتب الموزعة عبر التراب الوطني في عملية تبادل الطرود عبر كامل التراب الوطني والبلاد الأجنبية.

2- خدمة كراء صناديق البريد والخدمات ال بريدية: حيث تمنح للزبون صناديق بريدية للتأجير مقابل مبلغ اشتراك سنوي في مكتب بريدي مكلف بعملية التوزيع لدى الأشخاص الطبيعيين و المعنويين وأصحاب المؤسسات المقيمين بالدائرة البريدية، يكون مبلغ الاشتراك للأفراد 800 دج أما المؤسسات 1600 دج.

رابعا: الخدمات المؤدية لفائدة الغير:

تقوم مؤسسة بريد الجزائر بإجراء عمليات تحميل ودفع مختلفة لفائدة إدارات أخرى أو مصالح عمومية.

1- وزارة المالية: دفع المعاشات الجزائرية و الأجنبية وبيع الطوابع الضريبية، الجبائية، التغيرمية وبيع قسيمة السيارات.

2- تحصيل لفائدة الزبائن الكبار: تشارك مؤسسة البريد في عملية تحصيل فواتير للزبائن الكبار مثل أوراسكوم، اتصالات الجزائر، موبيليس، الجزائرية للمياه، سيال، موسيتي جنرال، ستلام الجزائر، بنك البركة.

3- خدمة racimo: هي عبارة عن تحميل الكتروني يوفر للزبائن خدمة الدفع المسبق لشركة موبيليس وهذا ما يسمى بالتعبئة الأوتوماتيكية.

4- خدمة أرسلني: توفر المؤسسة إمكانية تعبئة رصيد الهاتف المحمول لخط موبيليس بدون دفع الرسوم.

خامسا: الخدمة عن بعد لبريد الجزائر:

1- الموزع الصوتي "30-15" هذه الخدمة تسمح للزبائن بريد الجزائر بالاتصال المباشر عبر الهاتف على الرقم

"30-15" ل:

✓ الاطلاع على الحساب البريدي الجاري.

✓ طلب دفتر الصكوك.

✓ طلب الرقم السري.

✓ طلب مساعدة العاملة للاستفسار عن الخدمات النقدية.

2-الموزع الصوتي "30-90" : تسمح هذه الخدمة لزبائن بريد الجزائر بتعبئة حساباتهم مسبقا الدفع لموبيليس أو حساب آخر من حسابهم الجاري ccp بكل مرونة وسهولة الاستعمال في أي وقت حيث:

✓ تصل الزبون رسالة قصيرة (sms) لتأكد له عضوية الانضمام إلى الخدمة مع الرمز السري الشخصي.

✓ ثمن التحميل يكون من 100دج إلى 2000دج يوميا.

✓ يخصم من الحساب جاري الدفع الخاص بالزبون قيمة التعبئة دون اقتطاع الرسوم.

سادسا: خدمات بريد الجزائر 2022.

أعلن بريد الجزائر عن تقديم خدمات جديدة مفيدة للزبائن، وهذه الخدمات التي تم تطبيقها في بداية عام 2022 وتمثل في:

1- **خدمة سبقي:** أي تسبيق الدخول الشهري للزبون، وتتيح هذه الميزة لأصحاب الحسابات البريدية الجارية من

الحصول على راتبهم قبل صبه في الحساب أي أن بريد الجزائر يقوم بالدفع لهم مسبقا. ويشترط على صاحب

الحساب أن يكون لديه دخل منتظم وشهري حتى يتم اقتطاع المبلغ المستلف بعد دخوله لحساب الزبون.

2- **خدمة "في دارك"** : هي خدمة خاصة بذوي الاحتياجات الخاصة والطاعنين في السن والتي ستمكنهم من

سحب أموالهم من منازلهم دون عناء التنقل للمراكز البريدية وهذا عن طريق وسائل الدفع الالكترونية.

3- **خدمة "أمانتك"** : وتمثل هذه الخدمة في توصيل الطرود والسلع بطريقة احترافية وبسرعة فائقة . وتسعى

مؤسسة بريد الجزائر لتطبيق خدمة رمز الاستجابة السريعة QR code المستعمل بكثرة في العالم وهو خاص

بالتبضع وشراء الحاجيات من مراكز السوق.

3 -عموميات حول البطاقة الذهبية

بطاقة الدفع الالكترونية (الذهبية)، هي خدمة جديدة توفرها مؤسسة بريد الجزائر لفائدة زبائنها، تعتمد على

الوسائط الالكترونية المتمثلة أساسا في الانترنت والشبائيك النقدية لبريد الجزائر gab ونهائيات الدفع الالكتروني

(TPE).

3-1: ماهية البطاقة الذهبية

تعريف البطاقة الذهبية: اعتمادا على الموقع الالكتروني تحصلنا على المعلومات التالية (بريد الجزائر، 2023):

إن إطلاق مؤسسة بريد الجزائر لبطاقتها الجديدة وهي البطاقة الذهبية كان في ديسمبر 2016 والتي جاءت من

أجل الانتقال من سحب الأموال إلى خاصيات أوسع وانفع للمواطنين.

وهي بطاقة سحب ودفع إلكترونية مصممة ومؤمنة وفقا لأحداث المعايير الدولية تسمح بإجراء مختلف عمليات السحب والدفع الإلكتروني عبر الإنترنت أو الشبايبك النقدية لبريد الجزائر أو نهائيات الدفع الإلكتروني، وتتيح هذه البطاقة التي تعمل بنظام env. لحاملها، زيادة على إجراء مختلف عمليات سحب ودفع الأموال على حساباتهم البريدية عبر الإنترنت، تسديد الفواتير الاستهلاكية الخاصة بالكهرباء والغاز والماء الهاتف الثابت.

وستشمل خدمة الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر مستقبلا على خدمة الدفع الوقود بعد تحميل تطبيق نفضال وشراء تذاكر الطائرات ويشجع بريد الجزائر قريبا على عملية تركيب أجهزة TPE للدفع الإلكتروني عبر مختلف المساحات التجارية في كل الولايات، خاصة في تلك المتواجدة في المدن الكبرى، وهي التي ستشهد تركيب 50 ألف جهاز TPE في المرحلة الأولى، والتي ستخص الشركات العمومية والخاصة و الفضاءات التجارية، فيما سيكون هناك مراحل أخرى لتعميم التقنية أكثر.

كما يمكن لحاملي هذه البطاقة استخراج الأموال عبر الموزع الآلي gab البنكية والشبايبك داخل المكاتب البريدية الجزائرية وتعمل هذه البطاقة بمعيار يحمي ويؤمن حسابات الزبائن بعد أن يتم التأكد من حقيقة هويتهم في العالم الافتراضي حيث يتم إدخال الرمز السري الخاص بنظام الترميز والذي من خلاله يتم من خلاله التأكد من هوية مستعمل البطاقة.

وبهدف الإجابة على الاستفسارات وانشغالات المواطنين، تم توفير مركز الاتصالات والإرشادات يعمل على مدار 24 ساعة ويقدم خدماته بثلاث لغات العربية، الأمازيغية، والفرنسية وذلك عبر الرقم 1530.



2-3: خدمات البطاقة الذهبية: بالنسبة للخدمات التي تقدمها البطاقة:

- 1- الاطلاع على الحساب البريدي الجاري وهذا من خلال الرسائل القصيرة التي تصل للزبون خلال الدفع أو السحب من خلال التطبيق notification par sms الذي أطلقه بريد الجزائر.
- 2- تحويل الأموال من ماكينات بريد الجزائر والبنوك.
- 3- تسمح البطاقة الذهبية للزبون بسحب مبلغ 50000 دينار جزائري من الموزع الآلي gab بعدما كان المبلغ المسموح 20000 دينار جزائري.
- 4- يمكن للزبون سحب مبلغ يصل إلى 200 ألف دينار جزائري باستعمال البطاقة الذهبية في الشبايك.
- 5- دفع الفواتير عبر الانترنت.

3-3: طلب البطاقة الذهبية

للحصول على البطاقة الذهبية على المواطن ان يقوم بطلبها عن طريق الأنترنت حيث يمكن لكل شخص له حساب جاري بريدي الحصول عليها وذلك بإتباع الخطوات التالية (بريد الجزائر، 2023):

- الولوج إلى الموقع الإلكتروني وطلب البطاقة من الموقع الرسمي www.poste.dz.
- الولوج إلى المكتب البريدي الافتراضي.
- اختيار خدمة طلب البطاقة الذهبية.
- الضغط على ادخل enter لطلب البطاقة.
- ملاء الاستمارة الخاصة بالمعلومات الشخصية (الاسم، اللقب، العنوان الإلكتروني، رقم الهاتف النقال) كما هو موضح في الشكل التالي:



تجده مكتوبا في الشيك الخاص بحسابك البريدي، كما هو موضح في الشيك التالي: (RIP بالنسبة لرقم



و يكمل المواطن ملاً الاستمارة بالمعلومات الباقية (الولاية، الدائرة، البلدية، الرمز البريدي الخاص بمنطقته)، حيث أن لكل بريد رمز خاص به مثلا رمز البريد المركزي لولاية غليزان هو 48000، و العنوان البريدي و الالكتروني و رقم الهاتف كما هو موضح في الشكل ادناه:

وفي نهاية الاستمارة الموجودة في الموقع نجد خانة موضوع فيها عدد معين من الاسئلة فتقوم باختيار ما يناسبك منها، و تقوم بالإجابة عليه في الخانة الثانية، وبعد يقوم طالب الاستمارة بإدخال الرمز الذي يظهر في الصورة و يقوم بالضغط على زر الموافقة و الخطوات موضحة في الشكل التالي:

و بمجرد قبول الطلب بعد التأكد من المعلومات الشخصية يصل المواطن رقم سري ذو استعمال واحد على هاتفه النقال عبر رسالة قصيرة، و يقوم بإدخال رمز الرسالة الواردة بسرعة في خانة طلب التأكيد ليتم التأكد من هوية الشخص كما هو موضح في الشكل:

بعد إدخال الرقم السري و تأكيد العملية يؤكد له عبر الأنترنت قبول الطلب و يطمئن صاحب الطلب باستلامه للبطاقة عبر المكتب البريدي لمكان إقامته كما هو موضح في الشكل:

Madame/ Monsieur: [REDACTED] **نجاح العملية**
 N° commande: [REDACTED]

Votre demande a été bien enregistrée, un **SMS** vous sera envoyé dès que votre carte est prête, vous allez la récupérer au niveau de l'établissement postal [REDACTED] code postal [REDACTED].
 Veuillez imprimer votre reçu et le présenter signé au charge de la clientèle lorsque vous allez récupérer votre carte.
 Une copie de votre reçu vous est envoyée par mail dans votre boîte électronique [REDACTED] **Renvoyer**

Algérie Poste vous remercie de votre confiance.
 Pour plus d'informations, veuillez appeler le centre d'appel: **1500**

طابعة الوصل

Retour au site officiel **Imprimer votre reçu**

يحصل طالب البطاقة الذهبية على الوصل الذي يؤكد له قيامه بعملية الطلب الكاملة و يقوم بطباعته، حيث تحتوي هذه الاستمارة على التاريخ الذي تمت فيه عملية الطلب للبطاقة و المعلومات الشخصية الخاصة بطالب البطاقة، وهذه المعلومات موضحة في الشكل أدناه:

REÇU DEMANDE DE CARTE EDHABIA D'ALGÉRIE POSTE

Date: 06-12-2016

Titulaire du Compte Courant Postal (CCP)
 REP: 007999999 [REDACTED]
 Numéro de commune: C [REDACTED]

Nom: [REDACTED]
 Prénom: HOUSSEM
 Numéro de la pièce d'identité: [REDACTED]
 Adresse: [REDACTED]
 Établissement postal: [REDACTED]
 Nationalité: Algérienne
 E-Mail: [REDACTED]
 Téléphone mobile: [REDACTED]

Je déclare avoir pris connaissance et accepte les conditions générales et particulières.

Houssem Media Signature

Tous droits réservés. Algérie Poste © 2016

- ثم بعد الانتهاء من جميع هذه الخطوات ينتظر المواطن تلقي رسالة قصيرة عبر هاتفه النقال تعلمه بالتقدم للمكتب البريدي من أجل استلام البطاقة الذهبية.
- ينتقل المواطن إلى المكتب البريدي لمكان إقامته مصحوبا ببطاقة التعريف الوطنية ليستلم البطاقة الذهبية و كذا الرقم السري لاستعمالها الذي سيتطلب منه إدخاله في عديد العمليات المجرات عن طريق البطاقة.

بعض التوصيات من أجل تأمين العمليات المنجزة بواسطة البطاقة الذهبية:

- 1- تحلو بالحيطه.
 - 2- احتفظوا ببطاقتكم بعناية عند حملها معكم أو وضعوها في مكان امن.
 - 3- لا تتركوا أبدا ببطاقتكم بداخل السيارة حينما تغادرونها، أو بداخل غرفتكم بالفندق عند الخروج منها.
 - 4- لا تحفظوا أبدا ببطاقتكم وهاتفكم النقال مع بعضهم البعض.
 - 5- لا تجربوا أحدا برقمكم السري ولا تسجلوه على ببطاقتكم أو على أي وثيقة أخرى.
 - 6- تأكدوا من كون الموقع الالكتروني مؤمنا من خلال التحقق من وجود رمز قفل مغلق على الصفحة الالكترونية.
 - 7- لا تقوموا أبدا بحفظ وتوثيق رقم ببطاقتكم على موقع خدمة الدفع الالكتروني.
- وبناء على هذه التوصيات يتم الاطلاع على الشروط العامة المعروضة من طرف التجار عبر المواقع الالكترونية للتأكد من انجاز كل عملية من عمليات الدفع عبر شبكة الانترنت، مع تحمل المسؤولية الكاملة عن كون المواقع الالكترونية المستخدمة مؤمنة، ويتم التعرف على المواقع المؤمنة من خلال العنوان الالكتروني عوضا عن العنوان وان يكون العنوان مسبوفا برمز على شكل قفل مغلق.
- التأكد بشكل مسبق عن انجاز عمليات الدفع، مع تحمل المسؤولية الكاملة، عن توفر رصيد كاف بالحساب، والاحتفاظ بهذا الرصيد الكافي إلى غاية إجراء الاقتطاعات المواتية على الحساب.
- ويتم تحديد الشروط الخاصة كالاتي :

جدول رقم 3-1 رسوم وأسعار استعمال البطاقة الذهبية

التعريف المطبقة (دج)	الرسم / السعر
350.00	صناعة البطاقة، تجديدها و استبدالها
200.00	إعادة إعداد الرقم السري (PIN)
100.00	الشكاوى غير ثابتة الصحة
30.00	الاعتراض المؤقت و النهائي عن البطاقة
30.00	تجميد البطاقة
10.00 الإبلاغ / السحب	إشعار برسالة قصيرة

جدول 3-2 العمليات المنجزة بواسطة البطاقة " الذهبية."

التعريف المطبقة	العمليات المنجزة
30.00	سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآلية لبريد الجزائر
35.00	سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآلية للبنوك
تسعيرة ثابتة بقيمة 18 دج يضاف إليه: 2 دج عن كل 1000 دج أو كسر 1000 دج وحتى 18.000 دج ما يفوق 18.000 دج، 3 دج عن كل 1000 دج أو كسر 1000 دج، وحتى 1000.000 دج ما يفوق 1000.000 دج، 6 دج عن كل 1000 دج أو كسر 1000 دج تضاف إلى التعريف الخاصة بـ 1000.000 دج الأولى.	سحب الأموال عبر جهاز إدخال الرقم السري PINPAD
مجانا	الدفع عبر نهائيات الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر
مجانا	الدفع عبر شبكة الإنترنت
- سعر الرسالة النصية القصيرة (SMS) 5.00 دج	تعبئة رصيد الهاتف النقال
10.00 دج + سعر الرسالة النصية القصيرة (SMS)	تحويل الأموال
إضافة 12 دج وحتى 10.000 دج، ما يفوق 10.000 دج و كسر 10.000 دج، تضاف 3 دج إلى التعريف الخاصة بـ 10.000 دج الأولى.	

جدول 3-3 عمليات الخدمة البنكية الذاتية المنجزة بواسطة البطاقة "الذهبية"

نوع العملية	التعريف المطبقة (دج)
إعداد الكشف الخاص بالعمليات العشر (10) الأخيرة المنجزة على الحساب	10.00 دج
الإطلاع على الرصيد	10.00 دج
إعداد كشف التعريف البريدي RIP	مجانا
طلب دفتر الصكوك	مجانا

جدول 3-4 الحد من قيمة العمليات المالية المنجزة بواسطة البطاقة

نوع العملية	التردد
سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآلية لبريد الجزائر	يومية
سحب الأموال عبر الشبايك البنكية الآلية للبنوك	يومية
الدفع عبر نهائيات الدفع الإلكتروني لبريد الجزائر	يومية
الدفع عبر نهائيات الدفع الإلكتروني للبنوك	يومية
الدفع عبر شبكة الانترنت	يومية

3-4: الأجهزة المساعدة للبطاقة الذهبية

أولا: جهاز الدفع الإلكتروني TPE:

- تعريفه: هو جهاز يتمتع بعدد أكثر من الامتيازات وبقدرة على التشغيل مع شركة النقد الآلي والعلاقات التلقائية بين البنوك (SATIM) وهو موضوع تحت تصرف المؤسسات، والتجار، والحرفيين، وكل ممثل عن المهن الحرة سواء تعلق الأمر بالقطاع العمومي أو الخاص.

كيفية الحصول على الجهاز: من أجل الحصول على الجهاز يجب على التاجر التقرب من مديرية الوحدة

البريدية الولائية مرفوقا بالملف التالي:

- نسخة من السجل التجاري.
- نسخة من بطاقة التعريف الجبائي.
- نسخة من بطاقة الهوية المسير أو المخول.

- صك مشطوب للحساب الجاري البريدي معنوي الخاص بالتاجر.

ب- مكونات الجهاز: يتكون الجهاز من :

✓ جهاز الدفع الالكتروني.

✓ البطارية.

✓ مولد التزويد بالطاقة (الشاحن)

✓ شريحة التواصل GSM خاصة بالهاتف النقال موبيليس لربط الجهاز بالإنترنت.

✓ لفافة من ورق التذاكر.

- طريقة استخدام جهاز الدفع الالكتروني:

أ- كيفية المعاملة:

✓ تقديم الجهاز للزبون لإدخال البطاقة.

✓ إدخال قيمة المعاملات التي سيقوم الزبون بتسديدها.

✓ تقديم قيمة الجهاز للزبون من أجل إدخال الرقم السري لإتمام العملية

✓ طباعة نسختين من الوصول واحدة للزبون والأخرى يحتفظ بها التاجر .

ب- الحالات التي يتم فيها رفض الدفع الالكتروني:

✓ رصيد حامل البطاقة غير كافي.

✓ الحساب الجاري البريدي مغلق.

✓ البطاقة الذهبية متوقفة عن التشغيل أو منتهية الصلاحية.

✓ سحب البطاقة من الجهاز قبل إتمام العملية.

✓ عطب تقني في الاتصال.

✓ تجاوز الحد الأقصى المسموح به لحامل البطاقة.

✓ الرقم السري خاطئ.

✓ خلل في قارئ البطاقة.

ثانيا: الصراف الآلي **GAB**:

هو ماكينة مريحة تحفظ فيها النقود بطريقة معينة، ويستطيع التعرف على البطاقة الخاصة بها، والسماح بإدخال مبلغ نقدي مغطى في حساب صاحب البطاقة كما تتميز هذه الماكينة بسعة محددة من العملات، حيث تعتبر خدمة للحالات الطارئة فضلا عن حفاظها على وقت الزبائن، بحيث يتم تقدير حجم المبالغ التي تسحب يوميا بدراسة متوسط حالات السحب، قياسا على سعة الآلة، حيث يمكن برمجة الماكينة بصورة تتيح صرف مبالغ محددة ومنع تكرار الصرف من الرقم عينه في اليوم ال واحد .

في تعريف آخر" هو جهاز الكتروني مهمته القيام ببعض العمليات المالية الالكترونية، تحفظ فيه النقود بطريقة آلية، وبكمية محددة من العملات لتسهيل إجراء عمليات السحب النقدي، يحمل هذا الجهاز رقم سري يمكن للعميل من الحصول على بعض الخدمات مثل: طلب دفتر الشيكات وتوفير الجهد في الحصول على هذه الخدمات حتى في أوقات العمل الرسمية

الخدمات التي يقدمها الصراف الآلي **GAB**:

- السحب النقدي.
- طلب دفتر الشيكات.
- الحصول على البطاقات المدفوعة مسبقا مثل البطاقة التي تسمح بالدخول إلى الانترنت.
- الاستفسار عن الأرصدة.
- التحويل من الحسابات.
- طلب كشف الحساب.
- تغيير الرقم السري.
- تحويل من حساب إلى حساب.
- تعبئة جهاز الهاتف النقال للمتعاملين الثلاثة (موبيليس، جيزي وأوريدو).
- مكونات جهاز الصراف الآلي **GAB** يتكون الجهاز مما يلي:

1- خزانة النقود: معدة بطريقة مؤمنة، لا يتم فتحها إلا من قبل أشخاص مسؤولين يتم شحنها بأوراق نقدية من فئات معينة.

- 2- طابعة صغيرة: تطبع الإيصالات اللازمة للعمليات المطلوبة من الزبائن بالخطوات الواجب القيام بها والمعلومات التي يطلبها.
- 3- شاشة ملونة: صغيرة الحجم بواسطتها يتم تسهيل إجراء العملية أو الباقات الائتمانية المعتمدة لهذه الغاية.
- 4- قارئ البطاقة: فتحة مخصصة لإدخال البطاقات الممغنطة أو البطاقات الائتمانية المعتمدة لهذه الغاية.
- 5- لوحة أزرار: وهي لوحة أرقام وعبارات العميل لإتمام عملياته المالية.
- 6- فتحة النقود: هي فتحة صغيرة تخرج منها النقود التي طلبها العميل بعد إجراء العملية الصحيحة وإذا كانت الكمية المطلوبة متوفرة في حسابه.
- 7- صندوق البطاقات المصادر: وهو صندوق خاص لحفظ البطاقات التي صادرتها الماكينة من الزبون نتيجة أخطاء متكررة ، تفاديا للتلاعب بالماكينة ، أو نتيجة خلل في البطاقة.
- 8- كاميرا: في بعض الأحيان يوجد كاميرات تصوير لأخذ صور الزبائن الذين يجرون العمليات، حيث تحدد شخصيتهم وتحتفظ بصورهم وتاريخ إجراء العملية، ويتم الاحتفاظ بالصور في أرشيف خاص بكل أجهزة ATM .
- 9- شبكة الكترونية: لتشغيل الصراف الآلي وربطه بالنظام المصرفي وشبكة الاتصالات المصرفية الممكنة داخل الدولة وخارجها.

3-5: إحصائيات حول البطاقة الذهبية

من أجل تطوير و عصرنه نوعية الخدمات المتوفرة للمواطن الجزائري، تسعى مؤسسة بريد الجزائر إلى تعميم استعمال البطاقة الذهبية، وبالفعل فإن عدد حاملي هذه البطاقة شهد تزايد ملحوظ منذ ظهورها وحتى يومنا هذا ، حيث بلغ عدد البطاقات الذهبية: 11 مليون في الجزائر حسب تصريح الوزير بتاريخ 2023/05/24 وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المبحث بداية منذ ظهورها إلى السنوات الأخيرة.

إحصائيات حول البطاقة الذهبية في الجزائر

أفادت وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية في بيان لها ، أن مؤشرات الدفع الإلكتروني عبر المنصة النقدية لبريد الجزائر عرفت تحسنا ملحوظا خلال سنة 2022، حيث نمت بمعدل 406% مقارنة بسنة 2021.

من جهة أخرى أفادت الوزارة بأن العمليات المنفذة في قطاع الاتصالات لوحدة (اتصالات الجزائر، موبيليس، جيزي و أوريدو) تشكل نسبة 55.91% ، ما يعادل 949.654.3 عملية . وحسب المصدر ذاته فإن هذه العمليات تمثلت في خدمات شحن الرصيد و دفع فواتير الهاتف و اشتراكات الإنترنت.

إحصائيات البطاقة الذهبية بولاية غليزان:

جدول رقم (3-5) : يوضح تطور حاملي البطاقة الذهبية بولاية غليزان

المجموع	2022	2020	2019	/
عدد الشبايك الآلية	32	29	27	
عدد أجهزة TPE	131	100	12	
عدد البطاقات الجاهزة	186337	139822	31768	14747
عدد البطاقات الموزعة	140474	98725	28117	13632
عدد العمليات على الصراف الآلي	3767152	2000000	1256629	510523

المصدر: من إعداد الطالبين حسب المعلومات المقدمة من طرف مديرية البريد غليزان - بوكروالة عبد الحكيم- حسب المعلومات المقدمة من طرف مديرية البريد لولاية غليزان فإنه قد تم وضع 34 شبك آلي بديلا للشبايك الآلية الخاصة بالبطاقة المغناطيسية القديمة منذ 2019 وحتى 2022، وتم تجهيز 14747 في سنة 2019 تم توزيع 13632 بطاقة منها كما تم تجهيز 12 جهاز من أجهزة TPE ليصل إلى 100 جهاز خلال سنة 2022 ، أما عدد العمليات على الصرافات الآلية على مستوى الولاية بلغ 510523 سنة 2019 ، في سنة

2020 كان عدد البطاقات الجاهزة يقدر ب 31768 بطاقة تم تصنيعها ويرتفع بشكل ملحوظ سنة 2022 ليلعب 139822 بطاقة وهذا راجع إلى أنه في سنة 2020 ظهر وباء الكورونا والذي زاد من طلب المواطن الجزائري على البطاقة إذ كان لابد من إنتاج هذا العدد لتلبية حاجات الزبائن حيث قدرت البطاقات الموزعة خلال هذه السنة ب 98725 بينما عدد العمليات على الصرافات الآلية 2000000 فنلاحظ أن عدد العمليات في تزايد، في 2022 تم تجهيز 139822 بطاقة وهذا الارتفاع راجع إلى تزايد عدد طلبات الزبائن بسبب انتشارا لمرض في الولاية كما أن أغلب سكان الولاية لديهم ثقافة حول هاته البطاقة، وقد قدر عدد البطاقات الموزعة ب 98725 بطاقة وتعد هذه القيمة أكبر من قيمة البطاقات المصنعة خلال السنتين

2019 و 2020 ، وقد قدر عدد العمليات على الصرافات الآلية ب 2000000 حيث نلاحظ أن عدد العمليات في تزايد منذ 2019 إلى 2022 أي أن أصحاب البطاقات يقومون باستخدامها بشكل مستمر وقد قدر مجموع عدد العمليات على الصرافات الآلية 3767152 ومجموع البطاقات المصنعة خلال السنوات الثلاث 186337 والموزعة 140474 وعدد أجهزة الدفع الإلكتروني 131.

يوجد بولاية غليزان حوالي 32 صراف آلي عبر كامل الولاية (موزع على 18 بلدية) ، وفيما يلي سنوضح عدد العمليات على الصرافات الآلية الموجودة على مستوى الولاية خلال شهر أفريل 2023:

جدول رقم (3-6) : عدد العمليات المحجزة على الصرافات الآلية لولاية غليزان خلال شهر أفريل 2023

عدد العمليات	الصرافات الآلية	عدد العمليات	الصرافات الآلية
4275	سيدي محمد بن علي	7884	وادي رهيو
921	لحلاف	5525	مازونة
681	واريزان	15899	غليزان
1416	منداس	4524	جديوية
876	وادي الجمعة	3848	عبي موسى
894	عين طارق	3362	زمورة
320	الرمكة	2401	يلل
587	لحلاف	1501	الجمادنة
469	سيدي خطاب	1030	المطمر

المصدر: وثائق مقدمة من طرف مديرية بريد غليزان- عرباوي ياسين -

3-6: تقييم مدى نجاعة استخدام البطاقة الذهبية

أولا: مزايا البطاقة الذهبية

سنحاول إبراز نقاط قوة البطاقة الذهبية والتي تكمن في (الحكيم، 2023) :

- 1- إمكانية استخدام البطاقة 24/24 سا و 7/7 أيام.
- 2- إمكانية استخدامها في أي مكان يتم فيه قبول هذه البطاقات.
- 3- سهولة ومرونة وسرعة التعامل بالبطاقة الذهبية.

- 4- تفادي مشكل التصريح بالعمولات عند السفر إلى الخارج.
- 5- إمكانية إجراء التعاملات عن بعد سواء بواسطة الهاتف أو الانترنت.
- 6- السرعة والسهولة في القيام بالعمليات التجارية.
- 7- تفادي خطر إبقاء السيولة في الخزينة.

ثانيا: عيوب البطاقة الذهبية

للبطاقة الذهبية بعض العيوب نذكر منها ما يلي (الحكيم، عيوب البطاقة الذهبية، 2023) :

عدم وجود موزعات آلية في كل مكاتب البريد والموزعات الآلية و بعضها لا يوجد بها سيولة كافية.

في حالة سرقتها مع الرقم السري توجد خطورة على صاحب الحساب حيث أنها تمكن سارقها من سحب أقصى مبلغ من الموزع الآلي وقدره 50000 دج وهذا ما يشكل خطورة كبيرة على صاحبها

- حدوث أخطاء في السحب بسبب خلل في الشبكة.
- صعوبة استرجاعها في حالة ضياع الرقم السري.
- بعض الزبائن تصلهم البطاقة الذهبية بدون رقم سري.

نتائج الدراسة:

لقد قمنا من خلال هذه الدراسة بالإجابة على هذه الاشكالية و يمكن حصر أهم نتائج هذه الدراسة في النقاط التالية:

- ✓ كانت الرقمنة الحل المثالي للمشاكل المطروحة من الوسائل التقليدية
- ✓ بظهور البطاقة الالكترونية أصبح الفرد بحاجة إلا للبطاقة لتسديد مشترياته أو الحجز في الفنادق.
- ✓ مازال هناك ضعف في الدعاية و الإعلان بخصوص البطاقة الذهبية.

اختبار الفرضيات:

من خلال طريقة معالجة لموضوع الدراسة توصلنا إلى ما يلي:

ما يخص الفرضية الأولى القائلة: أنه هناك توجه لمؤسسة بريد الجزائر نحو رقمنة أنشطتها الخدمية .

و الفرضية الثانية التي نصت على أن الرقمنة تساهم من خلال بطاقة الذهبية في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر

آفاق الدراسة:

إن انتهاء الباحث للدراسة عند هذا الحد لا يعني ذلك نهاية البحث بل هو العكس و هو انطلاقة جديدة و دافع

قوي لدراسات مستقبلية أكثر عمقا و بالتالي نأمل مواصلة هذا الموضوع من خلال معرفة:

1- دور الرقمنة ووسائل الدفع الالكترونية وانعكاساتها على الجزائر خاصة ؟

2- مدى مساهمة البطاقة الذهبية في تحسين المعاملات النقدية ؟

3- الدراسة الدقيقة لمستقبل البطاقة الذهبية في غليزان وما ستؤول إليه خلال

السنوات المقبلة ؟

خلاصة:

لقد قمنا في هذا الفصل بتقييم جودة الخدمة البريدية ، ثم حاولنا دراسة واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسة بريد الجزائر بـغليزان و انعكاساته على جودة الخدمة المقدمة وتم توصل إلى أن وضعية التكنولوجيا بالمؤسسة في تطور مستمر الأمر الذي يؤدي إلى تحسين جودة خدماتها، غير أن هذا المستوى من تحسين لم يرقى إلى مستوى مرغوب.

وأظهرت الدراسة أن سبب هذا المستوى المتأخر يرجع إلى الزبائن و الموظفين معا، فالموظفين في المؤسسة يدركون أهمية استخدام تكنولوجيا في تحسين جودة الخدمة و لديهم فناعة كبيرة بهذا، إلا أنهم عمليا لا يستخدمونها بشكل كلي، و هذا لغياب عنصر تدريب على استعمال هذه التكنولوجيات و الدورات التكوينية الخاصة بذلك كما نلاحظ غياب عنصر التحفيز و نقص اليد العاملة المؤهلة و المتخصصة. أما من جهة الزبائن فلا يزال مستوى الاستيعاب الزبائن لهذه التكنولوجيات ضعيف جدا و نقص إدراك أهمية استخدامها و كذلك تديني مستوى الاستخدام و التحكم في الإنترنت لدى زبائن المؤسسة، بالإضافة إلى نقص عنصر الترويج.

من خلال ما تقدم يتوجب على مؤسسة بريد الجزائر تشكيل دورات تكوينية لموظفيها خاصة باستعمال هذه التكنولوجيات و توظيف إطارات كفاءة و متخصصة و اهتمام بعنصر التحفيز و تهيئة الظروف الملائمة للعمل بالإضافة إلى ضرورة وضع ومضات إـشهارية لتعريف الزبون بخدماتها الإلكترونية و كيفية التجاوب معها.

الفصل الرابع

الخاتمة العامة

في ظل التقدم العلمي وظهور ما يسمى بالتقنية الرقمية أو الإلكترونية، كان لابد لدول العالم أن تتجه نحو الاستفادة منها من خلال توفير جميع الإمكانيات المادية والبشرية والتقنية من أجل إنجاح هذا التحول والتغير، وذلك بالعمل على تسريع هذه التقنية عبر توفير بنى تحتية واعداد كوادر بشرية متخصصة ومؤهلة، حيث تم تطبيق الرقمنة في عدة مجالات، بما في ذلك المجالات الإدارية، فأدخلت هذه التقنية الرقمية في مجال الإدارة العمومية. إن التجربة الجزائرية في مجال الخدمات العمومية الإلكترونية تمثل نقطة تحول هامة في وظائف المؤسسات العامة، غير أن نقص الجاهزية الإلكترونية في الجزائر أدى إلى عرقلة الخدمات العامة الإلكترونية، والتي أعادت مشكلة الطابور من جديد في مؤسسات الخدمة العمومية مثل مشكل خروج الشباك الإلكتروني عن الخدمة ساعات طويلة.

ومن الملاحظ أنه بعد تحول الجزائر التدريجي في مجال الإدارة من التقليدية إلى الرقمية فهي قد اجتازت خطوات كبيرة للحاق بركب الدول المتطورة، وهذا عن طريق تطبيق الرقمنة على أرض الواقع، من خلال الشروع في تطبيق العديد من المؤسسات الخدمية العمومية لمشاريع الرقمنة من بينها مؤسسة بريد الجزائر، والتي بدأت في تبني مفهوم الرقمنة في تقديم خدماتها، وكانت البطاقة الذهبية إحدى نماذج تقديم خدمات بريدية رقمية. عموما نرى أن مشروع الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر بدأت بوادر نجاحه تظهر بالنظر إلى ما يتم تقديمه من خدمات، سواء على مستوى المكاتب البريدية أو عبر شبكة الانترنت، وهو الأمر الذي عاد بالفائدة على مؤسسة البريد والمواطن على حد سواء، من خلال عصنة الخدمات العمومية بتطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتقريب المواطن من الإدارة.

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى جملة من النتائج، وفي إطارها ارتأينا تقديم بعض المقترحات، نوردنا على النحو التالي:

أولاً: النتائج

من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية توصلنا إلى العديد من الاستنتاجات نذكر أهمها:

فمن الناحية النظرية:

- 1- تتمثل التكنولوجيا في مجمل المعارف والأسس النظرية والعلمية التي تسخر للإنسان الجهد والوقت والراحة.
- 2- تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال عاملا مهما في تطوير جميع المؤسسات بصفة عامة والمؤسسة الخدمية بصفة خاصة.

3- الرقمنة هي عملية تحويل المواد من شكلها التقليدي (المطبوع) إلى شكل رقمي يتم قراءته واسترجاعه بشكل رقمي.

4- تعرف جودة الخدمة على أنها مدى توافق إدراكات الزبون مع توقعاته للخدمة.

5- يتم تقييم جودة الخدمة بالنسبة للزبون من خلال أبعاد جودة الخدمة، والتي تتمثل في: الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف، الأمان، الجوانب الملموسة.

6- إن عصرنة وتحسين الخدمة العمومية يعني بناء قطاع يتميز بالكفاءة والفعالية، وقادر على تلبية الحاجات العامة للجمهور بتقديم خدمة عمومية عالية المستوى.

ومن الناحية التطبيقية:

1- تشهد مكاتب بريد ولاية غليزان نقصا في الأجهزة والمعدات التقنية، خاصة أجهزة السحب ببطاقة الذهبية، حيث نجد 32 موزعا آليا للأوراق النقدية موزعة على 55 مكتب بريدي، وهذا غير كاف لاستيعاب العدد الكبير لحاملي البطاقة.

2- يعتبر الموقع الإلكتروني لبريد الجزائر نقطة إيجابية لصالحها، حيث ساهم في تقريبها من المواطن.

3- تستخدم مؤسسة بريد الجزائر الوسائط الرقمية المختلفة والتي من أهمها الانترنت، من أجل التواصل مع زبائنها واعلامهم بكل ما هو جديد.

4- تبذل مؤسسة بريد الجزائر جهدا لتطوير خدماتها المختلفة، خاصة فيما يتعلق ببطاقة الذهبية، وذلك من خلال تبسيط اجراءات الحصول عليها وتوسيع خدماتها.

5- تعتبر بطاقة الذهبية أهم ما يميز مؤسسة بريد الجزائر في إطار التحول نحو الرقمنة، حيث قدمت العديد من المزايا لمستخدميها، من أهمها توفيرها للوقت والجهد، إضافة لكونها آمنة في إتمام مختلف المعاملات الإلكترونية.

6- هناك توجه لمؤسسة بريد الجزائر نحو رقمنة أنشطتها.

7- تساهم الرقمنة من خلال بطاقة الذهبية في تحسين جودة خدمات بريد الجزائر.

ثانيا: الاقتراحات

بناء على كل ما تقدم يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات الهادفة المتعلقة بالموضوع المدروس والتي يمكن أن تفيد مؤسسة بريد الجزائر:

- 1- الاهتمام أكثر باستخدام التكنولوجيا الحديثة من خلال اعتماد أجهزة ومعدات أكثر تطورا وأمانا في تقديم خدماتها.
- 2- استدراك النقص في الموزعات الآلية للأوراق النقدية والحرص على نشرها بشكل لامركزي، خاصة في المناطق البعيدة عن مكاتب البريد وفي بعض المؤسسات العمومية الكبرى (كالجامعات والمستشفيات...الخ).
- 3- الاهتمام أكثر بعنصر الترويج لتعريف المواطن بالخدمات البريدية وتحسين الاتصال معه.
- 4- نشر ثقافة الوعي لدى الزبائن، ومحاولة تغيير نظرهم السلبية الخاطئة حول خطر التعامل ببطاقة الذهبية.
- 5- توفير أجهزة الدفع الإلكتروني في مختلف مراكز التسوق والمحلات التجارية لتعميم استخدام بطاقة الذهبية وتشجيع المواطنين على استخدامها في إنهاء معاملاتهم اليومية.

قائمة المراجع

1. أحمد سفر. (2008). *أنظمة الدفع الإلكترونية*. بيروت، لبنان: منشورات الحلبي الحقوقية.
2. الإسكندرية، مصر. (2008). *التسويق الإلكتروني*. الإسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.
3. الجريدة الرسمية. (10 05, 2018). المادة 6 من القانون 18-05 المؤرخ في 10 ماي 2018 المتعلق بالتجارة الإلكترونية. *الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية*. الجزائر، الجزائر: الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية.
4. العربي بوعمامة. (2014). *الاتصال العمومي والإدارة الإلكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية*. مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، 40.
5. العياشي زرار، كريمة غياد. (2016). *استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية*. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
6. إيمان فاضل السام ارثي، محمد الزعبي. (2004). *نظم المعلومات الإدارية*. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
7. بشير العلاق. (2009). *الاتصال في المنظمات العامة*. عمان، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
8. بشير العلاق، حميد الطائي. (2007). *تسويق الخدمات*. عمان، الأردن: دار زهران للنشر والتوزيع.
9. بشير العلاق، حميد الطائي. (بلا تاريخ). *مرجع سبق ذكره*.
10. توفيق محمد عبد المحسن. (2006). *قياس الجودة والقياس المقارن*. الإسكندرية، مصر: دار الفكر العربي.
11. ثابت عبد الرحمن إدريس. (2003). *المدخل الحديث في الإدارة العامة*. الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية للنشر.
12. ثابت عبد الرحمن إدريس. (2006). *كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية*. الإسكندرية، مصر: الدار الجامعية.
13. جمال يوسف بدير. (2008). *المكتبات الإلكترونية والرقمية*. عمان، الأردن: المكتبة الوطنية.
14. حسن عماد مكاي، محمود علم الدين. (2009). *تكنولوجيا المعلومات والاتصال*. القاهرة، مصر: الدار العربية للنشر والتوزيع.
15. حسين محمد الحسن. (2010). *الإدارة الإلكترونية*. عمان، الأردن: مؤسسة الوارق للنشر.
16. حميد الطائي. (2007). *الأسس العلمية للتسويق الحديث*. عمان، الأردن: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
17. دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم. (2013). *التجارة الإلكترونية*. عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
18. دميثان المجالي، أسامة عبد المنعم. (2013). *التجارة الإلكترونية*. عمان، الأردن: دار وائل للنشر.
19. رازن علي عمر عبد المهدي. أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعناصر المزيج التسويقي على جودة الرعاية الصحية، *مذكرة ماجستير، تخصص الأعمال الإلكترونية*. جامعة الشرق الأوسط، كلية الأعمال، عمان، الأردن.
20. ربحي مصطفى عليان. (2012). *البنية الإلكترونية*. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
21. رشيد سالم، أسماء قاسمية. (2017). *ترشيد الخدمة العمومية من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال*. مجلة التنمية وإدارة الموارد البشرية، العدد 8، جامعة البليدة 2 لونيبي علي، البليدة، الجزائر، 352.
22. سامح زينهم عبد الجواد. (2012). *المكتبات والأرشيفات الرقمية*. القاهرة، مصر: شركة ناس للطباعة.
23. سعد غالب ياسين. (2005). *أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات*. عمان، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

24. سليمان مصطفى الدلاهمة. (2008). نظم المعلومات المحاسبية وتكنولوجيا المعلومات. عمان، الأردن: دار الواروق للنشر والتوزيع.
25. سميرة هارون، كمال حوشين. (2014, 10 29:30). دور الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة العمومية، الملتقى العلمي الدولي حول جودة الخدمة العمومية في ظل الحكومة الإلكترونية. بومرداس، الجزائر، جامعة أمجد بوقرة، الجزائر.
26. سوسن شاكور، محمد عواد الزيادات. (2007). إدارة الجودة الشاملة. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
27. صليحة خلاف. مبدأ المساواة في تنظيم الصفقات العمومية الجزائرية، مذكرة ماجستير، تخصص قانون الإدارة العامة. جامعة العربي بن مهيدي. كلية الحقوق والعلوم السياسية، أم البواقي، الجزائر.
28. ضالع بخالد. يات تحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة ماستر، تخصص إدارة وتسيير الجماعات المحلية. جامعة مولاي الطاهر. كلية الحقوق والعلوم السياسية، سعيدة، الجزائر.
29. طارق طه. (2006). التسويق بالانترنت والتجارة الإلكترونية. الإسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.
30. طارق عبد العال حماد. (2007). التجارة الإلكترونية. القاهرة، مصر: الدار الجامعية.
31. عابد عبد الكريم غريسي، محمد شريف. (2013). دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد وتحسين الخدمة العمومية. المجلة الجزائرية للمالية العامة، 79.
32. عابد عبد الكريم غريسي، محمد شريف. (بلا تاريخ). مرجع سبق ذكره.
33. عامر إبراهيم قنديلي، إيمان فاضل السامرائي. (2009). تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. عمان، الأردن: مؤسسة الواروق للنشر والتوزيع.
34. عبد الحكيم معوج. استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في بيئة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، أطروحة دكتوراه، تخصص إدارة أعمال. جامعة الجزائر 3. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
35. عبد الفتاح بيومي حجازي. (2004). مقدمة في التجارة الإلكترونية. الإسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.
36. عبد الفتاح بيومي حجازي. (2008). الحكومة الإلكترونية بين الواقع والطموح. الإسكندرية، مصر: دار الفكر الجامعي.
37. عبد القادر براينيس. (2014). تسويق الخدمات والخدمات العمومية. الإسكندرية، مصر: مكتبة الوفاء القانونية للنشر.
38. عبد القادر براينيس. (بلا تاريخ). مرجع سبق ذكره.
39. عبد القادر براينيس. (بلا تاريخ). مرجع سبق ذكره.
40. عبد الكريم عشور. دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة ماجستير تخصص الديمقراطية والرشادة. جامعة منتوري. كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسنطينة، الجزائر.
41. علاء عبد الرازق سالم. (2003). نظم إدارة المعلومات. القاهرة، مصر: منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية.
42. غسان قاسم داود اللامي. (2007). إدارة التكنولوجيا. عمان، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
43. فتيحة بوحروود. فتيحة بوحروود تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية، مذكرة ماجستير، تخصص إدارة أعمال. جامعة فرحات عباس. كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، سطيف، الجزائر.
44. فتيحة بوحروود. مرجع سبق ذكره.

45. فريد كورتل. (2010). *تسويق الخدمات الصحية*. عمان، الأردن: دار كنوز المعرفة العلمية.
46. قاسم نايف علوان المحياوي. (2006). *دائرة الجودة في الخدمات*. عمان، الأردن: دار الشروق.
47. قاسم نايف علوان المحياوي. (بلا تاريخ). *مرجع سيق ذكره*.
48. مأمون الد راركة، طارق الشبلي. (2002). *الجودة في المنظمات الحديثة*. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
49. محمد الصغير بعلي. (2002). *القانون الإداري*. عنابة، الجزائر: دار العلوم للنشر والتوزيع.
50. محمد حسين منصور. (2003). *المسؤولية الإلكترونية*. الإسكندرية، مصر: دار الجامعة الجديدة للنشر.
51. محمد طاهر نصير. (2004). *التسويق الإلكتروني*. عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
52. محمد عبد حسين الطائي. (2010). *التجارة الإلكترونية*. عمان، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
53. محمد عبده حافظ. (2009). *تسويق الخدمات*. القاهرة، مصر: المكتب العربي للمعارف.
54. محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف. (2012). *التسويق الإلكتروني*. عمان، الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
55. مسفرة بنت دخيل الله الخثعمي. (2011). *مشاريع وتجارب التحويل الرقمي في مؤسسات المعلومات*. مجلة *مراجعة المعلومات العلمية والتقنية*، 27، 26.
56. مصطفى رجب. (2009). *الإعلام والمعلومات في الوطن العربي في ظل إرهاب العولمة*. عمان، الأردن: مؤسسة الوارق للنشر والتوزيع.
57. منير الحمزة. (2008). *المكتبات الرقمية*. الجزائر: دار الألمعية للنشر والتوزيع.
58. منير الحمزة. (2011). *المكتبات الرقمية*. الجزائر: دار الألمعية للنشر والتوزيع.
59. مهدي السمرائي. (2007). *إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمي*. عمان، الأردن: دار جرير.
60. ناصر داداي عدون. (1998). *اقتصاد المؤسسة*. الجزائر: دار العجدية العامة.
61. نجوى عمروش. دور جودة الخدمة في تحقيق رضا العميل، مذكرة ماجستير، تخصص علوم التسيير. جامعة منتوري. كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسنطينة، الجزائر.
62. نظام موسى سويدان، إبراهيم حداد شفيق. (2003). *التسويق*. عمان، الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
63. نور الدين بريار، مريم مشري. (2016). *مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تحديث الخدمات المالية*. مجلة *التنمية والاستشراف للبحوث والدراسات*، العدد 01، 63.
64. نور الدين شنوفي. (06 02، 2017). *المناجنت العمومي*. الجزائر: جامعة التكوين المتواصل.
65. هاشم فوزي العبادي، جليل كاظم العارضي. (2012). *نظم إدارة المعلومات*. عمان، الأردن: دار صفاء للنشر والتوزيع.
66. هاني حامد الضمور. (2008). *تسويق الخدمات*. عمان، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
67. وهاب محمد. تقييم صورة المؤسسة و اثرها على سلوك المستهلك، دراسة حالة بريد الجزائر، مذكرة ماجستير. جامعة الجزائر. كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، تخصص التسيير، الجزائر.

68. وهيبية عبد الرحيم. أطروحة دكتوراه، تخصص نقود ومالية تحديث طرق الدفع ومساهمتها في خلق تجارة إلكترونية في الوطن العربي. جامعة الجزائر3. كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، الجزائر.
69. وهيبية عبد الرحيم. (بلا تاريخ). مرجع سبق ذكره.
70. وهيبية غاررمي. (2010). الإدارة الحديثة للمكتبات. بن عكنون، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
71. يوسف حسن يوسف. (2012). الاقتصاد الإلكتروني. القاهرة، مصر: المركز القومي للإصدار القانونية.
72. بريد الجزائر. (26, 04, 2023). تم الاسترداد من <https://edcarte.poste.dz/ar/terms/htm>
73. بريد الجزائر. (25, 04, 2023). تم الاسترداد من www.poste.dz
74. Chatelet, J. M. (1996). *Méthodes productique et qualité*. France: Ellipses.
75. G. Armstrong, P. (2010). *Principes de marketing, 10ème édition*. France: Pearson éducation.
76. Mohammed Obeidat, H. A. (2005). *Principles of marketing, 1st édition*. Amman, Jordan: Dar Wael.
77. P. Kotler, B. (2003). *Marketing management, 11ème édition*. France: Pearson éducation.
78. P. Kotler, B. (s.d.). *op.cit*

