

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة  
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية  
قسم العلوم الاجتماعية

عنوان المذكرة:

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة

في مؤسسة بريد الجزائر

دراسة ميدانية على عينة من زبائن الوحدة الولائية للبريد سكيكدة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص: عمل وتنظيم

إشراف الأستاذة:

أ.د. سميرة منصوري

إعداد الطالبتان:

- نسرين بوحلوس

- شهيرة بوحلوس

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الصفحة	الجامعة
د. محمد بودرمين	رئيسا	20 أوت 1955 سكيكدة
أ.د. سميرة منصوري	مشرفا ومقررا	20 أوت 1955 سكيكدة
د. زهية بن سلامة	ممتحنا	20 أوت 1955 سكيكدة

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر وتقدير

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

" لَا يَشْكُرُ اللَّهُ مَنْ لَمْ يَشْكُرْ النَّاسَ "

مصداقاً لقول الحبيب المصطفى، ومن باب الإنصاف والاعتراف بالفضل، وبعد شكر المولى عز وجل الذي تتم بنعمته الصالحات، نتقدم بجزيل الشكر والامتنان للدكتورة المشرفة الدكتورة: منصورى سميرة لقبولها الإشراف على هذه المذكرة العلمية وعلى حثها وتشجيعها لنا وكذلك صبرها وتفهمها، وعدم توانيها عن تقديم يد المساعدة في أي وقت وإغداقها لنا بالنصح والإرشاد في كل كبيرة وصغيرة، وعلى ملاحظاتها الدقيقة والبناءة، داعين من المولى أن يحفظها ويرزقها الصحة والعافية وأن ينفعها بعلمها وينفع بها.

وإلى الأساتذة أعضاء لجنة المناقشة المتمثلين في: الأستاذ بودرمين محمد ( رئيساً)، والأساتذة بن سلامة زهية (مناقشاً) نتقدم بجزيل الشكر لهما على تكرمهما بالقراءة والاطلاع الجاد والمساهمة في إثراء المذكرة بملاحظتهما واقتراحاتهما الوجيهة.

وعرفاناً وتقديراً لكل أساتذة قسم علم الاجتماع بجامعة 20 أوت 1955 سكيكدة خاصة الذين كان لنا شرف التكوّن لديهم، مع شكر خاص للأساتذة "ساسي هادف نجاه، بروش عبدالله، والأستاذ أحمد بودشيشة".  
دون أن ننسى شكر موظفي مكتبة كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية خاصة السيد حاجي مهدي والسيد ساكر سلام

كما نتقدم بكامل الشكر لكل السادة الذين ساعدونا على إنجاز العمل الميداني وهم: "السيد عميور دعاس أحمد، السيد درويش نبيل، السيد نمور يسري، السيد صالح لبدويي.

نتقدم بشكر خاص لموظفي مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر سكيكدة على حسن تعاملهم وتعاونهم.

الشكر الخالص لجميع زبائن المؤسسة الذين ساعدونا بأرائهم واقتراحاتهم.

الشكر موصول إلى كل من ساعدنا وساندنا في هذا العمل سواء من قريب أو بعيد.

## إهداء

الحمد لله خالق كل شيء، ومدبر الأمر كله والقادر عليه، ولي التوفيق والسداد، أحمدته وأشكر فضله أن وفقنا لإنجاز هذا العمل الذي أهدي ثمرته:

إلى أعلى من لدي في الوجود، من أعطوني الحب بلا حدود، ودفعوني إلى معترك الحياة بلا قيود لأواجه تقلبات الدهر بكل ثقة وصمود، من زرعاً دربي أنغاماً ووروداً فليحفظهما الواحد المعبود.

### { أمي و أبي }

إلى روح: جدي وجدتي رحمهما الله وجعلهما في الفردوس الأعلى مع الأنبياء والصديقين والشهداء.

إلى إخوتي: منير، يعقوب، إلياس، وإلى أختاي الغاليتين اللتين لولا صبرهما معي ودعمهما لي لما أكملت دراستي العليا رزيقة ونسرين.

إلى شريك حياتي وسندي: زوجي العزيز عبد الله وأسرته الكريمة.

إلى أجمل فرحتين في حياتي: ابني محمد الفاتح وابنة أختي أنفال.

إلى من أمضيت معهم أجمل الأوقات وصنعنا معا أحلى الذكريات خلال عامين: دفعتي المميزة بطيب الأخلاق وحسن الوفاق قسم ماستر تنظيم وعمل 2023-

2024

شهوة

## إهداء

الحمد لله الذي هدانا لهذا، وما كنا لنهتدي إليه لولا أن هدانا الله، ربي منك التوفيق

والسداد، ولك الشكر والامتنان، أما بعد فأهدي عملي هذا:

إلى أوسط أبواب الجنة أبي العزيز، وإلى سندي وشريكتي في كل فرح ومحنة أمي الحنون،  
أطال الله عمريهما وأدام عليهما الصحة والعافية.

إلى إخوتي: منير، يعقوب وإلياس، وإلى أختاي الغاليتين رزيقة وشهيرة.

إلى براعم الأسرة: محمد الفاتح وأنفال.

إلى من أمضيت معهم أجمل الأوقات وصنعنا معا أحلى الذكريات خلال عامين:

دفعتي المميزة بطيب الأخلاق وحسن الوفاق قسم ماستر تنظيم وعمل 2023-

2024

نسرين

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
/	الشكر والتقدير
/	الإهداء
/	فهرس المحتويات
/	قائمة الجداول
/	قائمة الأشكال والرسوم البيانية
/	قائمة الرموز والاختصارات
/	ملخصات الدراسة
أ، ب	مقدمة
37-5	الفصل الأول: موضوع الدراسة
5	تمهيد
6	أولاً. أسباب اختيار موضوع الدراسة
6	ثانياً. أهمية الدراسة
7	ثالثاً. أهداف الدراسة
9-7	رابعاً. الإشكالية
14-10	خامساً. فرضيات الدراسة
26-15	سادساً. مفاهيم الدراسة
36-27	سابعاً. الدراسات السابقة

37	خلاصة
64-43	الفصل الثاني: الرقمنة أبعاد ودلالات
43	تمهيد
46-44	أولاً. نشأة الرقمنة وتطورها
47-46	ثانياً. خصائص الرقمنة
50-47	ثالثاً. أهمية الرقمنة وأهدافها
54-50	رابعاً. مكونات وأشكال الرقمنة
58-54	خامساً. النظريات المفسرة للرقمنة
61-59	سادساً. إيجابيات وسلبيات الرقمنة
63-61	سابعاً. واقع تطبيق الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر
64	خلاصة
85-70	الفصل الثالث: الأبعاد المعرفية لجودة الخدمة
70	تمهيد
72-71	أولاً. نشأة وتطور الجودة
73-72	ثانياً. أهمية جودة الخدمة
74-73	ثالثاً. أهداف جودة الخدمة
78-74	رابعاً. أبعاد ونماذج قياس جودة الخدمة
81-78	خامساً. النظريات المفسرة لجودة الخدمة

83-82	سادساً. أساليب تحسين جودة الخدمة
84-83	سابعاً. العلاقة التفاعلية بين جودة الخدمة ورضا الزبون في القطاع الخدماتي
85	خلاصة
108-90	<b>الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة</b>
90	تمهيد
91	أولاً. طبيعة الدراسة
98-91	ثانياً. مجالات الدراسة
96-92	1.2. المجال المكاني
98-96	2.2. المجال الزمني
98	3.2. المجال البشري
101-98	ثالثاً. مناهج الدراسة
102-101	رابعاً. عينة الدراسة وكيفية اختيارها
106-102	خامساً. أدوات جمع البيانات
107	سادساً. أساليب التحليل
108	خلاصة
145-112	<b>الفصل الخامس: تحليل البيانات وتقديم النتائج</b>
112	تمهيد
139-113	أولاً. تحليل البيانات
122-113	1.1. تحليل البيانات الديموغرافية
139-123	2.1. تحليل بيانات محاور الاستمارة
144-140	ثانياً. تقديم النتائج
140	1.2. النتائج الديموغرافية للدراسة

142-140	2.2. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات
143	3.2. نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة
144-143	4.2. النتيجة العامة للدراسة
145	خلاصة
148-147	خاتمة
156-150	قائمة المراجع
	الملاحق

# فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
	جداول الدراسة	
105	نتائج توزيع الاستثمارات النهائية	01
106	قياس الاتجاهات وفقا لمقياس ليكرث الخماسي	02
106	قيم المتوسط الحسابي والدرجات المقابلة له	03
113	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	04
114	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	05
115	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	06
116	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة	07
117	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البيئة الجغرافية	08
118	مدة تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر	09
120	سبب تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر	10
121	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع التواصل مع المؤسسة	11
123	تحليل عبارات المحور الثاني الخاص بالتحول الرقمي والتقليل من الروتين والبيروقراطية	12
128	تحليل عبارات المحور الثالث الخاص بمساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت والمال	13
135	تحليل عبارات المحور الرابع الخاص بمساهمة البريد الإلكتروني في التدفق الجيد لأحدث المعلومات نحو الزبائن	14

# فهرس الأشكال والرسوم البيانية

الصفحة	العنوان	الرقم
	أشكال الدراسة	
9	معالم المشكلة البحثية	01
10	النموذج الافتراضي للبرهنة على الفرضية الرئيسية.	02
11	النموذج الافتراضي للبرهنة على الفرضية الفرعية الأولى	03
12	النموذج الافتراضي للبرهنة على الفرضية الفرعية الثانية	04
13	النموذج الافتراضي للبرهنة على الفرضية الفرعية الثالثة	05
14	النموذج الافتراضي العام للدراسة (متغيرات، أبعاد ومؤشرات الدراسة)	06
56	أنواع الذكاءات الخمس لمارشال ماكلوهان	07
96	شعار بريد الجزائر	08
113	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس	09
114	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن	10
116	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	11
117	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة	12
118	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البيئة الجغرافية	13
119	مدة تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر	14
120	سبب تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر	15
122	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع التواصل مع المؤسسة	16

## قائمة الرموز والاختصارات

$f_i$ : التكرار المطلق

$Pi\%$ : التكرار النسبي المئوي (النسبة المئوية):

$\Sigma$ : المجموع

المجموع يفوق حجم العينة لاختيارهم أكثر من احتمال (\*):

Ccp: الحساب البريدي الجاري

$\bar{X}$ : المتوسط الحسابي

$X_I$ : مركز الفئة

# ملخصات الدراسة

## 1. الملخص باللغة العربية:

تسعى هذه الدراسة لمعرفة دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة بريد الجزائر، من خلال دراسة حالة المديرية الولائية للبريد سكيكدة، حيث اجريت الدراسة الميدانية على عينة من زبائن بريد الجزائر تم اختيارهم بطريقة قصدية تخدم طبيعة الدراسة، بلغت 60 مفردة، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المدعم بتقنية المسح الاجتماعي بالعينة استجابة لمتطلبات موضوع الدراسة، للكشف عن استجابات الزبائن لمؤشرات الرقمنة المعتمدة في مؤسسة بريد الجزائر، بالإضافة لرصد آراء الموظفين بالمديرية الذين لهم صلة مباشرة بموضوع الدراسة، استخدمنا برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لاستخراج النتائج.

توصلت الدراسة إلى نتيجة عامة مفادها: استجابة عالية لزبائن بريد الجزائر لخدماتها الرقمية بمتوسط حسابي عام قدر بـ3.99.

ما سجلنا استجابة عالية في جميع مؤشرات الرقمنة، بمتوسطات حسابية متقاربة، بلغت: 4.18 بالنسبة لمؤشر التحول الرقمي، 4.12 فيما يتعلق بمؤشر وسائل الدفع الإلكتروني، مؤشر البريد الإلكتروني 3.68. الكلمات المفتاحية: الرقمنة، الجودة، جودة الخدمة، بريد الجزائر، الدور.

## 2. الملخص باللغة الإنجليزية:

This study seeks to know the role of digitization in improving the quality of service in Algeria Post, through a case study of the Provincial Directorate of Post Skikda, where the field study was conducted on a sample of Algeria Post customers who were selected in an intentional manner serving the nature of the study, amounting to 60 individuals, the study adopted the descriptive method supported by the social survey technique in response to the requirements of the subject of the study, to reveal the responses of customers to the digitization indicators adopted at Algeria Post, in addition to monitoring the opinions of employees in the directorate who are directly related to the subject of the study, we used SPSS statistical packages for social sciences program

The study reached a general conclusion that: Algeria Post's customers are highly responsive to its digital services with an overall arithmetic mean of 3.99.

We also recorded a high response in all digitization indicators, with close arithmetic averages, which amounted to: 4.18 for the digital transformation index, 4.12 for the electronic payment methods index, and 3.68 for the email index.

**Keywords:** Digitization, quality, service quality, Algeria Post, role.

### 3. الملخص باللغة الفرنسية:

Cette étude cherche à connaître le rôle de la numérisation dans l'amélioration de la qualité de service à Algérie Poste, à travers une étude de cas de la Direction Provinciale de la Poste de Skikda, où l'étude de terrain a été menée sur un échantillon de clients d'Algérie Poste qui ont été sélectionnés d'une manière raisonnée servant la nature de l'étude, s'élevant à 60 individus, l'étude a adopté la méthode descriptive soutenue par la technique de l'enquête sociale en réponse aux exigences de l'objet de l'étude, pour révéler les réponses des clients aux indicateurs de numérisation adoptés à Algérie Poste, en plus de suivre les opinions des employés de la direction qui sont directement liés à l'étude, nous avons utilisé le programme SPSS des logiciels statistiques pour les sciences sociales.

L'étude a abouti à une conclusion générale selon laquelle : Les clients d'Algérie Poste sont très réceptifs à ses services numériques avec une moyenne arithmétique globale de 3.99.

Nous avons également enregistré une réponse élevée dans tous les indicateurs de numérisation, avec des moyennes arithmétiques proches de : 4,18 pour l'indice de transformation numérique, 4,12 pour l'indice des méthodes de paiement électronique et 3,68 pour l'indice du courrier électronique.

**Mots-clés :** Numérisation, qualité, qualité de service, Algérie Poste, rôle.

# مقدمة

مقدمة:

تعد الثورة الرقمية بكافة أشكالها وتطبيقاتها أحد أكبر الرهانات التي تواجه العالم بكل أطيافه في جميع مناحي الحياة، حيث بات التحول الرقمي لزاما على كافة دول العالم، ذلك أن الرقمنة أدت إلى ظهور أساليب حديثة ونظم إدارية متطورة ومعايير عالمية للنهوض بنوعية الخدمات وتخطي الطرق والأساليب التقليدية التي تجاوزها الزمن، ففتحت آفاق جديدة لجميع الدول للانفتاح على العالم ومواكبة تطوراتها، فاخترت المسافات ووحدت الثقافات التنظيمية.

وفي ظل عالمنا المحكوم بالتقنية الرقمية باتت جودة الخدمة أو المنتج هاجسا عالميا لجميع المؤسسات على اختلاف أنشطتها، إذ تعد الجودة أهم مؤشرات ضمان البقاء لأي مؤسسة أو منظمة ومن أهم الأهداف التي تصبوا إليها معظم المؤسسات خاصة مع انتشار مقاييس عالمية للجودة تتنافس المؤسسات في تحقيقها ارضاء للزبائن الذين هم بمثابة الحكم الأول في حلقة الإنتاج وتقديم الخدمات، حيث أن رضاهم من عدمه على نوعية الخدمة أو المنتج هو المتحكم في إقباله أو عزوفه عن ذلك المنتج أو تلك الخدمة وبالتالي فإن استمرارية المؤسسة في تقديم منتجاتها أو خدماتها مرهون بمعايير الجودة التي يحددها الزبون ومؤسسات الجودة العالمية.

والجزائر على غرار باقي الدول، كانت ملزمة بمسايرة مخرجات التحول الرقمي ومعايير الجودة العالميين حتى لا تبقى في منأى عما يحدث في العالم، وبهذا عملت الجزائر على تطبيق أنظمة رقمية لتسيير مختلف مؤسساتها والنهوض بنوعية خدماتها ومنتجاتها ومن ذلك المؤسسات الخدمانية على غرار مؤسسة بريد الجزائر، فوزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية تعتبر من الوزارات السباقة لاعتماد الرقمنة سواء في نظامها التسييري الإداري أو حتى في تعاملاتها مع زبائنها.

وعليه نسعى في دراستنا الراهنة لمعالجة وتحليل موضوع: دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر وهذا بتقسيمها إلى خمسة فصول تضمنت على الترتيب ما يلي:

**الفصل الأول: المعنون ب تحديد موضوع الدراسة الذي سنتناول من خلاله أسباب اختيار موضوع**

الدراسة، أهميتها، أهدافها، الإشكالية، فرضيات الدراسة، مفاهيمها بالإضافة إلى الدراسات السابقة.

**الفصل الثاني: المعنون ب الرقمنة دلالات وأبعاد،** حيث سنقدم فيه نشأة الرقمنة وتطورها خصائصها،

أهميتها وأهدافها، مكوناتها وأشكالها، النظريات المفسرة لها، ايجابيات وسلبيات الرقمنة، واقع تطبيق الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر.

**الفصل الثالث: المعنون بـ الأبعاد المعرفية لجودة الخدمة،** سنتطرق فيه إلى نشأة وتطور الجودة أهمية الجودة، أهدافها، أبعاد ونماذج قياس الجودة، النظريات المفسرة للجودة، أساليب تحسين جودة الخدمة، جودة الخدمة في القطاع الخدماتي.

**الفصل الرابع: المعنون بـ الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية،** نبرز من خلاله طبيعة الدراسة مجالات الدراسة (المجال المكاني، الزماني والبشري)، مناهج الدراسة، عينة الدراسة وكيفية اختيارها أدوات جمع البيانات، أساليب التحليل.

**الفصل الخامس: المعنون بـ تحليل البيانات وتقديم النتائج،** قمنا أولاً بتحليل البيانات (تحليل البيانات الديمغرافية، تحليل بيانات محاور الاستمارة)، أما ثانياً فقمنا بتقديم نتائج الدراسة (في ضوء الفرضيات، ثم في ضوء الدراسات السابقة)

ليتم حوصلة البحث ضمن خاتمة نربط من خلالها بين الجانب النظري والجانب التطبيقي للدراسة.

## الفصل الأول: موضوع الدراسة

## الفصل الأول: موضوع الدراسة

### تمهيد

أولاً. أسباب اختيار موضوع الدراسة

ثانياً. أهمية الدراسة

ثالثاً. أهداف الدراسة

رابعاً. الإشكالية

خامساً. فرضيات الدراسة

سادساً. مفاهيم الدراسة

سابعاً. الدراسات السابقة

خلاصة

## تمهيد

يعد تحديد موضوع الدراسة نقطة الانطلاق التي توجه الباحث في مسيرته البحثية، إذ بعد أن يختار الموضوع، تأتي مرحلة دراسته تبعا لمجموعة من الخطوات، تبتدئ بمحاولة التعرف على أسباب ومبررات هذا الاختيار ثم إبراز أهمية الموضوع المختار، فتحدد الأهداف المراد تحقيقها من دراسته، وبعدها صياغة الإشكالية وتساؤلاتها وفي الأخير تحديد المفاهيم التي تشتغل بها الدراسة في صورتها الأساسية أو الثانوية مع رصد أهم الدراسات السابقة والمثابفة التي تناولت الموضوع أو أحد متغيراته.

وفي هذا الفصل نجسد هذه الخطوات في معالجتنا لموضوع دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة

بمؤسسة بريد الجزائر.

### أولاً. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

إن اهتمام الباحث ورغبته في تناول موضوع معين عما سواه هو في الحقيقة مبني على اعتبارات ذاتية ترتبط بشخص الباحث وأخرى موضوعية ترتبط بمواصفات موضوع الدراسة من تحديد قيمته العلمية وكذا حالة الموضوع، ويمكن تلخيص أهم مبررات اختيارنا لموضوع بحثنا فيما يلي:

#### أ. الأسباب الذاتية: وتتمثل في:

- رغبة وميول الطالبان لدراسة مثل هذه المواضيع.
- الاهتمام الشخصي بموضوع تحسين جودة الخدمة لما لها من أهمية.
- معايشة الطالبان للموضوع من خلال الإقبال المستمر على مراكز البريد.

#### ب. الأسباب الموضوعية: وتتمثل في:

- حداثة الموضوع ونقص أدبياته جعل التفكير مُنصب حول مناقشته ووضع كمرجعية إضافية إلى جانب قيمة الموضوع في الوقت الراهن الذي يصبو إلى تحسين جودة الخدمة.
- البحث عن أساليب وآليات التطوير لتحسين جودة الخدمة في الإدارة الجزائرية التي من شأنها أن ترفع من مستوى الأداء وتقديم خدمات بسرعة وبدقة .
- أولوية البحث في الآليات التي من خلالها يتم تحسين الخدمة العمومية باعتبار أن هذه الأخيرة يجب أن تتأقلم مع التحولات التكنولوجية والرقمنة.

**ثانياً. أهمية الدراسة:** تستمد الدراسة الراهنة أهميتها من أهمية متغيراتها، فبالنسبة لمتغير الرقمنة يعتبر من المواضيع المهمة كونه يعكس مدى الانتقال من النمط التقليدي في العملية الاتصالية إلى نماذج أكثر تطوراً وحدائثه ( الانتقال من المعاملات الورقية إلى المعاملات الرقمية) بما يتوافق مع متطلبات العصر التكنولوجي في وقت تكتسي فيه التكنولوجيات الحديثة أولوية بالغة الأهمية.

أما بالنسبة لمتغير جودة الخدمة، فتتحدد أهمية البحث فيه من خلال الاهتمام بأفاق تحسين جودة الخدمات في معظم قطاعات المجتمع في دول العالم التي تسعى جاهدة لتحقيق جودة في الخدمات (ربح الوقت، تقليل التكلفة) وتشخيص دور الرقمنة في تحسينها.

كما أن أهمية الدراسة انطلقت من الأهمية التي يكتسبها قطاع البريد في المجتمع باعتباره قطاع عمومي لا يمكن الاستغناء عنه. وهذا ما جعل مؤسسة بريد الجزائر مساهمة للتطورات الحاصلة في مجال الاتصال وترقية الدفع الإلكتروني ما أعطى للدراسة أهمية بالغة في العصر الحالي.

### ثالثا. أهداف الدراسة:

كل بحث علمي هو جهد عقلي وتطبيقي ينصب في دراسة موضوع ما، الهدف منه الوصول إلى الحقائق التي يمكن البرهنة عليها، وهذا البحث له أهدافه التي يسعى إلى تحقيقها **والمتمثلة في:**

#### أ. أهداف علمية: تتمثل في:

- رصد الأدبيات النظرية والإرث السوسيو- تنظيمي المتعلق بمتغيرات الدراسة.
- تحديد الخصائص البنائية والتركيبية لمتغيرات الدراسة، من خلال تحديد الأبعاد والمؤشرات الامبريقية الخاصة بالرقمنة وجودة الخدمة.
- محاولة وضع نموذج افتراضي يبرز ويحلل العلاقة بين متغيرات الدراسة.

#### ب. أهداف عملية: تتمثل في:

- إبراز دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة بريد الجزائر .
- الكشف عن واقع الرقمنة بمؤسسة بريد الجزائر من خلال دراسة حالة بريد سكيكدة كنموذج.

### رابعا. الإشكالية:

يشهد العالم المعاصر اليوم، تحولات جذرية في مختلف المجالات الاجتماعية، السياسية الاقتصادية والتكنولوجية، ما دفع جل المؤسسات على اختلاف طبيعة نشاطها (أنشطتها) سعي بكل الوسائل والامكانات المادية والبشرية للحفاظ على بقاءها في ظل المنافسة التي فرضتها عولمة القرن الماضي، معتمدة على آليات ووسائل تضمن لها ذلك. وتعد الرقمنة من الآليات التي لجأت إليها معظم المؤسسات كخيار استراتيجي لدى البعض وكضرورة حتمية للبعض الآخر، فقد تبنت المؤسسات استراتيجية التحول الرقمي لمواجهة تحديات العصر القائمة على **متغيري:** المنافسة والجودة. وتشير الجودة لجملة السمات والخصائص المميزة لمختلف أشكال الخدمات المقدمة من طرف المنظمات والتي تسمح بزيادة قيمة المنتج أو الخدمة، وهذه الخصائص في مجملها ما هي إلا أبعادا تسمح بقياس هذه الجودة والحكم عليها، إذ تشمل هذه الأبعاد الجانبين المادي والمعنوي للخدمة والقائم على تقديم الخدمة، وتعد جودة الخدمة الهدف الذي تعمل المؤسسات على بلوغه من خلال رصد آراء الزبائن والعملاء والتعرف على حاجياتهم والعمل على توفيرها، فهي من تحدد مؤشرات المقارنة بين المؤسسات وما تقدمه من خدمات وبالتالي تحدد بقاءها في سوق المنافسة من عدمه. وقد تبنت المؤسسات الجزائرية هذا الاتجاه لاسيما بعد توجيهها نحو نظام اقتصاد السوق والتجارة الحرة، وعزز انتشار جائحة كوفيد 19 هذا الاتجاه حيث وضعت خطط واستراتيجيات لتحسين منتوجاتها

وخدماتها بما يتماشى مع متطلبات العملاء والزبائن. ومؤسسة بريد الجزائر من المؤسسات التي شهدت تغيرات كبيرة خلال السنوات الماضية، يتجلى هذا في الاستراتيجيات التي وضعتها وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، حيث عملت على تطبيق مشروع الرقمنة بهدف رقمنة القطاع ومحاولة إرساء الأسس التكنولوجية الحديثة على مستوى إدارات مؤسسات البريد من جهة وعلى مستوى تحسين الخدمة العمومية والبريدية من جهة أخرى، فمن خلال مؤشرات تطور البنية التحتية وتطور الخدمات عبر الانترنت التي قامت بها وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية للسنوات الأخيرة، نلاحظ نمو وتطور في عدد مكاتب البريد التي بلغت 4189 مكتب سنة 2022، عدد الأجهزة (GAB) الذي وصل سنة 2022 إلى 1920 جهاز، كما وصل عدد طلبات البطاقة الذهبية إلى 1775336 سنة 2022، وبلغ عدد استشارات (CCP) عبر الانترنت 37885627 سنة 2022 أما بالنسبة لعدد طلبات كشف أو فتح حساب (Ccp) عبر الانترنت، فقد وصل إلى 9590144. ما يؤكد أن المؤسسة عرفت تطورا ملحوظا في البنية التحتية لقطاع الخدمات البريدية والخدمات عبر الأنترنت، وأصبحت تدير شبكة الخدمات البريدية الأكثر كثافة في إفريقيا.

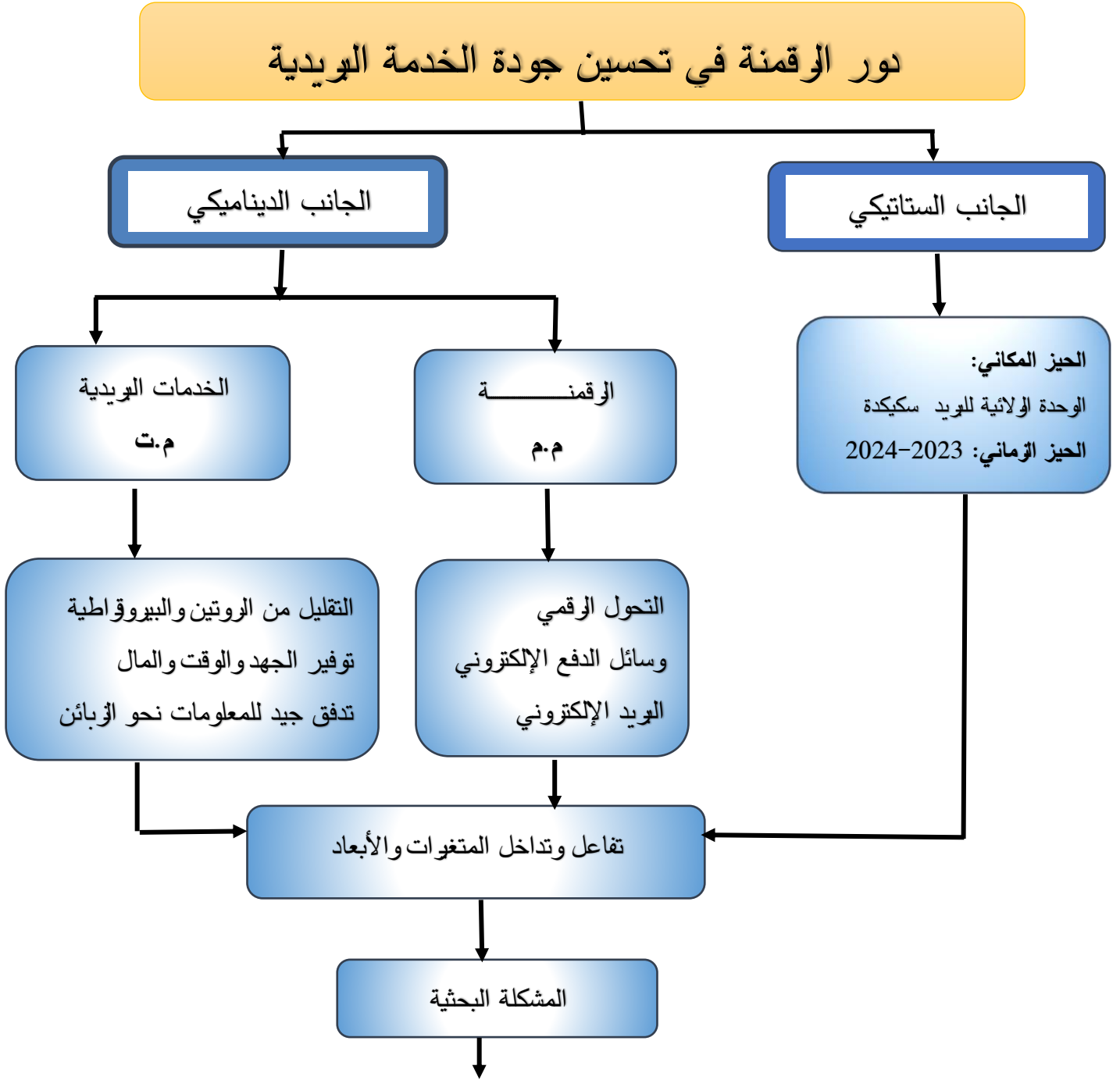
تأسيسا على ما تقدم، نطرح التساؤل الاشكالي الرئيسي التالي:

ما مدى مساهمة الرقمنة في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة بريد الجزائر؟

وتتفرع عنه مجموعة من الأسئلة فرعية، هي:

- كيف يساهم التحول الرقمي في التقليل من الروتين والبيروقراطية في مؤسسة بريد الجزائر؟
- ما مدى مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد، الوقت والمال بالنسبة للزبائن بريد الجزائر؟
- ما دور الرسائل الإلكترونية في العملية الاتصالية بين مؤسسة بريد الجزائر والزبائن فيما يخص خدمات وعروض المؤسسة؟

الشكل رقم (01): معالم المشكلة البحثية



ماذا أريد أن أدرس؟

أريد أن أدرس دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات البريدية.

عن أي شيء أبحث؟

أبحث عن العلاقة التي تربط الرقمنة بجودة الخدمة في مؤسسة بريد الخائر من خلال معرفة العلاقة بين مؤشرات

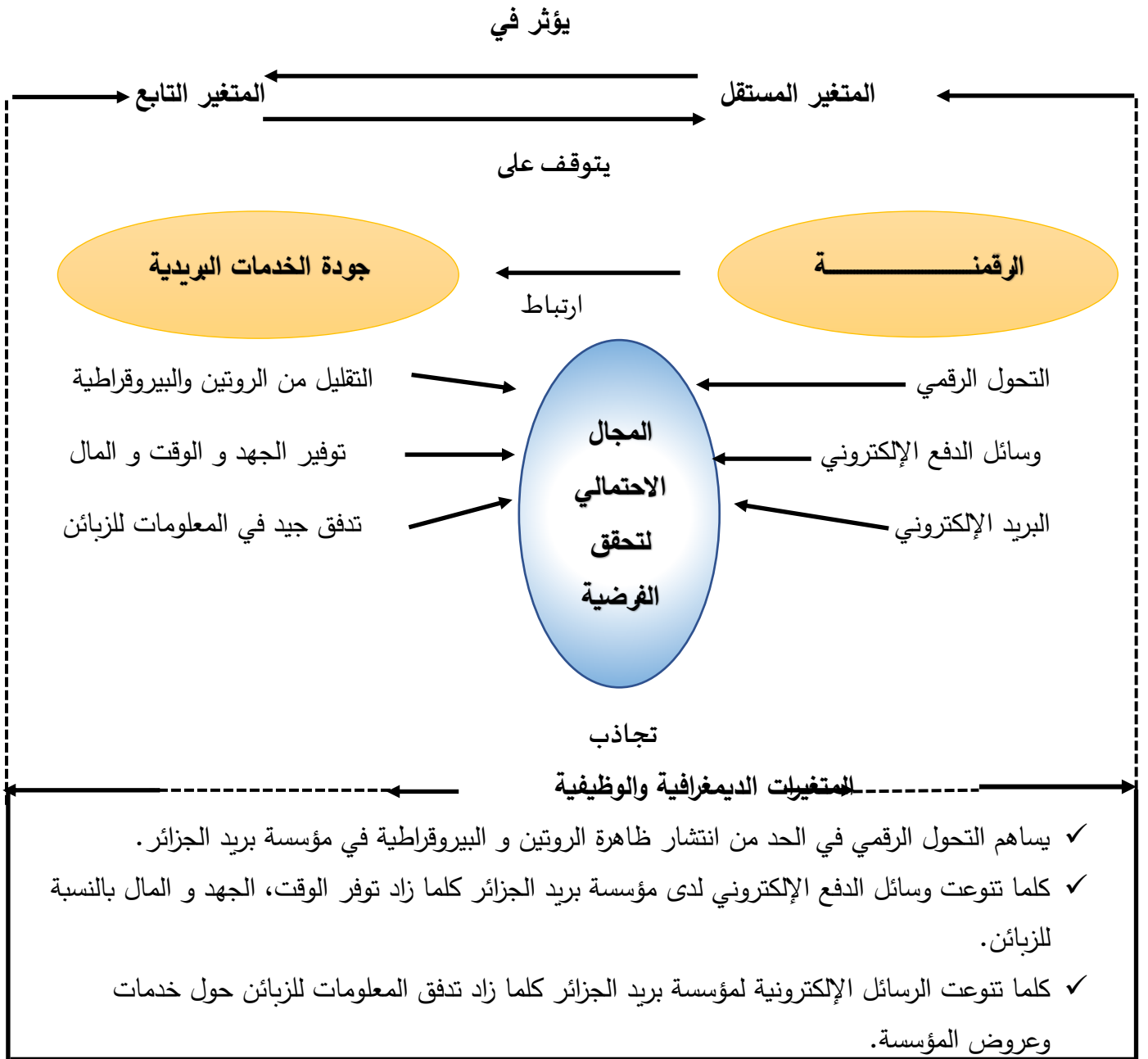
المصدر: من إعداد الطالبتين

خامسا. فرضيات الدراسة: إن تحقيق أهداف الدراسة يجعلنا نبني موضوع بحثنا من خلال الفرضيات التالية:

أ. الفرضية العامة:

تساهم الرقمنة بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المقدمة لزبائن بريد الجزائر.

الشكل رقم (02): النموذج الافتراضي للبرهنة على الفرضية الرئيسية



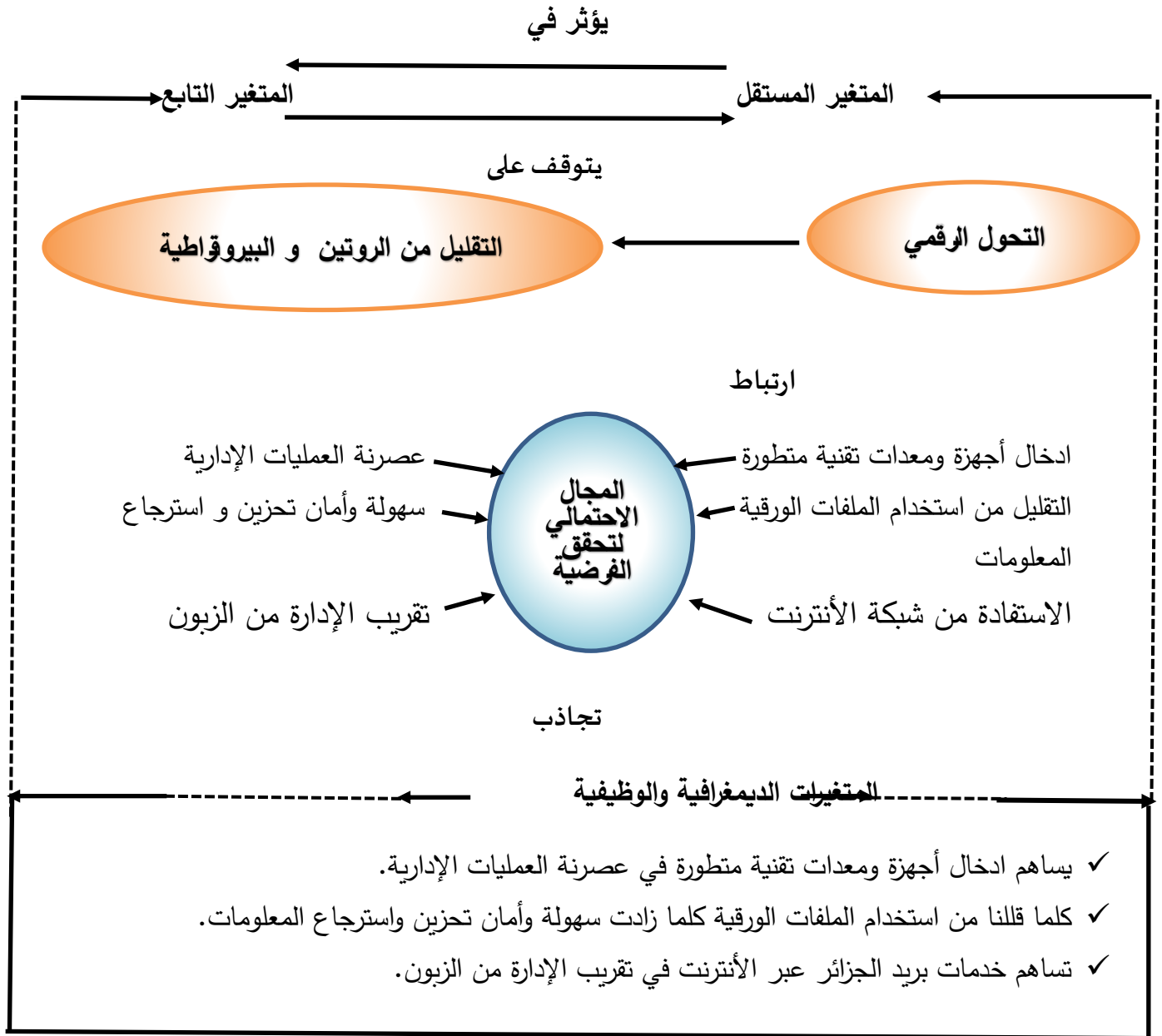
المصدر: من إعداد الطالبتين

ب. الفرضيات الجزئية:

• الفرضية الجزئية الأولى:

➤ يساهم التحول الرقمي في الحد من انتشار ظاهرة الروتين والبيروقراطية في مؤسسة بريد الجزائر.

الشكل رقم (03): النموذج الافتراضي للبرهنة على الفرضية الجزئية الأولى.



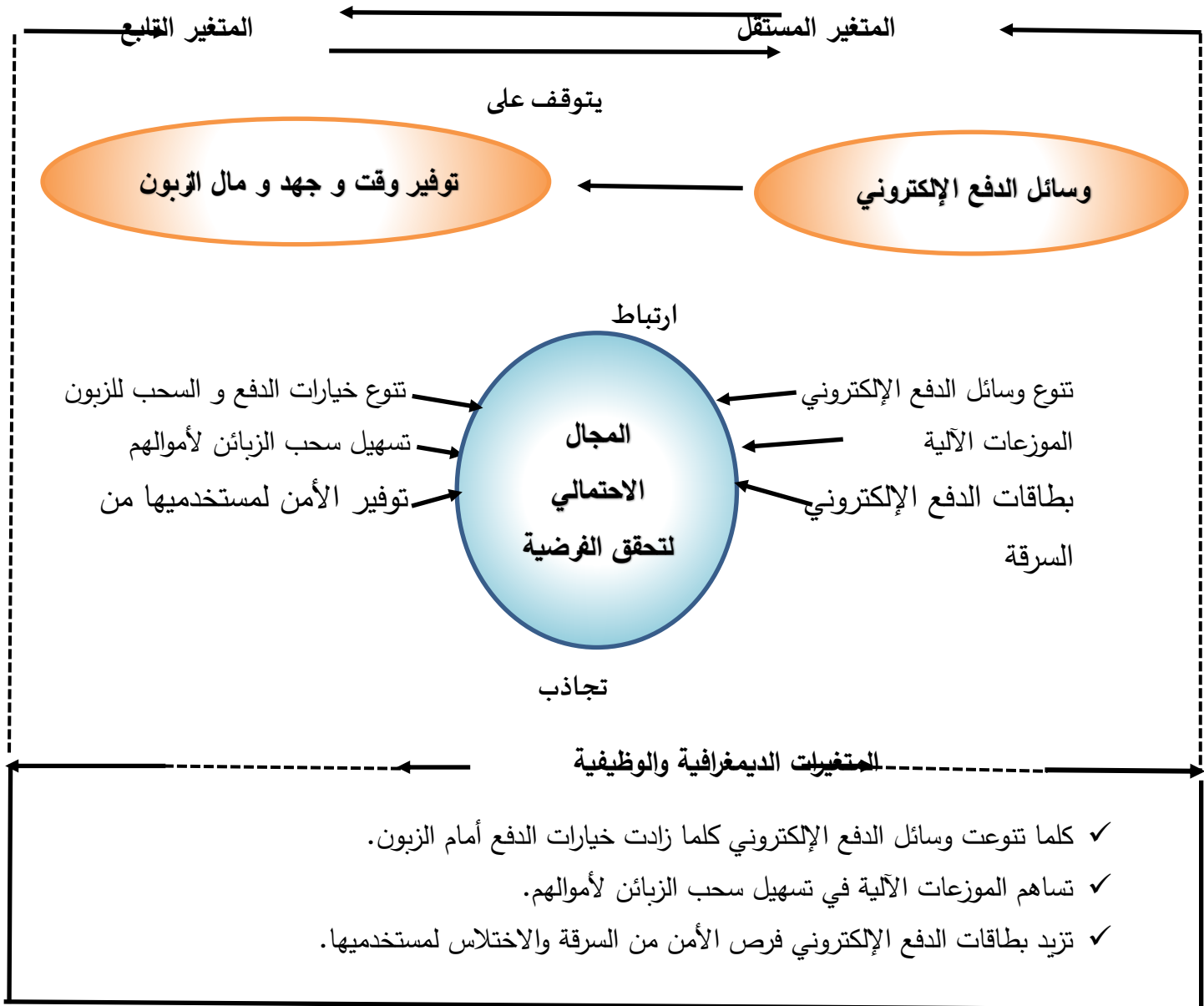
المصدر: من إعداد الطالبتين

• الفرضية الجزئية الثانية:

➤ كلما تنوعت وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر كلما زاد توفر الوقت، الجهد و المال بالنسبة للزبائن.

الشكل رقم (04): النموذج الافتراضي للبرهنة على الفرضية الجزئية الثانية.

يؤثر في

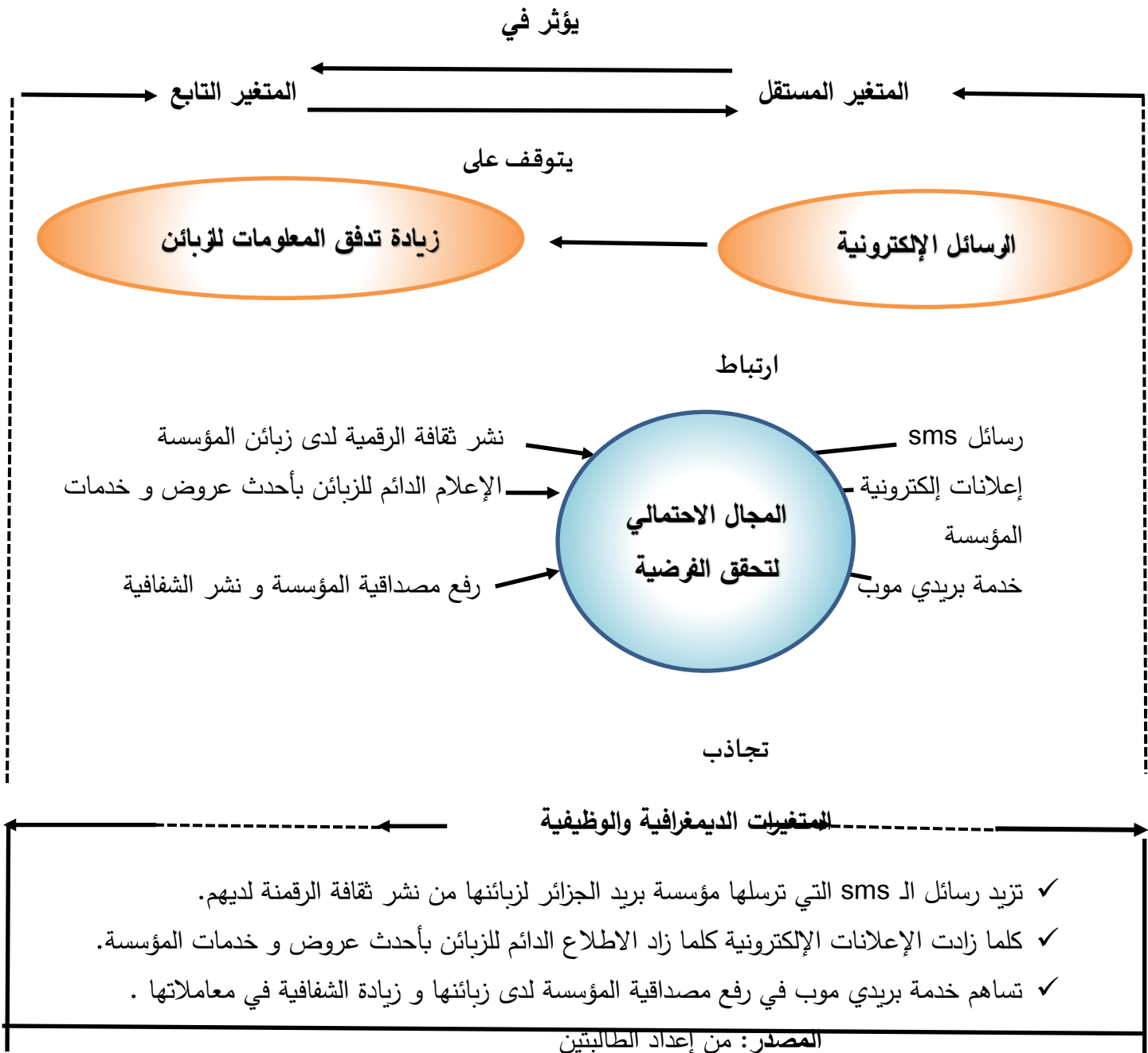


المصدر: من إعداد الطالبتين

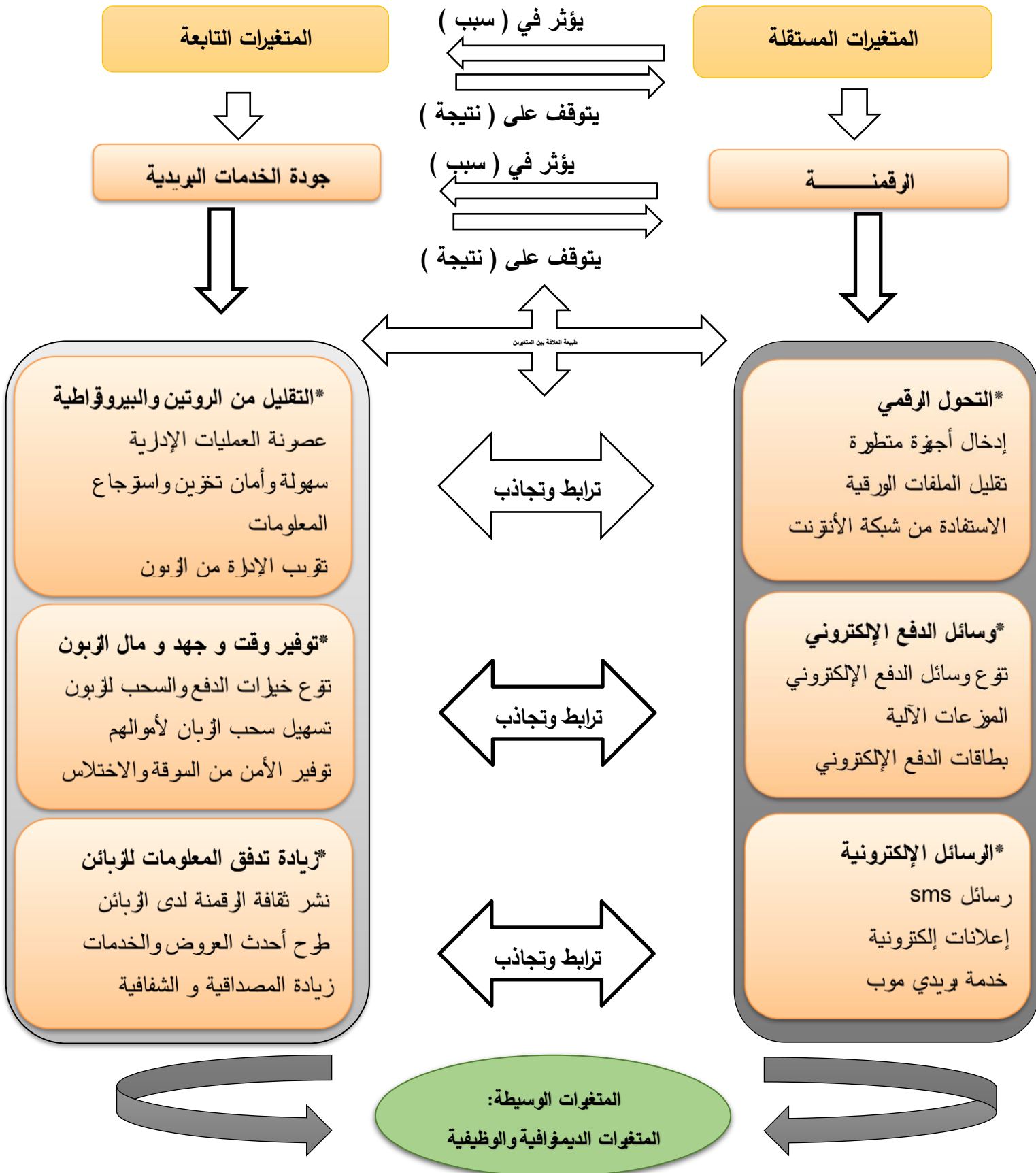
• الفرضية الجزئية الثالثة:

➤ كلما تنوعت الرسائل الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر كلما زاد تدفق المعلومات للزبائن حول خدمات و عروض المؤسسة.

الشكل رقم (05): النموذج الافتراضي للبرهنة على الفرضية الجزئية الثالثة.



الشكل رقم (06): النموذج الافتراضي العام للدراسة (متغيرات، أبعاد ومؤشرات الدراسة)



### سادسا: مفاهيم الدراسة:

تعد خطوة تحديد المفاهيم الرئيسية للدراسة وكذا بعض المفاهيم المرتبطة بها خطوة ضرورية وأساسية في بناء الإطار النظري لأي دراسة، حيث أن عملية تفكيك وتحليل المفاهيم الأساسية للدراسة إلى مدلولاتها الامبريقية هي عملية تساعد على إبراز تصورات الباحث حول موضوع دراسته، كما توضح أوجه التشابه والاختلاف بينه وبين باحثين آخرين تناولوا موضوعه أو مواضيعا مشابهة له، الأمر الذي يعمل على إبراز خصوصية دراسة الباحث وتميزها عن سابقتها من الدراسات المشابهة، وهذا ما تترجمه فيما بعد الأبعاد والمؤشرات التي ارتأى الباحث تناول دراسته من خلالها.

وعلى نحو آخر، فإن عملية تفكيك وتحليل المفاهيم تساهم بشكل كبير في إثراء التراث النظري لتلك المفاهيم خاصة الحديثة منها على غرار مفهوم الرقمنة مثلا، ولذلك سوف نحاول من خلال هذا العمل عرض مجموعة من التعاريف لأهم مفاهيم الدراسة في محاولة للوقوف على دلالاتها السوسولوجية، سعيا لصياغة تعاريف إجرائية للمفاهيم الرئيسية في الدراسة، هذه التعاريف الإجرائية سوف توضح التصورات الفكرية للباحثين، وبناءا عليه سنعرض تعريف مفهوم الدور وكذلك تعاريف لمفهوم الرقمنة وبعض المفاهيم المرتبطة به والمتمثلة في التحول الرقمي، ووسائل الدفع الإلكتروني، والرسائل الإلكترونية، بالإضافة إلى عرض تعاريف للمفهوم الرئيسي الثاني في الدراسة الراهنة وهو جودة الخدمات البريدية وكذلك المفاهيم المرتبطة به والمتمثلة في الزبائن، ورضا الزبائن.

### 1. مفهوم الدور:

مصطلح الدور، مصطلح يختلف معناه باختلاف توجهات الباحثين ومرجعياتهم الفكرية، نفسية، اجتماعية، سياسية، وغيرها، وأيضا حسب ما ارتبط به هذا المفهوم، حيث أن تعريف مفهوم الدور إذا ما ارتبط بالفرد يختلف عن تعريفه إذا ما ارتبط بظاهرة أو فكرة أو آلة... تقاديا لأي لبس قد يختلج ذهن القارئ أو الباحث قد عرفنا مفهوم الدور لغويا وإجرائيا قصد وضعه مباشرة في المعنى الذي أردناه له من خلال هذه الدراسة.

#### 1.1. لغة: هو الطبقة من الشيء المدار بعضه فوق بعض". (ابراهيم مصطفى وآخرون، د.س، ص 357 )

" تعود كلمة الدور إلى اللفظ الفرنسي ROLL الذي يعني لفافة الورق التي كان الممثل المسرحي يقرأ منها دوره، وقد وردت كلمة الدور Rolle أيضا عند ننتشيه في كتابه المعنون بـ العلم البهيج بمعنى الأداء المسرحي، وظهر مفهوم الدور في العلوم الاجتماعية لأول مرة سنة 1926 حينما أشار بارك في دراسة له

بعنوان ما وراء القناع إلى أن كل فرد يطلع بشكل واع ودائم وفي كل مكان بدوره، و أنه في هذه الأدوار نعرف أنفسنا ونعرف بعضنا البعض أيضا". (حبيبة زلاقي، 2018، ص 773)

## 2.1. التعريف الاجرائي:

الدور هو الوظيفة التي تلعبها الرقمنة في تحسين جودة الخدمات البريدية، و كذلك المساهمة التي تقدمها في هذا المجال، و أيضا الأثر الذي يقرتب عن اعتماد الرقمنة في تحسين جودة الخدمات بالمؤسسات البريدية .

## 2. مفهوم الرقمنة:

1.2. لغة: جاء في المعجم الوسيط أن كلمة رقمنة في اللغة العربية اشتقت من الفعل رقم حيث يقال رقم رقما بمعنى كتب الكتاب: أي بينه وأعجمه بوضع النقط والحركات وغير ذلك. ( مصطفى الزيات، د.س، ص 275)

## 2.2. اصطلاحا:

- "مصطلح الرقمنة مثير للجدل، إذ يستعمل بمعان كثيرة مختلفة، تتفاوت ما بين المتماusk المحدد والفضفاض المجرد، فغالبا ما يستعمل هذا المصطلح للدلالة ببساطة على تحويل المعلومات الخاصة بأي كيان معلوماتي محدد أو مجموعة من الكيانات من الشكل التناظري إلى الشكل الرقمي ... بهدف جعل المجموعات التناظرية قابلة للوصول إليها والتعامل معها عن طريق الانترنت، أو لحفظ الوثائق التي تتهددها أخطار الدمار المادي في شكلها الورقي، في شكل رقمي". (جون ماكنزي أوين، ترجمة وتقديم حشمت قاسم، 2011، ص 149)

■ نلاحظ أن هذا التعريف قد أشار إلى أن مصطلح الرقمنة، هو مصطلح واسع يمكن أن نحصره في مجال محدد أو قد لا نستطيع حصره بسبب شموليته، لكنه غالبا ما يشير في أبسط معانيه إلى تحويل المعلومات الخاصة بهيئة معينة أو عدة هيئات من الشكل التناظري المتمثل في الموجات الطبيعية العادية كالصوت والضوء التي يتم تمثيلها بالإشارة التناظرية إلى الشكل الرقمي المتمثل في الموجات الإلكترونية التي يتم تمثيلها بالإشارة الرقمية، بهدف تسهيل عملية ربط المعلومات التناظرية بالشبكة العنكبوتية أو لحمايتها من أخطار الدمار والتلف إذا ما بقيت في صورتها الورقية.

- " ويقدم **دوج هودجز** مفهوما آخر تم تبنيه من جانب المكتبة الوطنية الكندية، يعتبر فيه الرقمنة إجراء لتحويل المحتوى الفكري المتاح على وسيط تخزين فيزيائي تقليدي مثل: مقالات الدوريات، الكتب والمخطوطات، الخرائط وغيرها إلى شكل رقمي". (بريزة بوزعيب، 2022، ص 68 )
- من خلال هذا التعريف يؤكد **دوج هودجز**، أن الرقمنة هي عملية تحويل المعلومات المخزنة بطريقة تقليدية كتابية إلى معلومات مخزنة بشكل رقمي.
- وتعرف الرقمنة أيضا على أنها "نظام إلكتروني يمكن بعض الأجهزة من التقاط الصور للمواد المطبوعة وإتاحتها بلغة مشفرة ومن ثم تخزينها، نقلها، استرجاعها ونسخها وحتى تغييرها". (منصوري سميرة ووشنان حكيمة، 2022، ص 38)
- يظهر هذا التعريف أن الرقمنة هي نظام إلكتروني يمكن بعض الأجهزة من تصوير المواد المطبوعة وتشفيرها ثم تخزينها مع إمكانية استرجاعها أو نسخها أو حتى تغييرها .
- "ينظر **تيري كاني** إلى الرقمنة على أنها عملية تحويل مصادر المعلومات على اختلاف أشكالها من (كتب ودوريات، والتسجيلات الصوتية، والصور ...) إلى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الآلية ع بر النظام الثنائي ( البتات Bits ) والذي يعتبر وحدة المعلومات الأساسية لنظام معلومات يستند إلى الح اسبات الآلية، وتحويل المعلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية، يمكن أن يطلق عليها الرقمنة ويتم ال قيام بهذه العملية بفضل الاستناد إلى مجموعة من التقنيات و الأجهزة المتخصصة".
- يشير هذا التعريف كما سبقه من التعاريف إلى أن الرقمنة هي عملية تحويل المعلومات من حالتها التقليدية الموجودة في الكتب والمجلات والصور والتسجيلات ... إلى حالة رقمية بواسطة الحاسبات، وقد ذكر هذا التعريف دون غيره نظام (البتات Bits) وهو النظام الذي تشتغل به الحاسبات لتحويل المعلومات الورقية إلى معلومات رقمية.
- "يقول **رئيس تجمع الجزائريين الناشطين في مجال الرقمنة** في تصريح للشروق: الرقمنة تعني إلغاء الوثائق في إيداع الملفات ووقف استخدام الورقة والقلم على مستوى الإدارات، واللجوء بدلها إلى الاعتماد على المعطيات الإلكترونية وإتمام العمليات المختلفة عبر تصنيفات النت". (بولكعيبات مراد، 2023، ص 36).
- **يركز رئيس تجمع الجزائريين الناشطين في مجال الرقمنة**، من خلال هذا التصريح على الجانب العملي أو التطبيقي للرقمنة، فهو يعتبر أن الرقمنة تتمثل في تخلي الإدارات التقليدية عن استخدام الورقة والقلم واستبدالها بمعطيات إلكترونية بغية إنجاز الأعمال باستخدام مختلف تطبيقات الانترنت، والحقيقة أن هذا التعريف هو الأقرب للتعريف الإجرائي للرقمنة الذي صغناه من خلال دراستنا الراهنة.

حيث أنه من خلال ما ذكرناه من تعاريف يمكن أن نستخلص المفهوم الإجرائي الآتي:

الرقمنة هي عملية تتعلق بالحاسب الآلي و التطبيقات المنبثقة عنه، و تشير إلى تحويل مصادر المعلومات من الشكل الورقي إلى الشكل الرقمي الذي تتم معالجته داخل الأجهزة الآلية بواسطة تطبيقات خاصة أو من خلال المساحات الضوئية الأمر الذي ينتج عنه تحويل الإجراءات والأنشطة في الإدارات و غيرها من تقليدية إلى رقمية باستخدام الاجهزة الآلية والبرمجيات والتطبيقات الرقمية .

ويرتبط مفهوم الرقمنة بعدة مفاهيم برزت من خلال هذه الدراسة، والمتمثلة في: التحول الرقمي، وسائل

الدفع الإلكتروني والرسائل الإلكترونية

حيث سنحاول تعريف هذه المفاهيم على النحو التالي:

### 3. التحول الرقمي:

- "يعرف التحول الرقمي بأنه عملية انتقال الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التقنيات الرقمية في ابتكار المنتجات والخدمات وتوفير قنوات جديدة من العائدات وفرص تزيد قيمة منتجاتها، ويعتبر التحول الرقمي إطاراً مهماً لنجاح الأعمال ويعيد تشكيل الطريقة التي يعيش بها الناس ويعملون ويفكرون ويتفاعلون ويتواصلون اعتماداً على التقنيات المتاحة ومرافقتها المتلازمة مع التخطيط المستمر والسعي الدائم لإعادة صياغة الخبرات العلمية". (أحمد بودشيشة، د.س، ص 08)

■ يرى صاحب هذا التعريف أن التحول الرقمي هو عملية انتقال المؤسسات في عملياتها الإنتاجية من الأسلوب التقليدي إلى الأسلوب الرقمي القائم على التقنية، وربط نجاح المؤسسات بهذا التحول الرقمي الذي اعتبره أسلوب حياة جديد من شأنه تغيير جميع تصرفات البشر سواء في العمل أو التفكير أو التفاعل والتواصل ذلك أن التقنيات الرقمية ترافق هؤلاء البشر بصفة دائمة وتجدد معارفهم باستمرار.

- ويعرف التحول الرقمي على أنه: "برنامج شمولي كامل يمس المؤسسة ويمس طريقة وأسلوب عملها داخليا وأيضاً كيفية تقديم خدماتها للجمهور المستهدف بشكل أسهل وأسرع." (وهبة آمال وقارة إبتسام، أفريل 2022، ص 02)

■ يعتبر التحول الرقمي وفق هذا التعريف، حالة شاملة تمس المؤسسة بمختلف مكوناتها الداخلية وتمتد شموليته إلى البيئة الخارجية للمؤسسة أيضاً الزبائن، العملاء والممولين ... .  
إذا، يمكننا من خلال ما سلف أن نعرف التحول الرقمي إجرائياً كما يلي:

التحول الرقمي هو استراتيجية جديدة و شاملة نحو إحداث تغير جوري لهياكل المنظمة في مختلف أنشطتها ومستوياتها وطرق إدارة أعمالها باستخدام التكنولوجيا الرقمية المعتمدة على أجهزة الكمبيوتر والبرمجيات، وشبكة الأنترنت وغيرها من التكنولوجيات الحديثة والمعاصرة .

#### 4. وسائل الدفع الإلكتروني :

- يعرف الأستاذ أيمن قديح وسائل الدفع الإلكتروني على أنها: "عملية تحويل الأموال التي في الأساس هي ثمن لسلعة أو خدمة بطريقة رقمية أي باستخدام أجهزة الكمبيوتر، وإرسال هذه البيانات عبر خط تليفوني أو شبكة ما أو أي طريقة لإرسال البيانات". (كروان أسماء، د.س، ص 198)

▪ يعتبر هذا التعريف أن وسائل الدفع الإلكتروني هي عملية دفع مبالغ مالية بطريقة رقمية مقابل سلع أو خدمات معينة، ويتم ذلك بواسطة الحواسيب والشبكة العنكبوتية وغيرها من التكنولوجيات الحديثة التي تسمح بتحقيق ذلك.

- وتعرف أيضا على أنها: "الوسيلة التي تمكن صاحبها من القيام بعمليات الدفع المباشر عن بعد، عبر الشبكات العمومية للاتصالات". (عريوة معاد ومحمد خاوي، 2017، ص 141)

▪ يتبين لنا من خلال هذا التعريف أن وسائل الدفع الإلكتروني هي آليات للدفع عن بعد عبر شبكات اتصال عمومية.

فوسائل الدفع الإلكتروني يمكن أن تعرف من الناحية الإجرائية كما يلي:

وسائل الدفع الإلكتروني هو طرق لتسديد مستحقات مالية أو إيفاء مبالغ مالية بطريقة إلكترونية عن طريق بطاقات معتمدة من طرف هيئات مالية معينة كواكز البريد والمصرف والبنوك.. بالاستعانة بشبكة الأنترنت.

#### 5. الرسائل الإلكترونية:

- عرفها الدكتور خالد ممدوح إبراهيم بأنها: "تلك المستندات التي يتم إرسالها أو استلامها بواسطة نظام اتصالات بريدي إلكتروني وتتضمن ملحوظات مختصرة ذات طابع شكلي حقيقي، ويمكنه اصطحاب مرفقات به مثل معالجة الكلمات وأية مستندات أخرى يتم إرسالها رفقة الرسالة ذاتها". (بلغيث سمية، 2019، ص 175)

▪ فالرسائل الإلكترونية هي مستندات ترسل وتستلم بين شخصين أو أكثر أو جهتين أو أكثر عبر نظام بريدي إلكتروني وقد تتضمن هذه الرسائل بعض الملحوظات أو المختصرات أو الصور أو الوثائق وغيرها من المرفقات.

- كما عرفت اللجنة العامة للمصطلحات في فرنسا على أنها: " وثيقة معلوماتية يحررها أو يرسلها أو يطلع عليها المستخدم عن طريق الاتصال بشبكة المعلومات". (نواره حسين، 2021، ص 28)

▪ حسب هذا التعريف، فإن الرسائل الإلكترونية هي وثائق يرسلها المستخدم ويطلع عليها من خلال شبكة الانترنت.

- وعرفها أيضا القانون الفرنسي بشأن الثقة في الاقتصاد الرقمي للبريد الإلكتروني الصادر في 22 جوان 2004 بأنها: "كل رسالة سواء كانت نصية أو صوتية أو مرفق بها صور أو أصوات ويتم إرسالها عبر شبكة اتصالات عامة، تخزن عند أحد خوادم تلك الشبكة أو في المعدات الطرفية للمرسل إليه ليتمكن هذا الأخير من استعادتها". ( نواره حسين، 2021، ص 30 )

▪ يشير هذا التعريف إلى أن الرسائل الإلكترونية قد تكون نصية أو صوتية أو تحتوي على صور أو تسجيلات صوتية يتم تبادلها بين طرفين يمكنهما تخزين واسترجاع تلك الرسائل من خلال خوادم الشبكة الاتصالية العمومية.

ويمكننا من خلال ما ورد من تعاريف لمفهوم الرسائل الإلكترونية أن نصيغ التعريف الإجرائي التالي:

الرسائل الإلكترونية هي مستندات قد تكون نصية أو صوتية أو في شكل صور وغير ذلك يتم تبادلها بين موصل ومستقبل عبر شبكة اتصالية عمومية يمكن لكلا الطرفين تخزين تلك الوسائل واسترجاعها.

## 6. جودة الخدمات البريدية:

ارتأينا قبل أن نعرض لمضمون مفهوم جودة الخدمة البريدية تحديد مفاهيم الجودة وجودة الخدمة ليتم

فيما بعد تقديم تعريف لمفهوم جودة الخدمة البريدية:

## 1.6. مفهوم الجودة:

لطالما ارتبط مصطلح الجودة بالسلع والمنتجات والخدمات أيضا، وبالخصائص والسمات التي تجعل المنتج أو الخدمة قادرين على المنافسة وإرضاء الزبون أو العميل، وسنعرض فيما يلي مجموعة من التعاريف التي قدمها المفكرون والباحثون حول مفهوم الجودة:

أ/ يعرفها قاموس وابستار **Webstar** (1985) أنها: "مصطلح عام قابل للتطبيق على أنه صفة أو خاصية منفردة أو شاملة." ( أحمد بن مويزة وآخرون، ديسمبر 2021، ص 86 )

ب/ عرفت الجمعية الأمريكية للجودة (**ASQ**) بأنها: "المجموع الكلي للخصائص و المزايا التي تؤثر في مقدرة سلعة أو خدمة معينة على تلبية حاجات معينة، وأنها أشياء مختلفة تتفق مع محيط الأفراد." (عبد النبي بلبالي، 2008-2009، ص31)

▪ من خلال تعريف الجمعية الأمريكية للجودة، يتضح لنا بأن الجودة هي مجموعة من الخصائص والمزايا التي تجعل من سلعة معينة أو خدمة قادرة على تلبية احتياجات الأفراد.

ج/ يعرفها الأستاذ **جونسن** بأنها: "القدرة على تحقيق رغبات المستهلك بالشكل الذي يتطابق مع توقعاته ويحقق رضاه التام عن السلعة أو الخدمة التي تقدم له." (ضريفي نادية، ديسمبر 2016، ص ص 134، 135)

▪ يربط هذا التعريف مفهوم الجودة بالقدرة على تلبية رغبات المستهلك بالصورة التي يتوقعها و ذلك حتى يتحقق رضاه التام عن السلع أو الخدمات المقدمة له.

د/ يعرف **فيغنباوم Feignbaum** الجودة على أنها: "تحديد احتياجات ومتطلبات المستهلك لما يريد وليس تحديد الأسواق أو الإدارة في المصنع أو الشركة وغيره، بمعنى الجودة تعتمد على خبرة المستهلك للمنتج أو الخدمة المقدمة قياسا كما يريد من متطلبات ورغبات ومن ثم وضع بعض النقاط الأساسية منها:

✓ الجودة يجب أن تكون في حدود متطلبات المستهلك.

✓ الجودة لها عدة ابعاد و يجب أن تعرف إجماليا.

نظرا لأن المستهلك تتغير احتياجاته وتطلعاته عن المنتج من وقت لآخر، لذلك ينبغي على مهندسي الجودة أن تكون خططهم مواكبة لهذه التغيرات المتوقعة." (أحمد بن مويزة وآخرون، ديسمبر 2021، ص 86)

▪ يؤكد هذا التعريف أن أول محدد للجودة هو الزبون أو العميل، فهو الأكثر دراية بمتطلباته والقادر على الحكم ما إذا استطاع المنتج أو الخدمة تحقيقها له، وبما أن احتياجات الزبون أو العميل في تغيير مستمر

مع مرور الزمن فيجب أن تواكب المنتجات والخدمات تلك الاحتياجات وتعمل على تلبيتها دون خلل في المنتج أو الخدمة.

وعلى ضوء كل التعاريف السابقة يمكننا الأخذ بالتعريف الإجرائي التالي لمفهوم الجودة في سبيل تبيان دلالاته:

الجودة هي قوة الجهة المقدمة للخدمة أو السلعة أو المنتج على تلبية توقعات واحتياجات ورغبات العميل أو الزبون أو المستهلك بما يحقق رضاه من خلال حصوله على خدمة أو سلعة أو منتج أقرب للكمال الذي ينشده.

## 2.6. مفهوم الخدمة:

إن التطور العالمي الحاصل في مجال تقديم الخدمات على اختلاف أنواعها يجعل من حصر تلك الخدمات أمراً عسيراً لكن سوف نحاول عرض بعض التعاريف التي قدمتها العديد من الجهات الرسمية والمفكرين والباحثين حول مفهوم الخدمة:

أ/ تعرف الجمعية الأمريكية للتسويق للخدمة: "إنها النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تُعرض لارتباطها بسلعة معينة." (فاطمة بن ساعد، 2003، ص 137)

إذن تعتبر الجمعية الأمريكية للتسويق أن كل نشاط أو منفعة تعرض للبيع أو لا تعرض للبيع لأنها تكون في إطار تقديم سلعة معينة هي خدمة.

ب/ عرفت المنظمة الدولية للمقاييس ISO وفقاً للمواصفة ISO8402 الخدمة على أنها: "نتيجة عن النشاطات في التعامل بين المورد و الزبون ومن النشاطات الداخلية للمورد الاستجابة لحاجات الزبون." (أحمد بن مويزة وآخرون، ديسمبر 2021، ص 87)

الخدمة حسب منظمة الأيزو هي ناتج مجموعة من النشاطات المتبادلة بين المورد والزبون بهدف تحقيق حاجات هذا الأخير.

عرف كل من Koltler و Armaststrong الخدمة على أنها: "نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الأطراف لطرف آخر، لا تكون ملموسة بالضرورة ولا ينتج عنها ملكية أي شيء." (فليب كوتلر وجاري أرمسترونج، 2007، ص 456)

يتفق كل من **أرمسترونج وكوتلر** على أن الخدمة هي نشاط أو منفعة تتم بين طرفين ولا يُشترط أن تكون ملموسة أي أن الخدمة ليس لها جانب مادي يمكن رؤيته أو لمسه كما هو الحال في السلع المادية، كما لا يترتب عنها نقل الملكية فالزبون قادر على الحصول على الخدمة واستخدامها لوقت محدد.

**ج/ يرى Christopher Lovelock** أن الخدمة هي " تجربة زمنية يعيشها العميل أثناء تفاعله مع فرد من أفراد المؤسسة أو مع دعم مادي و تقني." (مداح عرابي الحاج وجميلة مديوني، 2011، ص04) يربط هذا التعريف مفهوم الخدمة بالمدة الزمنية التي يقضيها العميل في تلبية حاجة الزبون، أو تلك المنفعة التي يتحصل

عليها هذا الأخير من خلال الحصول على دعم مادي أو تقني.

يمكننا من خلال ما ذكر من تعاريف حول مفهوم الخدمة أن نقدم **التعريف الإجرائي الآتي**:

الخدمة هي عملية تتم بين طرفين متباينين وهي القدرة على تلبية حاجات ورغبات الرُبان أو العملاء أو حتى تجاوزها في سبيل التقليل من الأخطاء المرتبطة بالمنتج أو الطريقة التي يُقدم بها المنتج.

### 3.6. مفهوم جودة الخدمة:

تعددت الكتابات حول موضوع جودة الخدمة، وقد وُضع لها المفكرون والباحثون عدة تعاريف نذكر منها التعاريف التالية:

**أ/ يُعرفها Crosby** بأنها "مطابقة الخدمات للمواصفات وعليه سيكون العميل راضيا عندما تكون خصائص الخدمة مطابقة لمتطلباته، وفي حالة عدم المطابقة فإن ذلك سوف ينعكس سلباً على مستوى الرضا". (فاطمة بن ساعد، 2023، ص137)

حسب **Crosby** فإن جودة الخدمة هي توافق وتطابق مواصفات الخدمة أو المنتج مع ما يتصوره أو يحتاجه العميل أو الزبون.

**ب/ وتُعرف جودة الخدمة بأنها:** "درجة من التميز **Superiority** في الخدمة يشعر بها الزبون". (الصالح بوعبدالله، 2009، ص85)

▪ ربط هذا التعريف جودة الخدمة بمدى درجة تميز الخدمة، هذا التميز الذي يشعر به الزبون بالدرجة الأولى.

ج/ عرف كل من **Kotler و Keiler** جودة الخدمة بأنها: "درجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات الزبون لهذه الخدمة". (محمد خثير وأسماء مرايمي، 2017، ص32)

يؤكد هذا التعريف كسابقه على ضرورة تطابق الخدمة مع توقعات الزبون حولها.

د/ وتعرف جودة الخدمة أيضا على أنها: "تلك الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها الزبائن أو التي يدركونها في الواقع العملي، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه وتُعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية للمؤسسات التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها." (محمد خثير وأسماء مرايمي، 2017، ص32)

▪ أضاف هذا التعريف إلى كون أن جودة الخدمة هي تحقيق ما يتوقعه الزبون أو ما يدركه فعليا في الواقع العملي فإن جودة الخدمة هي أيضا أحد الأولويات الرئيسية لأي مؤسسة تريد التميز ورفع مستوى خدماتها.

ويمكننا من خلال ما ذكر من تعاريف حول مفهوم جودة الخدمة أن نخلص إلى التعريف الإجرائي التالي:

جودة الخدمة هي تفاعل بين مقدم الخدمة والزبون، هذا الأخير الذي يُعتبر المقياس الأول الذي يُحتكم إليه في تحديد مدى جودة الخدمة، حيث أنه كلما تطابقت الخدمة المُقدمة للزبون أو العميل مع توقعاته ومتطلباته كلما زادت جودة تلك الخدمة.

وقبل أن نعرض لمفهوم جودة الخدمة البريدية، علينا أن ننبه إلى أن أهم أهداف تحسين جودة الخدمة هو رضا الزبائن والعملاء، وبما أن دراستنا الراهنة تمت على عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر سكيكدة، ارتأينا أن نقدم تعريفاً لمفهوم الزبون، ورضا الزبون على اعتبار أن هذان المفهومان لهما علاقة بجودة الخدمة.

### تعريف الزبون:

"يمكن أن نعرف زبائن المؤسسة على أنهم الأشخاص الذين يتعاملون مع المؤسسة، ويتلقون السلع والخدمات منها". (ناصر الدين بن أحسن، 2021، ص01)

وينقسم الزبائن إلى نوعين، هما:

**الزبائن الداخليين:** وهم العاملون في جميع الإدارات والأقسام الذين يتعاملون مع بعضهم البعض لإنجاز الأعمال.

الزبائن الخارجيين: وهم الذين يتعاملون مع السلعة أو الخدمة التي تنتجها المؤسسة، ويتلقون المخرجات النهائية منها، وقد يكون الزبون الخارجي زبوناً فرداً (B-C)، أو مؤسسة (B-B). (ناصر الدين بن أحسن، 2021، ص01)

كما يمكن تعريف الزبون على أنه: "كل شخص مادي أو معنوي مستعد للدفع عند حيازته على منتج أو أكثر، أو يستفيد من خدمة أو عدة خدمات من الممولين". (فاطنة بن ساعد، 2023، ص139)

من خلال التعريفين السابقين، يتبين أن الزبائن هم أشخاص ماديين أو معنويين يتعاملون مع مؤسسات معينة أو موردين بهدف الحصول على منتج أو خدمة بمقابل مادي وينقسم الزبائن إلى نوعين: زبائن داخليين وهم الموظفين والعمال داخل المؤسسة الواحدة وزبائن خارجيين وهم الأشخاص الماديين أو المعنويين الذين يستفيدون من المنتجات أو الخدمات التي تخرجها المؤسسة.

ويمكننا أن نعرف الزبون من الناحية الإجرائية على النحو التالي:

الزبائن هم أشخاص طبيعيين أو معنويين يتعاملون مع مؤسسة معينة قصد الاستفادة من خدماتها أو منتجاتها.

### تعريف رضا الزبائن:

يُعرف **Kotler and Keller** رضا الزبائن على أنه "ذلك الانطباع الإيجابي أو السلبي الذي يشعر به زبون ما اتجاه تجربة شراء أو استهلاك، وهو ناتج المقارنة بين توقعات الزبون اتجاه منتج ما أو أدائه المدرك عموماً". (حسيبة نايلي وهاجر لبادي، ديسمبر 2023، ص27)

ويعرف **Peter. Olson. Howard. Sheth** رضا الزبون بأنه "هو الدرجة التي يكون في حدودها توقعات الزبون لإعادة شراء منتج أو خدمة ما تكون مستجابة (محققة، منجزة) أو تفوق تلك التوقعات". (حسان بوزيان، 2013، ص58)

هذان التعريفان، يوضحان أن رضا الزبون هو إحساس إيجابي أو سلبي يشعر به الزبون بعد شراء منتج أو الاستفادة من خدمة بالمقارنة مع ما كان يتوقعه حول ما تحصل عليه.

ونعرف إجرائياً مفهوم رضا الزبائن كما يلي:

رضا الزبائن هو حالة شعورية تتفاوت نسبة إيجابيتها يعيشها الشخص بعد حصوله على منتج أو خدمة ما من مورد أو مؤسسة معينة حيث أن هذه الحالة هي التي تحدد ما إذا يستطيع ذلك الفرد إعادة تجربة التعامل مع المورد أو المؤسسة من عدم ذلك .

## 9. مفهوم الخدمات البريدية:

أ/ "الخدمات البريدية هي نشاطات تتطلب مهارات خاصة تهتم بجمع الرسائل، بعد فرزها، نقلها، توزيعها بالإضافة إلى خدمات مالية أساسية مثل تحويل الأموال، وادخار الأموال." (نذير بوسهوة، 2023، ص202) ب/ "حسب القانون رقم 2000-03 المؤرخ في 5 أوت 2000، والذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، تتمثل الخدمات البريدية في جمع وترحيل وتوزيع المادة البريدية، والمقصود بالمادة البريدية كل إرسال تسمح مواصفاته التقنية بالتكفل به في الشبكة البريدية من بينها مواد المراسلة، الكتب، المجالات، الجرائد، اليوميات، وكذا الطرود البريدية المحتوية على بضائع بقيمة أو بدون قيمة تجارية. (الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 2000، ص07)

يؤكد هذان التعريفان، أن الخدمات البريدية هي مجموعة من العمليات الخاصة المتمثلة في التكفل بالمواد البريدية على اختلاف أنواعها من رسائل و أموال و طرود و ما إلى ذلك.

أما عن التعريف الإجرائي للخدمات البريدية فهو كالآتي:

الخدمات البريدية هي مجموعة من الأنشطة والعمليات التي تقوم بها مؤسسة بريد الخائز و المتمثلة في جمع الرسائل و فرزها ثم نقلها، و توزيعها بالإضافة إلى مجموعة من الخدمات البريدية الأخرى كالخدمات المالية و التكفل بالمواد البريدية كالطرود و الحوالات و غيرها.

حاولنا، من خلال هذا العنصر تقديم أهم التعريفات التي جاء بها المفكرون والباحثون حول أهم المفاهيم الرئيسية وكذا المفاهيم المرتبطة بها التي وردت في هذا العمل البحثي، كما اجتهدنا في تقديم تعاريف إجرائية لكل مفهوم حتى نضع القارئ في الصورة الصحيحة التي أردناها لدراستنا هذه.

## سابعاً. الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة المنطلق الرئيسي الذي يعتمد عليه الباحث في إنجاز بحثه، من خلال عدد من الخطوات خاصة المنهجية منها،

حيث يشير كثير من كُتاب البحث العلمي إلى أن الدراسات السابقة تعتبر ثراثاً هاماً ومصدراً غنياً لا بد من الاطلاع عليه، فهي تُزود الباحث بالكثير من الأفكار و الأدوات و الإجراءات التي يمكن الاستفادة منها في حل المشكلة، وبالنسبة لموضوع دراستنا دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات بمؤسسة بريد الجزائر، فقد اعتمدنا على الدراسات التي لها صلة بموضوع الدراسة، نقدمها كما يلي:

## 1. عرض الدراسات:

### أ. دراسات ذات صلة بمتغير الرقمنة:

#### الدراسة الأولى:

دراسة فوزية صادقي الموسومة بـ: "دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية بالجزائر". أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه بكلية العلوم الاجتماعية والعلوم الإنسانية، قسم الإعلام والعلاقات العامة، جامعة قسنطينة3، سنة 2020-2021م.

هدفت الدراسة لتوضيح مدى تأثير الرقمنة على تحسين الخدمة العمومية بالجزائر و محاولة معرفة مدى نجاعة التقنيات الاتصالية الحديثة كآلية مهمة في ترقية و تحسين الخدمة العمومية و التعرف على استراتيجية الرقمنة، في ضوء ذلك يمكن تحليل الوضعية الرقمية في الجزائر للتوجه نحو تشخيص إمكانية المؤسسة المختلفة لتقديم خدمة عمومية عن بعد بما يتلاءم مع المجتمع الرقمي.

#### للإجابة عن التساؤلات التالية:

- كيف تساهم الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية بالجماعات المحلية بالجزائر ؟
- ما هو واقع الرقمنة في الجماعات المحلية الجزائرية ؟
- كيف أثر استخدام الرقمنة على مستوى الخدمات العمومية في الجزائر ؟
- هل توجد استراتيجية اتصالية رقمية في الجماعات المحلية بالجزائر ؟
- كيف يتم تفعيل البنية التحتية الرقمية في الجماعات المحلية؟

#### ولاختبار الفرضيات:

- تساهم الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية بالجماعات المحلية الجزائرية.
  - توجد علاقة ارتباطية بين غياب الرقمنة و تدني مستوى الخدمة العمومية بالجماعات المحلية.
  - توجد علاقة ارتباطية إيجابية ذات دلالة إحصائية بين كفاءة المورد البشري ومستوى الخدمة العمومية.
  - تفعيل البنية التحتية الرقمية يساهم في مواجهة عراقيل تحسين مستوى الخدمة العمومية.
  - تساهم الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية لدى عينة من الموظفين.
- اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أجريت الدراسة بمديرية التنظيم و الشؤون العامة لولاية بسكرة على عينة عشوائية بلغ عددها 147 مفردة من الجمهور و 70 مفردة من الموظفين، واعتمدت الدراسة لجمع المعطيات على الملاحظة والمقابلة والاستمارة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- قابلية المواطنين للتأقلم مع التكنولوجيات الحديثة تعتبر فاعل محوري في تجسيم المشروع الرقمي الشامل لكل القطاعات في الجزائر.
- على الجزائر أن تنتهج التحول الرقمي ضمن مؤسساتها لأن التكامل بين ارساء دعائم الرقمنة يساهم في تأسيس ثقافة رقمية قوية ورؤية استراتيجية شاملة و هذا يجعل الجماعات المحلية تحقق خدمات أكثر وضوحاً وجودة.
- نجاح مشروع الرقمنة في الجزائر مرتبط بقدرة الجماعات المحلية على انجاز المشروع بمرونة والتأقلم مع التحولات الرقمية المتجددة.
- من خلال الدراسة تبين أنه لتبني الرقمنة في الجزائر لابد من ضرورة التكامل بين ثلاثة جوانب مهمة تتمثل في التكنولوجيا وتطوير فكر المواطن والضوابط القانونية للتعامل الرقمي.
- ضرورة تحسين الكفاءة في الأداء الوظيفي.

#### الدراسة الثانية

دراسة باشيوة سالم الموسومة بـ: "الرقمنة في المكتبات الجامعية الجزائرية". مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير بكلية العلوم الإنسانية والعلوم الاجتماعية، قسم علم المكتبات والتوثيق، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة سنة 2007-2008م.

هدفت الدراسة إلى: تأسيس خلفية نظرية كافية وشاملة تكون أرضية خصبة للإمام بالجوانب الأساسية لهذه التقنية، كما حاولت الدراسة البحث في تطبيق هذه التكنولوجيا في الميدان من خلال دراسة حالة المكتبة الجامعية والتي كانت لها مبادرات لتوطين واستثمار خدمات تكنولوجيا رقمية خاصة وتكنولوجيا المعلومات بصفة عامة.

#### للإجابة عن التساؤلات التالية:

- ما هو واقع الرقمنة في المكتبات الجامعية الجزائرية وكيف يمكن تصور مستقبلها؟
- ما هو واقع الرقمنة في المكتبة الجامعية الجزائرية؟
- هل الشروط التقنية، المادية، المالية والبشرية في المكتبات الجامعية الجزائرية كافية لتطبيق تكنولوجيا الرقمنة؟
- هل هناك استراتيجية وطنية تهتم باستثمار تكنولوجيا المعلومات في المكتبات؟
- هل تعد الرقمنة مطلباً اجتماعياً جديداً يستجيب لرغبات المستفيدين من المعرفة؟ وهل يمكن اعتبارها خياراً استراتيجياً في بنية المكتبات الحديثة؟

ولاختبار الفرضيات:

- هناك مبادرات ومحاولات للاستفادة من تكنولوجيا الرقمنة.
- تمتلك المكتبات الجامعية الجزائرية الشروط التقنية، المادية، المالية والبشرية لتطبيق تكنولوجيا الرقمنة.
- هناك إشراف و تنسيق جماعي رسمي مشترك لجهود الرقمنة في المكتبات الجامعية الجزائرية.
- تعد الرقمنة خيارًا وحتمية سوسيو- مهنية في تحسين خدمات المستفيدين في المكتبات الجامعية الجزائرية.
- اعتمدت الدراسة على منهج دراسة الحالة، حيث أجريت الدراسة في المكتبة الجامعية المركزية "بن يوسف بن خدة" على عينة اقتصر على المكتبة الجامعية المركزية لجامعة الجزائر، اعتمدت الدراسة لجمع المعطيات على أداتي المقابلة وتحليل المحتوى.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تسجيل وجود حراك فردي للاستفادة من تكنولوجيا الرقمنة في المكتبة الجامعية المركزية من خلال المبادرات و المحاولات التي تم عرضها والتي جاءت كلها في ظل غياب الأطر السياسية العامة.
- بالنظر إلى حالة الرقمنة في المكتبة الجامعية المركزية فإن الشروط أو المتطلبات المادية (التجهيزات، المال) ما تزال ضعيفة، وليست في مستوى مشاريع الرقمنة، فالتجهيزات تبقى دائما تحتاج إلى التحديث والعناية المستمرين ويبقى المال العنصر المحرك في ظل وجود الإرادة.
- يتبين من خلال هذه الدراسة أن مبادرات و مشاريع الرقمنة في المكتبات الجامعية في الوقت الحالي لم تستكمل بعد الخطوات التنظيمية والمنهجية للتحكم في سيرورتها ومخرجاتها من خلال ضعف وعدم فعالية العمل الجماعي و المؤسساتي ناهيك عن العمل الاستراتيجي والاستشراقي، كما أن الرقمنة بدأت تدخل في أجندة المكتبات وسياساتها غير الرسمية كواقع فرضته البيئة العالمية الجديدة لما لها من فوائد جمة و إتاحة متعددة ومختلفة في استراتيجية خدمات المستفيدين، ويبقى هذا المطالب الاجتماعي الجديد في بيئة المكتبات الجامعية تقف في وجهه الكثير من العقبات التقنية والمهنية، وفي الأنماط السلوكية والثقافية للأفراد المستفيدين من المكتبة، بالرغم من العائد الذي يمنحه وبخاصة في ظل تزايد عدد القراء من جهة، وضيق مساحة مرافق المكتبات من جهة أخرى.

ب. دراسات ذات صلة بمتغير جودة الخدمات:

الدراسة الأولى:

دراسة أوغيدني هدى الموسومة ب: "اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة". مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير بكلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم الاجتماع، تخصص تنمية العلاقات العامة للمؤسسة، جامعة باجي مختار -عنابة- سنة 2008-2009م.

هدفت الدراسة للمساهمة في إثراء الحقل المعرفي لتخصص تنمية العلاقات العامة للمؤسسة من خلال تقديم دراسة تُترجم هذا المسعى و بالتالي إلى بناء معرفة حول الموضوع، كذلك سعت هذه الدراسة إلى محاولة إحداث مقارنة بين التخصصات، حيث أن موضوع الدراسة تناول الاتجاه وهو مفهوم نفسي وجودة الخدمة وهو مفهوم اقتصادي وتسييري والسعي لطرحها طرحًا سوسيولوجيًا، كما هدفت الدراسة للكشف عن نظر العميل نحو الجودة و نوعية الخدمة، أي هل الخدمة المقدمة للعميل من طرف المؤسسة تتميز بالجودة حسبه أم لا.

#### للإجابة عن التساؤلات التالية:

- هل لجودة الخدمة بالمؤسسة تأثير على اتجاهات العملاء؟
- هل الخدمة المقدمة للعميل تتوافق مع متطلباته و توقعاته؟
- هل يعتقد العميل أن الخدمة المقدمة له تتوفر على مقاييس الجودة؟
- هل الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة تُمكنها من امتلاك قاعدة من العملاء الدائمين؟

#### ولاختبار الفرضيات:

- أن لجودة الخدمة أثر على اتجاهات العملاء
- هناك علاقة ارتباط دالة بين الجوانب المادية في تقديم الخدمة و التعامل مع المؤسسة من طرف العملاء.
- هناك علاقة ارتباط بين الجوانب التفاعلية في تقديم الخدمة على تردد العملاء على المؤسسة.
- أن لمكانة المؤسسة عند العميل ارتباط بالصورة الذهنية التي يكونها عنها.
- اعتمدت الدراسة على منهج قياس الاتجاهات، حيث أجريت الدراسة بالمؤسسة المينائية لسكيكدة على عينة عشوائية عددها 45 عميلاً، واعتمدت الدراسة لجمع المعطيات على أدوات الاستمارة والملاحظة والمقابلة والوثائق والسجلات.

#### توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- سوء التسيير بالرغم من توفر المؤسسة على إمكانيات مادية وتكنولوجية هائلة.
- الاعتماد على الأسلوب البيروقراطي في التسيير وضرورة تغييره حتى يتماشى مع متطلبات السوق الدولية.
- اعتماد نظام الجودة دون ممارسته أو تجسيده واقعياً.
- ضعف الجانب التفاعلي بين المؤسسة و عملائها.
- افتقار المؤسسة لدورات تكوينية لعمالها أثر ذلك على مهاراتهم التفاعلية مع العميل مما نتج عنه اتجاهات سلبية و ضعيفة جداً.
- تفشي الممارسات السلبية بين العمال في تعاملهم مع العملاء أثر على اتجاهاتهم و جعلها ضعيفة وسالبة.
- تدهور سمعة ومكانة المؤسسة عند عملائها.

الدراسة الثانية:

دراسة عمار محمد زهير تيناوي الموسومة بـ: "دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات". مذكرة مقدمة لنيل درجة ماجستير إدارة الأعمال التخصصي، الجامعة الافتراضية السورية، سنة 2018-2019م.

هدفت الدراسة لمعرفة العلاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و بين تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال ومحاولة التوصل إلى مجموعة من النتائج و التوصيات من خلال الدراسة الميدانية التي سيقوم بها الباحث عن شركات الاتصال محل الدراسة بُغية تحقيق الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات من أجل تحسين جودة الخدمات.

**للإجابة عن التساؤلات التالية:**

- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات؟

- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بُعد الجوانب المادية الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال؟

- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بُعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال؟

- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بُعد الثقة والأمان كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال؟

- هل توجد علاقة بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بُعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال؟

**ولاختبار الفرضيات:**

- توجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصالات.

- توجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بُعد الجوانب المادية الملموسية كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال.

- توجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بُعد الاعتمادية كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال.

- توجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بُعد الثقة والأمان كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال.

- توجد علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وبين بُعد التعاطف مع العميل كأحد أبعاد جودة الخدمات المقدمة في شركات الاتصال؟

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، حيث أجريت الدراسة في شركات الاتصالات "MTN، SYRIATEL" في محافظة دمشق على عينة عشوائية عددها 112 مفردة من عينة العملاء و77 مفردة من عينة العاملين، واعتمدت الدراسة لجمع المعطيات على أداة الاستمارة.

توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

وجود علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات و أبعاد جودة الخدمة المتمثلة في بُعد الجوانب المادية الملموسة، بُعد الاعتمادية أو المصداقية، بُعد سرعة الاستجابة و مساعدة العميل، بُعد الثقة و الأمان "الضمان"، بُعد التعاطف مع العميل سواء بشكل جزئي مع كل بُعد لوحده أو مع جميع الأبعاد مجتمعة.

ج. دراسات ذات صلة بعلاقة متغير الرقمنة بمتغير جودة الخدمات:

الدراسة الأولى:

دراسة دعاء عادل ابراهيم السيد الموسومة ب: "تأثير تطبيق الرقمنة على جودة الخدمات الحكومية المقدمة". مقال منشور في المجلة العلمية للدراسات التجارية والبيئية (JCES)، المجلد الرابع عشر، العدد الأول، يناير 2023.

هدفت الدراسة للتعرف على تأثير تطبيق الرقمنة على جودة الخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية و للتعرف على تأثيرها على الاستجابة والاعتمادية والملموسية والتعاطف لهذه الخدمات المقدمة من طرف المصلحة.

للإجابة على التساؤلات التالية:

- ما مدى تأثير تطبيق الرقمنة على جودة الخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية؟
- هل توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد الاستجابة للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية؟
- هل توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد الاعتمادية للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية؟

- هل توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد الملموسية للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية؟

- هل توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد التعاطف للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية؟

- هل توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد الضمان للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية؟

#### ولاختبار الفرضيات:

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبين جودة الخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية.

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد الاستجابة للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية.

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد الاعتمادية للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية.

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد الملموسية للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية.

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد التعاطف للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية.

- توجد علاقة معنوية ذات دلالة إحصائية بين تطبيق الرقمنة وبعد الضمان للخدمات الحكومية لدى مصلحة الضرائب المصرية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث أجريت الدراسة بمصلحة الضرائب المصرية بمحافظة القاهرة على عينة قصدية حجمها 200 مفردة، واعتمدت لجمع المعطيات على أداة الاستمارة.

#### توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

هناك تحديات تكنولوجية غير مسبوقه في عملية الرقمنة والتحول الرقمي داخل مصلحة الضرائب المصرية مثل البنية التحتية القائمة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال و موظفين ذوي مهارات كافية بالتكنولوجيا والاتصال و الأنترنت، بالإضافة إلى نقص الموارد المالية والميزانيات المخصصة لبرنامج التحول الرقمي،

بالإضافة إلى ارتفاع التكلفة، وكذلك التغيرات التنظيمية و التشغيلية المطلوبة للرقمنة والتحول الرقمي والتخوف من مخاطر أمن المعلومات كنتيجة لاستخدام الوسائل التكنولوجية.

### الدراسة الثانية:

دراسة راما حسين اسحق الموسومة ب: "التحول الرقمي وأثره على تحسين رضا المواطن عن جودة الخدمات الحكومية". مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، الجامعة الافتراضية السورية، سنة 2021. هدفت الدراسة لمعرفة العلاقة بين أثر التحول الرقمي ممثلاً بالخدمات الإلكترونية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن الإلكتروني و بين تحسين رضا المواطن عن جودة هذه الخدمات، كما هدفت لدراسة أثر مجموعة من المتغيرات مثل: العمر، الجنس، التحصيل الدراسي ونوع العمل بين متوسط أفراد عينة فيما يتعلق بمدى رضا المواطن عن جودة الخدمات المقدمة من طرف المركز.

### للإجابة عن التساؤل التالي:

- هل لآثار التحول الرقمي دور في تحسين رضا المواطنين عن جودة الخدمات الحكومية؟

### ولاختبار الفرضيات:

- توجد علاقة ذات دلالة بين كل من أثر التحول الرقمي ورضا المواطنين عن الخدمات الحكومية المقدمة عبره لدى أفراد العينة.

- توجد فروق ذات دلالات بين متوسط أفراد عينة الدراسة فيما يتعلق بمدى الرضا عن الخدمات المقدمة عبر مركز خدمة المواطن الإلكتروني تعزى لمتغيرات: العمر، الجنس، التحصيل العلمي ونوع العمل.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي، حيث أجريت الدراسة بمركز خدمة المواطن الإلكتروني على عينة عشوائية بلغ عددها 104 مفردة، اعتمدت الدراسة لجمع المعطيات على أداتي: الاستمارة والمقابلة.

### توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- استطاع مركز خدمة المواطن الإلكتروني تحقيق ارتفاع في جودة الخدمات الحكومية المقدمة عبره، مما انعكس بشكل إيجابي كبير جداً على تحسين رضا المواطنين المستخدمين له.

- إن لأثر التحول الرقمي من الأبعاد الأربعة قيد الدراسة دور في تحسين رضا المواطنين، حيث تبين أن توفير الوقت هو العامل الأكثر تأثيراً على تحسين رضا المواطن، يليه العامل الصحي، يليه الحد من الفساد، و أخيراً بُعد التخفيض من الروتين و البيروقراطية.

- تؤثر الخدمات الالكترونية على رضا المواطن عن الخدمات الحكومية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن الالكترونية.

- لا يوجد تفاوت بين رضا المواطنين عن الخدمات الحكومية المقدمة عبر مركز خدمة المواطن الالكترونية بين الجنسين، فئات العمر، العاملين في القطاع العام و الخاص، و بين الذين وصلوا للتعليم الثانوي و الذين وصلوا للدراسات العليا لصالح المواطنين.

## 2. علاقة الدراسة الراهنة بالدراسات السابقة: نحددها في ثلاث مستويات أساسية، هي:

أ- مستوى أوجه التشابه أو الالتقاء : وفيه وجدنا أن الدراسة الراهنة تلتقي مع الدراسات السابقة في الاهتمام بمتغيري الدراسة سواء نظريا أو منهجيا.

في المعالجة النظرية لمتغيرات الدراسة بينت أنها لا تزال تستقطب الاهتمام العلمي لدراساتها والاشتغال بها، من مختلف الزوايا ولو كان هذا التناول يربط كل متغير بمتغيرات أخرى.

كرنولوجيا الدراسات: تدل تواريخ الدراسات المختارة (2008، 2009، 2019، 2018، 2021، 2023) بتقاربها وتباعدها وأن البحث بشأن موضوع دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة لا يزال جار، يشهد اهتمام الباحثين وأنه قابل ومقبول للدراسة، ما يخرج من دائرة الاستهلاك الموضوعي.

الامتداد العلمي للموضوع: رأينا من خلال التعريف بالدراسات السابقة(صاحبها، عنوانها، التخصص العلمي أو مكان الإنجاز) أن موضوع دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة تهتم به تخصصات علمية أخرى وليس فقط علم الاجتماع، مثل: علوم الإعلام والاتصال، علم المكتبات... .

المعالجة المنهجية: تلتقي أغلب الدراسات السابقة في استخدام المنهج الوصفي وكذا أدوات جمع البيانات وهذا ما تأخذ به الدراسة الحالية أيضا.

## ب- مستوى الاستفادة من الدراسات السابقة:

يتجلى في عدة جوانب منهجية، نظرية وتطبيقية نقدمها في شكل نقاط كما يلي:

- توفير الدراسات السابقة لعناوين المراجع التي تخدم موضوعنا ما يسهل علينا عملية البحث بشأن الموضوع المدروس.

- الاستفادة من الجانب النظري: عكسها وضع عناصر الفصول وتحريرها بصفة عامة وكذا في تحديد أبعاد المتغيرين ما ساعدنا في وضع الأسئلة الفرعية ومنه الفرضيات المقترحة كأجوبة مؤقتة لها.

- الاستفادة المنهجية: تتجلى في صياغة الإشكالية، ووضع الفروض وتحديد أبعادها ومؤشراتها ووضع أسئلة الاستمارة وصياغتها.

ج- مستوى تمييز الدراسة الراهنة عن الدراسات السابقة:

تجمع الدراسة الراهنة متغير الرقمنة مع جودة الخدمة بخلاف الدراسات السابقة التي تتناول كل منهما على حدى مع ربطه بمتغيرات أخرى مثلا: ربطها ب: المكتبات، اتجاهات العملاء، تكنولوجيا المعلومات (...).

### خلاصة:

يكتسي تحديد موضوع الدراسة أهمية بالغة، فانطلاقاً منه تصاغ الإشكالية التي تبرز دقة الموضوع و توجه الباحث في تنفيذ بحثه، وتبرز الأهداف التي تعد بمثابة المرشد الذي يوجهه لتفادي الخروج عن محتوى موضوعه، بالإضافة إلى تحديد مفاهيم الدراسة لإزالة الغموض، بالإضافة لعرض ومناقشة أهم الدراسات التي تناولت الموضوع.

## مراجع الفصل الأول

1. ابراهيم مصطفى وآخرون (د.سنة)، المعجم الوسيط، ترجمة ابن سرور محمد أويس وعبد النصير علوي.
2. أحمد بودشيشة (د.سنة)، وضعية المهارات الرقمية لدى الطلبة الجامعيين للاستجابة لمتطلبات التعليم عن بعد - طلبة الماستر، قسم العلوم الاجتماعية، جامعة سكيكدة نموذجاً، الملتقى الدولي: رقمنة التعليم وتحديات العصرنة، جامعة 8 ماي 1945، قالمة.
3. أسماء كروان (د.سنة)، وسائل الدفع الإلكتروني وآليات حمايتها: الجزائر نموذجاً، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد الثلاثون، الجزء الأول.
4. الصالح بوعبدالله (2009)، قياس جودة الخدمة، مفاهيم وأدوات، مقال منشور في مجلة العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، العدد الثاني.
5. أمال وهبة وابتسام قارة (أفريل 2022)، التحول الرقمي في الجزائر بين الآفاق والتحديات، مقال منشور في مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة بشار، المجلد الثامن، العدد الأول.
6. بريزة بوزعيب (2022)، الرقمنة ودورها في عصرنة التعليم العالي في الجزائر، مقال منشور في مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسولوجية والتنمية الإدارية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، المجلد الخامس، العدد الثاني.
7. بلبالي عبد النبي (2008-2009)، دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية ثم كسب رضا الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، فرع علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
8. جون ماكنزي أوين (2011)، المقالة العلمية في عصر الرقمنة، ترجمة وتقديم حشمت قاسم، المركز القومي للترجمة، العدد 1782، ط1، القاهرة.
9. حبيبة زلاقي (جانفي 2018)، نظرية الدور من الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي، مقال منشور في مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الوادي، العدد السابع عشر.

10. حسان بوزيان(2013)، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة سعد دحلب، البليدة.
11. سميرة منصوري، حكيمة وشنان(2022)، المدرسة الجزائرية والرقمنة، دار البدر الساطع للطباعة والنشر، ط1، الجزائر.
12. سمية بلغيث (2019)، ضرورة حماية خصوصية مراسلات البريد الالكتروني في التشريع الجزائري، مقال منشور في مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني.
13. فاطنة بن ساعد(2023)، جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون، مقال منشور في مجلة الابتكار والتسويق، جامعة جيلالي اليابس، بلعباس، المجلد العاشر، العدد الأول.
14. فيليب كوتلر وجاري أرمسترونغ(2007) أساسيات التسويق، ترجمة: مسرور ابراهيم علي، دار المريخ، الرياض.
15. مراد بولكعبيات(2023)، الإدارة الجزائرية والرقمنة و دورها في تطوير الاستثمار، مقال منشور في مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد الثامن عشر، العدد الأول.
16. مداح عرابي الحاج وجميلة مديوني(2011)، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج Seruqual، تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، الملتقى الدولي الأول بعنوان الاقتصاد الإسلامي، الواقع ورهانات المستقبل.
17. محمد خثير وأسماء مرايمي(2017)، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مقال منشور في مجلة الريادات للاقتصاد والأعمال جامعة خميس مليانة، المجلد الثالث، العدد الأول.
18. معاد عريوة ومحمد خاوي(2017)، واقع وسائل الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري، مقال منشور في مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، العدد الرابع.
19. نؤارة حسين(2021)، الحق في البريد الالكتروني، مقال منشور في مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي أفلو، المجلد الرابع، العدد الثاني.

20. ناصر الدين بن أحسن (2021-2022)، إدارة علاقات الزبائن، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة.
21. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية (أكتوبر 2014)، العدد الثالث والستين.
22. نادية ظريفي (ديسمبر 2016)، جودة الخدمة العمومية، مقال منشور في مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة مسيلة، العدد الرابع.
23. أحمد بن مويزة وآخرون (ديسمبر 2021) أثر أبعاد التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات البريدية: دراسة استطلاعية لعينة من موظفي وكالات بريد الجزائر العاملة لمدينة الأغواط، مقال أبحاث ودراسات التنمية، جامعة برج بوعرييج، المجلد الثامن، العدد الثاني.
24. حسيبة نايلي وهاجر لبادي (ديسمبر 2023)، جودة الخدمة الإلكترونية وأثرها على رضا العملاء: دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بقالمة، مقال منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة 2، عبد الحميد مهري، المجلد التاسع، العدد الثاني.
25. نذير بوسهوة (ديسمبر 2023)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات البريدية، مقال منشور في مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد العاشر، العدد الثاني.

## الفصل الثاني: الرقمنة دلالات وأبعاد

## الفصل الثاني: الرقمنة دلالات و أبعاد

تمهيد

أولاً. نشأة الرقمنة وتطورها

ثانياً. خصائص الرقمنة

ثالثاً. أهمية الرقمنة وأهدافها

رابعاً. مكونات وأشكال الرقمنة

خامساً. النظريات المفسرة للرقمنة

سادساً. إيجابيات وسلبيات الرقمنة

سابعاً. واقع تطبيق الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر

خلاصة

**تمهيد:**

تعد الرقمنة لغة العصر وأداته، فهي التقنية الأكثر استخداماً فقد انتشر استخدامها في شتى المجالات، حيث غيرت نظرتنا لعدة أمور في حياتنا وأعمالنا وحتى تصرفاتنا بشكل كبير، واضح وملحوس، إذ فرضت علينا نمط جديد من الحياة، المعاملات، الأعمال والاتصالات تختلف تماماً عما سار عليه البشر قبل بضع عقود، لقد جعلت العالم في ثوب جديد في كل تعاملاته، قصرت المسافات وفتحت آفاقاً جديدة اختصرت من خلالها زمن الإنجازات في شتى الميادين.

**ضمن هذا الإطار، نحاول في هذا الفصل معالجة متغير الرقمنة من خلال التطرق للعناصر التالية:**

## أولاً. نشأة الرقمنة وتطورها:

شهد العالم تغيرات كبيرة مست تقنيات الاتصال والمعلومات، أدت هذه التغيرات إلى ظهور معالم وأنماط جديدة تعتمد على أساليب حديثة من أجل تحسين الخدمات المقدمة للمواطن والقضاء على البيروقراطية و تحسين أعمالها وجودة خدماتها، وهو ما اصطلح على تسميته بالإدارة الرقمية، حيث يرجع مفهوم الرقمنة إلى تطورات تاريخية عديدة في مرافق و مؤسسات المعلومات، لتسيير بعض الأنشطة المكتبية بعد إدخال الحاسب الآلي فيها في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا، منذ خمسينيات القرن الماضي حسب "هزئر" من خلال النتائج المحققة لإخفاء السجلات الورقية لتحل محلها السجلات الالكترونية والتي تسمح للمكتبات المشاركة في شبكة السجلات وتبادلها في مجال الفهرسة التعاونية، كذلك في الإعارات بين المكتبات حسب مشروع المكتبة الكونية مفاده توحيد الفهارس ونصوصها في كل مكتبات العالم من طرف القوى العظمى الغربية أو ما تعرف بمجموعة السبع في جويلية 1994 بغرض جعل كل المصادر قابلة للبحث فيها عبر شبكة الانترنت باعتبارها فضاء للمعلومات و المعرفة في المكتبات، ليمتد بعدها إلى اجتماعات عديدة بين القوى العظمى لرقمنة المكتبات بتكثيف الربط الرقمي بين مختلف المكتبات بنية توسيع المعرفة إلى أوسع الحدود.

وجاء بعدها العديد من الاجتماعات بين هذه القوى من أهمها اجتماع بروكسيل 1995 لدعم التنمية في المجال الاقتصادي، الاجتماعي، العلمي والثقافي الذي تبنته الولايات المتحدة الأمريكية بتمويل من المؤسسة القومية للعلوم والوكالة الفضائية النازا التابعة لوزارة الدفاع ليشمل هذا المشروع إقامة ست مكتبات رقمية تساهم في البحث العلمي للتعليم العالي بدعم من المؤسسات الفاعلة في الولايات المتحدة الأمريكية. (منصوري سميرة، وشنان حكيمة، 2022، ص ص 41،42)

تنتقل بعدها إلى أوروبا بمشاريع مماثلة أطلق عليها اسم ذاكرة ميموريا (mimoria) بمشاركة المكتبة الوطنية الفرنسية وأكسفورد تاكست أرشيف ومعهد تولون للأبحاث العلمية ومؤسسات في المعلوماتية، أو ما يعرف بالتوجه نحو حفظ الإنتاج الفكري الإلكتروني لقطاعات نوعية وموضوعية، ليرتبط بعدها بمكتبات عديدة من الدول المتقدمة من خلال مشروعات عملاقة للمكتبات الرقمية. (أحمد الكبيسي، 2008، ص 06)

وفي عام 2000، بدأ استخدام الرقمنة على نطاق أوسع كمبدأ وذريعة للتقديم الحكومي الكامل لتكنولوجيا المعلومات IT، ما زاد من استخدام الإنترنت وتكنولوجيا المعلومات على جميع المستويات. بدأ تطور مشابه

في مناخ الأعمال العام بغرض رفع الوعي المتعلق بالموضوع وفرصه. في الاتحاد الأوروبي على سبيل المثال، بدأت حملة تُدعى السوق الرقمي الموحد، مع توصيات لجداول أعمال رقمية قومية في الاتحاد الأوروبي، وهو الذي لا بد وأنه قد ساهم تدريجياً وإيجابياً في التحول المجتمعي المستقبلي، مع التطور الحديث للمجتمعات والمنشآت لخلق قاعدة للحوكمة الإلكترونية ومجتمع المعلومات. (لعرج مجاهد نسيم، 2021، ص 345)

فقد ارتفع الضجيج حول "الرقمنة" مع الانتشار الواسع للمجتمع المعلوماتي الثالث (المجتمع الأول كان عصر الطباعة منذ أكثر من خمسمئة عام، ثم الثاني أثناء الحرب العالمية الثانية). وبات كل فرد من هذا المجتمع يمتلك هاتفاً جوالاً، ونصفهم يستخدمون الإنترنت والحاسبات.

أما في سنة 2020 ومع انتشار جائحة كورونا وما فرضته من إغلاقات شبه تامة قلصت الكثير من مجالات الحياة الطبيعية، لكنها بالمقابل وسّعت من مجالات التكنولوجيا الرقمية، وعجلت في تحول العالم إلى عصر الرقمنة. أظهرت الأرقام أن العالم قد قفز خمس سنوات إلى الأمام في تبني القطاعات الاقتصادية المختلفة والمستهلكين للأنظمة الرقمية أثناء جائحة كورونا، لقد حصل هذا التسارع في غضون شهرين فقط هما أبريل ومايو من العام 2020 إبان ذروة الإغلاق التي تسبب بها الخوف من انتشار فيروس كورونا، فلاشك بأن الأزمة العالمية الناجمة عن انتشار هذه الجائحة دفعت نحو المزيد من الانخراط في عالم رقمي وسرّعت الاستفادة من الحلول والتطبيقات والخدمات الرقمية، فمثلاً أطلقت البنوك حملات توعية رقمية لعملائها باستخدام تطبيقاتها وإجراء كافة المعاملات والخدمات عن بُعد، وركزت المدارس والجامعات على التعلم عن بُعد باستخدام مختلف التطبيقات وتم ذلك في الكثير من البلدان بنسبة 100%. وبدأ الأطباء في تقديم المشورة الطبية عن بُعد واتجه معظم الأفراد خلال فترة الإغلاق إلى التسوق عبر الإنترنت والخدمات الرقمية. (لعرج مجاهد نسيم، 2021، ص 347، 346)

وبهذا غيرت الرقمنة أساليب الحياة في جميع أنحاء العالم من معظم جوانبها الاقتصادية والاجتماعية، حتى أصبح من النادر أن تجد شخصاً ليس له علاقة بالرقمنة من قريب أو بعيد، فالיום يشهد العالم انتشار تقنيات رقمية حديثة مزلزلة مبتكرة تقضي على القديم و تخلق بيئة جديدة تماماً، مثل الذكاء الاصطناعي والحوسبة والطباعة ثلاثية الأبعاد و شبكة الجيل الخامس المتنقلة التي ستنقل البيانات بسرعة أكبر، وستربط عدداً هائلاً من الأشياء الذكية و الأشخاص و الحوسبة السحابية وتطبيقات الذكاء الاصطناعي.

## ثانياً. خصائص الرقمنة:

تتميز الرقمنة عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بالخصائص التالية: (العايشي زرزار، 2010، ص220)

- **تقليص الوقت:** فالتكنولوجية تختصر المدة الزمنية في كل الأماكن.
- **تقليص المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجماً هائلاً من المعلومات المخزنة و التي يمكن الوصول إليها بسهولة و يسر.
- **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث ونظام الذكاء الاصطناعي، مما يجعل تكنولوجيا المعلومات تساهم في تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
- **تكوين شبكات الاتصال:** تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين و كذا منتجي الآلات و يسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى.
- **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار و هو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.
- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم، فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
- **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فالإنترنت مثلاً تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال فلا يمكن لأي جهة أن تعطلها.
- **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية متنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع على مستوى العالم بأكمله.
- **قابلية التحرك والحركية:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة من الحاسب الآلي النقال، الهاتف النقال....إلخ.
- **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.

- **اللاجماهيرية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة وهذا يعني إمكانية التحكم فيها، حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك.
- **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم، بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمط مرن.
- **العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة و معقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، فهي تسمح برأس المال أن يتدفق إلكترونياً.

### ثالثاً. أهمية الرقمنة وأهدافها:

#### 1. أهمية الرقمنة:

للرقمنة أهمية متزايدة بالنسبة لمؤسسات المعلومات على اختلاف أنواعها، فالاهتمام بالتكنولوجيا سيُعطي الإدارة دفعة قوية لتنظيم وترشيد أعمالها، حيث يرى العديد من الاقتصاديين أن رقمنة الإدارة يحمل أبعاداً اقتصادية فالأموال الهائلة التي كانت تُخصص سابقاً لاقتناء مستلزمات الأوراق والطباعة يمكن أن تُوظف لجوانب أخرى يحتاجها المواطن في مجال التنمية، كما أن تنمية مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال واستخدامها بشكل فعال سيدفع نحو إدارة فعالة قوية لتنظيم وترشيد أعمالها، بالإضافة إلى أن الرقمنة الإدارية و تعميمها في كل القطاعات أصبح ضرورة لا مفر منها وسيكون لهما أثر إيجابي على حياة المواطن و على مسار التنمية الاجتماعية والاقتصادية للبلاد لاسيما في ظل التطورات التكنولوجية الهائلة والسريعة التي يشهدها العالم. (سعد غالب ياسين، 2005، ص36)

كما تكمن أهمية الرقمنة، في كونها مصدر معلومات متاح على وسيط تخزين تقليدي، يزيد من إمكانية الاستفادة منه من خلال تيسير عملية الوصول والاطلاع عليه، فقد أصبح في الإمكان إجراء البحث أو الاستعلام داخل النصوص الكاملة لمصادر المعلومات، والاستعانة بمجموعة من الروابط الفائقة **"Hypertext"** والتي تحيل القارئ مباشرة إلى النصوص التي ينبغي الاطلاع عليها، إلى جانب إحالته إلى المصادر الخارجية المرتبطة بموضوع بحثه.

فالرقمنة لا تستهدف فقط استبدال تقنيات وخدمات المؤسسة التقليدية بمجموعات وخدمات إلكترونية، بل الهدف الرئيسي منها يكمن في تطوير وتحسين الاستفادة من التقنيات المعلوماتية المستحدثة جنباً إلى جنب مع تطوير الخدمات المقدمة المضافة إلى الحفاظ على الأوعية التقليدية من التلف والضياع و خاصة النادرة منها.

كما تبرز أهمية الرقمنة في الأفعال التالية: (منصوري سميرة، وشنان حكيمة، 2022، ص44)

- النفاذ
- التكلفة (الكلفة)
- التدريس والتعليم
- التفاعلية و سهولة الاستخدام
- المسائل التنظيمية
- الحداثة
- السرعة.

## 2. أهداف الرقمنة:

يحدد بييريف دوشمان مجموعة الأهداف الأساسية المنشود تحقيقها من وراء الرقمنة والتي يمكن تلخيصها في أنها تتيح: (سهيلة مهري، 2005، ص ص 75، 76)

- أ. حماية المجموعات الأصلية والنادرة: حيث تمثل إمكانية الاستخدام الفعال لحفظ مصادر المعلومات النادرة و القيمة وبالتالي لا يسمح للمستخدم بالاطلاع عليها، كما تعمل على تقليص أو إلغاء الاطلاع على المصادر الأصلية و ذلك لإتاحة نسخة بديلة في شكل إلكتروني في متناول المستخدمين.
- ب. التشارك في المصادر والمجموعات: تمثل إمكانية استخدام المصدر الرقمي من جانب عدة مستفيدين في الوقت نفسه اتجاهاً ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار من أجل القضاء على مشكلة النسخ المحدودة من المجموعات التقليدية والتي تحدد عدد المستخدمين الراغبين في الاطلاع على مصدر المعلومات في عدد النسخ المتاحة منه.

ج. **الاطلاع على النصوص:** بالرغم من أن الاتصال الفيزيائي للمستفيد مع مصدر المعلومات التقليدي قد ينقطع مع عملية الرقمنة إلا أن هذه العملية يمكن أن تتيح المعلومات في بعض الأحيان أفضل من تلك التي تتيحها في النص الأصلي، كما يمكن أن توفر بعض الإمكانيات و الخدمات التي من شأنها تسهيل قراءة النص مثل إجراء تكبير و تصغير "zoom" والانتقال السريع إلى أي جزئية من جزئيات النص من خلال منظومة الروابط الفائقة إلى جانب إمكانية محاكاة وسيط الاطلاع الرقمي الكتاب الرقمي للكتاب بالتقليدي الورقي.

د. **إتاحة المصادر عبر منظومة شبكات المعلومات:** يمثل إتاحة و تبادل مصادر المعلومات عن بعد إحدى السمات الأساسية التي تتميز بها المجموعات الرقمية، فقد يكون وسع المكتبة أمدادا أي مكتبة أخرى بنسخة الكترونية من مصدر المعلومات عبر منظومة الشبكات ويجب أن تتم هذه العملية بشكل متبادل بين المكتبات، حيث يتمكن المستفيد من الاطلاع و المقارنة في موقع واحد على كل مصادر المعلومات المتاحة في عدة مكتبات أو مؤسسات للمعلومات.

كما تتمثل أهداف الرقمنة في النقاط الأساسية التالية:

- ✓ **الحفظ:** يعد حفظ المصادر والمعلومات في الصيغة الرقمية أقل عرضة للتلف والضرر مقارنة بالوسائط الورقية التي تتعرض لعدة أغراض.
- ✓ **التخزين:** أما بخصوص التخزين فإننا نشهد العديد من الوسائط الرقمية من أقراص مضغوطة يمكنها تخزين آلاف الصفحات، بالإضافة إلى الرقمية الأخرى مثل "DUD" فالرقمنة توفر علينا الكثير من المساحات.
- ✓ **التشارك:** من خلال شبكات المعلومات خاصة شبكة الأنترنت التي وفرت إمكانية الاطلاع على الوثيقة من قبل مئات الأشخاص في الوقت نفسه.
- ✓ تتميز النظم الرقمية بسرعة كبيرة في الاسترجاع عن طريق تحويل المواد و الوثائق إلى الشكل الرقمي يمكن للمستفيد استرجاعها في ثوان بدلا من عدة دقائق في النظم التقليدية، للحصول على المعلومات دون التدخل البشري.

✓ تحقيق عائد مادي من خلال بيع المنتج الرقمي سواء على الأقراص الضوئية أو إتاحتها على الشبكة ولا يقصد بالربح هنا الإتجار بقدر ما هو الحصول على عائد مادي يُعطي هامشا من التكلفة لضمان استمرار العمل. (سامية خواترة، فيفري 2021، ص 133)

#### رابعاً. مكونات وأشكال الرقمنة:

**1. مكونات الرقمنة:** تمنح عمليات الرقمنة وأسلوب الحياة المعتمد على استخدام الويب الحكومة فرصة إعادة هندسة نفسها اعتماداً على معلومات أخرى غير البيروقراطية.

وتشكل البنية التقنية الرقمية الركيزة المحورية للإدارة الإلكترونية و نذكر منها: الحاسب الآلي وشبكات الاتصالات ووسائل الاتصال وأجهزة التحكم بالاتصال.

**1.1 الحاسب الآلي(الحاسوب):** يمكن تعريف الحاسب الآلي بأنه: "آلة إلكترونية يمكن برمجتها لكي تقوم بمعالجة البيانات و تخزينها و استرجاعها و إجراء العمليات الحسابية و المنطقية عليها، و جهاز الحاسوب يقوم بتحليل و عرض و نقل المعلومات بأشكالها المختلفة والمعلومات لها أشكال متنوعة قد تتمثل على هيئة أرقام أو أحرف للنصوص المكتوبة أو المرسومة وصور وأصوات أو حركة كما في الأفلام والكتابات". (محمد بن سعيد محمد العريشي، 2001، ص 55)

**2.1 الاتصالات:** عملية تساعد المرسل على إرسال المعلومات، أي كان أصلها وبأي صورة ممكنة إلى واحد أو أكثر من المرسل إليهم، بأي وسيلة من وسائل النظم الكهرومغناطيسية، والاتصالات الحديثة: هي الاتصالات المعتمدة على الأقمار الصناعية والحاسبات الإلكترونية المتفوقة والذكاء الاصطناعي، وتعتمد الاتصالات إلى الشفهية الإلكترونية كالمؤتمرات المصورة، والتلفزيون التفاعلي، والتعليم بواسطة الحاسب، والترجمة الفورية التي تؤهل الاتصالات الحديثة لتقديم الشفهية الإلكترونية كأحدى السمات الرئيسية لعالم الغد.

**3.1 إلكترونيات المستهلك:** هي الدخيل الجديد أو المكون الثالث للرقمنة بالإضافة إلى الحاسوب والاتصالات، وتستخدم بشكل أساسي لتلبية رغبات الأفراد ومتطلباتهم، مثل الديسك.(بن دبله عبد العالي ومرابط عياش عزوز، 2016، ص ص 84.85)

مكونات نظام الحاسوبي:

- **الأجهزة:** وهي الآلات أو الوسائل التي تحمل نشاط الحاسبات كالتخزين والاسترجاع والاتصال بالبيانات، وتكون عادة تحت سيطرة برمجيات **SOFTWARE**.
- **البرامج:** وتقوم بإعطاء المعلومات عن كيفية التنفيذ والحصول على النتائج المطلوبة، فهي التي توجه المكونات المادية للحاسوب للعمل بأسلوب أو بطريقة معينة بغرض الحصول على نتائج معينة.
- **المعلومات:** يجب أن تمثل الترتيب العملي و ذلك من خلال التحديد الدقيق لكل مرحلة ابتداء بجمع البيانات و تحديد الهدف وتنظيم البيانات.
- **الأشخاص:** الذين يتعاملون مع تكنولوجيا المعلومات.

**الخطوات التنفيذية:** يجب أن تكون المعالجة مرتبة و منظمة من أجل الحصول على نتائج إيجابية. (بن دبله عبد العال ومرابط عياش، 2016، ص85)

✚ أما المكونات الأساسية للحاسب الآلي كما ذكرها السالمي وآخرون، هي:

- **وحدة الإدخال:** بواسطتها يتم إدخال البيانات و الإشارات المطلوب تغذيتها للحاسب إما أن تكون لوحة مفاتيح متصلة بشاشة عرض أو أجهزة اسطوانات وأشرطة مُمغنطة أو لوحة رسم أو قارئ ضوئي.
- **وحدة التخزين (الذاكرة) الرئيسية:** ومهمة هذه الوحدة التخزين المؤقت للبيانات و البرامج اللازمة لمعالجة تلك البيانات وتخزين المعلومات الناتجة عن معالجتها قبل اخراجها و تخضع هذه الوحدة لأوامر و تعليمات وحدة التحكم.
- **وحدة الحساب والمنطق:** تقوم هذه الوحدة بجميع العمليات الحسابية من جمع و طرح و ضرب...إلخ وكذلك العمليات المنطقية كالمقارنة، كما أنها تخضع إلى أوامر وحدة التحكم.
- **وحدة التحكم والسيطرة:** وهو الجزء المهم، حيث يقوم بالإشراف على جميع العمليات التي تقوم بها الوحدات وتسيطر على سير البيانات و البرامج و إعطاء النتائج، كما أن وحدة التحكم مع وحدة الحساب تكون ما يسمى بالمعالج **Processor** والوحدات الثلاثة، هي: وحدة الذاكرة الرئيسية ووحدة التحكم ووحدة الحساب والمنطق وتسمى وحدة المعالجة المركزية.
- **وحدة الإخراج:** هناك عدد من الوسائل يمكن أن تخرج بالنتائج من شاشة العرض أو الآلة الطابعة أو الأسطوانات والأشرطة أو الأقراص المُمغنطة أو الرسم والأكثر شيوعاً وهي وحدات العرض و آلات الطبع. المرجع.

## 2. أشكال الرقمنة: تتم عملية الرقمنة بطريقتين، هما:

**الطريقة الأولى:** هي التي يكون فيها كل حرف ممثل لوحدة بشكل رقمي ويتم الحصول عليها إما بالإدخال المباشر عن طريق برامج معالجة النصوص أو بواسطة التعرف الضوئي على الحروف OCR انطلاقاً من وثيقة مرقمنة في شكل صورة. (سهيلة مهري، 2011، ص66)

**الطريقة الثانية:** وهي الطريقة المطبقة والمستعملة في أغلب مشاريع المكتبات الرقمية، وتتمثل في عملية التصوير الضوئي التي تتم باستخدام الماسحات الضوئية وتعطينا صوراً رقمية للوثائق، تتميز بثلاث أشكال، هي:

أ. **الرقمنة في شكل صورة Mode image :** من أنواع الرقمنة الأكثر استعمالاً على الرغم من أنها تحتل مساحة كبيرة من التخزين و لها أهمية كبيرة في مجال الكتب والمخطوطات القديمة، خاصة للباحثين والمختصين بدراسة القيم الفنية وليست النصية والصورة التي تتكون من مجموعة نقاط تدعى **بيكسال Pixel** وكل بيكسال يمكن ترميزه بـ :. (سهيلة مهري، 2005، ص83)

1 تصوية أبيض وأسود **Noir et Blanc**

8 بايت لصورة في مستوى رمادي **Niveaux de gris**

24 بايت أو أكثر لصورة ملونة **En couleur**

وعلى هذا الأساس يمكن أن نميز بين ثلاث أنواع للترميز في شكل صورة:

▪ **أحادي البايث Mode bitonal:**

في هذا النوع كل **بيكسال** يمثل بايت واحد و هو بذلك يفرض أحد هاتين القيمتين أبيض وأسود، و هي طريقة جد اقتصادية من ناحية الحفظ و سهولة التطبيق على الوثائق الحديثة وشديدة الوضوح، بينما تلقى صعوبة في التعامل مع الوثائق القديمة التي تعرضت للرطوبة والتلف، حيث أن الماسح الضوئي لايعرف هذه الآثار و يمكن أن يعتبرها كنقاط و يترجمها إلى الأسود.

▪ **المستوى الرمادي Niveaux de gris:**

وهو نوع يتطلب مساحة أكبر على مستوى الذاكرة وعدد البتات المستخدمة لترميز البيكسال الكبير، هذه التقنية تسمح عكس النوع السابق بحفظ الوثائق القديمة جداً، حيث استعملتها مكتبة الكونغرس في رقمنة أرصدها الإرثية التراثية القديمة.

▪ **بالألوان En couleur:**

لديه نفس مبدأ النوع السابق و يختلف عليه في كون واحد بيكسال **Pixel** تقابله في الترميز ثلاثة ألوان أساسية هي الأحمر، الأخضر، الأزرق (**RVB**) كل لون من هذه الألوان يرمز بعدد معين من البتات **Les bites** ويؤخذ على هذا النوع أن حجم الملفات كبير جداً بالمقارنة مع النوعين السابقين و عموماً فإن هذا النوع من الرقمنة يقضي على كل فرص البحث داخل النص، كما أن الملفات تحتل مساحة كبيرة على وسائط التخزين.

ب. **الرقمنة في شكل نص Mode Texte:**

هذا النوع يتيح الفرصة للبحث داخل النص، فهو يسمح بالتعامل مباشر مع الوثيقة الالكترونية على أنها نص وللحصول على هذا النوع يتم استعمال برمجية التعرف الضوئي على الحروف **OCR** انطلاقاً من وثيقة مرقمنة في شكل صورة، حيث أن البرمجية تقوم بتحويل النقاط المكونة إلى رموز وعلامات وحروف، كما تسمح بالتعديل وتصحيح الأخطاء، إن منتجي هذه البرمجيات قاموا بتطوير منتجاتهم حيث أصبحت هذه البرمجيات مصحوبة بقواميس و أدوات التحليل النحوي وهذا النوع يناسب الوثائق التي تضم عدد كبيراً من أسماء العلم و أشكال نحوية قديمة أو مكتوبة في لغات عديدة.

ج. **الرقمنة في شكل اتجاهي Mode vectoriel:**

وهو الشكل الثالث للرقمنة، الرقمنة في شكل اتجاهي: تقنية تعتمد على العرض باستعمال الحاسبات الرياضية وهي تستعمل خاصة في مجال الرسوم بمساعدة الحاسب الآلي و التحول من الشكل الورقي إلى الشكل الاتجاهي عملية طويلة و مكلفة. (سعيد يقطين، 2005، ص ص 83، 84)

و يتواجد حالياً شكل للتقديم الاتجاهي **PDF** وهي تقنية طورتها شركة **Adobe** عام 1993 تهدف إلى نشر و تبادل المعلومات المقروءة إلكترونياً بشكل يحفظ للمادة التي تبادلها الجوانب التالية:

- ✓ **الدقة:** تحفظ تقنية PDF تنسيق الصفحة **Page layout** الذي وضعه مصمم الوثيقة أصلاً أثناء تصميمه لوثيقته وملفات PDF لا يتم إعادة تنسيقها من قبل القارئ عن طريق برنامج التصفح، فملف PDF يعد صورة رقمية للصفحة المطبوعة.
- ✓ **الحجم المضغوط:** ملفات PDF صغيرة الحجم وذلك يساعد على نقلها عبر الإنترنت.
- ✓ **التوافقية:** يمكن قراءة ملف PDF من قبل أي مُستخدم وعن طريق أي نظام تشغيل من خلال استخدام برنامج **Acrobat reader** المتوفر مجاناً على موقع **Adobe Adobe** فصيغة الـ PDF لا تعتمد نظام تشغيل معين.
- ✓ **جودة العرض و الطباعة:** ملفات PDF.

### خامساً. النظريات المفسرة للرقمنة:

نظراً لحدثة متغير دراستنا "الرقمنة" فقد قمنا بالإشارة إلى أهم الإسهامات النظرية التي تحدثت عن الرقمنة وتكنولوجيا المعلومات في ظل علاقتها بمختلف جوانب المجتمع كالتعليم والتربية والاتصال، نستعرضها كما يلي:

#### 1. نظرية الاتصال الشبكي لجورج سيمنز:

قدم جورج سيمنز نظرية الاتصال الشبكي كإجراء نظري يواكب حداثة القرن الحادي والعشرين ويُلبى حاجيات التعلم المعاصر لتكون هذه النظرية قائمة على التعلم النشط، حيث يشجع على عملية الاتصال الشبكي التكنولوجي بين المعلم والمتعلمين، وإطار نظري يعين نظريات التعلم كالسلوكية والمعرفية والبنائية التي ليس بمقدورها التعامل بشكل كلي وكافي مع التغيرات التي يفرضها التطور الذي يشهده عالمنا اليوم، وقد أُعتبرت من النظريات الحديثة التي ارتبطت نشأتها بالتطور الرقمي المعاصر.

تسعى **النظرية الاتصالية** إلى توضيح كيفية حدوث التعلم في البيئات الإلكترونية المركبة، وكيفية تأثير التعلم عبر الديناميكيات الاجتماعية الجديدة، وتدعيمه بواسطة التكنولوجيا، إذ تُعد من النظريات الحديثة التي ارتبطت بالتطور التكنولوجي المعاصر، لوضع العملية التعليمية عبر الشبكات في إطار اجتماعي فاعل. (أحمد بوعجيلة ونبيلة زويدي، 2023، ص319)

تتمحور أفكار **النظرية الاتصالية** في أن فلسفتها قائمة بالأساس على مسلمة مفادها أن المعرفة موجودة في العالم، وليس داخل الفرد بصورة مجردة بالتالي المعرفة تتحقق داخل نظم يتم الوصول إليها من خلال

أفراد يشاركون ويتفاعلون في بناء المعارف والأنشطة وقد أطلق على هذه النظرية أيضا "نظرية التعلم في العصر الرقمي" بسبب الطريقة التي أستخدمت بها لشرح تأثير التكنولوجيا في حياة الناس وكيفية تفاعلهم وطريقة تعلمهم واكتسابهم للمهارات وبشكل أبسط يُمكننا أن نستنتج أن المعرفة في النظرية الاتصالية لا تولد نتيجة التقاء تعليمي ضيق في فضاء مدرسي مغلق، بل المعرفة تتحقق نتيجة تفاعل اجتماعي شبكي تلعب فيه الوسائل التكنولوجية دور هام لأنها تحاول نشره وجعله متاح للجميع في وقت وجيز وتخلق فضاء شبكيا يعمل فيه الجميع على بناء المعارف واكتشافها والاطلاع على كل ما هو جديد. والمُميز في هذه النظرية أنها لا تشتغل على استهلاك المعرفة بل تخلق المجال الاتصالي للبحث عنها وإنشاءها وبناءها. والمهم في اجراءها المعرفي أنها تخلق السبل حول كيفية البحث والتحري والولوج إلى المعارف أكثر من معرفة المعلومة أو المعرفة في حد ذاتها. وبالتالي العملية الإجرائية في التعلم في سياق النظرية الاتصالية هي عملية اجتماعية تعليمية تواصلية في نسيج شبكي رقمي تكنولوجي يطور التعلم ويجعله متاح للجميع بسبل أنجع وفي وقت أقل وفي جميع الظروف والأوقات دون حصر التعلم في وقت أو ساعة محدد.

كما يؤكد سيمنز أن عملية التعلم تجري بطرق ووسائل مختلفة، منها التقنيات الحديثة للإعلام والاتصال، مثل: الحواسيب والبرمجيات التي تعتمد الوسائل المتعددة ومواقع الأنترنت والبريد الإلكتروني والبحث على شبكة الأنترنت، وقوائم البريد الإلكتروني والردشة في الشبكات الاجتماعية الافتراضية، فالمقررات أو المدرسة أو الجامعة ليست المصدر الوحيد للتعلم. (الحبيب بن بلقاسم، 2018، ص ص 253، 254)

ومن مميزات النظرية الاتصالية أنها تساهم في تشجيع الاتصال بين المتعلم والمؤسسة التعليمية، كما لها دور في تنمية التبادل والتعاون بين المتعلمين، وتركز دائما على إعطاء تغذية راجعة، للتأكيد على أهمية الوقت في إنجاز المهمة وتهتم بالموهب والأساليب الحديثة للعملية التعليمية.

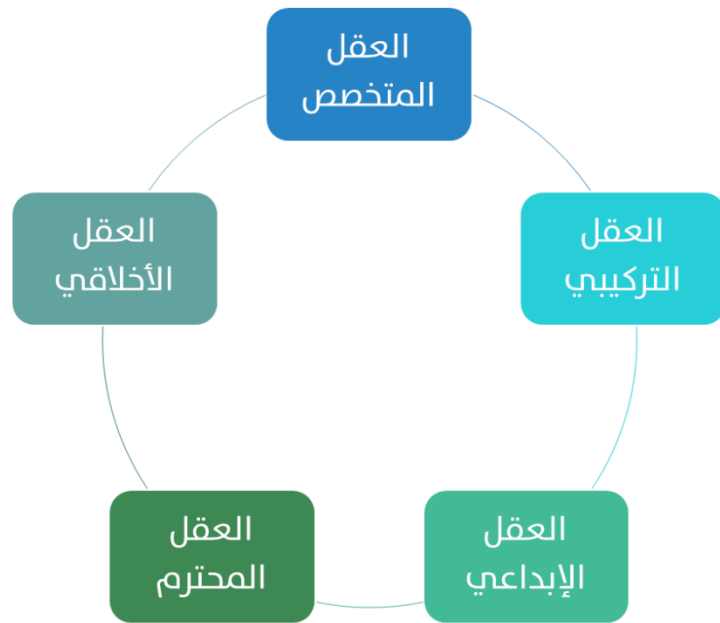
بصفة عامة، يمكننا القول بأن النظرية الاتصالية تشجع على بناء الخبرات انطلاقا من التفاعل الاجتماعي عبر الشبكات، فالتعلم يمكن أن يحصل خارج المتعلم في أجهزة وأدوات غير بشرية، مثل: الحاسوب أو قواعد البيانات أو المجتمع الافتراضي عبر الويب، وذلك على عكس الافتراض بأن عملية التعلم تحدث بالكامل داخل المتعلم، ويعتمد التعلم والمعرفة كذلك على تنوع الآراء ووجهات النظر المختلفة التي تعمل على تكوين كل متكامل، كما تذهب هذه النظرية إلى أن اكتساب المزيد من المعرفة أكثر أهمية مما هو معروف حاليا، فتعلم كيفية العثور على المعلومات أكثر أهمية من معرفة المعلومات.

## 2. نظرية العقول الخمسة لهوارد جاردنر:

لقد قدم "هوارد جاردنر" نظرية الذكاءات المتعددة في كتابه "أطر العقل" وحاول توضيح وترسيخ وجود ذكاءات متميزة، والجديد في نظرية "جاردنر" أن العقول الانسانية لا تعمل جميعها بنفس الطريقة وبني البشر ليس لديهم نفس نقاط القوة المعرفية ونفس نقاط الضعف، بعض الناس أقوىاء في ذكاء واحد، وضعفاء في ذكاءات أخرى، ويتوقع "جاردنر" أن بعض الناس بسبب التفاعل الدائم بين الوراثة والتدريب المبكر يكونون قادرين أن يطوروا ذكاءات معينة أكثر بكثير من الآخرين، ولقد حدد "جاردنر" مفهوم الذكاء في النقاط الأساسية التالية: القدرة على حل المشكلات كواحدة من المواجهات في الحياة الواقعية، القدرة على توليد حلول جديدة للمشكلات، القدرة على صنع شيء ما أو السعي النافع الذي يكون له قيمة داخل ثقافة واحدة .

وقد أشار إلى وجود مجموعة من القدرات العقلية التي ينبغي أن يتصف بها إنسان القرن الحادي والعشرين، وهي العقل المتخصص، والعقل التركيبي، والعقل المبدع، والعقل المحترم، والعقل الأخلاقي، وأشار إلى ضرورة الاهتمام بهذه العقول لإعداد أجيال لديها القدرة على التكيف مع مجتمع المعرفة والتطور التكنولوجي في العصر الرقمي. (قطاوي محفوظ، 2021، ص24)

شكل رقم 07: يوضح أنواع الذكاءات الخمس لمارشال ماكلوهان



<https://shaghf.net/ar/resources/read/khmsh-aqwl-mn-ajl-almstqbl>

المصدر:

وفي ذات السياق يشير العقل المتخصص أو التخصصي إلى مقدرة المتعلم على تحديد المعارف المهمة والمعارف الغير مهمة والتي ينبغي أن يركز عليها أثناء التعلم، من أجل اكتساب طرق التفكير المتنوعة، أما العقل التركيبي فيؤكد على الربط بين المعارف التي تشمل المواد الدراسية المختلفة، و يشير العقل الإبداعي إلى التفكير في مداخل جديدة وغير تقليدية، والتركيب والتوليف بصورة إبداعية، ويحتاج إلى أمثلة من الأفكار والأنشطة والأعمال الإبداعية، ويؤكد العقل المحترم على عملية التعامل مع الآخرين، وكيفية التفكير في الاختلافات بينهم وتقييم التنوع وتوظيفه، أما العقل الأخلاقي فيشير إلى تحمل المسؤولية والقدرة على القيام بالمهام على كافة وجهه.

لذلك ينبغي على الأفراد والمجتمعات تنمية العقول الخمسة لجاردنر وبالأخص للمراحل التعليمية كافة نظرا لما يتسم به القرن الحالي من التنامي المعرفي والتطور التكنولوجي والرقمي السريع وزيادة التنافسية العالمية، والحاجة إلى مزيد من التميز الأكاديمي للمتعلمين، فالمتعلم الذي لا يمتلك تخصصا واحداً أو أكثر لا يمتلك المقدرة على النجاح في أي مكان، والذي لا يمتلك مقدرة إبداعية أو مقدرة تركيبية لن يتمكن من الاستفادة من جهاز الحاسب الآلي وتطبيقاته الرقمية وبراجمه، أما الذي ليس لديه المقدرة على احترام الآخرين فلن يتمكن من التبادل المعرفي مع الآخرين، وبالنسبة لمن لا يمتلك المقدرة على ممارسة السمات الأخلاقية الحميدة فلن يتمكن من تحمل المسؤولية واتخاذ القرار السليم وتبادل المعرفة مع الآخرين. (سمية عيد زعبوط، 2022، ص125)

### 3. نظرية الحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان:

تبحث هذه النظرية في تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تطور المجتمع، ظهرت في ستينات القرن الماضي ولا تزال لغاية اليوم، و هي من أكثر النظريات انتشارا ووضوحا في الربط بين الرسالة والوسيلة الإعلامية، مع التركيز على أهمية الوسيلة في تحديد نوعية الاتصال وتأثيره، يرى مارشال ماكلوهان أن الوسيلة هي الرسالة، وأنه لا يمكن التعامل مع مضمون وسائل الإعلام بشكل مستقل عن هذه التكنولوجيا والتقنيات التي تنقلها.

**تؤكد هذه النظرية على أن الإنسان يتأثر** بوسيلة الاتصال التي يستخدمها، لأن الوسيلة الاتصالية هي من تشكل العصر الذي يعيش فيه الإنسان، وحدد ماكلوهان ترتيبا زمنيا للاتصال البشري في أربعة مراحل انطلاقا من الوسيلة المستخدمة في تلك المرحلة بداية من الاتصال الشفوي (ما قبل الكتابة)، من خصائص هذه المرحلة أن الكلمة مؤثرة ومهمة، ثم مرحلة الكتابة، ثم مرحلة الطباعة (جوتمبرغ) التي استمرت من عام

1500 إلى عام 1900، ولهذه المرحلة تأثيرات عديدة على غرار الفردية، وتشكيل الثقافات رافق ذلك عصر النهضة، ثم مرحلة اختراع الوسائل الإلكترونية وسُميت مرحلة وسائل الإعلام الإلكترونية خاصة مع اختراع الانترنت. (فوزية صادقي، 2021، ص24)

جاءت أفكار "ماك لوهان" في الإعلام والاتصال مستنبطة من فكرة (أن أي تغيير اجتماعي ضروري قد يحدث فهو نتاج للتغيرات الحاصلة في وسائل الاتصال وتكنولوجياتها)، فهو يرى استحالة تحليل مضمون وسائل الإعلام بعيدا عن تكنولوجيا هذه الوسائل، فالموضوعات التي تعرضها المؤسسات الإعلامية الموجهة للجمهور تؤثر على ما تقوله تلك الوسائل.

اقتبس "ماك لوهان" من الحتمية التاريخية لماركس فكرة "الحتمية التكنولوجية" فوق زعمه الابتكارات التكنولوجية تؤثر تأثيرا بالغا على المجتمعات، و أن التغيير الذي يمس وسائل الإعلام يترتب عنه حتما تغيرات في النظم الأخرى، فالنظام الإعلامي هو الذي يحدد النظام الاجتماعي الذي لا يمكن فهمه وفهم تغيراته الاجتماعية والثقافية دون فهم الطرق والأساليب العملية لوسائل الإعلام والاتصال. (منصوري سميرة، 2015، ص126)

زعم ماكلوهان أن كل حقبة زمنية كبرى في التاريخ تستمد شخصيتها المميزة من الوسيلة الإعلامية المتاحة آنذاك على نطاق واسع. فهو مثلاً، يُطلق على الفترة من القرن الثامن عشر إلى العشرين عصر الطباعة، ففي ذلك الوقت كانت الطباعة الوسيلة الرئيسية لنقل المعرفة بين الناس. وأعلن ماكلوهان أن الطباعة شجعت على الفردية والنزعات القومية، والديموقراطية، والنزوع إلى الخصوصية، والتخصص في العمل، والتمييز بين العمل ووقت الفراغ.

ووفقاً لرأي ماكلوهان فإن عصر الإلكترونيات قد حلّ محلّ عصر الطباعة. فالوسائل الإلكترونية تجعل الاتصال سريعاً، لدرجة أن الشعوب. على اختلاف مواقعها في العالم. تلتقي في مكان واحد وتشارك بشكل عميق في حياة الآخرين. والنتيجة كما يرى أن الوسائل الإلكترونية تقضي على الفردية والقومية، ونمو مجتمع عالمي جديد، وبذلك كان ماكلوهان أول من أشار إلى مصطلح العولمة والقرية الكونية (القرية العالمية) ودور وسائل الإعلام والاتصال في تجسيد ذلك وبروز المعلوماتية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة التي عملت على تحقيق حلم القرية الكونية بكسر الحدود الزمانية والمكانية والقضاء على التنوعات العرقية، الدينية، الحضارية واللغوية بصفة عامة.

## سادسا. إيجابيات وسلبيات الرقمنة:

لا تزال الرقمنة ك تقنية حديثة التطبيق في المؤسسات الاقتصادية والخدماتية تثير جدلا واسعا ونقاشا في الجزائر والعالم بأكمله لارتباطها بالواقع والمستقبل وشمولها كل جوانب الحياة الاجتماعية والاقتصادية. بين من يدافع عنها مبرزا محاسنها، ومن يتخوف من تطبيقا مبرزا مساوئها وفي هذا الصدد نحاول استعراض جملة من الإيجابيات والسلبيات التي رصدت للرقمنة في النقاط التالية:

### 1. إيجابيات الرقمنة:

يقصد بالتوظيف التكنولوجي الحديث تقديم خدمات حكومية للمواطنين، ستحقق نتائج باهرة في المستقبل في المجالات التالية: (حماد مختار، 2007، ص38)

- رفع مستوى الأداء: ونقصد بذلك سهولة انتقال المعلومات بدقة وانسيابية بين الدوائر الحكومية والإدارات المختلفة، الشيء الذي ينتج عنه تقليص الازدواجية في إدخال البيانات والحصول على المعلومات بدقة من المواطنين والمتعاملين مع الإدارات الحكومية على إنجاز الإجراءات بسرعة وفي خلال ساعات محددة بدلا من انتظار إتمام الإجراءات لمدة طويلة من الزمن.
- زيادة دقة البيانات: إن ادخال البيانات بطريقة إلكترونية يسمح بإعطاء الأولوية للمعلومات المطلوبة بدقة، لأن الخانات التي ينبغي ملؤها من طرف الزبون أو المتعامل مع الإدارة تسمح بالحصول على جميع المعلومات المطلوبة وبالتالي فإن الثقة بصحة المعلومات والبيانات المتبادلة ستكون مرتفعة والقرارات صائبة والنتائج إيجابية ومضمونة.
- تقليص الإجراءات الإدارية: بفضل المعلومات المخزونة في جهاز الكمبيوتر تستطيع الإدارات الحكومية أن تقلص من الأعمال الورقية وتعبئة البيانات في كل مرة للحصول على خدمة من المؤسسات الحكومية، كما أن الإدارات الحكومية تستطيع أن تحصل على الوثائق المطلوبة من مصدرها دون تكليف المواطنين مشقة التنقل إلى مراكز إدارية مختلفة للحصول على الوثائق المطلوبة لقضاء حاجاتهم.
- الاستخدام الأمثل للطاقات البشرية: إن وجود قاعدة معلومات مع سهولة استخدامها وتوظيفها إلكترونيا وتزويد الجهات المختصة في كل مكان بالمعلومات الضرورية للعمل، كلها عوامل تساعد على توجيه الطاقات البشرية للعمل الإنتاجي وصرف الطاقات في العمل المنتج ولهذا فإن الاستثمار في الإنسان

وفي الوقت والاعتماد على العناصر البشرية المؤهلة في الأعمدة الرئيسية للارتقاء بجودة الخدمات العامة إلى مستوى رفيع.

- عندما تحول المجموعات ومصادر المعلومات للشكل الرقمي فإنه يمكن للمستفيد استرجاعها في ثوان معدودة، كما أنه يتيح إمكانية الاطلاع على مصدر المعلومات ذاته من قبل ملايين المستخدمين في الوقت نفسه وهذا يساعد مؤسسات المعلومات في تقديم خدمات ذات جودة عالية للمستخدمين.
- الحفاظ على البيئة، من خلال النقل من الورقيات المُستعملة وتحقيق التفاعل والتواصل بين الآخرين. (أحمد بوشناق وبوداوي فاطنة، 2018، ص 291)
- الإتاحة الدائمة لمصادر المعلومات
- عملية الرقمنة لمصادر المعلومات تتيح إمكانية التكامل مع الوسائط الأخرى (الصورة والصوت والفيديو)، وهذا ما يعطي المعلومة قيمة أكبر من لو كانت بشكل مطبوع.
- مواكبة التطورات الحاصلة في مجال مؤسسات المعلومات، خاصة مع تضخم وتنوع مصادر المعلومات وكثرة الباحثين في إنتاجهم للبحث العلمي .
- زيادة فعالية المنظمة في تحقيق أهدافها طويلة الأجل، المتعلقة بالبقاء والنمو والاستمرارية، وذلك من خلال تحسين عمليات التبادل المعلوماتي والمعرفي واستخدام شبكات الأعمال المحلية والعالمية. (عائشة بنت أحمد الحسيني وشذا بنت عبد المحسن الخيال، 2013، ص 57)

2. **سلبيات الرقمنة:** بالرغم من الايجابيات العديدة للرقمنة إلا أن هناك بعض السلبيات في استخدامها، نذكر منها:

- سهولة اختراق الأنظمة و تسرب البيانات والمعلومات وعدم ضمان أمان سريتها.
- انعدام الأمن الوظيفي و هذا راجع إلى تسريح اليد العاملة جراء التطورات الكبيرة والسريعة في سوق العمل بعد دخول برمجيات الرقمنة عليه، وبالتالي نرى اليوم انخفاض معدلات توظيف المورد البشري وارتفاع نسبة البطالة.
- عدم قدرة كافة المجتمع من التعامل معها نظرا لارتفاع نسبة الأمية الالكترونية.
- ارتفاع التكلفة مع نقص الاعتمادات المالية.
- زيادة ضغط العمل بسبب كثرة الأعمال منها إدارة البيانات ورسائل البريد الإلكتروني وتحليل كمية كبيرة من البيانات مما يزيد من الضغط والجهد على الموظفين.

- زيادة الكلفة على المستخدمين لحاجتهم إلى ترقية أجهزتهم بعد عدة سنوات، ويصبح الإصدار لدى المستخدم قديم لا يتوافق مع الأنظمة الجديدة.
- ضعف في مناطق تدفق الانترنت. (بولكعيبات مراد، 2023، ص38)

### سابعا: واقع تطبيق الرقمنة في مؤسسة بريد الجزائر

شهد قطاع البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية تحول نوعي بإدخال التكنولوجيات الحديثة في تعاملاته، وتعد بداية الألفية الثالثة الانطلاقة الفعلية لهذا التحول الذي مر بمراحل متسلسلة، نوجزها كما يلي:

- **مطلع الألفية الثالثة**، عمدت الدولة إلى انتهاج إصلاح عميق لقطاع البريد و المواصلات السلكية واللاسلكية المتعلقة بالبريد والمواصلات، من أجل رفع تحديات القرن الحادي والعشرين وإلحاق الجزائر بركب مجتمع المعلومات. حيث تم اعتماد حلول عصرية رقمية لتطوير قطاع الاتصالات في الجزائر، نذكر منها ما يلي:

- الحل عبر الساتل وفتح أبواب المستقبل التكنولوجي أمام المواطنين في المناطق النائية.
- استعمال طيف الذبذبات اللاسلكية الكهربائية و الذي يعتبر موردا نادرا في خدمة تنمية القطاع،
- إنشاء الحضائر التكنولوجية كأداة ضرورية للتنمية الاقتصادية وأقطاب امتياز و حجر زاوية لبناء مجتمع المعرفة و ترقية اقتصاد رقمي بديل للاقتصاد القائم على المحروقات.

- **العشرية الثانية من الألفية الثالثة (2010-2020)**، حرصت الجزائر على تمكين جميع مواطنيها، بصفة منصفة وأينما وجدوا، من الاستفادة من خدمات الاتصالات، لاسيما عبر الأنترنت، وذلك باستغلال كل التكنولوجيات المتاحة، فعلى سبيل المثال لا الحصر، ووفقا لبيانات الاتحاد الدولي للاتصالات IUT تحوز الجزائر اليوم أعلى معدلات النفاذ إلى الأنترنت الثابت في محيطها الجغرافي، مرتكزة على شبكة من الألياف البصرية الأولى إفريقيا، يبلغ طولها أكثر من 200 ألف كلم، فقطاع البريد والمواصلات السلكية و اللاسلكية مجند اليوم لمواصلة تجسيد التزامات رئيس الجمهورية، خاصة في مجال الرقمنة والتحول الرقمي.

إذ يعمل القطاع على تعزيز قدرات البنى التحتية وتحسين خدمات الاتصالات والأنترنت، وبالتالي المساهمة مع الدوائر الوزارية الأخرى المعنية، في تحقيق التحول الرقمي وتعميم استعمال تكنولوجيات الاعلام و الاتصال في مختلف المجالات ولكافة شرائح المجتمع لوطننا الشاسع.

وحسب وزيرة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة (في تلك الفترة)، سمح لهذه المؤسسة تحديث نظام بريد الجزائر بتدعيم أرصدة المواطنين وتقديم خدمة أقل تكلفة لهم، مما قلل نفقاته ورفع أرباحه مشيرة إلى أن بريد الجزائر استطاع تحسين ماليته بفضل إطلاق عدة خدمات إلكترونية لاسيما تحويل الأموال وتعبئة رصيد الهاتف. وأفادت الوزيرة أن هذا المتعامل العمومي الذي سجل 22 مليون حساب بريدي جاري، قد حقق أكثر من 900 مليار دج من أرصدة الدائنين.

وأشارت الوزيرة أنه وبفضل هذه النتائج، تمكن بريد الجزائر من الاستثمار في مشاريع رقمية ليطلق عما قريب عديد الخدمات لفائدة زبائنه ولاسيما أصحاب البطاقة الذهبية.

**وأكدت** على ثلاثة من هذه الخدمات التي سيتم إطلاقها، وهي خدمة **سبقي** (تسبيق في المدخول) تسمح لحاملي البطاقة الذهبية، ممن لهم تحويل نقدي منتظم زمنيا، بطلب تسبيق في الأجر لدى المكتب البريدي. أما الخدمة الثانية في دارك فتسمح لموظفي بريد الجزائر بضمان خدمات من المنزل لفائدة الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة والمتقاعدين الطاعنين في السن، كسحب المال من المنزل من خلال وسائل الدفع الإلكتروني "TPE" وهي الخدمة التي ستوسع، في مرحلتها الثانية، إلى الأشخاص الطبيعيين والمعنويين من أجل ادخال موارد اضافية للمؤسسة. كما سيطلق بريد الجزائر عما قريب خدمة **أمانتك** التي تتمثل في توصيل وتسليم السلع في إطار سياسة بريد الجزائر المتعلقة بالتجارة الإلكترونية. وستطلق خدمات أخرى، هي حاليا في مرحلة التجريب، خلال سنة 2020. ويتعلق الأمر بخدمة الدفع من خلال رمز **الاستجابة السريعة (QR Code)** لأجل اقتناء مشتريات من أي محل تجاري باستخدام تطبيق محمول يوفره بريد الجزائر في هذا الصدد.

- **المرحلة الراهنة (2020 - 2024)**، عملت مؤسسة بريد الجزائر على تطبيق الرقمنة في عرض وتقديم خدماتها للزبائن، حيث وضعت المؤسسة في هذا الصدد مسألة رقمنة الخدمات في صلب استراتيجيتها من خلال برامج تطوير وعصرنة الخدمات المالية البريدية والخدمات البريدية والنقدية والخدمات المتنوعة التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر لشرائح واسعة من المجتمع الجزائري. ففي مجال الخدمات النقدية المرقمنة، جندت المؤسسة وسائل مادية، بشرية وتقنية معتبرة لتطوير وعصرنة هذه الخدمات لاسيما:

- توفير منصات نقدية رقمية وفق المعايير والمقاييس الدولية.

- توفير البطاقات النقدية الرقمية من خلال تركيبها وتشخيصها محليا وتوزيعها لشريحة واسعة من الزبائن فاقت 6 مليون زبون.

- توفير الخدمات النقدية عبر مختلف القنوات، سواء من خلال الخدمات الجوارية (عبر الموزعات الآلية والدفع الإلكتروني) أو من خلال الخدمات عن بعد (كالدفع عبر الأنترنت أو استعمال التطبيق الهاتفي بريدي موب أو من خلال الخدمات المالية النقدية عبر الأنترنت من خلال بريدي ويب). إضافة إلى الخدمات المحدثة وفقا لتكنولوجيات حديثة ومثبتة، قامت مؤسسة بريد الجزائر بإطلاق خدمة التشغيل البيئي للخدمات النقدية مع المنظومة البنكية، في إطار تدعيم مساع تعزيز الاندماج المالي وتمكين زبائن بريد الجزائر والبنوك التجارية المعتمدة من الاستفادة من أفضل الخدمات الرقمية الحديثة.

([/https://www poste. dz](https://www.poste.dz))

يتضح مما سبق، بأن مؤسسة بريد الجزائر تتولى مسؤولية تطوير السياسة العامة للخدمات البريدية باقتراح الاجراءات اللازمة لعصرنتها ورقمنتها، فضلا عن ممارستها الجادة لتحسين جودة الخدمة بهذا القطاع.

## خلاصة:

تعتبر الرقمنة ضرورة حتمية في عصر المعلوماتية الذي يحمل تغيرات عديدة، وللمؤسسات الخدمائية حاجة بالغة في تبني هذا المشروع والسير في خطواته ومحاولة تجسيده في الواقع رغم وجود بعض التعثرات والعراقيل في إطار تطبيق أهدافه وخصائصه وحتى طرق استعماله، ولقد عمدت المؤسسات الخدمائية لتوفير كافة الإمكانيات حتى تُحقق مشروع الرقمنة في قطاع الخدمة العمومية من أجل الاستخدام المتزايد والسريع الذي يُسهل عمل هذه المؤسسات المختلفة.

وقد حاولنا في هذا الفصل تحديد ماهية متغير الرقمنة من خلال تحديد خصائصه، ومعرفة أهميته وأهدافه، كما قمنا بالتطرق لأشكاله و مكوناته، والإشارة للنظريات المفسرة له وأخيرا الحديث عن إيجابياته وسلبياته.

## مراجع الفصل الثاني

1. أحمد الكبيسي(2008)، تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية، المجلة العربية 300، العدد التاسع والعشرون.
2. أحمد بوشناقة وبوداوي فاطنة(ديسمبر 2018)، حدود التسيير العمومي الجديد كنموذج إصلاح للإدارة العامة في الجزائر، مجلة البديل الاقتصادي، مخبر سياسات التنمية الريفية في السهوب، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد الخامس، العدد الثاني.
3. أحمد بوعجيلة ونبييلة زويدي(2023)، فاعلية النظرية الاتصالية في التعليم، مقال منشور في مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، جامعة قرطاج، تونس.
4. الحبيب بن بلقاسم(2018)، توظيف الوسائط المتعددة في التعليم، مقارنة اتصالية، مقال منشور في مجلة الآداب، المجلد الثلاثين، العدد الثاني، جامعة الملك سعود، الرياض.
5. سامية خواترة (2021)، الرقمنة ضمانة لجودة التعليم العالي والبحث العلمي وتحقيق التنمية المستدامة، أعمال الملتقى الدولي الافتراضي، الجزء 2، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة امحمد بقره، بومرداس، الجزائر.
6. سعيد يقطين(2005)، من النص إلى النص،مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي، المركز الثقافي العربي للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
7. سميرة عيد زعبوط(جانفي 2022)، الرقمنة والعملية التعليمية، مقال منشور في مجلة ريماك الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الأول، المجلد الرابع.
8. سميرة منصور، حكيمة وسان(2022)، المدرسة الجزائرية والرقمنة، دار البدر الساطع للطباعة والنشر، الجزائر.
9. سميرة منصور(2015)، الشباب الجزائري وعصر المعلومات، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص علم اجتماع التنمية، جامعة باجي مختار، عنابة.

10. سهيلة مهري(2005)، المكتبة الرقمية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص إعلام علمي وتقني، جامعة منتوري، قسنطينة.
11. عائشة بنت أحمد الحسيني وشذا بنت عبد المحسن الخيال(2013)، أثر تطبيق أنظمة الإدارة الإلكترونية على الأداء الوظيفي، مقال منشور في المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة، جامعة الأزهر، العدد العاشر.
12. عبد العالي بن دبله ومرابط عياش عزوز (2016)، تكنولوجيا المعلومات والكفاءة المهنية للعامل، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد17، جامعة الجزائر3، الجزائر.
13. العياشي زرزار(2010)، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وآثرها على النشاط الاقتصادي وظهور الاقتصاد الرقمي، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 04، العدد 02، جامعة 20 أوت 55 سكيكدة، الجزائر
14. فوزية صادقي(2021)، دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية بالجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص اعلام واتصال، جامعة قسنطينة3، قسنطينة.
15. محفوظ قطاوي (2021)، أثر برنامج تنموي لبعض أنواع الذكاء على مستوى التصرف الخططي الهجومي الفردي عند ناشئي كرة القدم فئة أقل من 15 سنة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص التدريب الرياضي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم
16. محمد بن سعيد محمد العريشي(2008)، إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية في الإدارة العامة للتربية والتعليم، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص الإدارة التربوية والتخطيط، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.
17. مختار حماد(2007)، تأثير الإدارة الإلكترونية على إدارة المرفق العام وتطبيقاتها في الدول العربية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص التنظيم السياسي والإداري، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر.

18. مراد بوليڪعبات (2023)، الإدارة الجزائرية والرقمنة ودورها في تطوير الاستثمار، مقال منشور في مجلة الفكر، المجلد الثامن عشر، العدد الأول.

19. نسيمه لعرج مجاهد (ديسمبر 2021)، استراتيجية التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا، مقال منشور في المجلة العلمية الجزائرية، مجلد 14، عدد 4، جامعة الجزائر 3، الجزائر.

20. ياسين سعد غالب (2005)، الإدارة الإلكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية.

21. [/https://www.poste.dz](https://www.poste.dz) تاريخ الدخول: 2024/04/29 الساعة 23:12 مساءً.

## الفصل الثالث: الأبعاد المعرفية لجودة الخدمة

## الفصل الثالث: الأبعاد المعرفية لجودة الخدمة

تمهيد

أولاً. نشأة وتطور الجودة

ثانياً. أهمية جودة الخدمة

ثالثاً. أهداف جودة الخدمة

رابعاً. أبعاد ونماذج قياس جودة الخدمة

خامساً. النظريات المفسرة لجودة الخدمة

سادساً. أساليب تحسين جودة الخدمة

سابعاً. العلاقة التفاعلية بين جودة الخدمة ورضا الزبون في القطاع الخدماتي

خلاصة

**تمهيد:**

في ظل التحولات الراهنة والتحديات التي فرضتها العولمة واقتصاد السوق، انتهجت المؤسسات طرق وأساليب لمواجهة هذه التحديات قائمة أساسا على مؤشري: الجودة والمنافسة، وتعد جودة الخدمة من أهم أولويات المؤسسات الخدماتية التي تعتمد في الكثير من الأحيان على جودة الخدمة وإدارة الجودة الشاملة، حتى يتسنى لها الاستخدام الأمثل للموارد وتحقيق ميزة تنافسية لكسب أكبر عدد من العملاء والمحافظة عليهم وعلى ولائهم، كل هذا لتحقيق أهداف المؤسسة المتمثلة غالبا في تحقيق الربح والعمل على الاستمرار خاصة في مجال نشاطاتها.

ونحاول في هذا الفصل التطرق لماهية جودة الخدمة من خلال معالجة نشأة وتطور الجودة ثم محاولة معرفة أهميتها وأهدافها، كما قمنا بالتطرق لأبعادها ونماذج قياسها وذكر أساليب تحسينها والإشارة لأهم النظريات المفسرة لها و أخيرا الحديث عن جودة الخدمة في القطاع الخدماتي.

## أولاً. نشأة الجودة وتطورها:

مر مفهوم الجودة بالعديد من المراحل والتطورات إلى غاية يومنا هذا، وفيما يلي نظرة على أهم التطورات التي مر بها:

أرجع العديد من الباحثين فكرة الاهتمام بالجودة إلى أكثر من سبعة آلاف سنة، حيث تجسدت في الحضارات الإنسانية المتعاقبة خاصة منها الحضارة الفرعونية، اليونانية وغيرها...، إلا أن أصل الاهتمام الفعلي يعود لفترة ما قبل الثورة الصناعية، إذ أن إنتاج الورشات الحرفية يتم وفقاً لمعايير بسيطة يحددها صاحب الورشة. (عمر وصفي عقيلي، 2001، ص22)

ومع ظهور الثورة الصناعية وتزايد الاعتماد على الآلة والتوسع الهائل في حجم المصانع ومع الطلب المتزايد على حجم الإنتاج وحجم اليد العاملة بهذه المصانع، كان الاهتمام منصب على البحث عن زيادة مستوى الإنتاجية وحجم الإنتاج ولو على حساب نوعية وجودة المنتج، والتي تقع مسؤولية تحقيقها على عاتق المشرف المباشر، هذه التغيرات كانت سبباً في الحاجة الملحة إلى ممارسات جديدة في إدارة المصانع تعتمد على نوعية المنتج وجودته. (علي رحال وإلهام يحيوي، 2001، ص ص45، 46)

كما أن لظهور حركة الإدارة العلمية الذي تزامن مع هذه المرحلة أثر على مفهوم الجودة خصوصاً المراسلات المتعلقة بالتنظيم العلمي للعمل (OST) وضرورة الفصل بين وظيفة الإنتاج ووظيفة الرقابة على الإنتاج التي توكل لقسم الرقابة على الجودة من طرف مختصين، وكان الهدف من هذه الوظيفة هو تحديد الانحراف أو الخطأ والمسؤول عنه لمعاقبته من قبل المفتش الذي كان هو المسؤول المباشر على جودة العمل حسب (F.Taylor). (أحمد سيد مصطفى، 1999، ص543)

يتبين مما سبق، أن مفهوم الجودة في هذه المرحلة كان يرتبط برقابة الإنتاج ومطابقته للمواصفات وكان الهدف منه التفتيش عن عدم المطابقة وذلك باستخدام وسائل فنية مختلفة.

وفي سنة 1955 ظهر في اليابان مفهوم جديد للجودة وعلى نطاق واسع ليشمل جميع نشاطات المؤسسة ووظائفها، كفلسفة جديدة ترى أن الوصول إلى مستوى عالٍ من الجودة وتحقيق إنتاج دون عيوب وأخطاء (zéro) défaut يتطلب متابعة شاملة لكافة العمليات بدءاً من عملية تصميم المنتج إلى غاية تسويقه وما بعد التسويق، بحيث تقع مسؤولية تحقيق الجودة على كل فرد في المؤسسة. (عمر وصفي عقيلي، 2001، ص25)

وقد كان من بين المتأثرين بهذه الفلسفة **Feigenbaum. V. A** سنة 1961 فقد رأى أن كل أقسام المؤسسة تركز على تسيير الإنتاج بأسلوب تتمكن من خلاله المؤسسة من إنتاج وحدات جيدة وعالية الجودة أولاً قبل أن يكون هذا الأسلوب يسعى لاكتشاف الوحدات المعيبة بعد الفحص، تحت شعار "الجودة من المنبع" حيث يخرج من خلال فلسفته هذه بما يسمى بالمراقبة الشاملة للجودة، تبنت المؤسسات اليابانية هذه الفلسفة من خلال الاستعانة بتقنيات لكشف الأخطاء قبل وقوعها وانتظام المشرفين للعمال في برامج تدريبية لتحسين الجودة، هنا ظهر مفهوم آخر للجودة سنة 1961 متمثل في حلقات الجودة أو حلقات النوعية (**cercles de qualité**) الذي تبناه الاتحاد الياباني للعلماء والمهندسين، تقوم هذه الحلقات باجتماعات دورية لمناقشة الأمور المتعلقة بالجودة وتحسينها ، وقد انتشر هذا المفهوم بعد اليابان في كل من الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا الغربية. (أحمد سيد مصطفى، 1999، ص544)

وفي العشرية (1970-1980) ونتيجة للمنافسة الحادة التي واجهتها الشركات الأمريكية بالخصوص شركة (**IBM**) التي تعتبر أكبر مصنع للمعدات الآلية والبرمجة على المستوى العالمي من طرف الشركات اليابانية المتميزة بالمنتجات ذات الجودة العالية والأسعار المعقولة، فقد دفعها ذلك إلى أن تكون أول من يتبنى مفهوم إدارة الجودة الاستراتيجية بالتركيز على مبادئ أهمها:

- الاهتمام الخاص بالجودة من قبل مستوى التسيير الاستراتيجي.
- الربط بين الجودة والقدرة على تحقيق الأرباح في المدى الطويل.
- اعتبار الجودة كوسيلة تنافسية.

**ثانياً. أهمية جودة الخدمة:** لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات التي تهدف إلى تحقيق النجاح والاستقرار، ففي مجال الخدمات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الانتاج، وتصنيف المنتجات بانتظار المستفيدين لكن في مجال الخدمات فإن المستفيدين والموظفين يتعاملون معاً من أجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى، فعلى المؤسسات الاهتمام بالموظفين والمستفيدين معاً، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي: (أنيسة الدويك، 2018، ص10)

➤ **نمو مجال الخدمة:** إن ابرز التحولات التي شهدتها الاقتصاد العالمي هو تنامي الاهتمام بقطاع الخدمات، حيث أضحت مكانة هامة في النشاط الاقتصادي، ومورداً هاماً في مداخل الدولة. وعلاوة على ذلك أصبح الاهتمام المتنامي بقطاع الخدمات يرتبط أساساً بمستوى معيشة أفراد المجتمع، ففي ظل ارتفاع

مستويات المعيشة تضاعفت حاجة الأفراد إلى مختلف أنواع الخدمات من السياحة، التعليم، التأمين، وغيرها ولذلك ازداد مستوى الاقتصاد الكلي للدول.

➤ **ازدياد المنافسة:** إن زيادة عدد المؤسسات الخدمية يؤدي إلى زيادة المنافسة وبالتالي فإن جودة الخدمة تعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة.

➤ **فهم العملاء:** العملاء يريدون معاملة جيدة، فلا يكفي تقديم خدمة ذات جودة وسعر معقول دون توفير المعاملة الجيدة، والفهم الأكبر للعميل. (عمار محمد زهير تيناوي، 2019، ص57)

➤ **المدلول الاقتصادي لجودة الخدمة:** يجب أن لا تسعى المؤسسة إلى جذب عملاء جدد فقط، ولكن يجب عليها المحافظة على العملاء الحاليين وتكسب ولائهم، وقد أشارت بعض الدراسات أن تكلفة جذب عميل جديد تعادل في متوسط خمسة أضعاف تكلفة الحفاظ على عميل واحد. (أنيسة الدويك، 2018، ص11) كما تكمن أهمية جودة الخدمة في النقاط التالية:

- **سمعة المنظمة:** تستمد المنظمة شهرتها من مستوى جودة منتجاتها فإذا كانت منتجاتها ذات جودة منخفضة فيمكن تحسينها لكي تحقق السمعة والشهرة التي تمكنها من التنافس مع المنظمات الأخرى.
- **المسؤولية القانونية للجودة:** أن لكل منظمة صناعية أو خدمية مسؤولية قانونية عن أي ضرر يصيب الزبون من جراء استخدامه لمنتجاتها.
- **حماية الزبون:** إن تطبيق الجودة في أنشطة المنظمة أو وضع مواصفات قياسية محددة تساهم في حماية الزبون من الغش التجاري وبذلك يعزز الثقة في منتجات المنظمة حيث إذا كانت منخفضة الجودة تؤدي إلى امتناع الزبون عن طلب منتجات المنظمة
- **التكاليف وحصة السوق:** تنفيذ الجودة المطلوبة لجميع عمليات ومراحل الإنتاج من شأنه أن يتيح الفرص لاكتشاف الأخطاء وتأليفها لتجنب الكلفة الإضافية التي تؤدي لخفض ربح المنظمة. (حازم أحمد فروانة، 2021، ص4، ص5)

**ثالثاً. أهداف جودة الخدمة:** هناك نوعان من أهداف الجودة، هما:

1. **أهداف تخدم ضبط الجودة:** وهي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المنظمة في المحافظة عليها، حيث تصاغ على مستوى المنظمة ككل وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان ورضا العملاء.

2. أهداف تحسين الجودة: وهي غالباً ما تنحصر في الحد من الأخطاء وتطوير منتجات جديدة ترضي

العملاء بفعالية أكبر. (عمار محمد زهير تيناوي، 2019، ص54)

كما يمكن تصنيف أهداف الجودة بنوعيتها إلى خمس فئات، هي:

- أهداف الأداء الخارجي للمنظمة ويشمل الأسواق والبيئة والمجتمع.
- أهداف أداء المجتمع وتتناول حاجات العملاء والمنافسة.
- أهداف العمليات وتتناول مقدرة العمليات وفعاليتها وقابليتها للضبط.
- أهداف الأداء الداخلي وتتناول مقدرة المنظمة وفعاليتها ومدى استجابتها للتغيرات ومحيط العمل.
- أهداف الأداء للعاملين وتتناول المهارات والقدرات وتحفيز وتطوير العاملين.

بالإضافة إلى هذا تهدف الجودة، إلى:

- ✓ تواجد بنية تشجع على الابتكار وزيادة معدلات الإنتاج و الأداء و كذلك العمل على تشجيع طرح الأفكار ذات الطابع التطويري بغرض تحسين وتطوير إجراءات العمل.
- ✓ ارتفاع معدلات الرضا الوظيفي بين أفراد الشركة.
- ✓ اختصار الوقت والإجراءات في إنجاز العمل.
- ✓ تطوير وتبسيط إجراءات العمل.
- ✓ سهولة قياس أداء العاملين وفق معايير واضحة.
- ✓ رفع مستوى التعاون والتكامل بين أقسام المؤسسة من الإدارة العليا إلى الإدارة الوسطى إلى الأفراد العاملين. (عبد الوهاب بن الشيخ وهيبة طول، 2021، ص456)

رابعاً. أبعاد ونماذج قياس جودة الخدمة:

1. أبعاد الجودة: وتتمثل، في:

- أ. الاعتمادية: تشير الاعتمادية إلى قدرة مزود الخدمة على إنجاز الخدمة المطلوبة باعتمادية ودقة وثبات أي تشير إلى قدرة المؤسسة على إنجاز الخدمة بشكل دقيق يعتمد عليه، وبما أن العميل يريد أن يجري معاملاته مع المؤسسة التي تحافظ على وعودها خصوصاً تلك المرتبطة بالميزات الجوهرية للخدمة لذا يجب على المؤسسات أن تكون على دراية بتوقعات العميل وذلك بالبحث عنها كما تعني الالتزام بتقديم الخدمة حسب الموعد، أي درجة التزام المؤسسة بالموعد تجاه العميل، وهذا البعد من الأبعاد الخمسة الأكثر ثباتاً والأكثر أهمية في تحديد إدراكات جودة الخدمة لدى العملاء. (حكيم بن جروة، 2007، ص43)

ب. **الاستجابة:** يتأثر العميل بطريقة تقديم الخدمة والوقت الذي ينتظره للحصول على الخدمة، مما يتوجب على مقدم الخدمة القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات العملاء والاستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة، فالاستجابة تعبر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل العاملين بصدور رجب وهي قدرة المؤسسة على تقديم الخدمة بسرعة ومساعدة العملاء باستمرار ويركز هذا البعد على المجاملة واللفظ أي التعامل مع طلبات العملاء من استفسارات وشكاوي ومشاكل بسرعة، كما يقصده والاستجابة هي وجود الإرادة لمساعدة العملاء وتزويدهم فوراً بالاستجابة والرغبة في المساعدة بالخدمة، وتصل الاستجابة للزبون من خلال طول الوقت الذي ينتظره لتلقي المساعدة (كالإجابة على الأسئلة، الاهتمام بالمشاكل، وكذلك المرونة والقدرة على تقديم الخدمة الجيدة لاحتياجات العميل)، ويتضمن هذا البعد أربعة متغيرات تقيس اهتمام المنظمة بإعلام زبائنها بوقت تأدية الخدمة، وحرص موظفيها على تقديم الخدمات الفورية لهم، والرغبة الدائمة لموظفيها في معاونتهم، وعدم انشغال الموظفين عن الاستجابة الفورية لطلباتهم. (عبد الأمير شياع ورحيم الموسوي، 2017، ص 95)

ت. **سرعة الأداء:** وهي القدرة على تلبية احتياجات العملاء من خلال السرعة والمرونة في إجراءات ووسائل تقديم الخدمة، فمثلاً ما هو مدى استعداد ورغبات المؤسسات المالية في تقديم المساعدة للعملاء أو حل مشاكل محددة، هل الإدارة مثلاً قادرة ومستعدة وراغبة في لقاء العميل الذي لديه مشكلة عاجلة تتطلب مساعدتها وتدخلها لتذليل هذه المشكلة. (حكيم بن جروة، 2007، ص 43)

ث. **الثقة والأمان:** تسعى المؤسسات المالية جاهدة للوفاء بالوعد وإيلاء الاهتمام للنتائج، وضمان السرية في المعاملات مع العميل والخلو من الخطورة والشك، حيث أن المؤسسات جميعها تسعى لكسب قناعة العميل عبر لطف القائمين على تقديم الخدمة، وكذلك المصداقية والأمانة المميزة التي يعتقد بها الزبون في المؤسسة، وتعد كسب الثقة للعلاقات التبادلية الناجحة فهي تمثل الرغبة والاستعداد واعتماد الطرف الآخر في تبادل تجاري معين يضع العميل فيه ثقته الكاملة. (فضيلة شيروف، 2010، ص 30)

ج. **الاهتمام والتعاطف:** يعني التعاطف والاهتمام الشخصي في تقديم الخدمات للعملاء، ونقل الشعور بأن العميل خاص وفريد من نوعه، حيث تشكل المشاعر المتبادلة بين مقدم الخدمة والعملاء ظواهر أساسية في كل علاقة، وترتبط هذه المشاعر التي يحملها مقدم الخدمة اتجاه العملاء ارتباطاً وثيقاً بخبراته الشخصية ويصعب في بعض الأحيان أن يعبر عنها تعبيراً صحيحاً، بالرغم من أن هذه المشاعر تلعب دوراً مؤثراً نحو العملاء، فمشاعر التعاطف والأمان تعني توافر صفات اللياقة والتأدب في شخص مقدم الخدمة

وكذلك المودة والصدقة مع العملاء، حتى يبني علاقات جيدة معهم يسودها الاحترام مما يؤدي إلى سهولة الاتصال وتفهم العملاء والعناية بهم. (عبد الأمير شياع ورحيم الموسوي، 2017، ص 95)

**ح. العناصر الملموسة:** يتأثر العملاء بالعديد من العوامل عند اتخاذهم لقرار استخدام خدمة معينة، ومن بين تلك العوامل التي أعطيت لها أهمية كبيرة البيئة المادية أو ما يسمى بالعناصر الملموسة التي تساعد على خلق البيئة أو الجو النفسي عند شراء الخدمة أو إنجازها، كما تساعد على تكوين الانطباعات لدى العملاء عن المؤسسة والخدمات التي تقدمها، وهي مظهر التسهيلات المادية المتاحة لدى الشركة وهي الأجهزة والمعدات ووسائل الاتصال التابعة للشركة ومستلزمات الراحة للعملاء، وتعني الدليل المادي للخدمة ويتم التعرف عليها من خلال توفير المكان المناسب للموظفين حتى يتمكنوا من تقديم الخدمة للعميل في الوقت اللازم. (فضيلة شيروف، 2010، ص 31)

كما يمكن تحديد أبعاد الجودة، في:

**الجانب المالي:** حيث يشير إلى سياسة التسعير المعتمدة للخدمة، من حيث تقدير سعر تنافسي ومقارنة رسوم المؤسسات المالية الأخرى، وبالتالي فإن الجوانب المالية لها تأثير إيجابي على سلوك العملاء وإقبالهم على خدمات مؤسسة معينة دون أخرى.

**الجدارة:** تعكس مستوى الجدارة التي يتمتع به القائمون على تقديم الخدمة من حيث المهارات والقدرات التحليلية والاستنتاجية والمعارف التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل أمثل، ففي حالة التعامل مع مقدم الخدمة لأول مرة فإن المستفيد غالباً ما يلجأ إلى معايير مثل الكفاءات العلمية أو العضوية لجمعيات معينة لتقييم جدارة مقدم الخدمة وجودة الخدمة. (توفيق محمد عبد المحسن، 2005، ص 45)

**التوافق:** يشير هذا البعد إلى المدى الذي يستجيب فيه أو كيف يتوافق المنتج أو الخدمة مع توقعات العميل والأداء الصحيح وما له من أثر على فعالية العملية التسويقية. (حسان بوزيان، 2013، ص 45)

**الوصول إلى الخدمة:** تتمثل في القرب وسهولة الاتصال، أي قابلية وسهولة الاتصال والوصول إلى الخدمة، ووقت الانتظار لتلقي الخدمة، والراحة التي يمكن من خلالها استخدام الخدمات من قبل العملاء. (حسان بوزيان، 2013، ص 45)

## 2. نماذج قياس جودة الخدمة:

لا تعتبر عملية قياس جودة الخدمة عملية سهلة مقارنة بقياس جودة المنتجات الملموسة، وهذا بطبيعة الحال راجع إلى خاصية اللاملموسية للخدمات، ولعل المحاولات العديدة التي قام ولا يزال يقوم بها الباحثون في هذا المجال، لم تفسر بعد عن إيجاد نموذج بإمكانه قياس جودة الخدمة بطريقة دقيقة. ويمكن ذكر بعض من نماذج قياس جودة الخدمة، كما يلي:

أ. **نموذج تحليل الفجوات:** ينسب هذا المدخل إلى **Berry و parassuramn Zeithaml** وهي دراسة استطلاعية قاما بها سنة 1985 في محاولة لوضع مقياس للجودة يتسم بالصدق والثبات واعتمادا على المقابلات المعمقة مع مجموعة من زبائن هذه المؤسسة في شكل مقياس أطلق عليه اسم (servqual)، حيث حدد الباحثون خمسة أبعاد أساسية لجودة الخدمة كما يقيمها العميل، ويتكون هذا المقياس من مجموعتين كل منها تحتوي على 22 سؤال بحيث يتم قياس كل منهما على مقياس ليكرث الخماسي تهدف المجموعة الأولى إلى تحديد توقعات العملاء للخدمة (الجودة المتوقعة) أما الثانية، فتهدف إلى تحديد اتجاهات العملاء نحو أداء الخدمة (الخدمة المدركة الفعلية) وي طرح الفرق بين الاجابات (الأداء والتوقعات) لتحديد الفجوات التي تعبر عن درجة رضا العملاء عن الخدمة المقدمة بأبعادها المختلفة (نجيب بن سليمان والعربي بن حراث، 2022، ص129)

وقد تعرض نموذج تحليل الفجوات لعدة انتقادات، نذكر منها:

- صعوبة تعميم الأبعاد الخمس المستخدمة في النموذج على جميع الأصناف للخدمات.
- حسب أصحاب النموذج، فإنه يتم توجيهه إلى العملاء من الخدمة خلال ثلاثة أشهر متتالية وبذلك فإن أصحاب النموذج لم يميزوا بين العملاء الذين لديهم خبرة في التعامل مع الخدمة، وبين أولئك الذين ليس لديهم خبرة. (تيسير العجارمة، 2005، ص332)

ب. **نموذج الأداء الفعلي للخدمة:** يعرف هذا النموذج باسم (servperf) ظهر خلال سنة 1992 نتيجة الدراسات التي قام بها كل من **Taylor et Croni** وتعرف الجودة في إطار هذا النموذج تعريفا اتجاهيا يرتبط بإدراك الزبون للأداء الفعلي للخدمة المقدمة ويعرف الاتجاه أنه: تقييم الأداء على أساس مجموعة من الأبعاد المرتبطة بالخدمة المقدمة. (تيسير العجارمة، 2005، ص333)

يقوم هذا النموذج على أساس رفض فكرة الفجوة في قياس جودة الخدمة، فهو يركز على قياس الأداء الفعلي للخدمة، أي التركيز على جانب الإدراك الخاصة بالزبون فقط، ويعتمد هذا النموذج على نفس الأبعاد

لجودة الخدمة السابقة الذكر، ويتطلب من العميل أن يقيم جودة الخدمة المقدمة إليه باعتماده على مقياس ليكرت، ويتميز هذا النموذج عن نموذج تحليل الفجوات بأنه سهل الاستخدام وبسيط لدرجة كبيرة فهو يعد بمثابة مقياس مباشر لاتجاهات العملاء تجاه جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة.

### خامسا. النظريات المفسرة لجودة الخدمة:

ساهمت الأفكار الأساسية لعدد من العلماء المهتمين بالجودة في بلورة اتجاهات حديثة لها، وقد استمدوا هذه الأفكار من خلال دراساتهم وتجاربهم العلمية، التي شكلت في مجموعها توجهها جديدا لإدارة الجودة، ومن بين هذه الأفكار: (مأمون سليمان الدرادكة، 2006، ص52)

#### 1. الأفكار المرتبطة بإدوارد ديمينج (Deming)

أطلق عليه لقب "أبو الجودة"، وهو متخصص في علم الإحصاء ولقد كان له الدور الأكبر في تعليم اليابانيين استخدام الأساليب الإحصائية في الرقابة على الجودة، ويمكن تلخيص الأفكار الأساسية التي قدمها ديمينج في مجال إدارة الجودة بما يلي:

- ضرورة مطابقة المنتج أو الخدمة للموصفات الموضوعية وذلك من خلال تخفيض درجة عدم التأكد والتباين في مرحلة تصميم المنتج وفي العملية الإنتاجية ذاتها، ويتم تحقيق ذلك من خلال اتباع حلقة لا تنتهي من الخطوات تبدأ بمرحلة تصميم المنتج، مروراً بعملية الإنتاج، ثم عملية الفحص والاختبار، ثم مرحلة البيع ويتبع ذلك دراسة مسحية للسوق للحصول على المعلومات المتعلقة بآراء المستهلكين حول المنتج ومدى رضاهم عنه، وتستخدم هذه المعلومات (التغذية الراجعة) كأساس في إعادة النظر في تصميم المنتج وإجراء التعديلات اللازمة عليها، وكذلك في تطوير العملية الإنتاجية والتصنيعية بالاتجاه الذي يناسب المستهلكين في السوق. (مأمون سليمان الدرادكة، 2006، ص53)
- لكي يتم تحسين الوضع التنافسي للمؤسسة في السوق فإن ديمينج يرى ضرورة أن تحقق المؤسسة مستويات مرتفعة من الجودة في سلعتها وخدماتها وبالتالي الوصول إلى مستوى مرتفع من الإنتاجية.
- ركز ديمينج على ضرورة توفر جانب مرتفع من المعرفة لدى العاملين في المؤسسة وخصوصاً في الجوانب المتعلقة باستخدام الأساليب الإحصائية في الرقابة على الجودة أو تصنيف المشاكل الخاصة بالجودة حسب أهميتها، ومعرفة أسباب الاختلاف والتباين بين المواصفات الموضوعية للمنتج أو الخدمة (ما يجب أن يكن عليه المنتج) والخصائص والمواصفات الفعلية للمنتج (ما هو كائن).

- قدم **ديمنج** مدخلين أساسيين لتحسين العملية الانتاجية في الشركات، هما:
  - المدخل الأول:** القضاء على كل المشاكل التي تعترض تحقيق الجودة مثل التصميم السيئ للمنتج، والتدريب غير الكافي للعاملين، وظروف العمل السيئة والتي تتوافر أصلاً في النظام الانتاجي.
  - المدخل الثاني:** العمل على منع الأسباب المرتبطة بسوء الجودة في الشركة التي تعزى إلى شخص معين أو جهة معينة أو إلى شحنة معينة من المواد المستخدمة في التصنيع.
- يرى **ديمنج** أن تحقيق التميز في جودة المنتجات يتم من خلال الاعتماد على برنامج متكامل يتكون من **أربعة عشر** مبدأ، هي:
  - إيجاد التناسق بين أهداف المؤسسة.
  - إيمان قيادة المؤسسة بالتغيير والتطور.
  - عدم الاعتماد على الفحص بهدف اكتشاف الأخطاء وتكريس عملية بناء الجودة في المنتج لتكن أساساً للمراحل التالية لها.
  - إيجاد علاقات طيبة بين المؤسسة والجهات المتعاملة معها أساسها التميز والتفوق في الأداء لكي يتم إسعادهم وإرضائهم، إذ أن من المهم أن لا يكون أساس هذه العلاقات السعر فقط (خلق العميل قبل السعر).
  - التحسين الدائم للمنتج والخدمات المقدمة من الشركة.
  - الاهتمام بعملية التدريب بشكل مستمر.
  - تكريس دور القيادة بعملية التطوير.
  - الاعتماد على فرق العمل وتشجيعها على العمل وابعاد الخوف عنها.
  - الانفتاح بين أقسام الشركة والتخلص من الحواجز القائمة بينها.
  - التخلص من عادة التهديد للعاملين وتوجيه اللوم إليهم.
  - التشجيع المستمر للعاملين والتحسين المستمر لأسلوب وطريقة أدائهم.
  - تكريس مبدأ الاعتزاز بالعمل لدى العاملين.
  - تطوير برامج التعليم والتحسين الذاتي.
  - الالتزام الدائم والجاد من قبل الإدارة العليا في المؤسسة بالجودة والإنتاجية.

## 2. الأفكار المرتبطة بفليب كروسبي (Crosby): يرى كروسبي أن مسلمات الجودة تركز على:

- أن الجودة ترتبط بشكل أساسي بمطابقة المنتج والسلعة للمتطلبات والمواصفات.
- أن الجودة من المسؤوليات الأساسية للإدارة ووسيلة الاتصال بين النظام الإنتاجي بجميع أجزائه ومراحله، ومن الضروري احترام الجودة بشكل جدي.

○ إن الطريق الوحيد لتحقيق الجودة هو منع حدوث الأخطاء والعيوب وهذا يتطلب الفهم الواضح لكل مراحل العملية الإنتاجية واكتشاف كل احتمالات الخطأ والعمل على منع وقوعها في الوقت المناسب. (مأمون سليمان الدرادكة، 2006، ص55)

- أن يكون المعيار الأساسي للأداء في المؤسسة هو (منتج بلا عيوب).
- يمكن قياس الجودة من خلال معرفة مقدار الثمن النقدي أو العيني فكلما زاد مقدار هذا الثمن دل على وجود جودة منخفضة، كلما انخفض ذلك دل على وجود جودة مرتفعة في هذه المؤسسة.

○ يرى كروسبي أن العناصر الأساسية التالية هي من الأمور الضرورية الواجب توفرها في أي مؤسسة لتحسين وتطوير الجودة، وهي: (مأمون سليمان الدرادكة، 2006، ص54)

- ✓ جدية الإدارة العليا والتزامها بالعمل على التحسين والتطوير.
- ✓ الاهتمام بعملية تعليم وتدريب جميع العاملين على المسلمات الأساسية لإدارة الجودة.
- ✓ تطبيق مسلمات الجودة على أرض الواقع بشكل خطوات وإجراءات وما يلزم ذلك من ضرورة تغيير اتجاهات الأفراد العاملين وثقافة العمل في المؤسسة.

## 3. الأفكار المرتبطة بجوزيف جوران Juran:

اهتم جوران بعملية تدريب مبادئ الجودة لليابانيين خلال فترة الخمسينيات الأمر الذي كان له الأثر الأكبر في نجاح برامج الجودة التي طبقت خلال تلك الفترة، كما أن نجاح فلسفة جوران نفسها قد اعتمدت على التدريب على المفاهيم الأساسية لإدارة الجودة مستنداً بذلك إلى التجربة اليابانية التي تضمنت تقوية وتحسين الوضع التنافسي للمؤسسة

ومن الأفكار الأساسية التي أسهم فيها في هذا المجال:

- أن الجودة يجب أن تكون على مستويين، هما:
- أ. على مستوى المؤسسة، من خلال دورها في تقديم منتج ذو جودة عالية، من خلال قيامها بالعديد من الأنشطة مثل بحوث التسويق، تطوير المنتج، طريقة التصنيع، تخطيط الإنتاج، عمليات الشراء، والرقابة

على عملية الإنتاج والفحص والاختبار للوحدات المنتجة والمشتريات، وعملية البيع التي يجري فيها دراسة عن درجة رضا العميل للحصول على المعلومات المسترجعة والتي من خلالها يتم إجراء التعديلات المناسبة، وكذلك دور المدراء في تشجيع الأفراد على ترسيخ الجودة في أعمالهم.

ب. على مستوى كل قسم من أقسام المؤسسة، من خلال دور كل قسم داخل المؤسسة في القيام بعمليات الإنتاج والتصنيع وتقديم خدمات الإسناد المختلفة بمستوى مرتفع من الجودة.

○ طور جوران العمليات الأساسية لإدارة الجودة، وهي:

○ عملية التخطيط للجودة: وهي وضع برنامج لمستوى الجودة يمكن من خلاله متابعة عملية الجودة. وتتم عملية التخطيط لجودة الخدمة من خلال:

● تحديد العميل المستهدف لهذا المنتج أو الخدمة.

● تعريف مستوى الجودة الذي يقبله العميل وترجمة ذلك إلى ملامح المنتج ومواصفاته التي ترضي العميل.

● تحديد المقاييس والمعايير التي نتعرف من خلالها على مدى النجاح في توفير كل مواصفة من مواصفات

المنتج. (عادل الشبراوي، 1995، ص12)

○ عملية الرقابة على الجودة: لمعرفة مدى مطابقة السلع والمنتجات التي تقدمها المؤسسة للمواصفات الموضوعية، ومدى حصولها على رضى المستهلكين في السوق.

○ عملية تحسين الجودة: ويتم ذلك من خلال تحليل المشاكل المتعلقة بالجودة للتعرف على أسباب ذلك واقتراح الحلول والمقترحات اللازمة للعلاج.

○ تتطلب عملية تحقيق طفرة في الجودة وحل المشاكل التي تعترضها ضرورة القيام بالخطوات التالية:

● دراسة الأعراض.

● تشخيص الأسباب التي تؤدي إلى إحداث مشاكل في نظام الجودة.

● وضع العلاج الملائم لهذه المشاكل.

○ يرى جوران ضرورة أن تعطي المؤسسة اهتماماً خاصاً بالتخطيط الاستراتيجي للجودة كالاهتمام الذي

تعطيه للتخطيط لنشاطاتها المختلفة من خلال تحديد الأهداف طويلة وقصيرة الأجل. (مأمون سليمان الدرادكة،

2006، ص56)

سادسا. أساليب تحسين جودة الخدمة: تكمن أهم أساليب تحسين جودة الخدمة، فيما يلي:

أ. وضع نظام لقيادة الجودة: إن الهدف من وضع نظام لقيادة الجودة هو تحقيق رضا العميل وتحسين

الأداء، ويتكون هذا النظام من: (فتيحة بوحروود، 2007، ص60)

○ نظام اليقظة، يهتم 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.

○ 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 وإرضاء العملاء الحاليين.

○ تحديد سياسة الجودة، بعد تحديد العملاء المستهدفين واختيار المظهر العام للخدمة، تعمل المؤسسة على تكييف سيرورة أداء الخدمة، ويجب تحديد الإجراءات الضرورية للتكيف، والمتعلقة بالموارد البشرية الأدوات والطرق، التنظيم، الاتصال، التخطيط...إخ.

○ 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 الشكاوي، والتحقق مع العملاء القدامى والاستخبارات التسويقية.

○ 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. (فتيحة بوحروود، 2007، ص62)

ب. تحقيق التميز في العلاقة مع العميل: يعتبر التميز في العلاقة مع العميل ركيزة أساسية للمؤسسات لتطوير خدماتها وتعزيز وجودها في السوق، ويتطلب ذلك وضع عدة استراتيجيات منها:

• 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 بجعلهم يشغلون بشيء خلال تلك الفترة، ويمكن تحقيق ذلك على سبيل المثال بوضع الجرائد والمجلات، نشرات إعلامية للعملاء للتعريف بالمؤسسة....إلخ.

- **التعامل مع شكاوي العملاء** ، شكوى العميل عبارة عن ترجمة لعدم رضاه على مستوى الأداء بالمؤسسة، لذا يقترح بعض الباحثين العديد من الأساليب للتعامل مع شكاوي العملاء، منها:
  - التعرف على توقعات العميل لمستويات الخدمة المقبولة.
  - تطوير الاجراءات 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.

• **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 مع العميل شخصية يجب اعتماد الاتصال بالعميل للتعرف عليه أكثر وعلى احتياجاته، وتستخدم هذه الطريقة خاصة مع العملاء الأكثر تعاملًا مع المؤسسة أو العملاء الذين تراهم مهتمين بخدمات المؤسسة، فبإمكان المؤسسة الاستعانة بوسائل الاعلام والاتصال لأنها تعطي فرصة أكبر لجعل العلاقة مع العميل شخصية، مثل استعمال موقع المؤسسة على الأنترنت من أجل التعرف على سلوك كل عميل وتحديد رغباته. (فتيحة بوحرو، 2007، ص64)

#### سابعا: العلاقة التفاعلية بين جودة الخدمة ورضا الزبون في القطاع الخدماتي:

يعتبر رضا الزبون من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أداء المؤسسة، ويحتل أهمية كبيرة في سياساتها، لاسيما عندما تكون هذه الأخيرة متوجهة نحو الجودة، حيث يعد رضا الزبون مقياسا لجودة الخدمة المقدمة ويقود المؤسسة للنجاح، باعتبار الخدمات التي يتم تقديمها لا بد أن تلقى قبولا لدى مختلف الزبائن ولا بد من تحقيق رضاهم عن هذه الخدمات. في هذه الحالة يجب وضع رغبة وحاجة الزبون ورضاه ضمن الخطط الاستراتيجية وخاصة في مجال الجودة واعتبار الزبون شريك رئيسي في المنظمة. (زهراء صادق، 2017، ص177)

كما تم التوصل إلى أن جودة الخدمة تؤدي إلى رضا الزبون وليس العكس، وأن هناك علاقة سببية ما بين الجودة والرضا، حيث أن المستويات العليا من جودة الخدمة ستؤدي إلى رضا الزبون وتكرار عملية الخدمة من نفس المؤسسة وبذلك لا بد من الالتفات إلى أهمية الرضا وما يمكن أن يحققه من أرباح.

إن التطور الحالي لمعايير الايزو 9000 وتوجه المؤسسات بمختلف أنواعها إلى تحسين الجودة تدفع مسؤولي الجودة في المؤسسة إلى دمج رضا الزبائن في محيط العمل، فقد ركزوا على بعض العناصر الضرورية، مثل:

▪ وضع قياس رضا الزبائن ضمن عمليات المؤسسة خاصة في علاقتها بقياس الجودة من وجهة نظر الزبائن.

▪ وضع مخطط عمل من أجل جعل الخدمة أكثر فعالية وذات جودة أعلى (تقسيم المهام، تحديد المؤشرات...). (محمد خثير وأسماء مرايمي، 2017، ص35)

▪ تمكين العمال وخصوصا العاملين في الخطوط الأمامية لأنهم يتعاملون بصفة مباشرة مع المستفيدين وهذا ما يعطيهم دافع لأخذ زمام المبادرة وحل المشكلات الفورية التي يواجهها الزبون. (حمزة كواديك، 2021 ص133)

بناء على ما تقدم، يمكن اعتبار الجودة أحد العناصر الأساسية المكونة للقيمة التي تقدمها المؤسسة للزبون، فأثر الجودة على رضا الزبون يمثل جزء من أثر القيمة الكلية، واليوم تسعى المؤسسات الخدمائية كمؤسسة بريد الجزائر مثلاً إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة لزبائنهم بتوفير مكاتب بريدية مختلفة وتنويع طرق سحب الراتب وتسريع عمليات دفع الفواتير وتحويل المبالغ المالية بسهولة وأمان في ظل بروز متغيرات جديدة كوجود الرقمنة والإدارة الالكترونية والاستراتيجيات الجديدة والمختلفة التي تنتهجها أكبر المنظمات العالمية في سبيل تحسين جودة الخدمات وتحقيق رضا الزبون.

## خلاصة:

يعد 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 الضروري التحول نحو العصرية والرقمية، مما جعل المؤسسات العمومية تتجه نحو تجسيد قواعد الجودة والجودة الشاملة لما لها من آثار إيجابية على مستوى تقديم الخدمات العمومية خاصة بالنسبة للإدارات التي يحتك بها المواطن مباشرة وبصفة دائمة بهدف تلبية حاجاته العامة.

## مراجع الفصل الثالث

1. أحمد سيد مصطفى(1999)، ادارة الإنتاج والعمليات في الصناعة والخدمات، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
2. أنيسة الدويك(2018)، مستوى جودة الخدمات المقدمة من شركات المصاعد الفلسطينية وسبل تطويرها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل.
3. توفيق محمد عبد المحسن(2006)، قياس الجودة والقياس المقارن والأساليب الحديثة في المعايير والمقاييس، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع.
4. تيسير العجارمة(2005)، التسويق المصرفي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان .
5. حازم أحمد فراونة(2021)، جودة الخدمات، مطبوعة مقدمة للسنة الأولى ماستر تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.
6. حسان بوزيان (2013)، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، قسم العلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب، البليدة.
7. حكيم بن جروة(2007)، دور استراتيجية التسويق في تحسين مؤسسات الاتصال، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب، البليدة.
8. حمزة كواديك(2021)، دور تمكين العاملين في تحسين جودة الخدمات لتحقيق رضا الزبون، مقال منشور في مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة المدية المجلد الرابع، العدد الأول، الجزائر.
9. زهراء صادق(2016)، الدور الاستراتيجي للجودة في تحقيق رضا الزبون، مقال منشور في مجلة التنظيم والعمل جامعة بشار، المجلد الخامس، العدد الرابع، الجزائر.
10. عادل الشبراوي(1995)، الدليل العملي لتطبيق ادارة الجودة الشاملة، الشركة العربية للإعلام العلمي، القاهرة.
11. عبد الأمير شياع ورحيم الموسوي(2017)، أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في اختيار المصارف التجارية، مقال منشور في مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد الثالث، العدد العاشر، العراق

12. عبد الوهاب ووهيبة طوال(2021)، أثر جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون، مقال منشور في المجلة الجزائرية للاقتصاد والتصرف، مخبر سياسات التنمية الريفية في المناطق السهبية بالجزائر، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد الخامس عشر، العدد الأول
13. علي رحال وإلهام يحياوي(2001)، الجودة والسوق، مقال منشور في مجلة آفاق، المجلد الثاني عشر، العدد الخامس، جامعة باجي مختار، عنابة
14. عمار محمد زهير تيناوي(2018)، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية.
15. عمر وصفي عقيلي(2001)، المنهجية الكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر والتوزيع عمان.
16. فتيحة بوحروود(2006)، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.
17. فضيلة شيروق(2010)، أثر التسويق الالكتروني على جودة الخدمات المصرفية في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري قسنطينة.
18. مأمون سليمان الدرادكة(2006)، ادارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء للنشر والتوزيع عمان..
19. محمد خثير وأسماء مرايمي(2017)، العلاقة التفاعلية بين ابعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مقال منشور في مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال، جامعة خميس مليانة، المجلد الثالث العدد الأول، الجزائر.
20. نجيب بن سليمان والعربي بن حراث(2022)، قياس فجوة جودة الخدمة العمومية من وجهة نظر زبائن الإدارة الجبائية، مقال منشور في مجلة مجاميع المعرفة، جامعة بلحاج بو شعيب بعين تيموشنت المجلد الثامن، العدد الأول، الجزائر.

## الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

## الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

### تمهيد

أولاً. طبيعة الدراسة

ثانياً. مجالات الدراسة

1. المجال المكاني

2. المجال البشري

3. المجال الزمني

ثالثاً. مناهج الدراسة

رابعاً. عينة الدراسة وكيفية اختيارها

خامساً. أدوات جمع البيانات

سادساً. أساليب التحليل

خلاصة

## تمهيد:

يأتي هذا الفصل في الدراسات العلمية، استكمالاً للفصول النظرية وتمهيداً للفصول التطبيقية، فهو بمثابة حلقة وصل بين هذين النوعين من الفصول، لذلك يعد الإطار المنهجي للبحث خطوة مهمة تتحدد على ضوءها آليات المعالجة المنهجية بكافة مراحلها، لأن تحقيق الهدف المنشود من انجازه يتطلب عملية منظمة تعتمد على منهج مختار وطبيعة موضوعه، ويعتمد على تقنيات منهجية وأدوات جمع البيانات الميدانية وأساليب تحليلها.

وفيما يخص فصلنا الحالي، نحدد فيه مختلف هذه العناصر كما هو متفق عليها، وقد ارتكز الهيكل العام للمعالجة المنهجية لدراستنا الحالية على التطرق الى كل عنصر منهجي يحتويه هذا الفصل مثل: المنهج، أدوات جمع البيانات، توضيح كيفية تحديد حجم العينة وكيفية اختيارها وتوضيح أساليب التحليل المعتمدة.

**أولاً. طبيعة الدراسة:**

يتعين على الباحث وهو يضع استراتيجية بحثه، أن يحدد أي نوع من الدراسة والبحث كون عليه بحثه، لأنه بذلك تتحدد الكثير من الخطوات اللاحقة إلى جانب المنهج والإجراءات. على هذا الأساس تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية، حددتها جملة من المعطيات كوفرة المعلومات حول متغيري: الرقمنة وجودة الخدمة سواء من خلال الدراسات السابقة والدراسات المشابهة أو في المراجع (سواء الكتب الورقية أو الالكترونية)، إضافة إلى إمكانية الدراسة الميدانية للموضوع وذلك من خلال إمكانية اعتماد كل الأدوات المساعدة على جمع البيانات.

وتتضح أهمية الدراسات الوصفية بصفة عامة وأهمية دراستنا الوصفية الحالية في أنها:

تسهم في توفير قدر من المعرفة حول موضوعات مختلفة للدراسة والأبحاث، وتأسيساً على ذلك سنحاول من خلال هذه الدراسة جمع كم لا بأس به من المعلومات والمعطيات حول الرقمنة وجودة الخدمة وما يتعلق بهما من عناصر ومفاهيم اعتماداً على التراث النظري، والدراسات السابقة أو المشابهة، والتعرف بعدها على الدور الذي تؤديه الرقمنة في تحسين أو تدني مستوى جودة الخدمة.

ولقد تم تجسيد الطبيعة الوصفية لهذه الدراسة بناء على تحديد مساراتها التي مثلتها بطريقة ملموسة

الخطوات التالية:

راعينا في تحديد أهدافها الالتزام بالعبارات والصيغ التي تتلاءم وطبيعة البحث الوصفي، حيث استعملنا في صياغتها المصطلحات الدالة على الوصف (تحديد، إبراز، رصد، تشخيص... )، والتزمنا في طرح تساؤلات إشكالية بحثنا بأدوات الاستقهام التي تتوافق والدراسات الوصفية، فاستخدمنا أداتي الاستقهام (ما وكيف) سواء في التساؤل المركزي أو التساؤلات الفرعية.

أما في تحديدنا للمنهج، فقد قمنا باختيار المنهج الوصفي والاحصائي كونهما الأنسب لإنجاز بحثنا معتمدين على أداة الاستبيان لاختبار فرضياتنا كونها تلائم هذا النوع من الدراسات.

**ثانياً. مجالات الدراسة:**

من أهم الركائز التي يستند إليها البحث العلمي عموماً والبحث الاجتماعي خصوصاً (تحديد مجالات الدراسة)، حيث يتضح لكل قارئ لهذا البحث المكان الذي أجريت فيه الدراسة والزمن المستغرق لإنجازها، وكذلك مجتمع البحث الذي اختيرت منه العينة التي أجريت عليها هذه الدراسة.

وعليه فإن مجالات هذه الدراسة، هي:

**1. المجال المكاني:** ويقصد به النطاق الجغرافي والحيز المكاني لإجراء الدراسة، وفي دراستنا الراهنة وقع

اختيارنا على بريد الجزائر وتحديدًا: الوحدة الولائية للبريد شارع زيغود يوسف ولاية سكيكدة.

وقد اخترنا هذه المؤسسة بناء على:

- توفر المناخ الملائم لإجراء الدراسة نظراً للتسهيلات التي وجدناها من قبل طواقمها الإدارية.

- قربها من مقر سكننا، مما ييسر لنا زيارتها كلما تطلب الأمر والحصول على المعلومات والبيانات التي

نحتاج إليها في الوقت المناسب.

- تقارب خصائص هذه المؤسسة الخدمائية من حيث التركيبيية البشرية (إداريين، زبائن من مختلف فئات

المجتمع...).

وعلى هذا الأساس، صار لزاماً علينا أن نقدم بطاقة فنية نعرف من خلالها بالمؤسسة اعتماداً على

المعلومات المتوفرة لدى المؤسسة من خلال ما أدلى به رئيس قسم الموارد البشرية مشافهة، واعتماداً على

السجلات والوثائق (البطاقة الفنية للمؤسسة) التي قدمت لنا حيث استطعنا أن نشير إلى ما يلي:

### 1.1. التعريف بمؤسسة بريد الجزائر: مديرية الوحدة الولائية سكيكدة

أ. تقديم عام لمؤسسة بريد الجزائر:

🚧 نشأة الخدمات البريدية:

تعود نشأة أول وثيقة بريدية معروفة إلى سنة 255 قبل الميلاد بمصر. وقبل هذا التاريخ كانت

الخدمات البريدية متواجدة تقريباً بجميع القارات وتجلت في الرسل الذين تم تكريسهم لخدمة الملوك والأباطرة

آنذاك.

وفي الواقع، يتفق أغلبية المؤرخين على كون تحديد تاريخ نشأة الخدمات البريدية أمراً جزافياً، لأنّ

الدور الرئيسي لجلّ هذه الخدمات هو ضمان الاتصال، هذا الأخير الذي يعتبر من المنظومات التي وضعها

الإنسان منذ الأزمنة الغابرة، بحيث اعتمدت عليها جلّ الحضارات الإنسانية. ومع صعوبة التحديد الزمني

للخدمات البريدية الناجمة عن رغبة الإنسان في التواصل، إلا أن بوادرها قد بدأت تظهر مع ظهور الكتابة.

وفي حدود القرن السادس قبل الميلاد، ظهرت إحدى أوائل الخدمات البريدية التي قام بتنظيمها أمير

بلاد فارس "سايروس الأعظم" والتي كانت تعتمد على التناوبات الثابتة لإيصال البريد عبر الأحصنة.

واعتمد الرومان أيضا هذه الطريقة خلال القرن الأول قبل الميلاد لتصبح الخدمة البريدية الفعلية للإمبراطورية، ذات الخدمة التي كانت تضمن التبادلات الرسمية والإدارية بداخل الإمبراطورية الرومانية بفضل سلسلة من المواقع ووفق مراحل تناوبية وتعاقبية عبر جميع طرقات ومسالك الإمبراطورية. ومع مرور الوقت، وضعت كل من الهيئات الدينية والجامعات النظام الخاص بهما لنقل البريد بغية تبادل الأخبار والأنباء. كما تم وضع نقاط التداول أو التناوب بالطرقات قصد تسريع وتيرة توزيع الرسائل وعلى مسافات بعيدة.

هذا وتمكن فيما بعد حتى الخواص من استخدام الرسل لتسهيل عملية الاتصال فيما بينهم.

### 🚩 أصل الاتحاد البريدي العالمي UPU:

في حدود القرنين الـ17 و18، كانت الاتفاقيات البريدية الثنائية هي التي تحكم تبادل الرسائل والبريد بين البلدان. ولكن مع مطلع القرة الـ19، أصبح نظام التبادلات الثنائية هذا جدّ معقدا حتى أنه صار يعيق المساعي التنموية وكذا التبادلات التجارية.

وبغية تنظيم الخدمات البريدية الدولية ومن أجل تبسيطها، شرعت الحكومات في مباشرة الإصلاحات على المستويات الوطنية.

ولعل أهم هذه الإصلاحات تلك التي شهدتها إنجلترا خلال سنة 1840، حين أدخل السيد "رولاند هيل" نظاما للتخليص قائما على الدفع عند إرسال البعثات. وعندما أعدّ أيضا التعريفات الموحدة لجميع الرسائل التي تبلغ وزنا معيناً والموجهة للإرسال الداخلي، بصرف النظر عن المسافة التي ستقطعها هذه الرسائل. ويعود الفضل أيضا إلى السيد "رولاند هيل" في إصدار أول طابع بريدي في العالم.

في عام 1863، نظم السيد "مونقومري بلير" المدير العام لمكتب البريد الأمريكي (الولايات المتحدة)، ندوة في مدينة باريس وهي الندوة التي شارك فيها 15 بلدا من أوروبا وأمريكا حيث نجحوا من خلالها في بلورة عدة مبادئ عامة خاصة بالاتفاقات المتبادلة لكن حجم هذه القرارات كان محدودا إذ لم يتمكنوا من استخلاص اتفاق بريدي دولي.

في حين تمكّن السيد "هنريتش فون ستيفان" الموظف البريدي السامي باتحادية ألمانيا الشمالية من تصوّر وتصميم مشروع الاتحاد البريدي الدولي وباقتراح منه، باشرت الحكومة السويسرية بتنظيم ندوة بمدينة بيرن، في 15 سبتمبر 1874، شارك فيها ممثلو 22 بلدا.

وتمت المصادقة على معاهدة "بيرن" التي أسست الاتحاد العام للبريد بتاريخ 09 أكتوبر 1874 وهو التاريخ الذي يحتفى به باليوم العالمي للبريد، وفي غضون ثلاث سنوات، شهد هذا الاتحاد زيادة سريعة في عدد الدول الأعضاء المنضمين إليه حتى أنه صار يعرف سنة 1874 بـ "الاتحاد البريدي العالمي".

#### ✚ ترجمة "معاهدة بيرن" في الواقع:

سمحت "معاهدة بيرن" بتحويل عدد لا يحصى من الخدمات والتنظيمات البريدية الدولية المعقدة إلى إقليم بريدي أوجد موجه نحو تبادل الرسائل كما رفعت كل العوائق والعقبات التي كانت تعيق المرور الحر وتعرقل تنمية البريد الدولي.

#### ✚ أصول خدمة البريد في الجزائر:

خلال الحقبة الاستعمارية وفي حدود الإقليم الوطني، تمثلت خدمة البريد في الحفاظ على الاتصال مع المدينة من خلال تسليم الحوالات والصكوك البريدية والاشتراك في خدمة توزيع الجرائد، بيع طوابع البريد، إيداع الأموال بصندوق التوفير والاحتياط، دفع المعاشات، معالجة أجور المعلمين وعمال البلديات والمديريات العمومية.

تحت التسمية الرسمية "البريد، التلغراف، الهاتف" والتي سادت حتى بعد الاستقلال كان الكل يفضل الاختصار الشائع والمتمثل في ثلاثة حروف الأولى من الكلمات الفرنسية لهذه التسمية (PTT) وهو نفس الاختصار الذي اعتمده المواطنون مع مرور الوقت وبكل روح دعاية لوصف الخدمة البريدية على كونها "العمل القليل الهادئ"

مع الاستقلال توارثت مصالح البريد الجزائرية قواعد هيكلية متضررة بفعل الحرب ومصالح محدودة وغير ملائمة تمّ تصميمها في بادئ الأمر كي تستفيد منها أقلية فقط من المعمّرين.

وبعد ذهاب عمال البريد من الأقدام السوداء وسكان المدينة وقع فراغ كبير في مصالح الخدمات العمومية بشكل علم. وكلهم عزم وإصرار على استرجاع السيادة الوطنية على البريد، بأشر العمال الجزائريون في رفع التحدي وإدارة الشبكة البريدية التي كانت تضم آنذاك زهاء 600 مكتب بريد.

#### ✚ وزارة البريد:

شهدت الوزارة الوصية على البريد الجزائري العديد من التسميات انطلاقا من الاختصار (PTT) وهي ثلاثة الحروف الأولى من الكلمات "البريد، التلغراف، الهاتف" باللغة الفرنسية مروراً بتسمية (PT) وهما الحرفان الأولان من كلمتي البريد والمواصلات وإلى غاية التسمية (MPTIC) التي تعني وزارة البريد

وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، وأخيرا التسمية (MPTTN) والتي تعني وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة. إذ كان لزاما على هذه الوزارة أن تعيد تهيئة الخدمات وعصرنة خدماتها المالية الجديدة ومدّ وتوسيع الشبكة البريدية وكذا التوفيق بين مهمة الخدمة الشمولية وبين الدور الاقتصادي المنوط بها.

وبعد مرور فترة طويلة ساد خلالها التسيير الإداري لهذين المحورين للحياة الاقتصادية، بدأ الشروع في إعادة هيكلة قطاع البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية سنة 1999 وهي إعادة الهيكلة التي تجسدت عام 2000 من خلال القانون رقم 03-2000 المتضمن القواعد العامة للبريد والاتصالات السلكية واللاسلكية.

ولقد انبثقت عن هذا القانون مؤسستين عموميتين اثنتين هما: "بريد الجزائر" و"اتصالات الجزائر" ليبدأ العمل من أجل تنشيط هذين القطاعين الهامين وتحقيق المردودية الاقتصادية والمتطلبات التجارية، ومن أجل خدمة نوعية تسودها التنافسية للإسهام في تشييد الاقتصاد الوطني.

ومع التقدم المذهل الذي تشهده التكنولوجيات الحديثة في أيامنا ومع النمو الاقتصادي وبخاصة مع النمو الديمغرافي الذي تعرفه الجزائر تغير كثيرا مفهوم "العمل القليل الهادئ".

**ب. ميلاد المؤسسة العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري بريد الجزائر:**

تأسس بريد الجزائر بموجب المرسوم التنفيذي 02/43 المؤرخ في 14 جانفي 2002 بعد الإصلاحات التي باشرتها الوزارة الوصية، لكن الانطلاقة الحقيقية كانت في عام 2003 حيث يجمع بريد الجزائر بين المهام العمومية الإدارية وبين الخدمة العمومية الصناعية والتجارية، محافظا في ذلك على مهنته القاعدية والمتمحورة أساسا حول خدمة البريد والطرود والخدمات المالية البريدية.

هذا ووضعت المؤسسة العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري تحت وصاية وزارة البريد والاتصالات السلكية واللاسلكية والتكنولوجيات والرقمنة. وهي تحظى بالصفة الاعتبارية وبالاستقلالية المالية وتخضع لقواعد القانون العمومي من جهة في نشاطاتها مع الدولة، وتعتبر تجارية في تعاملاتها مع الغير من جهة أخرى.

ولقد تمّ تحويل جهة من بناية البريد المركزي إلى متحف للبريد الجزائري ضمن مشروع انطلق خلال سنة 2015. ويكتسي الموقع الخاص بالبريد المركزي رمزية كبيرة وزادت من خصوصيته هندسته المعمارية

ذات النمط النيو موريسكي وشموخه في قلب الجزائر العاصمة، ما يجعله موقعا لجلب الزوار وفضاء متحفيا يروي في زواياه تاريخ البريد وتطور مهنة البريد والطوبعية عبر عروض لأغراض أصلية. فتح متحف البريد أبوابه للجمهور الواسع بتاريخ 07 نوفمبر 2017 وهو حاليا يستقبل الزوار وفق فترتين اثنتين في اليوم.

**2.1. أما بالنسبة للمؤسسة محل الدراسة:** فهي الوحدة الولائية للبريد سكيكدة تقع بشارع زيغود يوسف، عدد العمال بهذه المؤسسة 566 عامل منهم 135 إطار و 281 عون تحكم و 150 عون تنفيذ، حيث يتواجد على مستوى المديرية 71 عامل وعلى مستوى المكاتب البريدية 457 وعلى مستوى مركز الإيداع والتوزيع 38 عامل.

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

- تنفيذ برامج التنمية وإعداد التقارير الدورية حول نشاطاتها.
- تسيير الهياكل القاعدية واستغلالها في المجال البريدي.
- تنفيذ برامج تفتيش المكاتب البريدية.

شكل رقم (8): يوضح شعار بريد الجزائر



المصدر: <https://iconape.com/algerie-poste>

**2. المجال الزمني:** ويشير إلى الوقت المستغرق في إعداد هذه الدراسة (مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص علم اجتماع تنظيم وعمل) من لحظة التفكير في الموضوع والانطلاق في الشق النظري إلى نهاية الدراسة بتحليل وتفسير النتائج ووضع التقرير النهائي والنتائج المتوصل إليها والتوصيات التي قمنا باقتراحها وبالتالي إخراجها في صورة لائحة علميا.

وعلى هذا الأساس يمكن تقسيم المجال الزمني إلى مراحل ثلاث، كما يلي:

- **المرحلة الأولى:** والتي بدأت مع بداية افتتاح السنة الجامعية شهر نوفمبر 2023 حيث انطلقنا في الخطوة الأولى وهي التفكير في موضوع دارستنا، وكذا اختيار الأستاذ المشرف، وإيماننا منا بصعوبة هذه الخطوة، وإدراكنا منا لطرق اختيار موضوع الدراسة والتي تنحصر أساساً في طريقتين أساسيتين، هما:
  - اختياره من طرف الباحث.
  - اختياره من قبل المشرف.

فقد اتفقنا على العمل بالدمج بين الطريقتين من خلال تنسيقنا مع الأستاذة المشرفة التي ساعدتنا على ضبط موضوع دراستنا، وقد دُعمت عملية اختيارنا للموضوع بزيارات متكررة إلى مكتبي الجامعة (المركزية والكلية) بغرض تحديد مجموعة من المراجع ذات الصلة بموضوعنا، وذلك لوعينا بأن ضمان الاختيار السليم للموضوع يتطلب أيضاً الاطلاع الواسع من قبل الباحث في الكتب والمراجع التي لها علاقة بالموضوع المختار.

امتدت هذه المرحلة إلى غاية بداية شهر جانفي 2024 أين تمت الموافقة الرسمية على الموضوع من طرف الأستاذة المشرفة ومن طرف اللجنة العلمية لقسم علم الاجتماع بجامعة سكيكدة، وهو الأمر الذي زادنا تشجيعاً على الانطلاق رسمياً في العمل الجاد والدخول في المرحلة الثانية.

➤ **المرحلة الثانية:** مرحلة الإعداد النظري والتي انطلقنا فيها منذ النصف الثاني من شهر ديسمبر 2023 مسترشدين في التخطيط لبحثنا ببحوث سبقتنا يقينا منا بأنه لا يكون تخطيطنا لدراستنا الحالية نابعا من فراغ فكري أو تنظيمي، وقد تمكنا من ضبط الموضوع وتدقيق عنوانه، معتمدين على ما توافر لدينا من إرشادات ومراجع، ثم شرعنا في وضع خطة مبدئية عرضناها على الأستاذة المشرفة، حيث قامت بتقديم توجيهاتها وملاحظاتها مكنتنا من تعديلها وضبطها، ثم اعتمدناها وانطلقنا في عملية جمع المعلومات والمعطيات المتعلقة بالجانب النظري معتمدين على كل المراجع التي توفرت لدينا والتي سبق وأن قمنا بتصنيفها وفق الفصول التي شملتها خطتنا الأمر الذي سهل لنا عملية الانطلاق الفعلي.

بالتنسيق مع الأستاذة المشرفة كنا ننتقي ونختار ما يتم الاتفاق عليه من معلومات نقي بالغرض وتخدم البحث. وقد تتبعنا في جمعنا للمادة العلمية أهم الخطوات الخمسة المعتمدة في ذلك، هي (القراءة، المناقشة والاستبيان، التدوين، الاقتباس، الملاحظة والتجربة) بالإضافة إلى ذلك كنا نقوم بعملية طبع كل

ما نراجعه من مسودات وإرساله للأستاذة المشرفة للتأكد من صلاحيته وسلامته من الأخطاء، كان ذلك بداية من شهر فيفري 2024 وقد وصلنا العمل بنفس الأسلوب وبنفس الوتيرة إلى غاية شهر أفريل 2024.

➤ **المرحلة الثالثة:** مرحلة الدراسة الميدانية والتي انطلقت وبالموازاة مع العمل النظري منذ شهر أفريل أين وضعنا لمستنا الأولى على اختيار المجالين المكاني والبشري لإجراء الدراسة، وفي أول لقاء لنا مع الأستاذة المشرفة والذي خصصناه لمناقشة موضوع الدراسة الميدانية والذي من خلاله أشارت علينا بكيفية اختيار المؤسسة التي تجرى فيها الدراسة كما بينت لنا عدد مفردات العينة الذي يكون مناسباً وتمثلياً، وكذا كيفية اختيارها إضافة إلى توجيهنا إلى أدوات جمع البيانات المناسبة وأساليب التحليل التي نتبعها لاحقاً، وهو الأمر الذي أعطانا دفعة قوية شجعتنا على الانطلاق فعلياً في العمل الميداني أين أكدنا على اختيار مؤسسة **بريد الجزائر** كحل بديل عن مؤسسة **اتصالات الجزائر** والتي قمنا بزياراتها تباعاً (زيارة استطلاعية)، إذ قمنا بتقديم أنفسنا وموضوع دراستنا إلى مسؤولي المؤسسة السالفة الذكر، وفي الوقت ذاته طلبنا منهم إفادتنا بجميع المعلومات التي نحن في حاجة إليها وفي نفس الأسبوع شرعنا في تصميم الاستمارة مبدئياً ثم قمنا بعرضها على الأستاذة المشرفة لتعديلها، ثم بعرضها على الأساتذة المحكمين والذين قاموا هم بدورهم بتقديم ملاحظات حولها، ثم ضبطها من خلال التعديل بالحذف والتعديل والإضافة وفقاً لما قدم لنا من إرشادات، ثم أخرجت في صورتها النهائية أين قمنا بتوزيعها على أفراد عينة بحثنا، كان ذلك في 2024/04/15 وبعد أيام قمنا باسترجاع الاستمارات من المؤسسة وشرعنا في تفرغ بياناتها إلى غاية نهاية البحث.

**3. المجال البشري:** يقتصر مجال دراستنا البشري على زبائن مؤسسة بريد الجزائر، إضافة إلى موظفي المديرية الولائية للبريد سكيكدة.

**ثالثاً. مناهج الدراسة:** يرتبط المنهج الذي يستعمله عالم الاجتماع أو الباحث الاجتماعي وحتى طلاب الجامعات في إنجاز مذكرات تخرجهم وعلى وجه الخصوص طلبة علم الاجتماع ارتباطاً وثيقاً بموضوع الدراسة تبعاً لكل تخصص، أين تختلف مجالات الملاحظة ونوعية الأسئلة التي تطرح وتتطلب إجابات عنها وكذا المعطيات التي ينطلق منها كل باحث، بل قد يختلف المنهج المتبع تبعاً لاختلاف أهداف الدراسة الواحدة، وبناء على ذلك فإن المنهج الذي يتبعه الباحث في أي دراسة لا يأتي اعتباطياً ولا عشوائياً إنما تقرضه طبيعة الموضوع محل البحث أو المشكلة المطروحة في البحث، لذلك فقد فرضت علينا طبيعة الدراسة الراهنة **المنهج الوصفي** الذي يعرف بأنه: "طريقة لوصف الظاهرة، وذلك عن طريق جمع المعلومات

النظرية والبيانات الميدانية عن البحث، ثم تصنيفها وتحليلها والوصول إلى النتيجة". (رشيد زرواتي، 2007، ص86)

ويأتي استخدامنا للمنهج الوصفي لمبررين أساسيين:

(أ) أن الأهداف المسطرة: تتلاءم وبعض أهداف المنهج الوصفي، والتي تتمثل في: (رشيد زرواتي، 2007، ص ص 88،89)

- جمع المادة العلمية، سواء كانت نظرية أو ميدانية أو جامعة لكليهما، حول الظاهرة موضوع البحث وهذا ما يتلاءم والهدف النظري للموضوع الذي يدور حول توضيح علاقة طرائق التدريس بالتحصيل الدراسي.

- تحديد وضبط أبعاد الظاهرة وهذا ما تم تحديده في الهدف التطبيقي، حيث حددنا أبعاد متغير الموضوع المدروس والتي اتخذناها كأسئلة وفرضيات جزئية تشرح التساؤل المركزي ومنه الفرضية الرئيسية.

(ب) أن طبيعة الدراسة وصفية: والمنهج الوصفي أحد طرق هذا النوع من الدراسات .

فدراستنا الحالية وفقا للطريقة التي صيغت بها أهدافها وتساؤلات مشكلتها البحثية وفرضياتها، لا تسعى للمقارنة أو التجريب أو تحليل الوثائق، وإنما إلى تحديد علاقة الرقمنة بتحسين جودة الخدمة من وجهة نظر زبائن بريد الجزائر وهذا لا يأتي إلا من خلال وصف علاقة الرقمنة بتحسين جودة الخدمة.

أما عن كيفية تطبيقنا لهذا المنهج، فقد اتبعنا الإجراءات التنفيذية التالية:

- السير بالبحث وفق ما تتطلبه خطوات المنهج الوصفي، بدءا باختيار الموضوع وتحديد الإشكالية ووضع الفرضيات وتحديد المفاهيم وأدوات جمع البيانات وصولا إلى عرض البيانات وتفسيرها واستخلاص الاستنتاجات والتعميمات.

- احترام أسس وقواعد المنهج الوصفي ومراحله، من خلال جمع المعلومات النظرية والميدانية وإتباع الأسلوب الكمي والكيفي في عملية التحليل، والمرور بالمراحل التي يتطلبها سواء الاستطلاعية أو التشخيصية، وانجاز ما تتطلبه كل مرحلة.

- كما قمنا باستخدام المنهج الإحصائي وهو عبارة عن "مجموعة من الأساليب المتنوعة المستعملة لجمع المعطيات الإحصائية وتحليلها رياضيا، لغرض إظهار الاستدلالات العلمية التي تبدو في الغالب غير واضحة، والذي يريد تطبيق هذا المنهج لابد أن يكون ملما بتقنياته الخاصة وأن يكون مدركا لأصل هذه المعطيات وكيف أخذت حتى يمكنه أن يستغلها استغلالا علميا". (عبد القادر حليمي، 2004، ص24)

يتطلب استخدام المنهج الإحصائي في البحوث السوسولوجية المرور بـ 04 خطوات أساسية، هي:

أ. جمع البيانات: أول خطوة يقوم بها الباحث، هي جمع البيانات الممثلة للعينة أو مجتمع الدراسة المأخوذة منه العينة، وتتعدد مصادر جمع البيانات الميدانية من الملاحظة، المقابلة، الاستمارة، السجلات والوثائق،... بحسب المنهج المتبع.

ب. تنظيم البيانات وعرضها: "يتضمن ترتيب المعطيات، تفرغ المعطيات الخام بترميزها، ثم التحقق من نوعية المعطيات المجمعة وأخيرا تحويلها إلى سند ملائم ومراجعة النتائج". (موريس أنجرس، 2004، ص 371) إذ يلجأ الباحث لتهيئة المعطيات التي يتحصل عليها من الميدان في شكلها الخام بهدف جعلها دالة لمشكلة البحث، ذلك أنه " لكي تصبح المعطيات قابلة للتحليل يجب قبل كل شيء تحضيرها لذلك، وتعتبر مرحلة تحضير المعطيات للتحليل مهمة جدا لأنها تسمح بإبراز خصائص المعطيات الخام وثنائها، آخذين بعين الاعتبار مشكلة البحث وتساؤلاته وفرضياته". (فضيل دليو، 2005، ص 35)

ويتم تنظيم المعطيات بترتيبها وتصنيفها، في جداول مختلفة، بتفرغ البيانات العشوائية الخام ليسهل أخذ فكرة عنها، ويتم تبويب البيانات الإحصائية الوصفية بتصنيفها إلى فئات ثم إظهار عدد مرات أو حالات تكرارها كالجنس، الوزن،...

أو تبويب البيانات الكمية كالوزن، السن، الطول،... بترتيب هذه البيانات تصاعديا أو تنازليا أو عرضها في جداول تكرارية مبوبة أو غير مبوبة، بسيطة أو مزدوجة أو متعددة، بحساب المدى العام **RG**، حيث:

$$RG = X_{max} - X_{min}$$

$$M = 1 + 3.32 \log N$$

عدد الفئات **M** وفق قانون ستورجز، حيث :

طول الفئة **C**، حيث:

$$C = \frac{RG}{M}$$

بعد عملية التنظيم يلجأ الباحث لتمثيل هذه المعطيات الإحصائية الوصفية أو الكمية بيانيا والتي تتخذ أشكالا مختلفة لعرضها على القارئ كالرسوم البيانية، منحنى التكرار المتجمع الصاعد والنازل، المدرج التكراري، المضلع، المنحنى التكراري، الأشكال البيانية من أعمدة بسيطة ومركبة، دوائر نسبية،...  
ج. التحليل والتفسير: في هذه المرحلة يحاول الباحث تطبيق الأرقام الصامته لإظهار مدى قدرته على استيعاب الظاهرة المدروسة وأبعادها المختلفة بتقييم تفسيرات علمية منطقية لها معتمدا على معطيات إحصائية ملائمة كمقاييس النزعة المركزية، مقاييس التشتت،...

د. استقراء النتائج واتخاذ القرارات: إن الخطوة الأساسية في جميع البحوث الاجتماعية والسوسولوجية أين يقوم الباحث ب: اختبار الفرضيات التي وضعها كحل مؤقت للمشكلة المدروسة سواء تعلق الأمر بالعلاقات بين المتغيرات أو الفروق بين العينات، وفي هذه الحالة يختبر الباحث الفرضية الإحصائية، وليست الفرضية التي أعدها في أول البحث إذ "تساعد الفرضية الإحصائية على التحقق من فرضية البحث وذلك بالتأكد إذا كان المتغير س يؤثر في المتغير ص أم لا". (موريس أنجرس، 2004، ص 398)

تعميم النتائج التي يتحصل عليها الباحث على مستوى العينات إلى المجتمع أو مجموع الأفراد. إذ أن مقاييس النزعة المركزية أو التشتت تهتم بوصف البيانات على متغير واحد فقط ولا تفيد في معرفة العلاقة بين متغيرين أو أكثر وغالبا ما يريد الباحث تحديد هذه العلاقة فيجد نفسه بحاجة لتقنيات إحصائية أخرى تسمى مقاييس العلاقة الخاصة بمعاملات الارتباط والانحدار (معامل ارتباط بيرسون، معامل ارتباط سبيرمان للرتب، معامل الارتباط الثنائي،...).

ولتعميم النتائج التي توصل إليها الباحث من دراسته لعينة إحصائية على المجتمع الذي أخذت منه، عليه أن يتعدى مقاييس النزعة المركزية والتشتت والارتباط إلى الاعتماد على مقاييس الاستدلال والدلالة الإحصائية التي تساعده " على استنتاج المميزات الرئيسية للأصل العام الذي اشتقت منه وتعميم النتائج على الأصل ومن بين اختبارات الاستدلال والدلالة الإحصائية مقاييس الخطأ المعياري، التباين، اختبار كاي<sup>2</sup> مربع، اختبار T". (عبد الحفيظ مقدم، 2003، ص 97)

وفي هذا تحديد لما إذا كانت النتائج المتحصل عليها من العينة صحيحة بالنسبة لمجتمع البحث وهل هناك علاقة بين متغيرين أو أكثر.

#### رابعاً. عينة الدراسة وكيفية اختيارها:

يعد اختيار العينة من الخطوات والمراحل الهامة للبحث العلمي، وخطوة رئيسية في جمع المعلومات والبيانات، بحيث تكون ممثلة للمجتمع الأصلي وتتوفر على نفس الخصائص.

تعرف العينة على أنها: "مجموعة الوحدات المختارة من مجتمع الدراسة وذلك لتوفير البيانات التي تستخدم لدراسة خصائص المجتمع وقبل اختيار العينة لابد من تحديد المجتمع المستهدف بالدراسة بحيث يتمتع أفرادها بنفس الخصائص". (أحمد حسن الرفاعي، 2005، ص ص 145، 146)

كما تعرف أيضا بأنها: "ذلك الجزء من المجتمع الذي يجرى اختياره وفق قواعد وطرق علمية خاصة لكي يمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً". (رحيم يونس كرو العزاوي، 2008، ص 161)

بناء على هذا، جاءت عينة الدراسة الراهنة كالتالي:

- من حيث طبيعتها: اعتمدنا على العينة القصدية أو العمدية، التي يتم اختيار وحداتها بطريقة مقصودة أي بطريقة لا يعطي مجتمع البحث فيها فرص متساوية للاختيار.  
قصدية: على أساس تعمد اختيار المفردات التي تدخل في مجال الدراسة، فنظرا لعدم وجود إطار يحتوي على مستخدمي بريد الجزائر، تم سحب العينة بطريقة قصدية من الزبائن، حيث كان التعامل مع بريد الجزائر شرطا لدخول المفردات في العينة.

- من حيث حجمها: عدد أفراد العينة محدود كونها عرضية، حيث تم اختيار 60 زبون من بريد الجزائر.

- من حيث الإمكانات: فالوقت محدد، والباحثان مقيدتان بفترة زمنية معينة لإنهاء المذكرة.

- من حيث تمثيلها لمجتمعها: لقد تم اختيار 60 زبون كعينة تمثل مجموع زبائن بريد الجزائر لأسباب شخصية تتمثل بدرجة أولى في ضيق الوقت المخصص للدراسة الميدانية، وعدم وجود إطار محدد لتواجد الزبائن.

إذا، تم اعتماد 60 مفردة من مجتمع الزبائن تم اختيارهم بطريقة قصدية. وهي عينة تشبعية تماشت مع الوقت المحدد لإجراء التبرص الميداني بالمؤسسة (وفق ما حددته مديرة المؤسسة).

### خامسا. أدوات جمع المعطيات:

تتحدد أدوات جمع البيانات بدورها تبعا لطبيعة الدراسة ومنهجها والمعلومات المراد جمعها والأدوات التي نوظفها لجمع البيانات الخاصة بالدراسة، وهي:

**1. الملاحظة البسيطة:** تعرف الملاحظة البسيطة، بأنها: هي التي بواسطتها تتم ملاحظة الظاهرة كما تحدث تلقائيا ودون إخضاعها لأي نوع من الضبط العلمي، ولا يلجأ الباحث فيها لاستخدام آليات وأدوات دقيقة للقياس أو وسائل للتأكد من دقة الملاحظة وموضوعها، وتعرف أحيانا بالملاحظة غير المشاركة، وإنما بالملاحظة البسيطة فإنها تبقى علمية وتختلف عن الملاحظة العادية لرجل الشارع والتي لا تتعلق بأي موضوع معين. (علي غربي، 2006، ص ص 112، 113)

وبالنظر إلى هذا التعريف الخاص بالملاحظة البسيطة وخصائصها، نخلص ل:

- أن الموضوع المدروس، ينتمي إلى حقل البحوث الوصفية.

- أنه يسعى إلى جمع المعلومات عن عينة صغيرة تمثل المجتمع بحد ذاته.

ومن ثمة يتبين أن **الملاحظة البسيطة** هي المناسبة للدراسة، كأداة ثانوية في الدراسة الراهنة، فقد اعتمدنا عليها في الدراسة الاستطلاعية واستطعنا من خلالها أخذ فكرة عن دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر.

**2. المقابلة:** تعتبر المقابلة من التقنيات المنهجية الأساسية في جمع المعطيات عن الموضوع أو المشكلة المراد دراستها، إلا أن استخدامها ليس بالأمر السهل، إذ يتوجب على الباحث أن يكون مدرباً تدريباً كافياً على حسن استخدامها ومزوداً بالمعارف والمعلومات اللازمة عن كيفية إجرائها وإلا أصبحت أداة غير نافعة، حيث تجرى معظمها في جلسة خاصة حتى يشعر المبحوث بالحرية والاطمئنان ويكون تعبيره عن نفسه أكثر صدقا، وببساطة هي عبارة عن "محادثة موجهة يقوم بها فرد مع فرد آخر أو مجموعة من الأفراد بهدف الحصول على المعلومات اللازمة للاستخدام في البحث، من أجل معرفة حقيقة أمر محدد. (صالح الدين شروخ، 2003، ص35)

وقمنا في المراحل الأولى من بداية الدراسة الميدانية بإجراء مقابلات غير مقننة متعلقة بالتعرف على المؤسسة، وحجم اليد العاملة وطبيعة نشاطها بصورة إجمالية، وبتكرار الزيارات أجرينا العديد من المقابلات الموجهة المتعلقة بالجوانب المرتبطة بموضوع دراستنا، وهذا بعد أخذنا موعدا لتاريخ إجراء المقابلة وكانت مع: رئيس قسم الترحيل والتوزيع البريدي، المدير الفرعي للنقدية والمصالح المالية، المديرية الفرعية للإعلام الآلي، ومع رئيس قسم المحاسبة البريدية

❖ ركزت حوارات المقابلات بصفة مجملية وملخصة حول النقاط الأساسية الآتية:

- المهام الرئيسية المنوطة بمنصب المبحوثين، حيث قاموا بشرح وتوضيح مختلف المهام الموكلة لهم بصورة مفصلة.

- الاستفسار حول ما إذا كانوا قد أخذوا تكوينا عن التكنولوجيات الجديدة المستخدمة في عملهم وقد كانت إجابتهم بنعم، حيث أقرروا جميعهم أنه قد تم منحهم تكوينا لزيادة خبرتهم ومعرفتهم عن كيفية التعامل مع هذه الرقميات.

- معرفة ما إذا يتم اعتماد الرقمنة في كل تعاملاتهم الإدارية، وقد كانت الإجابة بنعم إذ تتم معظم تعاملاتهم بصورة رقمية بواسطة الحاسوب وشبكة الانترنت الداخلية.

- أهم التقنيات الرقمية المستخدمة وتمثلت في: (Power point، Exel، world) وبعض الأنظمة الخاصة بالتوزيع البريدي والمتمثلة في:

○ نظام **Tracemail** وهو نظام خاص بخدمة التوزيع البريدي داخل الوطن.

- نظام IPS وهو نظام خاص بخدمة التوزيع البريدي الدولي.
- محاولة التعرف على الصعوبات التي تواجههم في إطار تطبيق الرقمنة، وقد أكدوا جميعهم أنهم لم يواجهوا أي صعوبة في التعامل معها خصوصاً بعد قيامهم بالتكوين.

**3.الاستمارة:** استخدمت الدراسة الراهنة أداة الاستمارة لجمع البيانات لثبات نجاحها في الدراسات الميدانية، ولقد قمنا بصياغة أسئلتها من خلال الاطلاع على التراث العلمي للموضوع من دراسات نظرية وميدانية سابقة، وبعد تحديد الإطار النظري للدراسة، وكذلك من خلال معايشة الظاهرة واقعياً. وقد تم إخضاع الاستمارة إلى عملية التحكيم من طرف الأساتذة المشرفة على البحث وبعض الأساتذة في التخصص. (ترفق قائمة الأساتذة المحكمين في الملاحق)

وقد قسمت الاستمارة إلى 04 محاور:

**المحور الأول:** خاص بالبيانات الشخصية، (الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة، البيئة الجغرافية، منذ متى تتعامل مع المؤسسة، ما سبب التعامل، طريقة التواصل مع المؤسسة).

**المحور الثاني:** ويتعلق بالفرضية الجزئية الأولى والذي احتوى على اثني عشرة (12) عبارة.

**المحور الثالث:** ويتعلق بالفرضية الجزئية الثانية، احتوى على خمسة عشرة (15) عبارة.

**المحور الرابع:** ويتعلق بالفرضية الجزئية الثالثة، احتوى على إحدى عشرة (11) عبارة.

#### ❖ صدق الاستمارة:

بعد تقديمنا الاستمارة للأساتذة المشرفة سجلت لنا بعض الملاحظات المتعلقة بكثرة عدد العبارات بصفة إجمالية، وبناءً على ذلك قمنا بتعديلها وعرضها على الأساتذة المحكمين لإبداء ملاحظاتهم فيما يتعلق بمدى وضوحها وسلامة اللغة ومدى تغطية العبارات لمحاور الاستمارة، وبعد الانتهاء من استخلاص التوجيهات التي تضمنتها عملية التحكيم، تم اختبارها على عينة من زبائن بريد الجزائر، بلغ عددهم 15 زبون تتوفر فيهم مواصفات عينة البحث، وعليه تم إدخال بعض التعديلات على عدد من الأسئلة من حيث: الصياغة، الوضوح، حذف أو إزالة لبعض المتغيرات، لنخلص إلى الاستمارة بشكلها النهائي كما هو في الملاحق والتي طبقت على عينة الدراسة. بمختلف محاورها وأسئلتها.

تم توزيع (60) استمارة وقد تم استرجاعها كاملة دون نقصان أو استبعاد قابلة للتليل والتفسير بنسبة

100 % وهي نسبة مقبولة تمكننا من تحليل المعطيات الخاصة بالرقمنة وجودة الخدمة بمؤسسة بريد

الجزائر وحدة سكيكدة، والجدول الموالي يوضح نتائج توزيع استمارات البحث النهائية:

جدول رقم (1): نتائج توزيع الاستمارات النهائية.

الاستمارات	العدد	النسبة المئوية
الموزعة	60	%100
المسترجعة	60	%100
المفقودة	0	%0
المستبعدة (الملغاة)	0	%0
القابلة للتحليل	60	%100

المصدر: من إعداد الطالبتين استناداً إلى نتائج توزيع الاستمارة

#### ❖ ثبات الاستمارة:

لغرض معرفة ثبات استمارة البحث التي سيتم جمع البيانات بواسطتها من المجال الجغرافي لإجراء الدراسة تم اختبارها بعد توزيعها على عينة تجريبية قوامها خمسة عشر (15) مفردة، وهذا باستخدام معامل الثبات ألفا كرونباخ للاتساق الداخلي بصيغته النهائية الكلية، ولكل متغير بجميع أبعاده. وانطلاقاً من برنامج الحزمة الإحصائية (SPSS) Stastical Package for social science، تحصلنا على النتائج الموضحة في الجدول الموالي:

المحاور	تسلسل الفقرات	معامل ألفا كرونباخ
التحول الرقمي	01 - 12	0.561
وسائل الدفع الالكتروني	13 - 27	0.578
البريد الالكتروني	28 - 37	0.554
القيمة الكلية	01 - 37	0.583

#### ❖ اختبار مقياس الاستمارة:

لقد تم اختيار مقياس ليكرت الخماسي، حيث يجب كل مبحوث على العبارات التي تحتويها الاستمارة وفق خمسة درجات، و قد تم توزيع الدرجات كما هو موضح في الجدول الموالي:

الجدول رقم(2): قياس الاتجاهات وفقاً لمقياس ليكرث الخماسي.

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
الوزن	5	4	3	2	1
قيم المتوسط الحسابي	4.20 - 5	3.40 - 4.20	2.60 - 3.40	1.80 - 2.60	1 - 1.80

المصدر: من إعداد الطالبتين

حيث تم حساب المدى، أي الفرق بين أكبر قيمة وهي 5 و أصغر قيمة وهي 1 بمعنى  $5-1=4$  ثم قسمة المدى على عدد الفئات  $4/5=0.80$  وبعد ذلك يضاف إلى الحد الأدنى للقياس. وقد تم تقسيم استجابات أفراد عينة الدراسة وفقاً للمتوسطات الحسابية إلى خمس فئات، انسجاماً مع مقياس ليكرث الخماسي الذي بُنيت عليه الدراسة على النحو الآتي:

الجدول رقم(3): قيم المتوسط الحسابي والدرجات المقابلة له..

المتوسط الحسابي	الدرجة المقابلة له حسب سلم ليكرث	درجة التطبيق
1 - 1.80	غير موافق بشدة	منخفضة جداً
1.80 - 2.60	غير موافق	منخفضة
2.60 - 3.40	محايد	متوسطة
3.40 - 4.20	موافق	عالية
4.20 - 5	موافق بشدة	عالية جداً

المصدر: من إعداد الطالبتين

سادسا. أساليب التحليل: اعتمدنا في دراستنا على أسلوبين أساسيين، هما:

- التحليل الكمي: الذي يسمح لنا بتنظيم البيانات ووضعها في جداول تبين تكراراتها ونسبها المئوية و تستخدم بشكل أساسي لمعرفة تكرار فئات متغير ما، كما تفيد في وصف عينة الدراسة ومعرفة خصائص أفرادها، وبالتالي تهيئة النتائج في جداول بسيطة ومركبة وتقديمها جاهزة للتحليل الكيفي.
  - التحليل الكيفي: يسمح بقراءة الأرقام المهمة في الجداول وتحليلها وتفسيرها، وهو الذي يحاول تطبيق الأعداد والتعبير عنها من خلال تحليل البيانات ومناقشة نتائج الدراسة باستعمال كلمات ومفاهيم ذات مضامين ودلالات أبعده وأعمق من مجرد أرقام صماء.
- فالتحليل الكيفي، يكسب المحتوى بعدا اجتماعيا معبرا، ويساعد على ترابط أجزاء البحث ومختلف عناصره مع بعضها البعض، حيث يستشهد بحقائق ومعطيات وأفكار توصلت إليها الدراسات أو تضمنتها كتب نظرية أو نتائج توصلت إليها نفس الدراسة في مواضيع أخرى، تكون من خلال هذا التحليل الكيفي كل عناصر البحث ذات وظيفة، ويصبح البحث وحدة متكاملة من الأفكار.

## خلاصة:

حاولنا في هذا الفصل تبين مختلف الإجراءات المنهجية المتبعة للتقصي بشأن الموضوع المدروس، فعمدنا أولاً إلى تحديد طبيعة الدراسة، لأن على أساسها تتحدد بقية الخطوات، وقد تبين معنا أنها ذات طبيعة وصفية، جسدناها في ثلاث محطات أساسية (الأهداف، تساؤلات الإشكالية، المنهج وأدوات جمع البيانات). ثم قدمنا مجالات الدراسة بأنواعها الثلاث المتعارف عليها منهجياً (المجال المكاني، الزمني، البشري) شارحين إياها بحسب ما يقتضيه مضمون كل منها، ثم أوضحنا منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات والعينة المختارة وأساليب التحليل.

## مراجع الفصل الرابع

1. أحمد حسن الرفاعي(2005)، **مناهج البحث العلمي**، ط1، دار وائل، بيروت.
2. رحيم يونس كرو العزاوي(2008)، **منهج البحث العلمي**، ط1، دار دجلة، عمّان.
3. زرواتي رشيد(2007)، **مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية**، ط1، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر.
4. صالح الدين شروخ(2003)، **منهجية البحث العلمي للجامعيين**، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة.
5. عبد الحفيظ مقدم(2003)، **الإحصاء والقياس النفسي والتربوي مع نماذج من المقاييس والاختبارات**، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
6. عبد القادر حلومي(2004)، **مدخل إلى الإحصاء**، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
7. غربي علي(2006)، **أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية**، ط1، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.
8. فضيل دليو(2005)، **التحليل الإحصائي للبيانات الكمية والكيفية في العلوم الاجتماعية**، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد السابع.
9. موريس أنجريس(2004)، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، حيدرة، الجزائر.

## الفصل الخامس: تحليل البيانات وتقديم النتائج

## الفصل الخامس: تحليل البيانات وتقديم النتائج

تمهيد

### أولاً. تحليل البيانات.

1. تحليل البيانات الديموغرافية.
2. تحليل بيانات محاور الاستثمار.

### ثانياً. تقديم النتائج.

1. النتائج الديموغرافية للدراسة.
2. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.
3. نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة.
4. النتيجة العامة للموضوع.

خلاصة

## تمهيد:

من مسلمات الأمور في المجال العلمي، أن كل بحث أو دراسة تنتهي إلى جملة من النتائج تسعى إلى الكشف عنها، لتحقيق هذا الهدف لأبد من الاعتماد على البيانات الإحصائية التي تدلي بها الشواهد الميدانية، من خلال القيام بتفريغها وتبويبها ثم تحويلها إلى نسب مئوية يسهل التعامل معها كميًا. وعليه، نحاول في هذا الفصل القيام بتفريغ وعرض البيانات المحصل عليها من الميدان من خلال تبويبها في جداول في شكل تكرارات وتحويلها إلى نسب مئوية بغية تحليلها كميًا وتفسيرها كميًا بغرض استخدامها واعتمادها في استخلاص النتائج الجزئية والعامة لدراستنا في ضوء الفرضيات والدراسات السابقة التي تناولناها في الفصول النظرية بهدف التحقق من مدى الصدق الامبريقي لفروض دراستنا.

أولاً: تحليل المعطيات

1. تحليل المعطيات الخاصة بالبيانات الشخصية (خصائص العينة):

الخصائص الشخصية للعينة استندت لعدة متغيرات هي: الجنس، السن، المستوى التعليمي، المهنة ا لبيئة الجغرافية، مدة التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر، سبب التعامل مع المؤسسة، وفيما يلي نعرض هذه ا لمتغيرات من خلال جداول تكرارية و رسومات بيانية على النحو التالي:

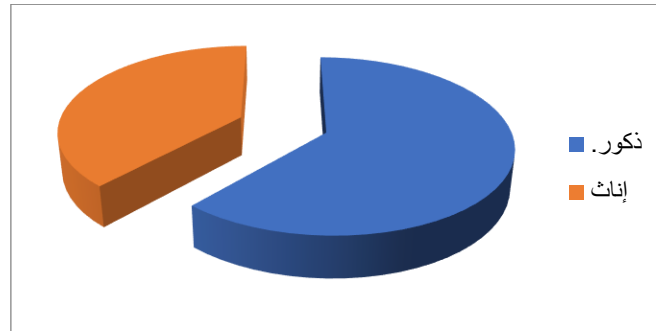
أ. الجنس: قمنا بتبويب مفردات العينة في جدول تكراري مكون من فئتين، ذكور وإناث

الجدول رقم (4): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	37	61,70 %
أنثى	23	38,30 %
المجموع	60	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

الشكل رقم (09): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

من خلال معطيات الجدول التكراري والدائرة النسبية السابقين، يتضح بأن أغلبية أفراد العينة من فئة الذكور حيث قدرت نسبتهم بـ: 61.70% من إجمالي عينة الدراسة وعددهم 37 فرداً، أما الإناث فقد بلغت نسبتهن 38.30 % أي ما يعادل 23 مفردة.

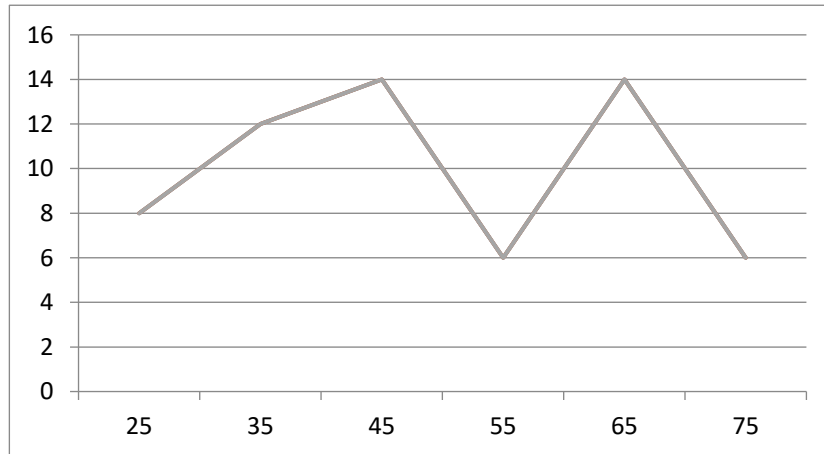
ب. السن: في نفس السياق، قمنا بتبويب مفردات العينة حسب متغير السن في جدول تكراري مدعم برسم بياني.

الجدول رقم (5) : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن

$f_i \cdot x_i$	مركز الفئة	النسبة المئوية	التكرار	فئات السن
200	25	13,33 %	08	30 -20
420	35	20,0 %	12	40 -30
630	45	23,33 %	14	50 -40
330	55	10,0 %	06	60 -50
910	65	23,33 %	14	70 -60
450	75	10,0 %	06	80 -70
2940	/	100 %	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

الشكل رقم (10): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i \cdot x_i}{\sum f} = \frac{2940}{60} = 49 \text{ سنة}$$

من خلال معطيات الجدول والرسم البياني السابقين نلاحظ أن: أعمار أفراد عينة الدراسة تمركزت في الفئة العمرية من 40 إلى 50 سنة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 49 سنة وهي نفسها الفئة المنوالية، وجاءت تكرارات ونسب الفئات العمرية كما يلي: الفئة العمرية المحصورة ما بين [ 40-50 ] سنة، والمقدرة نسبتها بـ 23.33 % من اجمالي عينة الدراسة بما يعادل 14 فردا تتساوى مع الفئة العمرية المحصورة ما بين [ 60-70 ] سنة من حيث عدد الأفراد و النسبة المئوية، و بالتالي فإن هاتان الفئتان مجتمعتان تمثلان أكبر نسبة، إذ تقدر نسبتها معا بـ 46.66 % وعدد أفرادهما معا هو 28 فردا من اجمالي أفراد العينة، أما نسبة 20% فتخص أفراد العينة المحصورين في الفئة العمرية ما بين [ 30-40 ] سنة و المقدر عددهم ب: 12 فردا، في حين أن نسبة 13.33 % تخص أفراد العينة الذين بلغت أعمارهم ما بين [ 20-30 ] سنة و المقدر عددهم بـ 8 أفراد، أما الفئة المحصورة بين [ 70-80 ] سنة و الفئة العمرية ما بين [ 70-80 ] فهما متساويتان من حيث النسبة المئوية المقدر ب: 10 % لكل فئة و كذلك عدد أفراد كل فئة عمرية و المقدر ب: 6 أفراد لكل فئة حيث تمثل كل منهما أصغر فئة عمرية من حيث التكرار والنسبة.

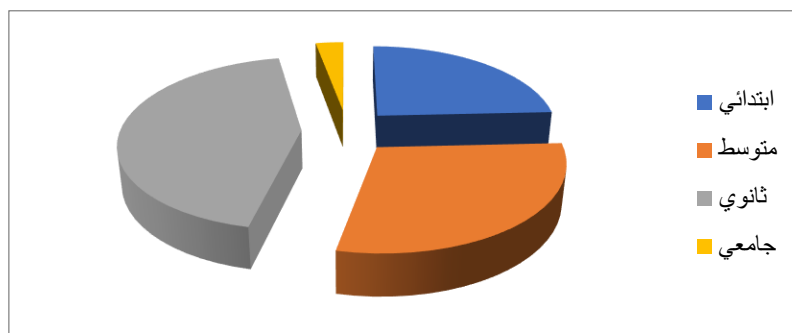
ج. المستوى التعليمي: بالرجوع لمتغير المستوى التعليمي فقد عالجناه بنفس الطريقة السابقة التي عالجنا بها متغيري الجنس والسن، حيث وضعنا المستويات التعليمية لأفراد العينة في جدول تكراري مدعم برسم بياني كما هو موضح أدناه:

الجدول رقم (6): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة المئوية
ابتدائي	10	16,67 %
متوسط	12	20,00 %
ثانوي	18	30,00 %
جامعي	20	33,33 %
المجموع	60	100 %

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

الشكل (11): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

توضح معطيات الجدول التكراري والدائرة النسبية السابقين أن نسبة كبيرة من أفراد العينة لديهم مستوى تعليمي جامعي، إذ بلغت نسبتهم 33.33% من إجمالي عينة الدراسة و عددهم 20 فردا، أما أفراد العينة الذين مستواهم التعليمي ثانوي فقد بلغت نسبتهم 30.00 % و عددهم 18 فردا من مجموع أفراد العينة، و بالنسبة لأفراد العينة ذوي المستوى التعليمي المتوسط فنسبتهم 20.00 % و قدر عددهم بـ 12 فردا، بينما تحصل أفراد العينة الذين لديهم مستوى تعليمي ابتدائي على أضعف نسبة والتي قدرت بـ 6.67%.

نلاحظ من خلال هذه النتائج أن معظم أفراد العينة جامعيون ولديهم مستويات تعليمية تفوق المستوى التعليمي الابتدائي.

د. المهنة: تعددت مهن أفراد العينة حيث حصرنا قرابة 12 مهنة وضعناها في جدول تكراري مدعم برسم بياني موضحين أدناه:

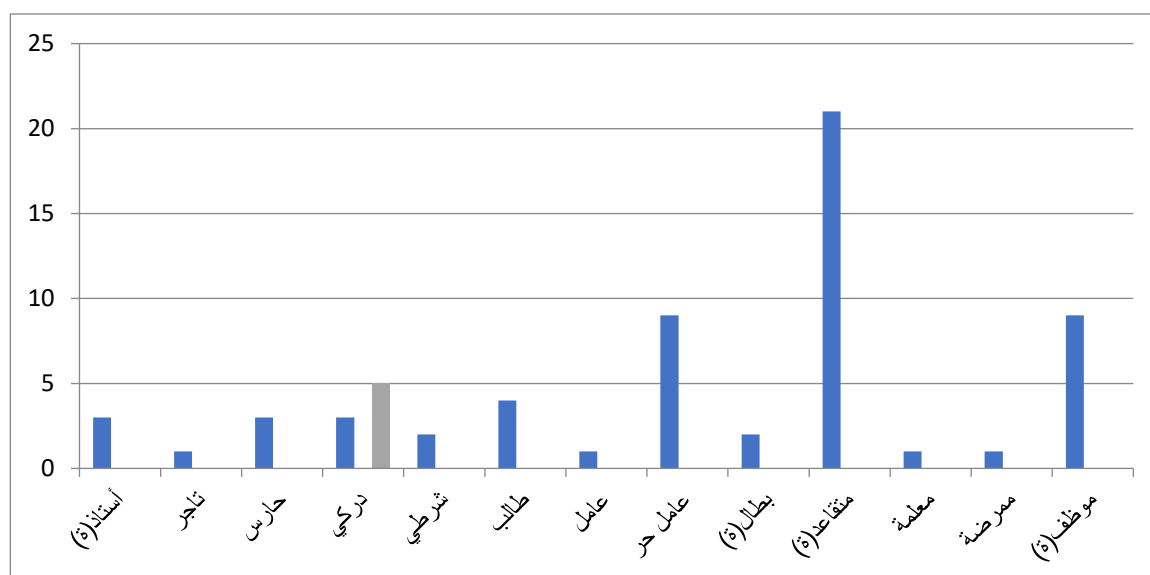
الجدول رقم (7): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة

المهنة	التكرار	النسبة المئوية (%)
أستاذة	3	5,00%
تاجر	1	1,67%
حارس	3	5,00%
دركي	3	5,00%
شرطي	2	3,33%
طالب	4	6,67%
عامل	1	1,67%

عمل حر	9	% 15,00
بطل(ة)	2	% 3,33
متقاعد(ة)	21	% 35,00
معلمة	1	% 1,67
ممرضة	1	% 1,67
موظف(ة)	9	% 15,00
المجموع	60	% 100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

الشكل رقم (12): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المهنة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

نلاحظ من خلال معطيات الجدول والرسم البياني الموضحين أعلاه أن أغلب أفراد العينة هم من فئة المتقاعدين، حيث قدرت نسبتهم بـ 35.00% من إجمالي أفراد العينة وبلغ عددهم 21 فرداً، وقد يرجع هذا بالأساس إلى أن الفترة التي تم فيها توزيع الاستمارة كانت فترة حصول المتقاعدين على رواتبهم (من 21 إلى 25 أبريل)، فيما تتساوى فئة الموظفين وأصحاب الأعمال الحرة من حيث النسبة المئوية المقدره بـ 15.00% من إجمالي العينة لكل فئة، وعدد الأفراد المقدر بـ 9 أفراد لكل فئة، وتمثل هاتان الفئتان معاً نسبة 30.00% بعدد أفراد يقدر بـ 18 فرداً، أما الفئة التي احتلت الترتيب الثالث فهي فئة الطلاب بنسبة مئوية قدرت بـ 6.7% من إجمالي أفراد العينة وبلغ عدد أفرادها 4 أفراد، وتساوت فئات الأساتذة

وأعوان الدرك والحراس من حيث النسبة والعدد حيث بلغت نسبة كل فئة 5.00 % من إجمالي العينة وقدر عدد أفراد كل فئة بـ 3 أفراد.

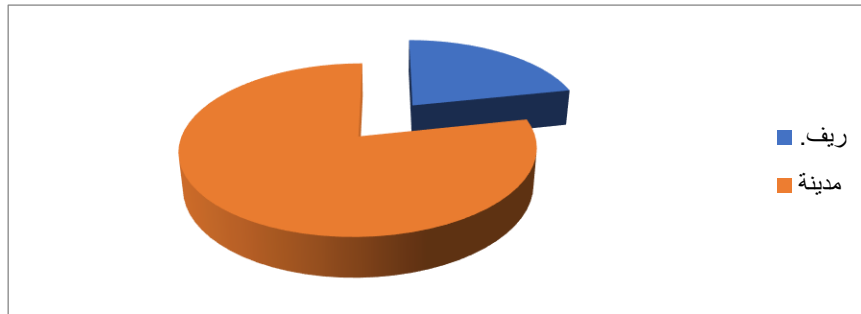
هـ. **البيئة الجغرافية:** تم تبويب أفراد العينة من حيث مكان سكنهم إلى فئتين ريف ومدينة، وقد قمنا بتوضيح ذلك من خلال جدول تكراري معزز برسم بياني على النحو الآتي:

**الجدول رقم (8): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البيئة الجغرافية**

النسبة المئوية	التكرار	البيئة الجغرافية
21,67 %	13	ريف
78,33 %	47	مدينة
100	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

**الشكل رقم (13): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب البيئة الجغرافية**



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

توضح معطيات الجدول و الرسم البياني الموضح أعلاه أن أغلب أفراد العينة من سكان المدينة حيث قدرت نسبتهم بـ 78.33 % وبلغ عددهم 47 فردا ولعل هذا راجع لأن القبضة الرئيسية لبريد الجزائر بمدينة سكيكدة تقع وسط المدينة وهي المكان الذي تم توزيع أغلب الاستثمارات فيه الأمر الذي جعل معظم قاصديها من سكان المدينة، بينما سكان الريف الذين بلغت نسبتهم 21,67 % من إجمالي العينة و بلغ عددهم 13 فردا عادة ما يقصدون مراكز البريد الأقرب لسكنهم و يترددون على القبضة الرئيسية في حالات خاصة فقط.

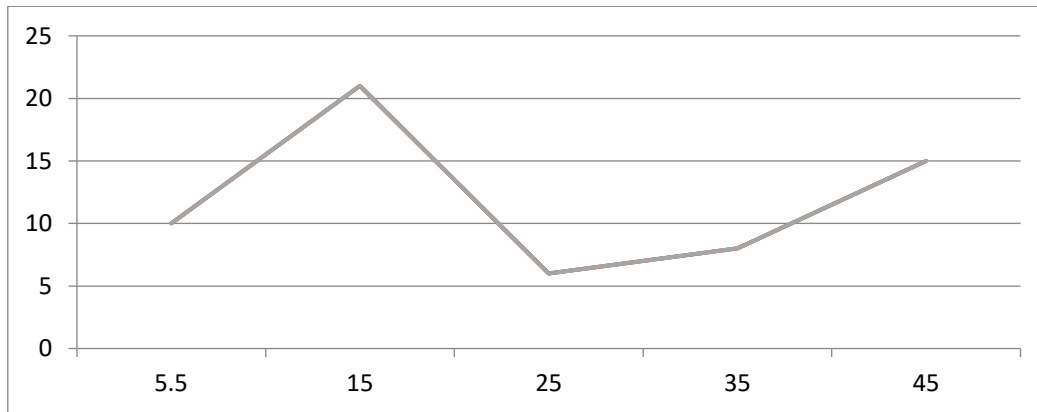
و. مدة تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر: حسب استمارة البحث التي قمنا بتوزيعها اختلفت مدة تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر من زبون لآخر وقد أوضحنا ذلك في جدول تكراري مدعم برسم بياني على النحو التالي:

الجدول رقم (9): مدة تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر

مدة التعامل	التكرار	النسبة المئوية	مركز الفئة	$f_i . x_i$
10 -1	10	16,66 %	5.5	55
20 -10	21	35,0 %	15	315
30 -20	06	10,0 %	25	150
40 -30	08	13,33 %	35	280
50 -40	15	25,0 %	45	675
المجموع	60	100 %	/	1475

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

الشكل رقم (14): مدة تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

$$\bar{X} = \frac{\sum f_i . x_i}{\sum f} = \frac{1475}{60} = 24.58 \text{ سنة}$$

نلاحظ من خلال معطيات الجدول والرسم البياني الموضح أعلاه، أن: مدة تعامل أفراد عينة الدراسة مع بريد الجزائر تركزت فالفئة من 20 إلى 30 سنة، حيث بلغت قيمة المتوسط الحسابي 24 سنة و5

أشهر و8 أيام، وجاءت تكرارات ونسب الفئات كما يلي: أغلب أفراد العينة واللذين بلغت نسبتهم 35,00% من إجمالي العينة وقدر عدد هم بـ 21 فردا قد تراوحت مدة تعاملهم مع بريد الجزائر ما بين 10 - 20 سنة، في حين أن نسبة 25,00% من إجمالي العينة المقدر عددهم بـ 15 فردا تراوحت مدة تعاملهم مع مؤسسة بريد الجزائر ما بين 40 - 150 سنة، كما سجلنا نسبة 16,67% من إجمالي العينة وبعدهم أفراد يقدر بـ 10 أفراد امتدت مدة تعاملهم مع مؤسسة بريد الجزائر ما بين 01 - 10 سنوات، وأما النسبة المقدر بـ 13,33% من إجمالي العينة و المتمثل عدد أفرادها في 08 أفراد فقد امتدت مدة تعاملهم مع مؤسسة بريد الجزائر ما بين 30 - 140 سنة، وسجلت أقل نسبة فيما يخص مدة تعامل الزبائن مع بريد الجزائر بـ 10,00% من إجمالي أفراد العينة مقابل 6 أفراد واللذين تراوحت مدة تعاملهم مع مؤسسة بريد الجزائر ما بين 40 - 150 سنة.

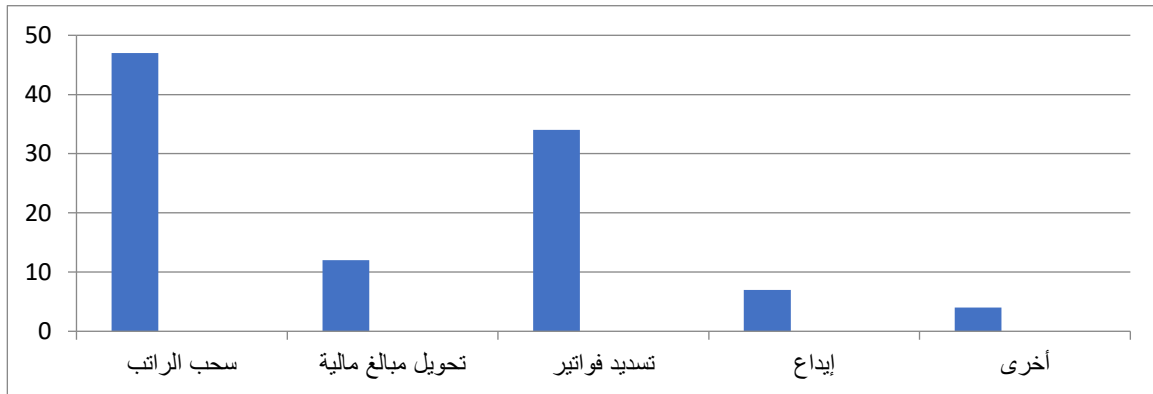
ي. سبب التعامل مع مؤسسة بريد الجزائر: نظرا لتعدد خدمات مؤسسة بريد الجزائر، فإن سبب تعامل الزبائن مع هذه المؤسسة يختلف من زبون لآخر، وهذا ما يوضحه الجدول التكراري المدعم بصورة بيانية على النحو التالي:

الجدول رقم (10): سبب تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر

النسبة المئوية	التكرار	سبب التعامل
45.20%	47	سحب الراتب
11.50%	12	تحويل مبالغ مالية
32.70%	34	تسديد فواتير
06.70%	7	إيداع
03.80%	4	أخرى
100%	104	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

الشكل رقم (15): سبب تعامل الزبائن مع مؤسسة بريد الجزائر



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

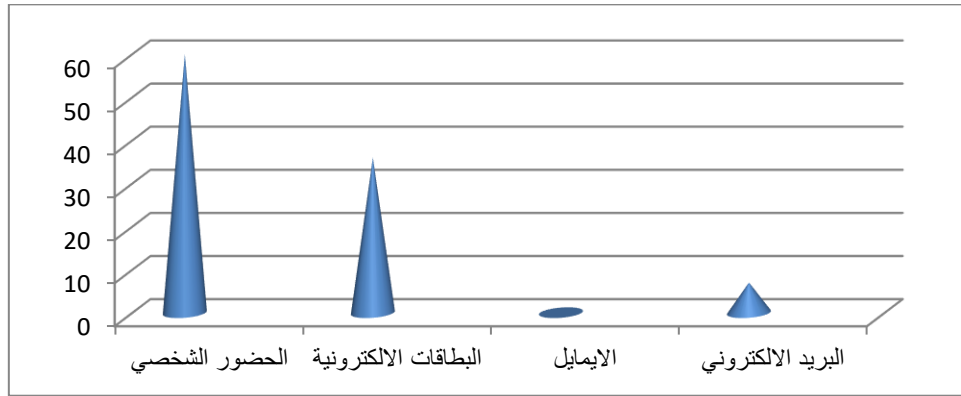
يتضح من خلال معطيات الجدول والرسم البياني السابقين أن أكبر نسبة من أفراد العينة و المتمثلة في 45.20% من اجمالي عينة الدراسة والمقدر عدد أفرادها بـ 47 فردا يتعاملون مع مؤسسة بريد الجزائر بغرض سحب رواتبهم، تليها نسبة 32.70% والمقدر عدد أفرادها بـ 34 فردا والذين يتعاملون مع مؤسسة بريد الجزائر بغرض تسديد فواتير مختلفة، فيما تتعامل نسبة 11.50% من اجمالي عينة الدراسة الذين بلغ عددهم 12 فردا مع المؤسسة بهدف تحويل مبالغ مالية، أما نسبة 6.70% بعدد أفراد قدر بـ 7 أفراد فيتعاملون مع المؤسسة بغرض الإيداع، وتحتل الخدمات الأخرى لبريد الجزائر أقل نسبة تعامل حيث قدرت نسبتها بـ 3.80% وكان عدد أفرادها 4 أفراد صرحوا بأنهم يتعاملون مع مؤسسة بريد الجزائر لأغراض أخرى كطلب تجديد صك بريدي.

جدول رقم (11): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع التواصل مع المؤسسة

النسبة المئوية	التكرار	نوع التعامل
58,3%	60	الحضور الشخصي
35,0%	36	البطاقات الالكترونية
0%	0	البريد الالكتروني (الإيميل)
6,8%	7	البريد الإلكتروني
100 %	103 <sup>(*)</sup>	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

شكل رقم (16): يبين توزيع أفراد عينة الدراسة حسب نوع التواصل مع المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على نتائج Spss

يتضح من خلال معطيات الجدول والرسم البياني السابقين أن جميع أفراد العينة (60 مفردة) يتعاملون مع مؤسسة بريد الجزائر عن طريق الحضور الشخصي، و36 فرد بنسبة 35.0% يتعاملون مع مؤسسة بريد الجزائر عن طريق البطاقات الالكترونية، فيما تتعامل نسبة 6.08% من اجمالي عينة الدراسة الذين بلغ عددهم 07 أفراد مع المؤسسة عن طريق البريد الالكتروني، فيما لم نسجل ولا مفردة تتعامل مع المؤسسة عن طريق البريد الالكتروني (الإيميل).

أقر جميع المبحوثين على حضور الشخصي كنوع من التواصل مع المؤسسة، ويرجع سبب ذلك إلى الجانب النفسي للزبون وشعوره بالأمان والاطمئنان عند حضوره الشخصي للمؤسسة واستلام الراتب أو دفع الفواتير أو غيرها من الخدمات التي يريد القيام بها، كذلك بالنسبة لفئة المتقاعدين "كبار السن" فإن قلة خبرتهم ومعرفتهم بمجال الرقميات والتطور التكنولوجي يجعل من الحضور الشخصي الطريقة المناسبة لاستلام معاشاتهم أو حتى تسديد فواتيرهم، كذلك بلغت نسبة التعامل بالبطاقات الذهبية 35% وهي نسبة لا بأس بها، تؤكد انتشار ثقافة الدفع الالكتروني في الأوساط المجتمعية (عمال، طلاب، موظفين وإداريين....) ما يدل على توفير مؤسسة بريد الجزائر للموزعات الآلية في مراكز البريد.

2. تحليل المعطيات الخاصة بمحاور الاستمارة (فرضيات الدراسة):

جدول رقم (12): تحليل عبارات المحور الثاني الخاص بالتحول الرقمي والتقليل من الروتين والبيروقراطية

الدرجة العبارات	موافق بشدة (5)	موافق (4)	محايد (3)	غير موافق (2)	غير موافق بشدة (1)	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستجابة
العبرة 01	27	26	5	2	0	4,30	0,766	عالية جداً
	%45.0	%43.3	%8.3	%3.3	%0.0			
العبرة 02	23	25	5	6	1	4,05	1,016	عالية
	%38.3	%41.7	%8.3	%10.0	%1.7			
العبرة 03	25	23	6	5	1	4,10	1,003	عالية
	%41.7	%38.3	%10.0	%8.3	%1.7			
العبرة 04	19	28	11	2	0	4,07	0,800	عالية
	%31.7	%46.7	%18.3	%3.3	%0.0			
العبرة 05	22	27	10	0	1	4,15	0,820	عالية
	%36.7	%45.0	%16.7	%0.0	%1.7			
العبرة 06	31	22	7	0	0	4,40	0,694	عالية جداً
	%51.7	%36.7	%11.7	%0.0	%0.0			
العبرة 07	27	23	9	1	0	4,27	0,778	عالية جداً
	%45.0	%38.3	%15.0	%1.7	%0.0			
العبرة 08	27	25	8	0	0	4,32	0,701	عالية جداً
	%45.0	%41.7	%13.3	%0.0	%0.0			
العبرة 09	30	19	8	3	0	4,27	0,880	عالية جداً
	%50.0	%31.7	%13.3	%5.0	%0.0			
العبرة 10	21	26	13	0	0	4,13	0,747	عالية
	%35.0	%43.3	%21.7	%0.0	%0.0			
العبرة 11	23	20	8	9	0	3,95	1,064	عالية
	%38.3	%33.3	%13.3	%15.0	%0.0			
العبرة 12	19	25	12	3	1	3,97	0,938	عالية
	%31.7	%41.7	%20.0	%5.0	%1.7			

المتوسط الحسابي الكلي

0,37352

4,1818

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (09)، الذي يبين آراء أفراد عينة الدراسة حول العبارات الخاصة بمحور: التحول الرقمي والتقليل من الروتين والبيروقراطية، أن:

✓ العبارة (01): "عمل التحول الرقمي الذي شهدته المؤسسة على تحويل الإدارة من تقليدية إلى حديثة"، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (4.30) ينتمي إلى المجال [4.20-5] من مجالات سلم ليكارث الخماسي، وهي درجة عالية جداً وانحراف معياري مقدر ب(0.766)، حيث سجلنا 27 موافق بشدة بنسبة 45%، 26 فرد موافق بنسبة 43.3%، 05 أفراد بنسبة 08.3% محايدين، فردين (2) بنسبة 3.3% غير موافقين في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة. وهذا ما يؤكد على أن آراء عينة الدراسة تتجه إلى أن التحول الرقمي ساعد في انتقال الإدارة من تقليدية إلى حديثة.

✓ العبارة (02): "ساهم التحول الرقمي في تقريب الإدارة من الزبائن" بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.05) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] الذي يقابل درجة عالية على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري مقدر ب(1.016)، حيث سجلنا 23 موافق بشدة بنسبة 38.3%، 25 فرد موافق بنسبة 41.4%، 05 أفراد بنسبة 08.3% محايدين، 6 أفراد بنسبة 10.0% غير موافقين، في حين سجلنا فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 1.7%. ما يؤكد مساهمة التحول الرقمي في تقريب الإدارة من المواطن.

✓ العبارة (03): "أدى التحول الرقمي إلى تطوير الأجهزة المستعملة في خدمة الزبائن" قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة ب (4.10) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] أي ما يقابل درجة عالية على سلم ليكارث، وانحراف معياري قدر ب (1.003)، حيث سجلنا 25 فرد موافق بشدة بنسبة 41.4%، 23 فرد موافق بنسبة 38.3%، 06 أفراد بنسبة 10.0% محايدين، 5 أفراد بنسبة 8.3% غير موافقين، في حين تم تسجيل فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 1.7%، وهو ما يؤكد على وجود تطوير في الأجهزة المستعملة في خدمة الزبائن بواسطة التحول الرقمي.

✓ العبارة (04): "يؤدي التحول الرقمي إلى التقليل من الملفات الورقية" حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (4.07) ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] والذي يقابل درجة عالية على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري مقدر ب(0.800)، حيث سجلنا 19 فرد موافق بشدة بنسبة 31.7%، 28 فرد موافق بنسبة 46.7%، 11 أفراد بنسبة 18.3% محايدين، فردين (2) بنسبة 3.3% غير موافقين، في حين لم

نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة . ما يؤكد على مساهمة التحول الرقمي في التقليل من الملفات الورقية.

✓ العبارة (05): "ساهم التحول الرقمي في تسهيل المعاملات المالية لزبائن بريد الجزائر" بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.15) وهو ينتمي إلى المجال [ 3.40-4.20 ] والذي يقابل درجة عالية على سلم ليكارث الخماسي، وقدّر الانحراف المعياري ب(0.820)، حيث سجلنا 22 فرد موافق بشدة بنسبة 36.7%، 27 فرد موافق بنسبة 45.0%، 10 أفراد بنسبة 16.7% محايدين، وقد تم تسجيل فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 1.7% في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة. وهذا يؤكد تسهيل المعاملات المالية من خلال هذا التحول الرقمي.

✓ العبارة (06): "ساهم التحول الرقمي في التقليل من الأخطاء الواردة عند القيام بالتبادلات المالية الكبرى" حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (4.40) وهو ينتمي إلى المجال [ 4.20-5 ] والذي يقابل درجة موافق بشدة على سلم ليكارث الخماسي، وهو الذي يقابل درجة عالية جداً، وانحراف معياري مقدر ب(0.694)، حيث سجلنا 31 فرد موافق بشدة بنسبة 51.7%، 22 فرد موافق بنسبة 36.7%، 7 أفراد بنسبة 11.7% محايدين، في حين لم نسجل ولا مفردة عبرت عن رفضها للعبارة رقم 06 وكذا الرفض بشدة. ما يؤكد على موافقة أفراد العينة على أهمية التحول الرقمي في التقليل من الأخطاء الواردة عند القيام بالتبادلات المالية الكبرى.

✓ العبارة (07): "رفع التحول الرقمي من مستوى أمان التبادلات المالية خاصة مع استحداث \*خدمة إنذار\* التي تعلم الزبون بكل تغيير يحدث في حسابه"، قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.27) وهو ينتمي إلى المجال [ 4.20-5 ] الذي يقابل درجة عالية جداً على سلم ليكارث الخماسي، كما قدر الانحراف المعياري ب(0.778)، حيث سجلنا 27 فرد موافق بشدة بنسبة 45.0%، 23 فرد موافق بنسبة 38.3%، 9 أفراد بنسبة 15.0% محايدين، وقد تم تسجيل فرد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 1.7%، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة، وهذا يؤكد وجود أمان للتبادلات المالية مع وجود خدمة \* إنذار\* .

✓ العبارة (08): "زاد التحول الرقمي من دقة التبادلات المالية التي تتم عن بعد كخدمة الطرود البريدية"، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي يساوي (4.32) وهو ينتمي إلى المجال [ 4.20-5 ] أي ما يقابل درجة عالية جداً على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري يساوي (0.701)، حيث سجلنا 27 فرد موافق بشدة بنسبة 45.0%، 25 فرد موافق بنسبة 41.7%، 8 أفراد بنسبة 13.3% محايدين، في

حين لم نسجل ولا مفردة عبرت عن رفضها للعبارة رقم (08) وكذا الرفض بشدة، أي أن آراء أفراد العينة تتجه نحو موافقة كبيرة عن زيادة التحول الرقمي من دقة التبادلات المالية التي تتم عن بعد.

✓ العبارة (09): "توجد معوقات اثناء تلقي الخدمة بسبب هذا التحول الرقمي"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.27) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-15] والذي يقابل درجة عالية جدا على سلم ليكارث الخماسي، كما قُدر الانحراف المعياري ب(0.880)، حيث سجلنا 30 موافق بشدة بنسبة 50.0%، 19 فرد موافق بنسبة 31.7%، 08 أفراد بنسبة 13.3% محايدين، وقد تم تسجيل 03 من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بنسبة 5.0% في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة وهذا يؤكد وجود معوقات اثناء تلقي الخدمة.

✓ العبارة (10): "يسعى التحول الرقمي لتوفير متطلبات حماية المعلومات الخاصة بالزبائن من خطر التزوير"، حصلت على متوسط حسابي (4.13) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-14.20] أي ما يقابل درجة عالية على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري مقدر ب(0.747)، حيث سجلنا 21 فرد موافق بشدة بنسبة 35.0%، 26 فرد موافق بنسبة 43.3%، 13 فرد بنسبة 21.7% محايدين، في حين لم نسجل ولا مفردة عبرت عن رفضها للعبارة رقم 10 وكذا الرفض بشدة، أي أن آراء أفراد العينة تتجه نحو موافقة كبيرة حول أن التحول الرقمي يوفر متطلبات حماية المعلومات الخاصة بالزبائن.

✓ العبارة (11): "رفع التحول الرقمي من سهولة استخدام المعلومات الخاصة بالزبون في بريد الجزائر" قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.95) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-14.20] ما يقابل درجة عالية على سلم ليكارث الخماسي، كما قُدر الانحراف المعياري ب(1.064)، حيث سجلنا 23 موافق بشدة بنسبة 38.3%، 20 فرد موافق بنسبة 33.3%، 08 أفراد بنسبة 13.3% محايدين، وقد تم تسجيل 09 من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بنسبة 15.0%، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، وهذا يؤكد وجود سهولة في استخدام المعلومات الخاصة بالزبون.

✓ العبارة (12): "أرى أن هذه التجربة الرقمية لبريد الجزائر قد رفعت من جودة الخدمات المقدمة لزبائننا"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.97) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] ما يقابل درجة موافق على سلم ليكارث الخماسي، كما قُدر الانحراف المعياري ب(0.938)، حيث سجلنا 19 موافق بشدة بنسبة 31.7%، 25 فرد موافق بنسبة 41.7%، 12 أفراد بنسبة 20.0% محايدين، 3 أفراد بنسبة 5.0% غير موافقين، في حين تم تسجيل فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 1.7%، وهذا

ما يؤكد على أن آراء عينة الدراسة تتجه نحو أن التجربة الرقمية لبريد الجزائر رفعت من جودة الخدمات المقدمة من طرفها.

✚ من خلال القراءة الإحصائية لمعطيات الجدول رقم (09)، نستنتج أن:

- المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثاني بلغ (4,1818) يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكرت الخماسي [3.40-14.20] ما يقابل درجة موافقة عالية، أي أن هناك موافقة عالية في آراء أفراد العينة حول استخدام مؤسسة بريد الجزائر للتحويل الرقمي.

- قيمة الانحراف المعياري الكلي للمحور الثاني بلغت (0,37352) وهي أقل من الواحد، ما يعني وجود تشتت منخفض نسبيا في إجابات أفراد العينة على عبارات المحور.

من خلال تحليل عبارات المحور الثاني، نلاحظ أن التحويل الرقمي الذي تبنته مؤسسة بريد الجزائر ساهم في تحسين جودة الخدمة، وهذا ما أكدته نتائج عينة الدراسة ودرجات الموافقة العالية التي سجلت في الجدول أعلاه.

نعزو هذه النتائج، لمجهودات مؤسسة بريد الجزائر لإدخال تكنولوجيا الرقمنة في كل المعاملات خاصة التعامل مع الزبائن وتزويدهم بكل الخدمات المقدمة عن طريق المعاملات اللاورقية، حيث أقرت عينة الدراسة بالتطور الذي شهدته المؤسسة في الأجهزة والبرامج والآليات المستخدمة من خلال عبارة الاستبيان رقم (03) "أدى التحويل الرقمي إلى تطوير الأجهزة المستعملة في خدمة الزبائن"، إذ بلغت نسبة 41.7 % موافقة بشدة ونسبة 38.3 % موافقة أي ما يقابل درجة عالية وعالية جدا، وهذا بالفعل ما تم ملاحظته خلال الزيارة الاستطلاعية للمؤسسة محل الدراسة، وكذلك بعد معاينة مركز البريد الولائي ومكاتب المديرية، حيث وجدنا العمل لديهم قائم على أنظمة معلوماتية وتفعيل شبابيك دفع إلكترونية، ما ساعد على تطوير آليات العمل الإداري وتقريب الإدارة من الزبون، وكذلك العبارة رقم (05) "ساهم التحويل الرقمي في تسهيل المعاملات المالية لزبائن بريد الجزائر" التي سجلت نسبة 45.0% و 36.7% لدرجة الموافقة والموافقة بشدة ما يفسر الدور الهام للتحويل الرقمي في تسهيل المعاملات المالية، وهذا ما أكد عليه رئيس قسم الخدمات البريدية حول توفير عدة خيارات للزبون من أجل تسهيل عملية سحب أمواله أو إيداعها كتوفير البطاقات الذهبية أو موقع الدفع الإلكتروني عبر الأنترنت أو تطبيقات في الهاتف دون حاجة الزبون إلى التنقل وانتظار دوره في مركز البريد. كما أكدت العبارة رقم (12) "أن هذه التجربة الرقمية لبريد الجزائر قد رفعت من جودة الخدمات المقدمة لزبائننا" على أهمية الرقمنة في قطاع بريد الجزائر، حيث حصلنا على نسبة 41.7% و 31.7% وهوما الأعلى لدرجة موافق و موافق بشدة، ما يُبين سعي مؤسسة بريد

الجزائر وقبلها وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية على تطوير الخدمات العمومية والاستجابة لحاجات وتطلعات المواطنين اعتماداً على تكنولوجيات سريعة التطور والتكيف مع الثورة الرقمية، وجعل تحسين الخدمات ضمن أولويات المؤسسة، وتحسين الأداء وتمكين الكوادر البشرية من الرقمنة للوصول إلى مردود أفضل للمرفق العمومي وبالأخص مؤسسة بريد الجزائر.

جدول رقم(13): تحليل عبارات المحور الثالث الخاص بمساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت والمال

الدرجة العبارات	موافق بشدة 5	موافق 4	محايد 3	غير موافق 2	غير موافق بشدة 1	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستجابة
العبرة 13	14	11	6	8	21	2.82	1.631	متوسطة
	%23.3	%18.3	%10.0	%13.3	%35.0			
العبرة 14	26	24	5	5	0	4.18	0.911	عالية جداً
	%43.3	%40.0	%8.3	%83	%0.0			
العبرة 15	29	23	5	2	1	4.28	0.885	عالية جداً
	%48.3	%38.3	%8.3	%3.3	%1.7			
العبرة 16	25	18	5	10	2	3.90	1.217	عالية
	%41.7	%30.0	%8.3	%16.7	%3.3			
العبرة 17	26	26	5	2	1	4.23	0.871	عالية جداً
	%43.3	%43.3	%8.3	%3.3	%1.7			
العبرة 18	35	24	1	0	0	4.57	0.533	عالية جداً
	%58.3	%40.0	%1.7	%0.0	%0.0			
العبرة 19	1	28	24	6	1	4.35	0.820	عالية جداً
	%1.7	%46.7	%40.0	%10.0	%1.7			
العبرة 20	30	26	3	1	0	4.42	0.671	عالية جداً
	%50.0	%43.3	%5.0	%1.7	%0.0			
العبرة 21	20	23	8	9	0	3.90	1.037	عالية
	%33.3	%38.3	%13.3	%15.0	%0.0			

عالية	0.936	4.15	0	5	7	22	26	العبارة
			%0.0	%8.3	%11.7	%36.7	%43.3	22
عالية	0.785	4.17	0	2	8	28	22	العبارة
			%0.0	%3.3	%13.3	%46.7	%36.7	23
عالية	0.743	4.42	1	0	3	25	31	العبارة
جداً			%1.7	%0.0	%5.0	%41.7	%51.7	24
عالية	0.856	4.25	0	4	4	25	27	العبارة
جداً			%0.0	%6.7	%6.7	%41.7	%45.0	25
عالية	0.752	4.33	0	1	7	23	29	العبارة
جداً			%0.0	%1.7	%11.7	%38.3	%48.3	26
عالية	0.804	4.22	0	4	2	31	23	العبارة
جداً			%0.0	%6.7	%3.3	%51.7	%38.3	27
			المتوسط الحسابي الكلي					
		0,28572	4,1289					

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (10)، الذي يبين آراء أفراد عينة الدراسة حول العبارات الخاصة بمحور: مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت والمال، أن:

✓ العبارة (13): "أواجه صعوبة في عملية الولوج لموقع الدفع الإلكتروني"، حصلت على ومتوسط حسابي (2.82) وهو ينتمي إلى المجال [ 2.60 - 3.40 ] من مجالات سلم ليكارث الخماسي، وهو الذي يقابل درجة متوسطة، وانحراف معياري مقدر بـ (1.131)، حيث سجلنا 14 موافق بشدة بنسبة %23.3، 11 فرد موافق بنسبة %18.3، 06 أفراد بنسبة %10.0 محايدين، 8 أفراد بنسبة %13.3 غير موافقين، في حين سجلنا 21 فرد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة %35.0. وهذا يعبر عن ميل آراء العينة بنسبة متوسطة نحو وجود صعوبة في عملية الولوج لموقع الدفع الإلكتروني.

✓ العبارة (14): "أواجه صعوبة في فهم واستخدام خطوات الدفع الإلكتروني"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.18) وهو ينتمي إلى المجال [ 3.40 - 4.20 ] وهو ما يقابل درجة عالية في سلم ليكارث الخماسي، كما قُدر الانحراف المعياري بـ (0.911)، حيث سجلنا 26 موافق بشدة بنسبة %43.3، 24 فرد موافق بنسبة %40.0، 05 أفراد بنسبة %08.3 محايدين، وقد تم تسجيل 05 من أفراد العينة رفضوا

هذه العبارة بنسبة 08.3 %، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، وهذا يؤكد على وجود موافقة إلى حد ما من طرف المبحوثين على وجود صعوبة في فهم واستخدام خطوات الدفع الإلكتروني.

✓ العبارة (15): "يعتبر موقع الدفع الإلكتروني مناسباً"، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي يساوي (4.28) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-5] وهو ما يقابل درجة عالية جداً، وانحراف معياري يساوي (0.885)، حيث سجلنا 29 موافق بشدة بنسبة 48.3 %، 23 فرد موافق بنسبة 38.3 %، 05 أفراد بنسبة 8.3 % محايدين، فردين (02) بنسبة 3.3 % غير موافقين، في حين سجلنا فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 1.7 %، أي أن آراء أفراد العينة تتجه نحو موافقة كبيرة على اعتبار موقع الدفع مناسباً للزبون.

✓ العبارة (16): "المعلومات الإلكترونية واضحة لشرح آلية تقديم الخدمة"، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (3.90) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] أي ما يقابل درجة موافق على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري مقدر ب(1.217)، حيث سجلنا 25 موافق بشدة بنسبة 41.7 %، 18 فرد موافق بنسبة 30.0 %، 05 أفراد بنسبة 8.3 % محايدين، 10 أفراد بنسبة 16.7 % غير موافقين، في حين سجلنا فردين (02) من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 3.3 %، وهذا يعبر عن ميل آراء العينة بنسبة عالية نحو وضوح آلية شرح تقديم الخدمة.

✓ العبارة (17): "هناك تنوع في وسائل الدفع الإلكتروني"، قدر المتوسط الحسابي لهذه الفقرة (4.23) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-5] والذي يقابل درجة عالية جداً على سلم ليكارث الخماسي، كما قدر الانحراف المعياري ب(0.871)، حيث سجلنا 26 موافق بشدة بنسبة 43.3 %، 26 فرد موافق بنسبة 43.3 %، 05 أفراد بنسبة 8.3 % محايدين، فردين (02) من أفراد العينة بنسبة 3.3 % غير موافقين، في حين سجلنا فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 1.7 %، وهذا يؤكد موافقة أفراد العينة على تنوع وسائل الدفع الإلكتروني.

✓ العبارة (18): "يعمل الامضاء الإلكتروني على تسوية المعاملات عن بعد وبالتالي توفير الجهد و الوقت على الزبائن"، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (4.57) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-5] أي ما يقابل درجة عالية جداً على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري مقدر ب(0.533)، حيث سجلنا 35 فرد موافق بشدة بنسبة 58.3 %، 24 فرد موافق بنسبة 40.0 %، 01 فرد بنسبة 1.7 %

محايدين، في حين لم نسجل ولا مفردة عبرت عن رفضها للعبارة رقم 18 وكذا الرفض بشدة، وهو ما يؤكد على موافقة آراء العينة على أهمية الإمضاء الإلكتروني في تسوية المعاملات وتوفير الوقت و الجهد.

✓ العبارة (19): "تساهم بطاقات الدفع الإلكترونية في تسهيل سحب الزبائن لنقودهم من حساباتهم الشخصية"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.35) وهو ينتمي إلى المجال [ 4.20 -15] وهو ما يقابل درجة عالية جدا في سلم ليكارث الخماسي كما قُدر الانحراف المعياري ب(0.820)، حيث سجلنا فرد واحد موافق بشدة بنسبة 1.7%، 28 فرد موافق بنسبة 46.7%، 24 أفراد بنسبة 40.0% محايدين، 06 أفراد من أفراد العينة بنسبة 10.0% غير موافقين في حين سجلنا فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 1.7%، ما يعني وجود موافقة كبيرة من طرف عينة البحث حول مساهمة بطاقات الدفع الإلكتروني في تسهيل سحب الزبائن لنقودهم.

✓ العبارة (20): "تسهل البطاقات الإلكترونية البيع و الشراء من خلال شبكة الأنترنت"، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (4.42) وهو ينتمي إلى المجال [ 3.40-4.20]، أي ما يقابل درجة عالية في سلم ليكارث الخماسي، حيث سجلنا 30 موافق بشدة بنسبة 50.0%، 26 فرد موافق بنسبة 43.3%، 03 أفراد بنسبة 05.0% محايدين، وقد تم تسجيل فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 1.7%، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، هذا ما يؤكد موافقة أفراد عينة الدراسة عن تسهيل البطاقات الإلكترونية البيع و الشراء من خلال شبكة الأنترنت.

✓ العبارة (21): "توفر البطاقات الإلكترونية على اختلافها الأمان لحاملها من السرقة والاختلاس"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (3.90) وهو ينتمي إلى المجال [ 3.40-4.20] وهو يقابل درجة عالية في سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري لهذه العبارة يساوي (1.037)، حيث سجلنا 20 موافق بشدة بنسبة 33.3%، 23 فرد موافق بنسبة 36.7%، 08 أفراد بنسبة 13.3% محايدين، وقد تم تسجيل فردان (02) من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 3.3%، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، أي أن آراء أفراد العينة تتجه نحو الموافقة على توفير البطاقات الإلكترونية للأمان لصاحبها.

✓ العبارة (22): "البطاقات الإلكترونية سهلة الحمل والتخزين"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.15) وهو ينتمي إلى المجال [ 3.40-4.20] وهو ما يقابل درجة عالية في سلم ليكارث الخماسي، كما قُدر الانحراف المعياري ب(0.936)، حيث سجلنا 26 موافق بشدة بنسبة 43.0%، 22 فرد موافق بنسبة 36.7%، 7 أفراد بنسبة 11.7% محايدين، وقد تم تسجيل 5 أفراد من أفراد العينة رفض هذه

العبارة بنسبة 8.3 %، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، ما يعني وجود موافقة من طرف عينة البحث عن سهولة البطاقات الالكترونية للحمل والتخزين.

✓ العبارة (23): "البطاقات الالكترونية غير قابلة للتلف السريع"، حصلت على متوسط حسابي (4.17) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-14.20] من مجالات سلم ليكارث الخماسي، وهو الذي يقابل درجة عالية، وانحراف معياري مقدر ب(0.785)، حيث سجلنا 22 موافق بشدة بنسبة 36.7 %، 28 فرد موافق بنسبة 46.7 %، 08 أفراد بنسبة 13.3 % محايدين، وقد تم تسجيل فردان (02) من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 3.3 %، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، وهو يعبر عن ميل آراء العينة نوعاً ما نحو أن البطاقات الالكترونية غير قابلة للتلف السريع.

✓ العبارة (24): "البطاقات الالكترونية يمكن تغيير بياناتها دون الحاجة لتغييره"، قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.42) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-15] الذي يقابل درجة عالية جداً، كما قدر الانحراف المعياري ب(0.743) حيث سجلنا 31 موافق بشدة بنسبة 51.7 %، 25 فرد موافق بنسبة 41.7 %، 03 أفراد بنسبة 5.0 % محايدين، في حين لم نسجل ولا فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة، بينما سجلنا فرد واحد رفضه بشدة للعبارة بنسبة 1.7 %، أي أنه توجد موافقة كبيرة على إمكانية تغيير بيانات البطاقة دون الحاجة لتغييرها.

✓ العبارة (25): "تسهل الموزعات الآلية حصولك على أموالك في أي وقت"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.25) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-15] أي ما يقابل درجة عالية جداً على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري يساوي (0.856)، حيث سجلنا 27 موافق بشدة بنسبة 45.0 %، 25 فرد موافق بنسبة 41.7 %، 04 أفراد بنسبة 06.7 % محايدين، وقد تم تسجيل 04 من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بنسبة 06.7 %، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، أي أن آراء أفراد العينة تتجه نحو موافقة كبيرة على تسهيل الموزعات الآلية حصول الزبون على أمواله في أي وقت.

✓ العبارة (26): "يوجد نقص في الموزعات الآلية على مستوى مركز البريد الذي أتعامل معه"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.33) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-15] وهو ما يقابل درجة عالية جداً في سلم ليكارث الخماسي، كما قدر الانحراف المعياري ب(0.752)، حيث سجلنا 29 موافق بشدة بنسبة 48.3 %، 23 فرد موافق بنسبة 38.3 %، 07 أفراد بنسبة 11.7 % محايدين، وقد تم تسجيل فرد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 1.7 % في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا

هذه العبارة بشدة، أي أن هناك موافقة عالية من طرف المبحوثين حول وجود نقص في الموزعات الآلية على مستوى مراكز البريد.

✓ العبارة (27): "أرى أن ميزة الدفع الإلكتروني ميزة إيجابية للزبون"، حصلت على متوسط حسابي (4.22) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-15] أي ما يقابل درجة عالية جدا على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري قُدر بـ (0.804) حيث سجلنا 23 موافق بشدة بنسبة 38.3% ، 31 فرد موافق بنسبة 51.7%، فردان (02) من أفراد العينة بنسبة 3.3% محايدين، وقد تم تسجيل 4 أفراد من العينة رفضوا هذه العبارة بنسبة 6.7% في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة، وهذا ما يؤكد وجود موافقة كبيرة للمبحوثين حول أن ميزة الدفع الإلكتروني ميزة إيجابية لدى زبائن بريد الجزائر.

✚ من خلال القراءة الاحصائية لمعطيات الجدول رقم (10)، نستنتج أن:

- المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الثالث بلغ (4,1289)، حيث يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكرت الخماسي [3.40-14.20] ما يقابل درجة عالية، وهذا يعني أن هناك موافقة عالية في آراء أفراد العينة حول استخدام مؤسسة بريد الجزائر لوسائل الدفع الإلكتروني.
- قيمة الانحراف المعياري الكلي للمحور الثالث بلغت (0,26910) وهي أقل من الواحد، ما يعني وجود تشتت منخفض نسبيا في إجابات أفراد العينة على عبارات المحور.

من خلال تحليل عبارات المحور الثالث، نلاحظ الاستجابة الفعلية لعينة البحث حول دور وسائل الدفع الإلكتروني في توفير طرق مباشرة وآمنة للدفع عبر مختلف ربوع الوطن، وهذا ما أكدته نتائج عينة الدراسة ودرجات الموافقة العالية التي سجلت في الجدول أعلاه.

نرجع هذه النتائج، لقدرة مؤسسة بريد الجزائر على توفير أنواع ووسائل متعددة يستطيع من خلالها الزبون اجراء معاملاته بكل سهولة ويُسر وهذا ما أسفرت عليه نتائج العبارة (17) "هناك تنوع في وسائل الدفع الإلكتروني"، حيث سجلت نسبة 43.3 لدرجة الموافقة والموافقة بشدة، فمن خلال المقابلة التي أجريناها مع موظفي مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر، صرح موظف الوحدة أنّ مؤسستهم كانت سباقة في اعتماد الرقمنة، ومحاولة تيسير معاملات الزبائن وتجديد مختلف الخدمات المتعلقة بهم، خاصة في السنوات الأخيرة بعد جائحة كوفيد 19 التي شلت حركة المواطنين وتقلاتهم إلى مراكز البريدية، هذا ما دفع المؤسسة إلى العمل بجملة من التدابير البديلة والفعالة لتزويد الزبائن بمختلف الخدمات دون الحاجة للتنقل إلى مراكز البريد الأقرب إلى سكنهم، هذه الخطوة أفرزت تنوع لا بأس به في وسائل الدفع الإلكتروني، كما

أقر لنا بعض الموظفين على استمرارية الوزارة في تطوير هذه النظم لما لها من آثار ايجابية على المواطنين وعلى الاقتصاد الوطني.

كما بينت العبارة رقم (19) "تساهم بطاقات الدفع الالكتروني في تسهيل سحب الزبائن لأموالهم من حساباتهم الشخصية" والعبارة رقم (25) "تسهل الموزعات الآلية حصولك على أموالك في أي وقت" رأي الزبائن حول سهولة استخدام وسحب أموالهم بواسطة وسيلة الدفع الالكتروني المتمثلة في "البطاقة الذهبية"، حيث بلغت نسب العبارتان (46.7% و 40.0%) للعبارة 19، و(45.0% و 41.7%) للعبارة 25 بدرجة الموافقة والموافقة بشدة وهذا ما يُفسر انتشار ثقافة المعاملات المالية الالكترونية بين فئات المجتمع بسرعة وبدرجة عالية، نتيجة السهولة والأمان اللذان توفرهما هذه الوسائل وتقليلها للجهد والوقت والمسافة على الزبون.

كما أكدت نسبة 51.7% و 38.3% للعبارة "أرى أن ميزة الدفع الالكتروني ميزة إيجابية للزبون" رضا الزبائن عن التكنولوجيات المستخدمة من طرف المؤسسة ونظرتهم الإيجابية لها وهذا ما يُترجم واقعيًا اهتمامها الكبير بتعزيز علاقتها مع زبائنها، وضمان جودة خدماتها، مع ميل زبائن المؤسسة على اختلاف فئاتهم العمرية للاستفادة من الخدمات الالكترونية المتنوعة التي توفرها مؤسسة بريد الجزائر لمتعاملينا على غرار البطاقات الذهبية والموزعات الآلية، وتطبيق بريدي موب وغيرها.

جدول رقم(14): تحليل عبارات المحور الرابع الخاص بمساهمة البريد الإلكتروني في التدفق الجيد لأحدث المعلومات نحو الزبائن.

الدرجة لعبارة	موافق بشدة 5	موافق 4	محايد 3	غير موافق 2	غير موافق بشدة 1	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الاستجابة
العبرة 28	0	0	1	13	46	1.25	0.474	منخفضة جداً
	%0.0	%0.0	%1.7	21.7%	%76.7			
العبرة 29	0	0	3	26	31	1.53	0.596	منخفضة جدا
	%0.0	%0.0	%5.0	%43.3	%51.7			
العبرة 30	21	26	6	3	4	3.95	1.1126	عالية
	%35.0	%43.3	%10.0	%5.0	%6.7			
العبرة 31	27	27	6	0	0	4.35	0.659	عالية جداً
	%45.0	%45.0	%10.0	%0.0	%0.0			
العبرة 32	20	30	8	2	0	4.13	0.769	عالية
	%33.3	%50.0	%13.3	%3.3	%0.0			
العبرة 33	27	28	1	3	1	4.20	0.755	عالية
	%45.0	%46.7	1.7%	%5.0	%1.7			
العبرة 34	25	24	5	5	1	4.28	0.865	عالية جداً
	%41.7	%40.0	%8.3	%8.3	%1.7			
العبرة 35	25	24	5	5	0	4.12	0.993	عالية
	%41.7	%40.0	%8.3	%8.3	%0.0			
العبرة 36	22	31	2	5	0	4.17	0.847	عالية
	%36.7	%51.7	%3.3	%8.3	%0.0			
العبرة 37	30	22	6	1	1	4.32	0.854	عالية جداً
	%50.0	%36.7	%10.0	%1.7	%1.7			
المتوسط الحسابي الكلي						3,6833	0,26910	

يتضح من خلال معطيات الجدول رقم (11)، الذي يبين آراء أفراد عينة الدراسة حول العبارات الخاصة بمحور: مساهمة البريد الإلكتروني في التدفق الجيد لأحدث المعلومات نحو الزبائن، أن:

✓ العبارة (28): "أغلب الرسائل التي أتلقتها من المؤسسة هي رسائل G.Mail"، قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة (1.25) وهو ينتمي إلى المجال [1-1.80] الذي يقابل درجة منخفضة بشدة على سلم ليكارث الخماسي، كما قُدر الانحراف المعياري ب(0.871)، حيث لم نسجل ولا مفردة عبرت عن موافقتها للعبارة رقم 28 وكذا الرفض بشدة، في حين تم تسجيل فرد واحد من أفراد العينة بنسبة 1.7% محايد، 13 مفردة بنسبة 21.7%، 46 فرد بنسبة 51.7%، أي أنه يوجد إنكار من طرف المبحوثين تلقيهم رسائل G.Mail من المؤسسة،

✓ العبارة (29): "أغلب الرسائل التي أتلقتها من المؤسسة هي رسائل تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (1.53) وهو ينتمي إلى المجال [1-1.80] أي ما يقابل درجة منخفضة بشدة على سلم ليكارث الخماسي، كما قُدر الانحراف المعياري ب(0.596)، حيث لم نسجل ولا مفردة عبرت عن موافقتها للعبارة رقم 29 وكذا الرفض بشدة، في حين تم تسجيل 03 أفراد من العينة بنسبة 5.0% محايد، 26 مفردة بنسبة 43.3%، 31 فرد بنسبة 51.7%، ما يعني وجود رفض من طرف عينة الدراسة تلقيهم رسائل تطبيقات التواصل الاجتماعي من المؤسسة.

✓ العبارة (30): "أغلب الرسائل التي أتلقتها من المؤسسة هي رسائل sms"، حصلت على متوسط حسابي (3.95) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-4.20] من مجالات سلم ليكارث الخماسي، وهو الذي يقابل درجة موافق، وانحراف معياري مقدر ب(1.1126)، حيث سجلنا 21 موافق بشدة بنسبة 35.0%، 26 فرد موافق بنسبة 43.3%، 06 أفراد بنسبة 10.0% محايدين، 03 أفراد من العينة رفض هذه العبارة بنسبة 5.0%، في حين لم تم تسجيل 04 أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة وبلغت نسبتهم 6.7%، وهو يعبر عن ميل آراء العينة نوعاً ما نحو التصريح بأن معظم الرسائل التي يتلقونها هي رسائل من نوع sms.

✓ العبارة (31): "سهولة تخزين واسترجاع الرسائل الإلكترونية التي أتلقتها من مؤسسة بريد الجزائر"، قدر المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.35) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-5] الذي يقابل درجة موافق بشدة، كما قُدر الانحراف المعياري ب(0.659). حيث سجلنا 27 موافق وموافق بشدة بنسبة 45.0%، 06 أفراد بنسبة 10.0% محايدين، في حين لم نسجل ولا مفردة عبرت عن رفضها للعبارة رقم 31 وكذا

الرفض بشدة، أي أنه توجد موافقة كبيرة على وجود سهولة في تخزين واسترجاع الرسائل الالكترونية الخاصة بالزبون.

✓ العبارة (32): "أتلقي إعلانات من حين لآخر حول خدمات و عروض بريد الجزائر من خلال رسائل الكترونية"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.13) وهو ينتمي إلى المجال [ 3.40-4.20] أي ما يقابل درجة عالية على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري فُدر بـ(0.769)، حيث سجلنا 20 موافق بشدة بنسبة 33.3%، 30 فرد موافق بنسبة 50.0%، 08 أفراد بنسبة 13.3% محايدين، وقد تم تسجيل فردان (02) من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 3.3%، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، أي أن هناك موافقة نوعاً ما تجاه تلقي إعلانات حول خدمات وعروض المؤسسة من خلال الرسائل الالكترونية.

✓ العبارة (33): "تمتاز الرسائل الإلكترونية المرسله من طرف المؤسسة بالوضوح والبساطة"، حصلت على متوسط حسابي (4.20) وهو ينتمي إلى المجال [ 4.20-15] من مجالات سلم ليكارث الخماسي، وهو الذي يقابل درجة عالية جدا، وانحراف معياري مقدر بـ(0.755)، حيث سجلنا 27 موافق بشدة بنسبة 45.0%، 28 فرد موافق بنسبة 46.7%، فرد واحد من أفراد العينة بنسبة 1.7% محايد، 3 أفراد بنسبة 5.0% غير موافقين، في حين تم تسجيل فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 1.7%، وهو يعبر عن ميل آراء العينة بدرجة كبيرة نحو أن الرسائل الالكترونية المرسله من طرف المؤسسة تمتاز بالوضوح والبساطة .

✓ العبارة (34): "تعمل الرسائل التي أتلقاها من بريد الجزائر على جعلني مطلعاً باستمرار على أحدث الخدمات التي تقدمها المؤسسة"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.28) وهو ينتمي إلى المجال [ 4.20-15] وهو ما يقابل درجة عالية جدا على سلم ليكارث الخماسي، كما فُدر الانحراف المعياري بـ(0.865) ، حيث سجلنا 25 موافق بشدة بنسبة 41.7% ، 24 فرد موافق بنسبة 40.0%، 05 أفراد بنسبة 8.3% محايدين، 05 أفراد من العينة رفض هذه العبارة بنسبة 8.3%، في حين تم تسجيل فرد واحد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة بنسبة 1.7%، ما يعني وجود موافقة كبيرة من طرف عينة البحث حول أن الرسائل التي يتلقاها الزبون تطلعه على أحدث العروض والخدمات.

✓ العبارة (35): "تساهم هذه الرسائل في نشر الثقافة الرقمية حول كيفية الاستفادة من خدمات مؤسسة بريد الجزائر بالنسبة للزبائن"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.28) وهو ينتمي إلى المجال [ 4.20-15] وهو ما يقابل درجة عالية جدا على سلم ليكارث الخماسي، كما فُدر الانحراف المعياري

ب(0.752)، حيث سجلنا 25 موافق بشدة بنسبة 41.7%، 24 فرد موافق بنسبة 40.0%، 05 أفراد بنسبة 8.3% محايدين، وقد تم تسجيل 05 من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 8.3%، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفضوا هذه العبارة بشدة، أي أن هناك موافقة واضحة من طرف المبحوثين حول مساهمة الثقافة الرقمية في الاستفادة من خدمات بريد الجزائر.

✓ العبارة (36): "تزيد هذه الرسائل من ثقة الزبائن في جودة خدمة مؤسسة بريد الجزائر"، بلغ المتوسط الحسابي لهذه العبارة (4.17) وهو ينتمي إلى المجال [3.40-14.20] وهو يقابل درجة عالية على سلم ليكارث الخماسي، وانحراف معياري يساوي (0.847)، حيث سجلنا 22 موافق بشدة بنسبة 36.7%، 31 فرد موافق بنسبة 51.7%، فردان (02) من أفراد العينة بنسبة 03.3% محايدين، وقد تم تسجيل فردان (05) من أفراد العينة رفض هذه العبارة بنسبة 8.3%، في حين لم نسجل ولا فرد من أفراد العينة رفض هذه العبارة بشدة، أي أن آراء أفراد العينة تتجه نحو الموافقة على أن الرسائل تزيد من ثقة الزبون بخصوص جودة الخدمة المؤسسة.

✓ العبارة (37): "أنا مهتم بتلقي هذه الرسائل الإلكترونية و الاطلاع عليها"، حصلت هذه العبارة على متوسط حسابي (4.32) وهو ينتمي إلى المجال [4.20-15] من مجالات سلم ليكارث الخماسي، ما يقابل درجة عالية جدا، وانحراف معياري قدر ب (0.854)، حيث سجلنا 30 موافق بشدة بنسبة 50.0%، 22 فرد موافق بنسبة 36.7%، 06 أفراد بنسبة 10.0%، في حين تم تسجيل فرد واحد من أفراد العينة بنسبة 1.07% رفض هذه العبارة، ورفضها بشدة، وهو ما يؤكد على موافقة آراء العينة بدرجة كبيرة على اهتمامهم بتلقي الرسائل الإلكترونية من طرف مؤسسة بريد الجزائر.

📌 من خلال القراءة الاحصائية لمعطيات الجدول رقم (11)، نستنتج أن:

- المتوسط الحسابي العام لعبارات المحور الرابع بلغ (3,6833)، يقع ضمن الفئة الرابعة من فئات سلم ليكرت الخماسي [3.40-14.20] وهو يقابل درجة عالية، أي أن هناك موافقة عالية في آراء أفراد العينة حول استخدام مؤسسة بريد الجزائر للبريد الإلكتروني.

- قيمة الانحراف المعياري الكلي للمحور الرابع بلغت (0,26910) وهي أقل من الواحد، ما يعني وجود تشتت منخفض نسبيا في إجابات أفراد العينة على عبارات المحور.

من خلال تحليل عبارات المحور الرابع، يتضح لنا أن البريد الإلكتروني أحد أهم التقنيات الرقمية المستعملة من طرف زبائن مؤسسة بريد الجزائر لأنها تجعلهم على دراية تامة بكل معاملاتهم البريدية والمعلومات التي تهمهم.

هذه النتائج تعود لسعي مؤسسة بريد الجزائر لإيصال مختلف المعلومات والبيانات المتعلقة بزبائنها ومحاولة تمكينهم من الاطلاع الدائم عليها، وهذا ما أقرت به نتائج العبارة (34) "تعمل الرسائل التي أتلقتها من بريد الجزائر على جعلني مطلعاً باستمرار على أحدث الخدمات التي تقدمها المؤسسة"، حيث بلغت نسبة %41.7 و %40.0 بدرجة موافقة وموافقة بشدة، وقد أقرّ موظفو المؤسسة أن الزبائن دائماً ما يقومون بطلب يخص تزويدهم بخدمة البريد الإلكتروني بُغية الاستفادة من هذه الأخيرة والاطلاع على المستجدات والعروض وآخر العمليات التقنية والرقمية التي أجراها الزبون، وقد جربناها بشكل شخصي، حيث قمنا بطلب هذه الخدمة وفي غضون 24 ساعة تمكنا من الاطلاع على جميع معلوماتنا وعمليات السحب والإيداع التي قمنا بها، وقد ساعدتنا هذه الخدمة على معرفة كل شيء له علاقة بحساباتنا دون الاضطرار للذهاب لمركز البريد، وعليه فإن خدمة البريد الإلكتروني تمتاز بالسهولة وتقليل أعباء التنقل على المواطنين وتوفر لهم أحدث المعلومات، وهذا ما يتطابق مع النسب المسجلة في الجدول أعلاه.

كما أسفرت نسبة %51.7 و %36.7 للعبارة (36) "ترفع هذه الرسائل من ثقة الزبائن في جودة خدمة مؤسسة بريد الجزائر" على الثقة التي يشعر بها الزبائن تجاه المؤسسة، لأنها تسعى دائماً لتحقيق نوع من السرية والأمان خصوصاً في المعلومات الشخصية المتعلقة بزبائنها، كما أنها لا تتأخر في ارسال الرسائل التي يحتاجها الزبون كرسائل إيداع الأموال في حساباتهم أو سحبها، فهي تؤثر بشكل ايجابي على ثقة الزبون ونظريته حول جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة.

ولقد أكدت نسب العبارة رقم (37) "أنا مهتم بتلقي هذه الرسائل الإلكترونية والاطلاع عليها"، المتمثلة في %50.0 و %36.7 لدرجة الموافقة والموافقة بشدة على المعطيات التي جُمعت من الواقع حول المميزات التي تقدمها خدمة البريد الإلكتروني من تدفق مستمر لأحدث المعلومات والعروض والاطلاع الدائم على حسابات البريد، هذا ما جعل زبائن المؤسسة مهتمين بتلقي هذه الرسائل وتفعيل خدمة البريد الإلكتروني، وكما ذكرنا سالفاً فإن موظفو المؤسسة صرحوا لنا بأن معظم الطلبات التي يقوم بها زبائن المؤسسة هي طلب تزويدهم بخدمة البريد الإلكتروني والرسائل الإلكترونية، وهذا ما يؤكد صدق نتائج العبارة (37).

**ثانياً. نتائج الدراسة:** من أجل كشف طبيعة العلاقة بين المتغيرين: الرقمنة وجودة الخدمة، طرحنا ثلاثة فرضيات أساسية، فقد كانت الدراسة مبنية على أساس كشف مدى صحة هذه الفرضيات في إطار هذه العلاقة وخلصت نتائج الدراسة إلى ما يلي:

1. النتائج الديموغرافية للدراسة: كشفت المعطيات الديموغرافية المحددة لخصائص عينة الدراسة على النتائج التالية:

✓ 61,70 % من أفراد العينة ذكور.  
 ✓ 38,30 % من أفراد العينة إناث.  
 ✓ الفئة المنوالية لسن أفراد العينة هي [40-50] سنة و [60-70] سنة بنسبة 23,33 %، وهي أعلى نسبة.

✓ 33,33 % من أفراد العينة ذوي مستوى تعليمي جامعي.  
 ✓ شملت عينة الدراسة جل الوظائف والمهن الموجودة في المجتمع الجزائري، إلا أن أعلى نسبة كانت لفئة المتقاعدين بـ 35,00 %.

✓ 78,33 % من أفراد العينة من سكان المدينة.  
 ✓ الفئة المنوالية لمدة تعامل أفراد العينة مع المؤسسة هي [10-20] سنة، بنسبة 35,00 % وهي أعلى نسبة.

✓ 45.20 % من أفراد العينة يتعاملون مع المؤسسة من أجل سحب الراتب.  
 ✓ 58,3 % من أفراد العينة يتواصلون مع المؤسسة عن طريق الحضور الشخصي.

## 2. نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات:

الفرضية الجزئية الأولى: يساهم التحول الرقمي في الحد من انتشار ظاهرة الروتين والبيروقراطية في مؤسسة بريد الجزائر.

- وافق 27 فردا من أفراد العينة على عبارة "عمل التحول الرقمي الذي شهدته المؤسسة على تحويل الإدارة من تقليدية إلى حديثة" بنسبة 45.0 %.

- أيد عبارة "يؤدي التحول الرقمي إلى التقليل من الملفات الورقية" 28 فردا بنسبة 46.7 %.

- وافق 31 فردا بنسبة 51.7 % على عبارة "ساهم التحول الرقمي في التقليل من الأخطاء الواردة عند القيام بالتبادلات المالية الكبرى"، بمتوسط درجات 4.40.

- وافق 27 فردا بنسبة 45.0 % على عبارة "ساهم التحول الرقمي في تسهيل المعاملات المالية لزبائن بريد الجزائر" بمتوسط درجات قدر بـ 4.15.

- وافق 27 فرد بنسبة 45.0 % على عبارة "زاد التحول الرقمي من دقة التبادلات المالية التي تتم عن بعد كخدمة الطرود البريدية"، وبتوسط درجات قدر بـ 4.32.

بناء على المعطيات السابقة، يمكننا القول أن: استجابات أفراد العينة لعبارات التحول الرقمي تباينت بين الموافقة الشديدة، الموافقة، المحايدة، عدم الموافقة وعدم الموافقة بشدة، لكن تركزت في القيمة العالية 4,18 وانحراف معياري عام 0,37 وهو تقييم عالي يعبر عن رضا زبائن بريد الجزائر على مساهمة التحول الرقمي في التقليل من الروتين والبيروقراطية، بدرجة عالية. وقد أثبت معامل بيرسون للارتباط وجود علاقة بين المؤشرين (التحول الرقمي وانتشار ظاهرة الروتين والبيروقراطية)، حيث بلغت قيمته 0.197 عند مستوى الدلالة 0.05.

وعليه نؤكد تحقق الفرضية الجزئية الأولى التي مفادها: يساهم التحول الرقمي في الحد من انتشار ظاهرة الروتين والبيروقراطية في مؤسسة بريد الجزائر.

الفرضية الجزئية الثانية: كلما تنوعت وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر كلما زاد توفر الوقت، الجهد والمال بالنسبة للزبائن.

- وافق 29 فردا من أفراد العينة على عبارة "يعتبر موقع الدفع الإلكتروني مناسباً" بنسبة 40.0%.
- أيد عبارة "يعمل الامضاء الإلكتروني على تسوية المعاملات عن بعد وبالتالي توفير الجهد والوقت على الزبائن" 35 فردا بنسبة 58.3%.
- وافق 30 فردا بنسبة 50.0% على عبارة "تسهل البطاقات الالكترونية البيع و الشراء من خلال شبكة الأنترنت"، بمتوسط درجات 4.42.
- عبارة "البطاقات الالكترونية يمكن تغيير بياناتها دون الحاجة لتغييرها" بمتوسط درجات قدر ب 4.42، حيث وافق عليها 31 فردا بنسبة 51.7%.

- أكد 29 فرد من أفراد العينة على عبارة "يوجد نقص في الموزعات الآلية على مستوى مركز البريد الذي أتعامل معه" بنسبة 48.3 وبمتوسط درجات قدر ب 4.33

بناء على المعطيات السابقة، يمكننا القول أن: استجابات أفراد العينة لعبارات وسائل الدفع الإلكتروني تباينت بين الموافقة الشديدة، الموافقة، المحايدة، عدم الموافقة وعدم الموافقة بشدة، إلا أنها تركزت في القيمة العالية 4.12 ، وانحراف معياري 0.28 وهو تقييم عالي يعبر عن رضا زبائن بريد الجزائر على مساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في التقليل من الجهد والوقت والمال، بدرجة عالية. وهذا ما يتفق ما مخرجات الحزم الاحصائية، حيث بلغت قيمة معامل بيرسون للارتباط 0.323 عند مستوى الدلالة 0.05. وعليه نؤكد تحقق الفرضية الجزئية الثانية التي مفادها: كلما تنوعت وسائل الدفع الإلكتروني لدى مؤسسة بريد الجزائر كلما زاد توفر الوقت، الجهد والمال بالنسبة للزبائن.

**الفرضية الجزئية الثالثة:** كلما تنوعت الرسائل الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر كلما زاد تدفق المعلومات للزبائن حول خدمات و عروض المؤسسة.

- جاءت عبارة "سهولة تخزين واسترجاع الرسائل الإلكترونية التي ألقاها من مؤسسة بريد الجزائر" بمتوسط درجات قدر ب 3.57 حيث وافق على العبارة 27 فردا بنسبة 45.0.
  - وافق 30 فردا على عبارة "ألقى إعلانات من حين لآخر حول خدمات وعروض بريد الجزائر من خلال رسائل الكترونية" بنسبة 50.0%.
  - أيد 28 فردا بنسبة 46.7% عبارة "تمتاز الرسائل الإلكترونية المرسله من طرف المؤسسة بالوضوح والبساطة"، حيث جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط درجات 4.20.
  - عبارة "تزيد هذه الرسائل من ثقة الزبائن في جودة خدمة مؤسسة بريد الجزائر" بمتوسط درجات قدر ب 4.17، حيث وافق 31 فردا من أفراد العينة بنسبة 51.7% على العبارة.
  - وافق 30 فردا بنسبة 50.0% على عبارة "أنا مهتم بتلقي هذه الرسائل الإلكترونية والاطلاع عليها".
- تأسيسا على المعطيات السابقة، يمكننا القول أن: استجابات أفراد العينة لعبارات خدمة الرسائل الإلكترونية تباينت بين الموافقة الشديدة، الموافقة، المحايدة، عدم الموافقة وعدم الموافقة بشدة، إلا أنها تركزت في القيمة المتوسطة 3,68 وانحراف معياري عام 0,26 وهو تقييم عالي يعبر عن رضا زبائن بريد الجزائر على مستوى الخدمات المقدمة فيما يخص خدمة البريد الإلكتروني بدرجة عالية، إذ يتضح مما سبق أن: استجابة زبائن بريد الجزائر لخدمة البريد الإلكتروني عالية جدا. وهذا ما تؤكد قيمة معامل بيرسون للارتباط، حيث بلغت 0.089 عند مستوى الدلالة 0.05.

وعليه نؤكد **تحقق الفرضية الجزئية الثالثة** التي مفادها: كلما تنوعت الرسائل الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر كلما زاد تدفق المعلومات للزبائن حول خدمات و عروض المؤسسة.

### 3. النتائج في ضوء الدراسات السابقة:

لقد تم التأكيد من خلال دراسة فوزية صادقي على أن الرقمنة ساعدت المؤسسات الخدمائية على تحسين تقديم الخدمة للمواطنين واكتساب ثقة عملائها، وهو ما توصلت إليه الدراسة الراهنة، حيث أظهرت أن التحول الرقمي الذي تبنته مؤسسة بريد الجزائر ساهم في تحقيق نوع من جودة الخدمة المقدمة للمواطن وتقريب الإدارة إلى زبائنهم على اختلاف فئاتهم العمرية أو مستوياتهم التعليمية.

وفي نفس السياق بينت دراسة باشيوة سالم أن الرقمنة دخلت في أجندة المرافق العمومية وسياساتها كواقع فرضتها البيئة العالمية الجديدة لما لها من فوائد جمة وإتاحة متعددة ومختلفة في استراتيجيات خدمات

المستفيدين، وهو ما تم التوصل إليه من خلال الدراسة الحالية، فقد تبين لنا من خلال المعطيات الميدانية اهتمام المؤسسة بإدخال أجهزة ومعدات وتكنولوجيات جديدة تعمل على تطوير مستوى الخدمة المقدمة، ما يؤثر في تحسين جودتها.

كما اتفقت نتائج الدراسة مع دراسة دعاء عادل ابراهيم السيد حول وجود تحديات تكنولوجية غير مسبوقة في عملية الرقمنة والتحول الرقمي مثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال والأنترنت وتنوع وسائل الدفع وغيرها من الوسائل الرقمية المستخدمة في سبيل تحقيق جودة الخدمات.

اتفقت الدراسة الحالية مع دراسة راما حسين اسحاق في النتائج التي تخص تأثير التحول الرقمي في تحسين رضا المواطنين، حيث بينت أن توفير الوقت، والحد من الفساد وظاهرة الروتين والبيروقراطية هم العامل الأكثر تأثيراً على تحسين رضا المواطنين عن الخدمات الحكومية، وهي نتائج متشابهة مع النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا الراهنة.

واقتربت الدراسة الحالية من دراسة عمار محمد زهير تيناوي، حيث أقرت النتائج التحليلية للدراسة أن هناك علاقة معنوية بين استخدام تكنولوجيا المعلومات وأبعاد جودة الخدمة (بعد الاعتمادية أو المصدقية، سرعة الاستجابة، مساعدة العميل، الثقة والأمان، التعاطف مع العميل) مما يساهم في تحقيق رضا الزبون ورفع مستوى ثقته حول الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة.

#### 4. النتيجة العامة للدراسة:

كشفت المعطيات المستقاة من الميدان والمتعلقة باتجاهات أفراد العينة حول موضوع الدراسة عن النتيجة التالية: بروز المجهودات التي تبذلها مؤسسة بريد الجزائر ممثلة في الوحدة الولائية سكيكدة كنموذج، لتبني الرقمنة لتحسين جودة الخدمة، من خلال تسريع وتيرة العمل وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، فقد توصلنا من خلال نتائج هذا العمل إلى استجابات زبائن المؤسسة مع الأدوات والأجهزة التكنولوجية المعتمدة، ووسائل الدفع المتنوعة، إذ سجلنا درجة استجابة عالية في جميع المؤشرات ومرتفعة جداً في بعض العبارات، وعليه فإن النتيجة العامة تؤكد أن مؤسسة بريد الجزائر استطاعت كسب ثقة جميع زبائنهم، فاستجابتهم للتحول الرقمي في المؤسسة لتحسين جودة الخدمة جاءت عالية تعكس مستوى تطلعات المؤسسة وتتماشى مع تحديات الألفية الراهنة، وقد أكد معامل بيرسون وجود علاقة ارتباطية بين متغيري: الرقمنة وتحسين جودة الخدمة، حيث بلغت قيمته 0.178 عند مستوى الدلالة 0.05.

وعليه يمكننا القول **يتحقق** الفرضية العامة التي مفادها: تساهم الرقمنة بشكل كبير في تحسين جودة الخدمات المقدمة لزبائن بريد الجزائر.

## خلاصة:

إن العمل الذي يقوم به الباحث في الفصل المخصص لعرض وتحليل وتفسير نتائج دراسته يعتبر مرحلة حاسمة من مراحل انجاز البحوث والقيام بالدراسات العلمية، إذ يعتبر الخطوة الهامة التي تلي عملية جمع البيانات، وفيها يتم تحليل المعطيات الإحصائية كميًا وتفسيرها كميًا، وذلك لأن العلم لا يتوقف عند حد الوصف بل يتعداه إلى التفسير، لذلك فإن هناك من يرى بأن هذه الخطوات هي أرقى الخطوات في البحث الاجتماعي، حيث تتضافر فيها قدرات الباحث الذهنية وخبراته المعرفية وثروته العلمية.

تأسيساً على ما سبق، قمنا في هذا الفصل بتبويب معطيات دراستنا وقمنا بتحليلها كميًا والتعليق عليها كميًا، وصولاً للنتائج النهائية.

خاتمة

هدفت الدراسة الراهنة لتقصي موضوع "دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر: دراسة حالة بريد الجزائر ممثلا في الوحدة الولائية سكيكدة كنموذج للدراسة"، في سياق التحولات المعلوماتية العالمية والتي فرضت تحديات تكنولوجية على المجتمع الجزائري بجميع مؤسساته الخدمائية، التربوية، الثقافية، الاقتصادية وغيرها.

حيث اتجهت المؤسسات الخدمائية لتبني استراتيجيات تكنولوجية تتماشى مع طبيعة المرحلة من خلال الرقمنة، وتعد مؤسسة بريد الجزائر من المؤسسات السبّاقة في تطوير خدماتها وتقريبها من الزبائن بتوفير آليات وأدوات متنوعة ومتعددة حاولنا من خلال هذا العمل الوقوف عندها بالبحث والتقصي لمعرفة استجابات زبائن المؤسسة نحو جودة الخدمات المقدمة.

وعليه، تم بناء العمل وفق هيكل متناغم جسده فصول الدراسة النظرية والتطبيقية، حيث عرضنا في الفصل الأول الاطار التصوري للدراسة، بالإضافة لعرض وتحليل التراث النظري للدراسة من خلال مجموعة من الدراسات السابقة، ثم الفصل الثاني والثالث قمنا بعرض أهم الأدبيات الخاصة بالرقمنة وجودة الخدمة: المفهوم، الأهمية، الأهداف، الوظائف والأدوات، في حين خصص الفصل الرابع للإجراءات المنهجية أين قمنا بتحديد المقاربة المنهجية التي مكنتنا من الإجابة عن القضايا المثارة من أجل جمع البيانات.

#### توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- مكنتنا التحليلات الإحصائية لمحاور الاستمارة من تقييم تفاعل زبائن بريد الجزائر نحو مؤشرات الرقمنة المنتهجة في المؤسسة من الوقوف على الحقائق التالية :
  - أكدت التحليلات الإحصائية المتعلقة بالفرضية الجزئية الأولى، استجابة أفراد العينة للتحويل الرقمي بتقدير عالي (4.18)، ما يؤكد صدق الفرضية الجزئية الأولى.
  - أكدت التحليلات الإحصائية المتعلقة بالفرضية الجزئية الثانية، استجابة أفراد العينة لخدمة وسائل الدفع الإلكتروني بتقدير عالي (4.12)، ما يؤكد تحقق الفرضية الجزئية الثانية.
  - أكدت التحليلات الإحصائية المتعلقة بالفرضية الجزئية الثالثة، استجابة أفراد العينة لخدمة البريد الإلكتروني بتقدير عالي (3.68)، ما يؤكد صدق الفرضية الجزئية الثالثة.
- كما تبين من خلال استعراض نتائج الدراسة اتفاقها مع نتائج الدراسات السابقة في بعض الجوانب واختلافها معها في جوانب أخرى .

ما يمكننا قوله في ختام هذا العمل، أنه رغم أهمية النتائج المتوصل إليها، إلا أن هذا الموضوع يبقى محلا للدراسة والبحث لارتباط متغيراته بالتغيرات المتسارعة للتطور التكنولوجي، فقد حاولنا في هذه الدراسة توضيح استجابة زبائن بريد الجزائر لدور الرقمنة في المؤسسة، بتحديد استجاباتهم نحو مؤشرات المتغير، ورغم ما توصلنا إليه من نتائج وارتباطات، إلا أنه يمكننا القول أن واقع التحول الرقمي في مؤسسة بريد الجزائر تحكمه جملة من المتغيرات الدخيلة لاسيما ما يتعلق بالتحولات البنائية والمجتمعية التي تنتجها المجتمعات الراهنة (مجتمعات المعلومات) التي تعرف تسارعا هائلا في إفرزات التكنولوجيا وتأثيرها السريع في ثقافة وقيم الأفراد وما يتمظهر به من سلوكيات وممارسات تتجسد في استجاباتهم لأدواته.

في هذا الإطار، ونظرا لما يتميز به متغير الرقمنة من صفة التغير، نطرح جملة من الاقتراحات، تتمثل في:

- ✓ خلق آليات جديدة لتقريب الزبون من المؤسسة.
  - ✓ تحسين مستوى جودة الخدمات المقدمة.
  - ✓ تعميم الوعي لدى المواطن بأهمية الرقمنة من خلال تنظيم أيام دراسية، ندوات، محاضرات، والتعريف بالتقنيات الحديثة الضرورية لقيامها.
  - ✓ توفير أهم التجهيزات والتقنيات الحديثة في مجال الرقمنة.
  - ✓ تفعيل أساليب التحول الرقمي ميدانيا لا نظريا.
  - ✓ خلق فضاء رقمي خاص بانشغالات الزبائن مع المتابعة المستمرة لمضمونه.
- آفاق الدراسة: رصدنا مجموعة من القضايا التي أثارها الدراسة الراهنة، والتي ستكون موضوعات بحثية للمستقبل، تتمثل في:
- دراسة مصير الموظف العمومي ما بعد الرقمنة.
  - دراسة سلوك المواطن الجزائري تجاه المعاملات الالكترونية.
  - دراسة دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة.
  - دراسة أسباب تأخر تطبيق الرقمنة في المرافق العمومية في مختلف القطاعات.

## قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً. الكتب:

1. أحمد حسن الرفاعي(2005)، *مناهج البحث العلمي*، ط1، دار وائل، بيروت.
2. أحمد سيد مصطفى(1999)، *ادارة الإنتاج والعمليات في الصناعة والخدمات*، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر.
3. توفيق محمد عبد المحسن(2006)، *قياس الجودة والقياس المقارن والأساليب الحديثة في المعايير والمقاييس*، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع.
4. تيسير العجارمة(2005)، *التسويق المصرفي*، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان.
5. جون ماكنزي أوين(2011)، *المقالة العلمية في عصر الرقمنة*، ترجمة وتقديم حشمت قاسم، المركز القومي للترجمة، العدد 1782، ط1، القاهرة.
6. رديم يونس كرو العزاوي(2008)، *منهج البحث العلمي*، ط1، دار دجلة، عمان.
7. زرواتي رشيد(2007)، *مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية*، ط1، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر.
8. سعيد يقطين(2005)، *من النص إلى النص*، مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي، المركز الثقافي العربي للنشر والتوزيع، بيروت، لبنان.
9. سميرة منصورى وحكيمة وشنان(2022)، *المدرسة الجزائرية والرقمنة*، دار البدر الساطع للطباعة والنشر، ط1، الجزائر.
10. صالح الدين شروخ(2003)، *منهجية البحث العلمي للجامعيين*، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة.
11. عادل الشبراوي(1995)، *الدليل العملي لتطبيق ادارة الجودة الشاملة*، الشركة العربية للإعلام العلمي، القاهرة.
12. عبد الحفيظ مقدم(2003)، *الإحصاء والقياس النفسي والتربوي مع نماذج من المقاييس والاختبارات*، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
13. عبد القادر حللمي(2004)، *مدخل إلى الإحصاء*، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.

## قائمة المراجع

14. عمر وصفي عقيلي(2001)، المنهجية الكاملة لإدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان.
15. غربي علي(2006)، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط1، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر.
16. فيليب كوتلر وجاري أرمسترونغ(2007)، أساسيات التسويق، ترجمة مسرور ابراهيم علي، دار المريخ، الرياض.
17. مأمون سليمان الدرادكة(2006)، ادارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان.
18. موريس أنجرس(2004)، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، حيدرة، الجزائر.
19. ياسين سعد غالب(2005)، الإدارة الالكترونية وأفاق تطبيقاتها العربية، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية.
- ثانيا. القواميس:
20. ابراهيم مصطفى وآخرون(د. سنة)، المعجم الوسيط، ترجمة ابن سرور محمد أويس وعبد النصير علوي.
- ثالثا. الجرائد والمجلات:
21. أحمد الكبيسي(2008)، تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية، المجلة العربية 300، العدد التاسع والعشرون.
22. أحمد بن مويزة وآخرون،(ديسمبر 2021)، أثر أبعاد التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات البريدية دراسة استطلاعية لعينة من موظفي وكالات بريد الجزائر العاملة لمدينة الأغواط، مقال أبحاث ودراسات التنمية، جامعة برج بوعرييج، المجلد الثامن، العدد الثاني.
23. أحمد بوشناق وبوداوي فاطنة(ديسمبر 2018)، حدود التسيير العمومي الجديد كنموذج إصلاح للإدارة العامة في الجزائر، مجلة البديل الاقتصادي، مخبر سياسات التنمية الريفية في السهوب، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد الخامس، العدد الثاني.

## قائمة المراجع

24. أحمد بوعجيلة ونبيلة زويدي(2023)، فاعلية النظرية الاتصالية في التعليم، مقال منشور في مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، المجلد الحادي عشر، العدد الأول، جامعة قرطاج ، تونس.
25. أسماء كروان، (د.سنة)، وسائل الدفع الالكتروني وآليات حمايتها: الجزائر نموذجا، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد الثلاثون، الجزء الأول.
26. أمال وهبة وابتسام قارة(أفريل 2022)، التحول الرقمي في الجزائر بين الآفاق والتحديات، مقال منشور في مجلة البشائر الاقتصادية، جامعة بشار، المجلد الثامن، العدد الأول.
27. بريزة بوزعيب(2022)، الرقمنة ودورها في عصرنة التعليم العالي في الجزائر، مقال منشور في مجلة جودة الخدمة العمومية للدراسات السوسولوجية والتنمية الإدارية، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، المجلد الخامس، العدد الثاني.
28. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية (أكتوبر 2014)، العدد الثالث والستين.
29. الحبيب بن بلقاسم(2018)، توظيف الوسائط المتعددة في التعليم: مقارنة اتصالية، مقال منشور في مجلة الآداب، المجلد الثلاثين، العدد الثاني، جامعة الملك سعود، الرياض.
30. حبيبة زلاقي(جانفي 2018)، نظرية الدور من الأصول الاجتماعية والتوظيف في التحليل السياسي، مقال منشور في مجلة العلوم القانونية والسياسية، جامعة الواد ، العدد السابع عشر.
31. حسبية نايلي وهاجر لبادي(ديسمبر 2023)، جودة الخدمة الإلكترونية وأثرها على رضا العملاء: دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بقالمة، مقال منشور في مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة 2، عبد الحميد مهري، المجلد التاسع، العدد الثاني.
32. حمزة كواديك(2021)، دور تمكين العاملين في تحسين جودة الخدمات لتحقيق رضا الزبون، مقال منشور في مجلة الاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، مخبر التنمية المحلية المستدامة، جامعة المدية، المجلد الرابع، العدد الأول، الجزائر.
33. زهراء صادق(2016)، الدور الاستراتيجي للجودة في تحقيق رضا الزبون، مقال منشور في مجلة التنظيم والعمل جامعة بشار، المجلد الخامس، العدد الرابع، الجزائر.
34. سمية بلغيث (2019)، ضرورة حماية خصوصية مراسلات البريد الالكتروني في التشريع الجزائري، مقال منشور في مجلة الواحات للبحوث والدراسات، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، المجلد الثاني عشر، العدد الثاني.

## قائمة المراجع

35. الصالح بوعبدالله(2009)، قياس جودة الخدمة، مفاهيم وأدوات، مقال منشور في مجلة العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، جامعة المسيلة، العدد الثاني.
36. عائشة بنت أحمد الحسيني وشذا بنت عبد المحسن الخيال(2013)، أثر تطبيق أنظمة الإدارة الإلكترونية على الأداء الوظيفي، مقال منشور في المجلة العلمية لقطاع كليات التجارة، جامعة الأزهر، العدد العاشر.
37. عبد الأمير شياع ورحيم الموسوي(2017)، أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في اختيار المصارف التجارية، مقال منشور في مجلة الإدارة والاقتصاد، المجلد الثالث، العدد العاشر، العراق.
38. عبد العالي بن دبة ومرابط عياش عزوز(2016)، تكنولوجيا المعلومات والكفاءة المهنية للعامل، مجلة العلوم الاجتماعية، العدد17، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
39. عبد الوهاب ووهيبة طوال(2021)، أثر جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون، مقال منشور في المجلة الجزائرية للاقتصاد والتصرف، مخبر سياسات التنمية الريفية في المناطق السهبية بالجزائر، جامعة زيان عاشور، الجلفة، المجلد الخامس عشر، العدد الأول
40. علي رحال وإلهام يحيياوي(2001)، الجودة والسوق، مقال منشور في مجلة آفاق، المجلد الثاني عشر، العدد الخامس، جامعة باجي مختار، عنابة
41. العياشي زرزار(2010)، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وآثرها على النشاط الاقتصادي وظهور الاقتصاد الرقمي، مجلة البحوث والدراسات الإنسانية، المجلد 04، العدد 02، جامعة 20 أوت 55 سكيكدة، الجزائر
42. فاطنة بن ساعد(2023)، جودة الخدمات ودورها في تحسين مستويات رضا الزبون، مقال منشور في مجلة الابتكار والتسويق، جامعة جيلالي اليابس، بلعباس، المجلد العاشر، العدد الأول.
43. فضيل دليو(2005)، التحليل الإحصائي للبيانات الكمية والكيفية في العلوم الاجتماعية، مجلة الباحث الاجتماعي، العدد السابع.
44. محمد خثير وأسماء مرايمي(2017)، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مقال منشور في مجلة الريادات للاقتصاد والأعمال جامعة خميس مليانة، المجلد الثالث، العدد الأول.

## قائمة المراجع

45. مراد بولكعبيات(2023)، الإدارة الجزائرية والرقمنة ودورها في تطوير الاستثمار، مقال منشور في مجلة المفكر، جامعة محمد خيضر، بسكرة، المجلد الثامن عشر، العدد الأول.
46. معاد عريوة ومحمد خاوي(2017)، واقع وسائل الدفع الالكتروني في النظام البنكي الجزائري، مقال منشور في مجلة الدراسات الاقتصادية المعاصرة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، العدد الرابع.
47. نادية ضريفي( ديسمبر 2016)، جودة الخدمة العمومية، مقال منشور في مجلة الأستاذ الباحث للدراسات القانونية والسياسية، جامعة مسيلة، العدد الرابع.
48. نجيب بن سليمان والعربي بن حراث(2022)، قياس فجوة جودة الخدمة العمومية من وجهة نظر زبائن الإدارة الجبائية، مقال منشور في مجلة مجاميع المعرفة، جامعة بلحاج بو شعيب بعين تيموشنت، المجلد الثامن، العدد الأول، الجزائر.
49. نذير بوسهوه (ديسمبر 2023)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على جودة الخدمات البريدية، مقال منشور في مجلة البحوث الاقتصادية والمالية، المجلد العاشر، العدد الثاني.
50. نسيم لعرج مجاهد (ديسمبر 2021)، استراتيجية التحول الرقمي في ظل جائحة كورونا، مقال منشور في المجلة العلمية الجزائرية، مجلد 14، عدد 4، جامعة الجزائر 3، الجزائر.
51. نوارة حسين(2021)، الحق في البريد الالكتروني، مقال منشور في مجلة البحوث القانونية والاقتصادية، المركز الجامعي أفلو، المجلد الرابع، العدد الثاني.
- رابعا. الرسائل والأطروحات الجامعية:
52. أنيسة الدويك(2018)، مستوى جودة الخدمات المقدمة من شركات المصاعد الفلسطينية وسبل تطويرها، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية الدراسات العليا، جامعة الخليل.
53. بلبالي عبد النبي(2008-2009)، دور التسويق الداخلي في تحقيق جودة الخدمات المصرفية ثم كسب رضا الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، فرع علوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
54. حسان بوزيان(2013)، أثر جودة الخدمة على رضا الزبون، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة سعد دحلب، البلدة.

## قائمة المراجع

55. حكيم بن جروة(2007)، دور استراتيجية التسويق في تحسين مؤسسات الاتصال، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب، البليدة.
56. سمية عيد زعبوط(جانفي2022)، الرقمنة والعملية التعليمية، مقال منشور في مجلة ريماك الدولية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد الأول، المجلد الرابع.
57. سميرة منصور(2015)، الشباب الجزائري وعصر المعلومات، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص علم اجتماع التنمية، جامعة باجي مختار، عنابة.
58. سهيلة مهري(2005)، المكتبة الرقمية في الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص إعلام علمي وتقني، جامعة منتوري، قسنطينة.
59. عمار محمد زهير تيناوي(2018)، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، تخصص إدارة أعمال، الجامعة الافتراضية السورية.
60. فتيحة بوحروود(2006)، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة فرحات عباس، سطيف، الجزائر.
61. فضيلة شيروق(2010)، أثر التسويق الإلكتروني على جودة الخدمات المصرفية في الجزائر، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة.
62. فوزية صادقي(2021)، دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية بالجزائر، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص اعلام واتصال، جامعة قسنطينة3، قسنطينة.
63. محفوظ قطاوي (2021)، أثر برنامج تنموي لبعض أنواع الذكاء على مستوى التصرف الخططي الهجومي الفردي عند ناشئي كرة القدم فئة أقل من 15 سنة، أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه، تخصص التدريب الرياضي، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم
64. محمد بن سعيد محمد العريشي(2008): إمكانية تطبيق الإدارة الإلكترونية في الإدارة العامة للتربية والتعليم، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص الإدارة التربوية والتخطيط، جامعة أم القرى، مكة المكرمة.

## قائمة المراجع

65. مختار حماد(2007): تأثير الإدارة الالكترونية على إدارة المرفق العام وتطبيقاتها في الدول العربية، مذكرة مقدمة لنيل درجة الماجستير، تخصص التنظيم السياسي والإداري، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر.

### خامسا. الملتقيات:

66. أحمد بودشيشة (د.سنة)، وضعية المهارات الرقمية لدى الطلبة الجامعيين للاستجابة لمتطلبات التعليم عن بعد- طلبة الماستر، قسم العلوم الاجتماعية ، جامعة سكيكدة نموذجاً، الملتقى الدولي: رقمنة التعليم وتحديات العصرنة، جامعة 8 ماي 1945، قالمة.

67. سامية خواثره (2021)، الرقمنة ضمانة لجودة التعليم العالي والبحث العلمي وتحقيق التنمية المستدامة، أعمال الملتقى الدولي الافتراضي، الجزء 2، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة امحمد بقرة، بومرداس، الجزائر.

68. مداح عرايبي الحاج وجميلة مديوني(2011)، قياس جودة الخدمات المصرفية الإسلامية باستخدام نموذج Seruqual، تجربة المصارف الإسلامية بالمملكة الأردنية الهاشمية، الملتقى الدولي الأول بعنوان الاقتصاد الإسلامي، الواقع ورهانات المستقبل.

### سادسا. المطبوعات الجامعية:

69. حازم أحمد فراونة(2021)، جودة الخدمات، مطبوعة مقدمة للسنة الأولى ماستر تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أبي بكر بلقايد، تلمسان.

70. ناصر الدين بن أحسن(2021-2022)، إدارة علاقات الزبائن، مطبوعة موجهة لطلبة السنة الأولى ماستر، تخصص تسويق الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم العلوم التجارية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة.

### سابعا. المواقع الإلكترونية:

71. <https://www.poste.dz> تاريخ الدخول : 20224/04/29 الساعة 23:12 مساءً.

الملاحق

## الملاحق

الملحق رقم 01: قائمة الأساتذة المحكمين للاستمارة

اسم ولقب الأستاذ	الرتبة العلمية	المؤسسة الجامعية
ساسي هادف نجاه	أستاذ التعليم العالي	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
بودرمين محمد	أستاذ محاضر أ	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
بن سلامة زهية	أستاذ محاضر أ	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
بروش عبدالله	أستاذ محاضر أ	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة
زقليل شهرزاد	أستاذ محاضر أ	جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة

جامعة 20 أوت 1955 سكيكدة  
كلية العلوم الاجتماعية والعلوم الانسانية  
قسم العلوم الاجتماعية

استمارة بحث حول، موضوع:

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر

مديرية الوحدة الولائية للبريد سكيكدة أنموذجا

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع التنظيم والعمل

إشراف الأستاذة:

أ.د. منصورى سميرة

إعداد الطالبان:

بوحلوس نسرين

بوحلوس شهيرة

ملاحظة:

إن المعلومات الواردة في الاستمارة سرية، ولا تستعمل إلا لأغراض علمية.

ضع علامة (X) مكان الخيار المناسب.

المحور الأول: البيانات الديموغرافية

1. الجنس: ذكر ( ) أنثى ( )
2. السن: ..... سنة
3. المستوى التعليمي: ابتدائي ( ) متوسط ( ) ثانوي ( ) جامعي ( )
4. المهنة: .....
5. البيئة الجغرافية: ريف ( ) مدينة ( )
6. منذ متى تتعامل مع مؤسسة بريد الجزائر؟ .....
7. ما سبب التعامل؟  
سحب الراتب ( ) تحويل مبالغ مالية ( ) تسديد فواتير ( ) ايداع ( )  
أخرى، اذكرها.....
8. تتواصل مع المؤسسة، عن طريق:  
الحضور الشخصي ( ) البطاقات الالكترونية ( ) الايميل ( ) البريد الالكتروني ( )  
أخرى،  
تذكر.....

## الملاحق

### المحور الثاني: بيانات تتعلق بالتحول الرقمي و التقليل من الروتين والبيروقراطية

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الاتجاه العبارات	الرقم
					عمل التحول الرقمي الذي شهدته المؤسسة على تحويل الإدارة من تقليدية إلى حديثة	01
					ساهم التحول الرقمي في تقريب الإدارة من الزبائن	02
					أدى التحول الرقمي إلى تطوير الأجهزة المستعملة في خدمة الزبائن	03
					يقلل التحول الرقمي من استخدام الملفات الورقية	04
					ساهم التحول الرقمي في تسهيل المعاملات المالية لزبائن بريد الجزائر	05
					ساهم التحول الرقمي في التقليل من الأخطاء الواردة عند القيام بالتبادلات المالية الكبرى	06
					رفع التحول الرقمي من مستوى أمان التبادلات المالية خاصة مع استحداث *خدمة إنذار* التي تعلم الزبون بكل تغيير يحدث في حسابه	07
					زاد التحول الرقمي من دقة التبادلات المالية التي تتم عن بعد كخدمة الطرود البريدية	08
					توجد معوقات أثناء تلقي الخدمة بسبب هذا التحول الرقمي	09

## الملاحق

					يسعى التحول الرقمي لتوفير متطلبات الزبون بكل شفافية	10
					رفع التحول الرقمي من سهولة استخدام المعلومات الخاصة بالزبون في بريد الجزائر	11
					أرى أن هذه التجربة الرقمية لبريد الجزائر قد رفعت من جودة الخدمات المقدمة لزيائنها.	12

المحور الثالث: بيانات تتعلق بمساهمة وسائل الدفع الإلكتروني في توفير الجهد والوقت والمال

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الاتجاه العبارات	الرقم
					أواجه صعوبة في عملية الولوج لموقع الدفع الإلكتروني	01
					أواجه صعوبة في فهم واستخدام خطوات الدفع الإلكتروني	02
					يعتبر موقع الدفع الإلكتروني مناسباً	03
					المعلومات الإلكترونية واضحة لشرح آلية تقديم الخدمة	04
					هناك تنوع في وسائل الدفع الإلكتروني	05
					يعمل الامضاء الإلكتروني على تسوية المعاملات عن بعد وبالتالي توفير الجهد والوقت على الزبائن	06
					تساهم بطاقات الدفع الإلكتروني في تسهيل سحب الزبائن لأموالهم من حساباتهم الشخصية	07

## الملاحق

					تسهيل البطاقات الالكترونية البيع والشراء من خلال شبكة الأنترنت	08
					توفر البطاقات الالكترونية على اختلافها الأمان لحاملها من السرقة والاختلاس	09
					البطاقات الالكترونية سهلة الحمل والتخزين	10
					البطاقات الالكترونية غير قابلة للتلف السريع	11
					يمكن تغيير بيانات البطاقات الالكترونية دون الحاجة لتغييرها	12
					تسهيل الموزعات الآلية حصولك على أموالك في أي وقت.	13
					يوجد نقص في الموزعات الآلية على مستوى مركز البريد الذي أتعامل معه	14
					أرى أن ميزة الدفع الإلكتروني ميزة إيجابية للزبون	15

المحور الرابع: بيانات تتعلق بمساهمة البريد الإلكتروني في التدفق الجيد لأحدث المعلومات نحو الزبائن

غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الاتجاه العبارات	الرقم
					أغلب الرسائل التي أتلقاها من المؤسسة هي رسائل sms	01
					أغلب الرسائل التي أتلقاها من المؤسسة هي رسائل G.Mail	02

## الملاحق

					أغلب الرسائل التي أتلقاها من المؤسسة هي رسائل تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي	03
					أتلقي إعلانات من حين لآخر حول خدمات وعروض بريد الجزائر من خلال رسائل الكترونية	
					أستفيد من الإعلانات التي أتلقاها عبر الرسائل الإلكترونية المرسلة من طرف المؤسسة	05
					تمتاز الرسائل الإلكترونية المرسلة من طرف المؤسسة بالوضوح والبساطة	06
					الرسائل الإلكترونية المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر مناسبة من حيث محتواها	07
					تعمل الرسائل التي أتلقاها من بريد الجزائر على جعلني مطلعاً باستمرار على أحدث الخدمات التي تقدمها المؤسسة	08
					تساهم الرسائل المرسلة من المؤسسة في نشر الثقافة الرقمية حول كيفية الاستفادة من خدمات مؤسسة بريد الجزائر بالنسبة للزبائن	09
					ترفع هذه الرسائل من ثقة الزبائن في جودة خدمة مؤسسة بريد الجزائر	10
					أنا مهتم بتلقي هذه الرسائل الإلكترونية والاطلاع عليها	12

## الملاحق

---

أي ملاحظة أو إضافة تود ذكرها، دونها في الأسفل:

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

شكرا على تعاونكم

## الملاحق

الملحق رقم 03: دليل المقابلة

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر مديرية الوحدة الولائية للبريد  
سكيكدة أنموذجا

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة بمؤسسة بريد الجزائر مديرية الوحدة الولائية للبريد  
سكيكدة أنموذجا

### دليل المقابلات

#### المقابلة الأولى مع المدير الفرعي لخلية التفتيش

الجنس: ..... اسم الوظيفة: .....

الأقدمية: ..... تاريخ إجراء المقابلة: ..... ساعة إجراء المقابلة: .....

1- ماهي طبيعة نشاطكم؟

2- ماهي المهام المنوطة بمنصبكم؟

3- هل واجهتم صعوبات في الانتقال من المهام التقليدية لمنصبكم إلى المهام الرقمية؟

4- هل يتم اعتماد الرقمنة في كل تعاملاتكم الإدارية؟

5- ماهي أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في إدارتكم؟

## الملاحق

### المقابلة الثانية مع رئيس قسم الترحيل و التوزيع البريدي

الجنس: ..... اسم الوظيفة: .....  
الأقدمية: ..... تاريخ اجراء المقابلة: ..... ساعة اجراء المقابلة: .....  
.....

- 1- ماهي طبيعة نشاطكم؟
- 2- ماهي المهام المنوطة بمنصبكم؟
- 3- هل واجهتم صعوبات في الانتقال من المهام التقليدية لمنصبكم إلى المهام الرقمية؟
- 4- هل يتم اعتماد الرقمنة في كل تعاملاتكم الإدارية؟
- 5- ماهي أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في إدارتكم؟

### المقابلة الثالثة مع رئيس قسم الترحيل و التوزيع البريدي

الجنس: ..... اسم الوظيفة: .....  
الأقدمية: ..... تاريخ اجراء المقابلة: ..... ساعة اجراء المقابلة: .....  
.....

- 1- ماهي طبيعة نشاطكم؟
- 2- ماهي المهام المنوطة بمنصبكم؟
- 3- هل واجهتم صعوبات في الانتقال من المهام التقليدية لمنصبكم إلى المهام الرقمية؟
- 4- هل يتم اعتماد الرقمنة في كل تعاملاتكم الإدارية؟
- 5- ماهي أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في إدارتكم؟

## الملاحق

### المقابلة الرابعة مع رئيس قسم الوسائل العامة

الجنس: ..... اسم الوظيفة: .....  
الأقدمية: ..... تاريخ اجراء المقابلة: ..... ساعة اجراء المقابلة: .....  
.....

- 1- ماهي طبيعة نشاطكم؟
- 2- ماهي المهام المنوطة بمنصبكم؟
- 3- هل واجهتم صعوبات في الإنتقال من المهام التقليدية لمنصبكم إلى المهام الرقمية؟
- 4- هل يتم إعتمااد الرقمنة في كل تعاملاتكم الإدارية؟
- 5- ماهي أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في إدارتكم؟

### المقابلة الخامسة مع رئيس قسم المحاسبة البريدية

الجنس: ..... اسم الوظيفة: .....  
الأقدمية: ..... تاريخ اجراء المقابلة: ..... ساعة اجراء المقابلة: .....  
.....

- 1- ماهي طبيعة نشاطكم؟
- 2- ماهي المهام المنوطة بمنصبكم؟
- 3- هل واجهتم صعوبات في الإنتقال من المهام التقليدية لمنصبكم إلى المهام الرقمية؟
- 4- هل يتم إعتمااد الرقمنة في كل تعاملاتكم الإدارية؟
- 5- ماهي أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في إدارتكم؟

## الملاحق

المقابلة السادسة مع رئيس قسم الخدمات البريدية

المنتجات المتنوعة

الجنس: ..... اسم الوظيفة: .....

الأقدمية: ..... تاريخ اجراء المقابلة: ..... ساعة اجراء المقابلة: .....

.....

1- ماهي طبيعة نشاطكم؟

2- ماهي المهام المنوطة بمنصبكم؟

3- هل واجهتم صعوبات في الانتقال من المهام التقليدية لمنصبكم إلى المهام الرقمية؟

4- هل يتم اعتماد الرقمنة في كل تعاملاتكم الإدارية؟

5- ماهي أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في إدارتكم؟

المقابلة السادسة مع رئيس قسم الخدمات المالية

الجنس: ..... اسم الوظيفة: .....

الأقدمية: ..... تاريخ اجراء المقابلة: ..... ساعة اجراء المقابلة: .....

.....

1- ماهي طبيعة نشاطكم؟

2- ماهي المهام المنوطة بمنصبكم؟

3- هل واجهتم صعوبات في الانتقال من المهام التقليدية لمنصبكم إلى المهام الرقمية؟

4- هل يتم اعتماد الرقمنة في كل تعاملاتكم الإدارية؟

5- ماهي أهم التقنيات الرقمية المستخدمة في إدارتكم؟

## الملاحق

الملحق رقم 04: مستخرجات برنامج الحزم الإحصائية spss

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.583	40

### - Frequency Table

#### الجنس

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ذكر	37	61,7	61,7	61,7
أنثى	23	38,3	38,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

#### السن

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 23	2	3,3	3,3	3,3
24	2	3,3	3,3	6,7
25	1	1,7	1,7	8,3
27	1	1,7	1,7	10,0
28	2	3,3	3,3	13,3
30	1	1,7	1,7	15,0
32	1	1,7	1,7	16,7
33	2	3,3	3,3	20,0
35	3	5,0	5,0	25,0
36	1	1,7	1,7	26,7
38	4	6,7	6,7	33,3
39	1	1,7	1,7	35,0
42	3	5,0	5,0	40,0
43	1	1,7	1,7	41,7
44	1	1,7	1,7	43,3

## الملاحق

45	1	1,7	1,7	45,0
47	1	1,7	1,7	46,7
48	4	6,7	6,7	53,3
49	4	6,7	6,7	60,0
50	1	1,7	1,7	61,7
58	3	5,0	5,0	66,7
59	1	1,7	1,7	68,3
60	1	1,7	1,7	70,0
65	5	8,3	8,3	78,3
66	1	1,7	1,7	80,0
67	2	3,3	3,3	83,3
68	4	6,7	6,7	90,0
70	3	5,0	5,0	95,0
72	1	1,7	1,7	96,7
74	1	1,7	1,7	98,3
75	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-

-

### التعليمي المستوى

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ابتدائي	10	16,7	16,7	16,7
متوسط	12	20,0	20,0	36,7
ثانوي	18	30,0	30,0	66,7
جامعي	20	33,3	33,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-

-

### المهنة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid أستاذ	2	3,3	3,3	3,3
أستاذة	1	1,7	1,7	5,0
تاجر	1	1,7	1,7	6,7
حارس	3	5,0	5,0	11,7
دركي	3	5,0	5,0	16,7
شرطي	2	3,3	3,3	20,0

## الملاحق

طالب	4	6,7	6,7	26,7
عامل	1	1,7	1,7	28,3
حر عمل	9	15,0	15,0	43,3
شيئ لا	2	3,3	3,3	46,7
متقاعد	18	30,0	30,0	76,7
متقاعدة	3	5,0	5,0	81,7
معلمة	1	1,7	1,7	83,3
ممرضة	1	1,7	1,7	85,0
موظف	2	3,3	3,3	88,3
البلدية في موظف	1	1,7	1,7	90,0
موظفة	6	10,0	10,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-

-

### الجغرافية البيئة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ريف	13	21,7	21,7	21,7
مدينة	47	78,3	78,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-

-

### التعامل مدة

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 5 سنوات	1	1,7	1,7	1,7
6 سنوات	1	1,7	1,7	3,3
12 سنوات	1	1,7	1,7	5,0
17 سنوات	1	1,7	1,7	6,7
18 سنوات	1	1,7	1,7	8,3
24 سنوات	1	1,7	1,7	10,0
40 سنوات	3	5,0	5,0	15,0
43 سنوات	1	1,7	1,7	16,7
45 سنوات	1	1,7	1,7	18,3
6 سنوات	1	1,7	1,7	20,0
8 سنوات	1	1,7	1,7	21,7
41سنوات	1	1,7	1,7	23,3
46سنوات	1	1,7	1,7	25,0

## الملاحق

10	1	1,7	1,7	26,7
12	1	1,7	1,7	28,3
14	3	5,0	5,0	33,3
15	5	8,3	8,3	41,7
17	2	3,3	3,3	45,0
سنة 17	2	3,3	3,3	48,3
18	2	3,3	3,3	51,7
20	2	3,3	3,3	55,0
22	1	1,7	1,7	56,7
سنة 22	2	3,3	3,3	60,0
24	1	1,7	1,7	61,7
سنة 28	1	1,7	1,7	63,3
سنة 30	1	1,7	1,7	65,0
سنة 31	1	1,7	1,7	66,7
33	1	1,7	1,7	68,3
سنة 34	1	1,7	1,7	70,0
35	2	3,3	3,3	73,3
سنة 37	1	1,7	1,7	75,0
38	1	1,7	1,7	76,7
40	2	3,3	3,3	80,0
سنة 40	1	1,7	1,7	81,7
سنة 42	1	1,7	1,7	83,3
45	3	5,0	5,0	88,3
سنة 46	1	1,7	1,7	90,0
5	2	3,3	3,3	93,3
سنوات 5	3	5,0	5,0	98,3
7	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### تكرار أسباب التعامل \$ Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
الراتب سحب <sup>a</sup> التعامل سبب	47	45,2%	78,3%
مالية مبالغ تحويل	12	11,5%	20,0%
فواتير تسديد	34	32,7%	56,7%
إيداع	7	6,7%	11,7%
أخرى	4	3,8%	6,7%

## الملاحق

Total	104	100,0%	173,3%
-------	-----	--------	--------

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

### التواصل مع المؤسسة \$ Frequencies

	Responses		Percent of Cases
	N	Percent	
الشخصي الحضور <sup>a</sup> المؤسسة مع التواصل	60	58,3%	100,0%
الالكترونية البطاقات	36	35,0%	60,0%
الالكتروني البريد	7	6,8%	11,7%
Total	103	100,0%	171,7%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3,3	3,3	3,3
3	5	8,3	8,3	11,7
4	26	43,3	43,3	55,0
5	27	45,0	45,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
2	6	10,0	10,0	11,7
3	5	8,3	8,3	20,0
4	25	41,7	41,7	61,7
5	23	38,3	38,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
2	5	8,3	8,3	10,0
3	6	10,0	10,0	20,0
4	23	38,3	38,3	58,3

## الملاحق

5	25	41,7	41,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### 4 س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3,3	3,3	3,3
3	11	18,3	18,3	21,7
4	28	46,7	46,7	68,3
5	19	31,7	31,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### 5 س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
3	10	16,7	16,7	18,3
4	27	45,0	45,0	63,3
5	22	36,7	36,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### 6 س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	7	11,7	11,7	11,7
4	22	36,7	36,7	48,3
5	31	51,7	51,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### 7 س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1,7	1,7	1,7
3	9	15,0	15,0	16,7

## الملاحق

4	23	38,3	38,3	55,0
5	27	45,0	45,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### 8 س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	13,3	13,3	13,3
4	25	41,7	41,7	55,0
5	27	45,0	45,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### 9 س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	5,0	5,0	5,0
3	8	13,3	13,3	18,3
4	19	31,7	31,7	50,0
5	30	50,0	50,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### 10 س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	13	21,7	21,7	21,7
4	26	43,3	43,3	65,0
5	21	35,0	35,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### 11 س

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	15,0	15,0	15,0

## الملاحق

3	8	13,3	13,3	28,3
4	20	33,3	33,3	61,7
5	23	38,3	38,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### س12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
2	3	5,0	5,0	6,7
3	12	20,0	20,0	26,7
4	25	41,7	41,7	68,3
5	19	31,7	31,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### س13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	21	35,0	35,0	35,0
2	8	13,3	13,3	48,3
3	6	10,0	10,0	58,3
4	11	18,3	18,3	76,7
5	14	23,3	23,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### س14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	8,3	8,3	8,3
3	5	8,3	8,3	16,7
4	24	40,0	40,0	56,7
5	26	43,3	43,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

## الملاحق

س15

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
2	2	3,3	3,3	5,0
3	5	8,3	8,3	13,3
4	23	38,3	38,3	51,7
5	29	48,3	48,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

س16

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	3,3	3,3	3,3
2	10	16,7	16,7	20,0
3	5	8,3	8,3	28,3
4	18	30,0	30,0	58,3
5	25	41,7	41,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

س17

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
2	2	3,3	3,3	5,0
3	5	8,3	8,3	13,3
4	26	43,3	43,3	56,7
5	26	43,3	43,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

س18

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	1	1,7	1,7	1,7

## الملاحق

4	24	40,0	40,0	41,7
5	35	58,3	58,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س19

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
3	6	10,0	10,0	11,7
4	24	40,0	40,0	51,7
5	28	46,7	46,7	98,3
6	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س20

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1,7	1,7	1,7
3	3	5,0	5,0	6,7
4	26	43,3	43,3	50,0
5	30	50,0	50,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	9	15,0	15,0	15,0
3	8	13,3	13,3	28,3
4	23	38,3	38,3	66,7
5	20	33,3	33,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س22

## الملاحق

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	8,3	8,3	8,3
3	7	11,7	11,7	20,0
4	22	36,7	36,7	56,7
5	26	43,3	43,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-

-

### س23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3,3	3,3	3,3
3	8	13,3	13,3	16,7
4	28	46,7	46,7	63,3
5	22	36,7	36,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-

-

### س24

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
3	3	5,0	5,0	6,7
4	25	41,7	41,7	48,3
5	31	51,7	51,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-

-

### س25

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	6,7	6,7	6,7
3	4	6,7	6,7	13,3
4	25	41,7	41,7	55,0
5	27	45,0	45,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

## الملاحق

س26

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1,7	1,7	1,7
3	7	11,7	11,7	13,3
4	23	38,3	38,3	51,7
5	29	48,3	48,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

س27

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	6,7	6,7	6,7
3	2	3,3	3,3	10,0
4	31	51,7	51,7	61,7
5	23	38,3	38,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

س28

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	46	76,7	76,7	76,7
2	13	21,7	21,7	98,3
3	1	1,7	1,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

س29

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	31	51,7	51,7	51,7
2	26	43,3	43,3	95,0
3	3	5,0	5,0	100,0

## الملاحق

Total	60	100,0	100,0
-------	----	-------	-------

-  
-

### س30

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	6,7	6,7	6,7
2	3	5,0	5,0	11,7
3	6	10,0	10,0	21,7
4	26	43,3	43,3	65,0
5	21	35,0	35,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س31

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	6	10,0	10,0	10,0
4	27	45,0	45,0	55,0
5	27	45,0	45,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س32

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	3,3	3,3	3,3
3	8	13,3	13,3	16,7
4	30	50,0	50,0	66,7
5	20	33,3	33,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

-  
-

### س33

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	1,7	1,7	1,7

## الملاحق

3	9	15,0	15,0	16,7
4	27	45,0	45,0	61,7
5	23	38,3	38,3	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### س34

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
2	3	5,0	5,0	6,7
3	1	1,7	1,7	8,3
4	28	46,7	46,7	55,0
5	27	45,0	45,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### س35

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
2	5	8,3	8,3	10,0
3	5	8,3	8,3	18,3
4	24	40,0	40,0	58,3
5	25	41,7	41,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

### س36

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	8,3	8,3	8,3
3	2	3,3	3,3	11,7
4	31	51,7	51,7	63,3
5	22	36,7	36,7	100,0
Total	60	100,0	100,0	

## الملاحق

س37

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1,7	1,7	1,7
2	1	1,7	1,7	3,3
3	6	10,0	10,0	13,3
4	22	36,7	36,7	50,0
5	30	50,0	50,0	100,0
Total	60	100,0	100,0	

المتوسط الحسابي (mean) الإنحراف المعياري (Std. Deviation)

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
س 1	60	4,30	,766
س 2	60	4,05	1,016
س 3	60	4,10	1,003
س 4	60	4,07	,800
س 5	60	4,15	,820
س 6	60	4,40	,694
س 7	60	4,27	,778
س 8	60	4,32	,701
س 9	60	4,27	,880
س 10	60	4,13	,747
س 11	60	3,95	1,064
س 12	60	3,97	,938
س 13	60	2,82	1,631
س 14	60	4,18	,911
س 15	60	4,28	,885
س 16	60	3,90	1,217
س 17	60	4,23	,871
س 18	60	4,57	,533
س 19	60	4,35	,820
س 20	60	4,42	,671
س 21	60	3,90	1,037
س 22	60	4,15	,936
س 23	60	4,17	,785
س 24	60	4,42	,743
س 25	60	4,25	,856
س 26	60	4,33	,752

## الملاحق

س27	60	4,22	,804
س28	60	1,25	,474
س29	60	1,53	,596
س30	60	3,95	1,126
س31	60	4,35	,659
س32	60	4,13	,769
س33	60	4,20	,755
س34	60	4,28	,865
س35	60	4,12	,993
س36	60	4,17	,847
س37	60	4,32	,854
المحور2	60	4,1818	,37352
المحور3	60	4,1289	,28572
المحور4	60	3,6833	,26910
Valid N (listwise)	60		

### Correlations

		المحور2	جودة الخدمة
المحور2	Pearson Correlation	1	,135
	Sig. (2-tailed)		,304
	N	60	60
جودة الخدمة	Pearson Correlation	,135	1
	Sig. (2-tailed)	,304	
	N	60	60

الفرضية الجزئية 1

### Correlations

		المحور2	المحور3
المحور2	Pearson Correlation	1	,048
	Sig. (2-tailed)		,715
	N	60	60
المحور3	Pearson Correlation	,048	1
	Sig. (2-tailed)	,715	
	N	60	60

الفرضية 2

## الملاحق

### Correlations

		المحور2	المحور4
المحور2	Pearson Correlation	1	,171
	Sig. (2-tailed)		,190
	N	60	60
المحور4	Pearson Correlation	,171	1
	Sig. (2-tailed)	,190	
	N	60	60

## الهيكل التنظيمي لمديرية الوحدة الولائية للبريد سكبكة

