جامعة يحي فارس بالمدية
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية
وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير

الموضـــوع:

دور الأتمتة في تفعـيل جودة الخدمـة

دراسة حالة بريد الجزائر وكالة المديـة

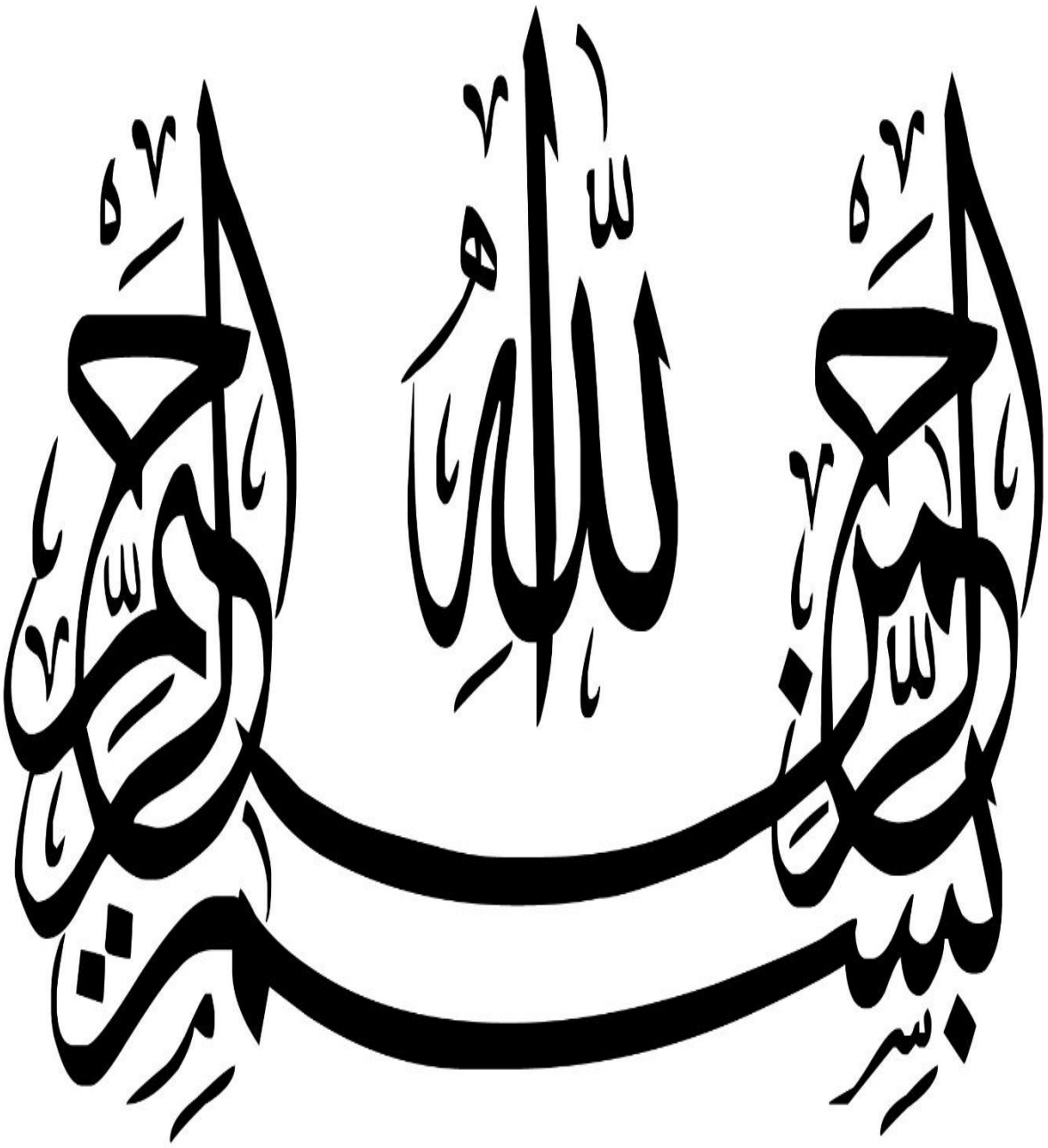
مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علـوم التسييـر

تخصص: إدارة مالية

من إعداد الطالبة:
داود نسـرين

تحت إشراف الأستاذ:
زاهـي محمد أمـين

السنة الجامعية: 2018 / 2019


بسم الله الرحمن الرحيم

كلمة شكر

الحمد لله الذي أعاننا على طلب العلم وأعاننا على تخطي دروب المشقة

في طلبه، الحمد لله الذي منحنا الصبر والإرادة

في إنجاز علمنا هذا.

لعله من باب الاعتراف بالصنيع العلمي أن نتقدم بأخلص الشكر وأوفاه للأستاذ

الفاضل محمد على مساعدته لنا ونصحه وتوجيهه الذي تفضل

بإشرافه على هذا البحث فجزاه الله عنا كل خير فله منا

كل التقدير والاحترام.

ونشكر كل من أشعل شمعة في دروب علمنا، وإلى من وقف

على المنابر وأعطى من حصيلة فكره

لينير دربنا

(أساتذة كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التجارية و علوم التسيير).

وأشكر كل من ساعدنا على إنجاز هذا البحث العلمي

ومد لنا يد العون ولو بكلمة.

إهداء

اللهم اجعل هذا العمل خالصا لوجهك يا رب لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت
و لا باليأس إذا فشلت وذّكرني دائماً أن الفشل من التجارب التي تسبق النجاح.
يا رب إذا أعطيتني نجاحاً لا تفقد في تواضعي و إذا أعطيتني تواضعاً لا تفقدني إعتزازي بكرامتي و اجعلني من الذين إذا أعطوا شكروا
وإذا أوذوا فيك صبروا وإذا أذنبوا إستغفروا
و إذا تقلبت بهم الأيام اعتبروا .....

آمين يا رب العالمين

اهدي ثمرة جهدي إلى فيض الحنان و ينبوع المحبة و أحق الناس بصحبة أمي أمي أمي ومشجعتي و الداعية لي بالخير و النجاح أينما حللت إلى مصدر فخري
وإعتزازي إلى من غرس فينا حب التعلم و الكفاح وشقى من أجل أن نسير في طريق النجاح :
أبي العزيـــز

إلى الشجرة المباركة التي أستفي بضلالها و كنز حياتي زوجي العزيز

و أتقم بالشكر إلى الأستاذ والصديق " محمد " وإلى كل السائرين في طريق الخير
والعلم و إنارة العقول .

وإلى كل من نساهم قلمي و يذكرهم عقلي

تشكري و لكن تنزع.....

نسرين . . .

فهرس المحتويات

فهرس المحتويــات

الشكـر	–
الإهـداء	–
قائمة الجداول	–
قائـمة الأشكال	–
قائـمة الملاحـق	–
ملخص	–
مقدمة عامة	أ
الفصل الأول: مدخل الأتمتة	
تمهيـد	01
المبحث الأول: عموميات حول الأتمتة	02
المطلب الأول: مفاهيم حول التكنولوجيا	02
المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي للمعلومات	04
المطلب الثالث: مفاهيم حول نظام المعلومات	09
المبحث الثانــي: مفاهيم حول الاتصال	13
المطلب الأول: نشأة ومفهوم الاتصال	13
المطلب الثاني: أهداف الاتصال في المؤسسة	21
المطلب الثالث: شبكات الاتصال	22
المبحث الثالــث: ماهية تكنولوجيات المعلومات	27
المطلب الأول: مفاهيم حول الأتمتة	27
المطلب الثاني: تكنولوجيات الشبكات الخاصة	34
المطلب الثالث: تكنولوجيات الشبكات العامة	40
المطلب الرابع: أهداف تطبيق واستخدام نظام الأتمتة	45
خلاصة الفصل الأول	47
الفصل الثاني: علاقة الأتمتة بجودة الخدمة	
تمهيـد	48

المبحث الأول: الأسس النظرية لجودة الخدمة	49
المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الجودة	49
المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول الخدمة	54
المطلب الثالث: مراحل تحقيق الجودة في تقديم الخدمة	64
المبحث الثانـــي: تحسين جودة الخدمة	73
المطلب الأول: نظام القيادة وعلاقته مع الزبائن	73
المطلب الثاني: تقييم جودة الخدمة	74
المطلب الثالث: نماذج تقييم جودة الخدمة	74
المبحث الثالـث: علاقة الأتمتة بجودة الخدمة	78
المطلب الأول: الأتمتة ودورها في تحسين جودة الخدمة	78
المطلب الثاني: اثر الأتمتة على المزيج التسويق	82
خلاصة الفصل الثانـــي	83
الفصل الثالث: دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بالمدية	
تمهيـد	84
المبحث الأول: تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر وخدماتها	85
المطلب الأول: تعريف بمؤسسة بريد الجزائر	85
المطلب الثاني: خدمات مؤسسة بريد الجزائر	103
المبحث الثاني: واقع الأتمتة المستخدمة في المؤسسة	109
المطلب الأول: تجهيزات المعلوماتية المتوفرة في المؤسسة	109
المطلب الثاني: الشبكة المعلوماتية وتطبيقاتها في المؤسسة	113
المبحث الثالـث: عرض وتحليل الاستبيان	119
المطلب الأول: الاستبيان	119
المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستمارة الموجهة إلى الزبائن مؤسسة بريد الجزائر بالمدية	122
المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الاستمارة الموجهة إلى موظفين مؤسسة بريد الجزائر بالمدية	130

خلاصة الفصل الثالث	146
خاتمة	147
المراجع	–
الملاحق	–

قائمة الجداول

قائمة الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
1	أهم الفروقات بين الانترنت والانترانت .	**37**
2	العلاقة بين الانترنت والانترانت و الاكسترانت .	**40**
3	الموزع الآلي للأوراق النقدية D.A.B .	**111**
4	الشباك الآلي للأوراق G.A.B .	**112**
5	الإستبيانات الموزعة والمسترجعة	**121**
6	توزيع العينة حسب الجنس	**122**
7	توزيع العينة حسب السن	**123**
8	توزيع العينة حسب المؤهل العلمي	**124**
9	توزيع العينة حسب سنوات الخبرة	**125**
10	الإحصائيات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر التعاطف	**127**
11	توزيع العينة حسب الجنس	**130**
12	توزيع العينة حسب السن	**131**
13	توزيع العينة حسب المؤهل العلمي	**133**

14	توزيع العينة حسب سنوات الخبرة	**134**
15	توزيع العينة حسب عدة دورات تدريبية	**135**
16	مستخدمي الانترنت داخل المؤسسة	**136**
17	استخدامات الانترنت في المؤسسة	**138**
18	وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها	**139**
19	الرتب لمتغير الخبرة في مجال الأتمتة	**141**
20	أسباب إنشاء الموقع الإلكتروني للمؤسسة	**142**
21	فوائد متحصلة جراء استخدام الأتمتة والاتصال في المؤسسة.	**144**

قائمة الأشكـال

قائـمة الأشكـــال:

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
1	تطور العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة .	05
2	خطوات / عناصر عملية الاتصال .	18
3	الاتصال السلسلة.	23
4	شبكة الاتصال الدائرية.	23
5	الأنواع الأربعة للاتصال.	24
6	شبكة العجلة	25
7	شبكة الاتصال الشمولي (النجمة) أو القنوات متعددة.	26
8	شبكة الاتصال على شكل Y .	26
9	لفتح باب المعبد عن بعد والموضحة في المحاولات لانجاز نظام مؤتمت وفق المعايير الحالية.	28
10	مكونات شبكة الانترنت.	45
11	أهداف الجودة .	56
12	مثلث مستويات الخدمة .	59
13	نظام اليقظة في الجودة الخدمة .	65
14	المظهر العام للخدمة للتنظيم سيرورة أداء الخدمة.	66

15	نظام الإصغاء للزبون بهدف التحسين .	68
16	نظام التقييم والتحسين بهدف تطوير النشاط .	69
17	حلقة تحسين جودة الخدمة .	71
18	نموذج الفجوة لتقييم جودة .	76
19	الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على مستوى المركزية .	95
20	مخطط تنظيمي للوحدات الولائية للمكاتب حسب الدرجات .	96
21	الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر بالمدية .	102
22	الصفحة الرئيسية لموقع مؤسسة بريد الجزائر	115
23	توزيع العينة حسب الجنس	123
24	توزيع العينة حسب السن	124
25	توزيع العينة حسب المؤهل العلمي	125
26	توزيع العينة حسب سنوات الخبرة	126
27	توزيع العينة حسب الجنس	131
28	توزيع العينة حسب السن	132
29	توزيع العينة حسب المؤهل العلمي	133
30	توزيع العينة حسب سنوات الخبرة	134
31	توزيع العينة حسب عدة دورات تدريبية	135

32	مستخدمي الانترنت داخل المؤسسة	**136**
33	استخدامات الانترنت في المؤسسة	**138**
34	وسائل التعامل المؤسسة مع زبائنها	**140**
35	الرتب لمتغير الخبرة في مجال الأتمتة	**141**
36	أسباب إنشاء الموقع الالكتروني للمؤسسة	**143**

قائمة الملاحق

قائـمـة المـلاحـق:

رقم الملحق	عنوان الملحـق
1	الاستبيان الموزع على عينة الزبائن
2	الاستبيان الموزع على عينة الموظفين

ملـخص:

تناولنا في بحثنا هذا دور الأتمتة في تحسين جودة الخدمة الذي تم شرحه عن طريق انتهاج المنهجية الوصفية التحليلية وذلك من خلال تقسيمه إلى عدة فصول الفصل الأول مدخل للأتمتة والاتصال.

والفصل الثاني علاقة الأتمتة بجودة الخدمة

أما الفصل الثالث دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بالمدية .

وخلصت الدراسة إلى أهم النقاط المتمثلة في :

- تسعى مؤسسة بريد الجزائر إلى تطبيق الأتمتة وهذا من أجل تحسين جودة خدماتها.
- أصبحت المنظمات المعاصرة تهتم بالأتمتة والاتصال لأنها تعتبر المورد الأساسي للمنظمة.
- كما أكدت الدراسة أن آراء عمال بريد الجزائر بالمدية لا تختلف حول مدى وفرة متطلبات تطبيق الأتمتة والاتصال حسب العوامل الشخصية (الجنس، العمر، الوظيفة)، بينما رصدنا الاختلاف في الآراء حسب المستوى الدراسي.

الكلمات المفتاحية: الأتمتة، التكنولوجيا المعلومات، جودة الخدمة .

Résumé:

Dans notre recherche, nous avons discuté du rôle de l'automatisation dans l'amélioration de la qualité de service décrite En adoptant une méta-méthodologie analytique en la divisant en plusieurs chapitres du Chapitre I Introduction à l'automatisation et à la communication.

Le deuxième chapitre concerne l'automatisation de la qualité de service Le troisième chapitre est une étude du cas de la poste algérienne à Médéa

L'étude a conclu les points les plus importants:

- La Poste algérienne cherche à mettre en place une automatisation afin d'améliorer la qualité de ses services.
- Les organisations contemporaines s'intéressent à l'automatisation et à la communication parce qu'elles sont considérées comme le fournisseur

De l'organisation.

L'étude a également confirmé que les opinions des employés des postes algériens à Médéa ne différaient pas quant à la disponibilité des exigences en matière d'automatisation et de communication en fonction de facteurs personnels (genre, âge, profession).

Mots-clés: automatisation, technologie de l'information, qualité de service.

مقدمـــــــــة عامـة

مقدمة عامة:

شهدت الأتمتة خلال السنوات الأخيرة تطورات سريعة وتأثيرات مباشرة للثورة الرقمية على نمط الحياة الإنسانية على الأصعدة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية تجعل التنمية الاقتصادية مرتبطة إلى حد كبير بمدى قدرة الدول على مسايرة هذه التحولات والتحكم فيها قصد استغلال الإمكانات المتوفرة والمتجددة، مما جعلت الاقتصاد يستفيد من السرعة والفعالية التي توفرها له نتيجة لهذا التطورات .

أصبحت الأتمتة تحتل مكانة واسعة وذات أهمية على جميع الأصعدة.

ومن هذا المنطق أصبحت المؤسسات بمختلف أشكالها وأحجامها تعيش في بيئة تتسم بالديناميكية وسرعة التغير خاصة في المجال التكنولوجيا، فبعد أن كان الاقتصاد يعتمد

في نموه على عوامل تقليدية من رأسمال، يد عاملة ومواد خام، برزت التكنولوجيا كعامل مؤثر في جميع المهام داخل المؤسسة تلك المتعلقة بجمع ومعالجة المعلومات وبثها أو ما يعرف بالأتمتة من اجل تحقيق أهداف معينة.

إن تطبيق هذه الوسائل يعمل بدورها في تحسين جودة الخدمة المقدمة بحيث تكون قادرة على الوفاء باحتياجات الزبون ورغباته وبالشكل الذي يتفق مع توقعاته، وهذا يرتكز على وجود عنصر بشري مؤهل في تقديم خدمة ذات جودة عالية كما يجب أن يكون مدرب على كيفية استخدام الأتمتة في البريد لكسب لرضا الزبائن .

مما سبق يمكن طرح الإشكالية التالية:

1 -إشكالية البحث:

–ما مدى مساهمة الأتمتة في تحسين جودة الخدمة في مؤسسة بريد الجزائر؟

- **التساؤلات الفرعية:**

-ما مفهوم الأتمتة في ظل ثورة المعلومات ؟

-هل استخدام الأتمتة من سمات المنظمة المعاصرة ؟

-ما مدى تطبيق مؤسسة بريد الجزائر (المدية) للأتمتة في تحسين جودة الخدمة ؟

2 -فرضيات البحث:

قصد الإجابة على هذه الأسئلة وكمنطلق لهذا البحث يمكننا تحديد الفرضيات التالية :

-تساهم الأتمتة في تحسين جودة الخدمة.

-تسعى مؤسسة بريد الجزائر المدية إلى تطبيق الأتمتة لتحسين جودة الخدمة.

-جودة الخدمة تتمثل في مجمل أبعاد جودة الخدمة، وتساهم الأتمتة في تحسين جودة الخدمة من خلال الاستخدام العقلاني لهذه التكنولوجيات.

3 -أهمية البحث:

تستمد أهمية الدراسة من الأهمية التي تكتسبها مؤسسة بريد الجزائر في المجتمع باعتبارها تقدم خدمات لا يمكن الاستغناء عنها وبالتالي سعت مؤسسة بريد الجزائر جاهدة لمسايرة التطورات الحديثة في مجال الأتمتة لنهوض بخدماتها من خلال تعميم شبكة الإعلام آلي وترقية الوسائل الالكترونية ومنه يمكن لنتائج الدراسة أن تكون ذات أهمية للمؤسسة.

4 -أهداف البحث:

-التعرف على دور الأتمتة في تحسين جودة الخدمة.

-التعرف على أهم الخدمات الممنوحة لزبائن المؤسسة لتسهيل معاملاتها.

-إبراز مدى تطبيق الأتمتة في مؤسسة بريد الجزائر.

-أن يكون إضافة جديدة ومساهمة في إثراء المكتبة وتبصير القارئين بما أخذته الأتمتة في العالم الأعمال.

5 -مجال وحدود البحث:

-الحدود المكانية: مؤسسة بريد الجزائر بالمدية.

-الحدود الزمنية: أجريت هذه الدراسة خلال 01 / 02 / 2019 **إلى:** 10 / 06 / 2019.

-الحدود البشرية: هم أفراد العاملون بمؤسسة بريد الجزائر بالمدية ولد إمام.

6 -منهج البحث:

-**المنهج المتبع في الدراسة:** من أجل الإجابة على الإشكالية المطروحة سابقا اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي للإلمام بالجانب النظري للدراسة بالاعتماد على المراجع المتاحة سواء كانت باللغة العربية أو اللغات الأجنبية التي تناولت موضوع البحث متمثلة في الكتب، الملتقيات، مواقع الانترنت، والكتب بغية إثراء الموضوع وإضفاء مصداقية.

-والمنهج الإحصائي التحليلي للإلمام بالجانب التطبيقي للدراسة مؤسسة بريد الجزائر بالمدية .

- **وسائل وأدوات البحث:**

لقد اعتمدنا في جميع البيانات والمعلومات على مجموعة من الوسائل والأدوات في الجانبين النظري والتطبيقي :

أ. **الجانب النظري:** للحصول على المعلومات تم الاعتماد على: الكتب والمجلات والمذكرات ومختلف المصادر والوثائق التي لها صلة بالموضوع، بالإضافة إلى الانترنت باعتبارها عنصر مهم للحصول على المعلومات.

ب. الجانب التطبيقي: في الجانب التطبيقي تم الاعتماد على:

- الاستبيان لجمع البيانات من العينة المختارة في الدراسة بهدف كشف العلاقة بين المتغيرين.
- المقابلة الشخصية مع الموظفين وبعض المسؤولين.
- الجداول لعرض المتغيرات وتفريغ الاستبيانات الموزعة على أفراد العينة.

7 -أسباب اختيار الموضوع:

لقد تم اختيار هذا الموضوع وذلك لعدة أسباب نذكر منها:

-اعتبار موضوع الأتمتة من أهم المواضيع الحديثة التي يفرض نفسه على الساحة العلمية والعملية لأنه يواكب التطورات الحديثة.

- الدور الذي تلعبه الأتمتة ومساهمتها في تحسين جودة الخدمة.

-بحكم التخصص العلمي الذي يتماشى مع الموضوع.

8 -منهج البحث والأدوات المستخدمة:

لدراسة هذا الموضوع ارتأينا أن نتبع المنهج الوصفي من خلال إعطاء بعض التعاريف عن الأتمتة ومعالجة مختلف جوانبها والأفكار المتعلقة بها، وكذلك المنهج التحليلي انطلاقا من القيام بعرض مختلف التوجهات وعرض الحالة التي سيتم معالجتها، وبالتالي الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على تجميع الحقائق والمعلومات ثم مقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة.

وقد استخدمنا مجموعة من الأدوات أهمها:

- **الاستبيان والملاحظة:** وذلك لغرض الحصول على المعلومات الميدانية.

9 -الدراسات السابقة:

- دراسة شادلي شوقي (2008) تحت عنوان " أ ثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة " دراسة حالة المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة بولاية الجزائر " بغية تحليل واقع استخدام الوسائل الحديثة للإعلام وأثرها على الاتصال الداخلي للمؤسسة المختارة، واستخلاص النتائج التي تخدم أغراض البحث.

-**وتناول البحث:** التطورات التقنية الحديثة التي يشهدها العالم ثورة في الأتمتة على مدى السنوات القليلة الماضية.

مما أدى إلى ظهور تغيرات نوعية في العديد من أوجه الحياة وبوتيرة عالية، حيث مهدت الطريق لعملية الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات، وقد أخذت هذه الثورة تترك آثارها الاقتصادية والاجتماعية والثقافية وغيرها على المجتمع المعاصر بشكل غير مسبوق.

وكان الأساس في الأتمتة هو التلاقي والترابط الذي تم بين عتاد وأجهزة الكمبيوتر والبرمجيات، وكذا شبكات الاتصالات، وعلى مدى نصف القرن العشرين وبداية الألفية الثالثة ارتقت هذه التكنولوجيا خلال سلسلة من النقلات النوعية صوب الأصغر والأسرع والأكفأ والأسهل استخداما.

- دراسة نجاة صغيرو، " تقييم جودة الخدمات الصحية "، مذكرة مقدمة للحصول على شهادة الماجستير في علوم التسيير من جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011. 2012، كما أجرت دراسة حالة على بعض المؤسسات الاستشفائية الخاصة بباتنة، تناولت الموضوع تحت إشكالية كيف يمكن تقييم مستوى جودة الخدمات التي قدمها المؤسسات الصحية ؟ ، إذ ركزت في دراستها على توضيح المفاهيم النظرية حول جودة الخدمة الصحية والتعرف على تقييم المرضى لمستوى جودة الخدمة الصحية المقدمة لهم.

10 -هيكل وتقسيمات البحث:

للإجابة على الإشكالية المطروحة واختيار الفرضيات تضمنت دراستنا ثلاث فصول رئيسية هي كالتالي:

-**الفصل الأول:** بعنوان "مدخل للأتمتة "، يحتوي على ثلاث مباحث نتطرق في المبحث الأول إلى عموميات حول الأتمتة وفي المبحث الثاني إلى مفاهيم حول الاتصال أما في المبحث الثالث إلى ماهية تكنولوجيات المعلومات.

-**الفصل الثاني:** بعنوان "علاقة الأتمتة بجودة الخدمة" يحتوي على ثلاث مباحث نتطرق في المبحث الأول إلى الأسس النظرية لجودة الخدمة وفي المبحث الثاني إلى تحسين جودة الخدمة أما في المبحث الثالث: بعنوان "دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر" بكلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير "يحتوي على ثلاث مباحث يتناول المبحث الأول تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر وخدماتها والمبحث الثاني واقع الأتمتة المستخدمة في المؤسسة أما المبحث الثالث عرض وتحليل الاستبيان.

كما تضمنت الدراسة مقدمة وخاتمة ثم من خلالها حوصلة جميع الأفكار التي جاء بها البحث ونتائجه وثم تقديم اقتراحات، بالإضافة إلى انه تم اقتراح بعض المواضيع لتكون كآفاق للدراسة.

الفصل الأول: مدخل للأتمـتة

الفصل الأول: مدخل للأتمتة

يشهد العالم اليوم تغيرات هامة تشكل الأتمتة الأداء الرئيسي والعالم المؤثر على البيئات التي تعمل فيها المنظمات، فقد ازدادت سرعة التغييرات التكنولوجية في قطاعات الإنتاج والخدمات ازدياداً كبيرا خلال العقدين الأخيرين هذا يعني أن تكنولوجيا المعلومات تتيح مجالا كبيرا للابتكارات والتحسينات في العديد من القطاعات التي يمكن أن تستخدم فيها، حيث لعبت دوراً أساسياً في تطوير وتحسين أداء المنظمات المختلفة سواء الإنتاجية أم الخدمية على حد سواء وقد ساعد ذلك في العديد من الأجهزة الحكومية المختلفة بإستثمار تلك التطورات والإستفادة منها في تحسين الأداء.

هذا بالإضافة إلى أن تكنولوجيا المعلومات كان لها دور مهم في أنظمة المعلومات، إذ يساعد على إتخاذ القرارات المناسبة التي تساعد المنظمة على البقاء والإستمرار.

وسوف نتطرق في هذا الفصل إلى النقاط التالية:

- **المبحث الأول:** عموميات حول الأتمتة.
- **المبحث الثاني:** مفاهيم حول الإتصال.
- **المبحث الثالث:** شبكات الإتصال.

المبحث الأول: عموميات حول الأتمتة

شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة غير مسبوقة في كافة نواحي الحياة و أبرز هذه التطورات التي ميزت وقتنا الحالي هي الديناميكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات وبثها أو بما أصبح يعرف بتكنولوجيا المعلومات.

المطلب الأول: مفاهيم حول التكنولوجيا

لقد أصبحت التكنولوجيا تلعب دورا مهما في النهوض باقتصاديات الكثير من الدول.

-تعريف التكنولوجيا:

تعد كلمة التكنولوجيا (Technology) من الم صطلحات التي تواجه الكثير من الالتباس والتأويل ، إذ يستخدمها البعض كمرادف للتقنية (Technique) في حين يرى آخرون اختلافا واضحا بينهما ، ويرجع أهل التكنولوجيا إلى اليونانية التي تتكون من مقطعين هما (Techn) تعني التشغيل الصناعي ، والثاني (Logos) أي العلم أو المنهج ، لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي. [1]

ويعرف المعجم (Webster) التكنولوجيا بأنها اللغة التقنية، والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، فضلا في كونها مجموعة الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم . أما التقنية كما يوردها المعجم ذاته بأنها أسلوب أو الطريقة معالجة التفاصيل الفنية ، أو طريقة لانجاز غرض منشود. [2]

[1] محمد الصيرفي (إدارة تكنولوجيا المعلومات) الطبعة الأولى 2009 ص 13

[2] نفس المرجع السابق ، ص 14.

ويمكن تعريف التكنولوجيا أنها عبارة عن عملية شاملة هدفها القيام بتطبيق المعارف والعلوم بشكل منظم في جميعا الميادين ، بحيث يتم تحقيق أهداف ورغبات الإنسان ، ويتم ذلك باستخدام الأمثل لهذه المعارف العلمية وتطبيقاتها.[1]

2 -أنواع التكنولوجيا: يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها ما يلي:

2 1 -على أساس درجة التحكم نجد ما يلي :

2 1 1 -التكنولوجيا أساسية: وهي التكنولوجيا التي تمتلكها أغلب المؤسسات الصناعية و المسلم به وتتميز بدرجة التحكم كبير جداً.

2 1 2 -تكنولوجيا التمايز: وهي التي تملكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية وهي التكنولوجيا التي تتميز بها عن بقية منافسيها.

2 2 -على أساس موضوعها هناك :

2 2 1 -تكنولوجيا التسير: وهي التي تستخدم في تسير تدفقات موارد ، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسيرية .

2 2 2 -تكنولوجيا التصميم: وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة كالتصميم بمساعدة الحاسوب.

2 2 3 -تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع ، وعمليات التركيب والمراقبة.

2 3 -على أساس درجة التعقيد نجد:

2 3 1 -تكنولوجيا ذات درجة عالية: وهي التكنولوجيا شديدة التعقيد، والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق استغلاله إلا بطلب من صاحب البراءة .

[1] https:// mawd003.com يوم 19/ 02/ 2019 ساعة 14

2 3 2 -**تكنولوجيا العادية:** وهي اقل تعقيدا من سابقتها ، حيث بإمكان المختصين المحلين في الدول النامية استيعابها غير أنها تتميز أيضا بضخامة تكاليف الاستثمار.

المطلب الثاني: الإطار المفاهيمي للمعلومات

واصل التطور العلمي مسيرته و أعطى دفعا قويا نحو أمام، حيث مهد طريقا لظهور ثورة أخرى جديدة وهي ثورة المعلومات.

1 -مفهوم المعلومات:

قبل التطرق إلى المفهوم المعلومات يجدر بنا التطرق إلى مفهوم البيانات، ذلك قصد إزالة اللبس الواقع بين المفهومين (المعلومة و البيان) .

1 1 -**البيانات:** هي لفظ مشتق من كلمة " بين " والمشتقة بدورها من لفظ بيان أي ما تبين به الشيء من الدلالة وغيرها ويقصد به تلك الحقائق أو الرسائل أو الإشارات غير المقومة وغير المنظمة وغير المفسرة مثل الأرقام أو الرموز أو الإحصاءات الخام التي لا علاقة بين بعضها البعض. [1]

كما تعرف أيضا: حقائق مجردة لم يجري عليها أية معالجات فهي تمثل مواد الخام. [2]

1 2 -**المعلومة:** تعددت التعاريف المتعلقة بمفهوم المعلومات ، من أبرز هذه التعاريف: يعرفها Wiig بأنها: " حقائق وبيانات منظمة تصف موقفا معينا أو مشكلة معينة ".[3]

وتعرف أيضا: هي مجموعة من البيانات المعالجة ذات معنى ، جمعت مع بعض لتصبح مهمة يمكن الاستفادة منها ومنه فان المعلومات تمثل المعنى الذي تحمله الرموز والكلمات والأشكال والصور التي تتضمنها البيانات وبذلك فان البيانات ليست إلا مجرد

[1] محمد الصيرفي، (إدارة تكنولوجيا المعلومات)، الطبعة الأولى، 2009، ص 121 .

[2] شريف احمد العاصي، نظم المعلومات الإدارية، دار نشر ومكان النشر، 2004، ص 28.

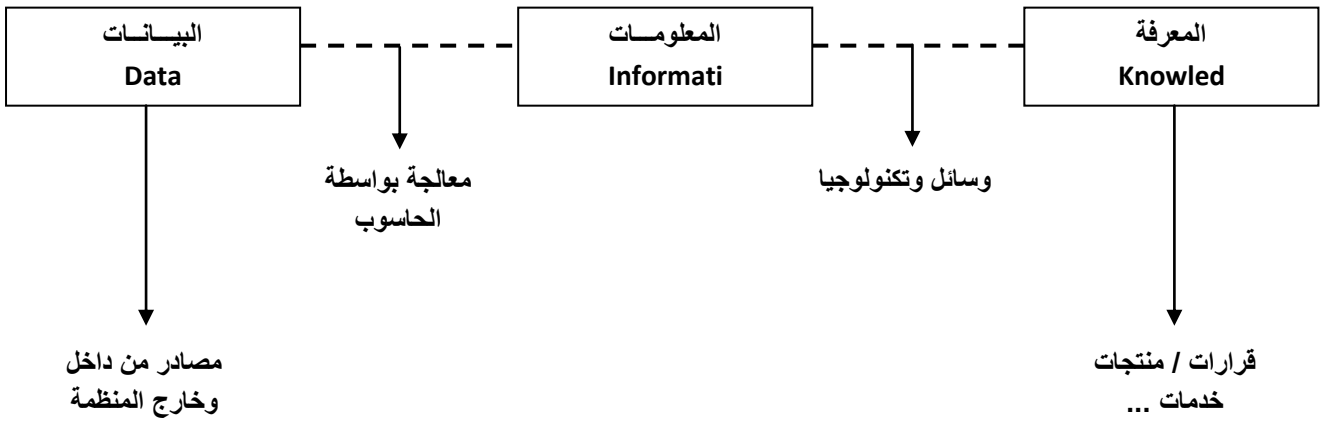
[3] مصطفى ربحي، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2010، ص 102 .

تمثيل لحقائق وأحداث قد تم الاستفادة منها إلا بعد تحويلها إلى معلومات من خلال تحليل ومعالجتها. [1]

فالمصطلح المعلومات مرتبط بمصطلح البيانات من جهة، وبمصطلح المعرفة Kmowledge من جهة أخرى، فالمعرفة تعني تطبيق البيانات فالمعرفة تعني تطبيق البيانات والمعلومات، وهي تجيب على الأسئلة المتعلقة بكيف؟ وهي تعني أيضا الجمع الصحيح للمعلومات التي يكون محتواها مفيدا، والمعرفة هي عملية حتمية، فعندما يستظهر شخص ما المعلومات Mémorize Information فإنه يمتلك معرفة وفيرة، هذه المعرفة لها معنى مفيد بالنسبة له ولكنها لا تزود بتكامل قد يشير إلى معرفة أكثر. [2]

وعلاقة المعلومات بالمعرفة والبيانات والتأثيرات عليها هي موضحة بالشكل الموالي.

الشكل رقم (1): تطور العلاقة بين البيانات والمعلومات والمعرفة



المصدر: عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين جنابي، نظم المعلومات وتكنولوجيا المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، دارة المسيرة، عمان، 2008، ص31.

[1] محمد الصيرفي، نفس المرجع السابق ص123

[2] المرجع ذاته، ص298

2 -خصائص المعلومات:

تتوفر المعلومات على مجموعة من الخصائص أهمها: [1]

2 1 -التوقيت: بمعنى أن تكون المعلومات مناسبة زمنيا لاستخدامات المستفيدين ويتطلب ذلك ضرورة تخفيض الوقت اللازم لمعالجة البيانات ولا يتحقق ذلك إلا بإستخدام الحاسب الإلكتروني الذي يمكن من الحصول على المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب.

2 2 -التوقيت. الدقة: وتعني أن تكون المعلومات خالية من الأخطاء الصريحة التي يكون سببها بيانات معينة أو الأخطاء الفنية الناتجة عن المعلومات غير المناسبة زمنيا ، ويمكن التعرف على معدل الدقة عن طريق نسبة المعلومات الصحيحة إلى إجمالي المعلومات الناتجة خلال فترة زمنية معينة.

2 3 -الصلاحية: بمعنى أن تكون المعلومات ملائمة ومناسبة لطلب المستفيد فإدارة أي منظمة سوف تشعر بالإحباط عندما يتحقق لها بعض معلومات دقيقة في الوقت المناسب ولكنها غير متكاملة أي ينقصها بعض البنود التي تجعلها غير صالحة للتوصل إلى قرارات مستندة على أساسها.

2 4 -التركيز: فمن المضل تركيز وتلخيص المعلومات في جداول ورسومات بيانية توضح الاتجاهات العامة وتدل على البنود التي يمكن أن تعتبر شاذة وغير متفقة مع الاتجاهات الطبيعية والمتوقعة وفقا للخطط الموضوعة للنشاطات المختلفة التي تقوم بها المنظمة وذلك تجنبا لضياع المعلومات المفيدة وسط المعلومات غير المفيدة.

2 5 -الوضوح: وتعني هذه الخاصية أن تكون المعلومات متسقة فيما بينها دون تعارض آو تناقض ويكون عرضها بالشكل المناسب للمستفيد بحيث قراءاتها واستعمالها دون غرض.

[1] محمد الصيرفي (إدارة التكنولوجيا المعلومات)، الطبعة الأولى، 2009، ص 299 – 300.

2 6 -**المرونة:** يقصد بالمرونة قابلية المعلومات لتكييف تلبية الاحتياجات المختلفة لجميع المستفيدين فالمعلومات التي يمكن استخدامها بواسطة العديد من المستفيدين في تطبيقات متعددة تكون أكثر مرونة من المعلومات التي يمكن استخدامها في تطبيق واحد.

2 7 -**عدم التحيز:** وتعني هذه الخاصية عدم تغير محتوى المعلومات بما يجعله مؤثرا على المستفيد أو تغيير المعلومات حتى تتوافق مع أهداف آو رغبات المستفيدين.[1]

2 8 -**القابلية للقياس:** وتعني هذه الخاصية إمكانية القياس الكمي للمعلومات الرسمية الناتجة من نظام المعلومات الرسمي ونحن هنا نستبعد المعلومات غير الرسمية من هذه الخاصية.

2 9 -**التأكد:** بمعنى أن تكون المعلومات مؤكدة المصدر. أي موثقة . بالإضافة إلى عدم احتوائها على أخطاء تشكك في مصدرها.

2 10 -**الدلالة:** بمعنى أن تشبع المعلومات حاجة الإدارة إلى المعرفة التي تساعد في اتخاذ القرارات أو أن تساعد في إدراك جديد لماهية الأعمال التي تقوم بها من ثم فإنه لا يجب متابعة التقارير التي كانت ذات دلالة في وقت مضى ولم يعد لها أي دلالة حاضرا .

كما أن توفر المعلومات المناسبة لأغراض التنمية الاجتماعية والاقتصاد إلى تحقيق المكاسب التالية :

أ -تنمية قدرات المجتمع من خلال الاستفادة من المعلومات المتاحة.

ب -ترشيد وتنسيق جهود المجتمع في البحث و التطوير على ضوء ما هو متاح من المعلومات.

ت -ضمان قاعدة معرفية عريضة لحل المشكلات.

ث -الارتفاع بمستوى كفاءة وفعالية الأنشطة الفنية في الإنتاج والخدمات.

[1] محمد الصيرفي نفس المرجع السابق ص 298 – 300 .

ج - ضمان مقويات القرارات السليمة في جميع القطاعات.[1]

3 - مصادر المعلومات :

هناك نوعين من المصادر وهي:

3 1 - المصادر الداخلية: وهي تتكون من أشخاص مثل المشرفين ورؤساء الأقسام والمديرين بمختلف مستوياتهم داخل المنظمة ويتم تجميع المعلومات هنا إما على أساس رسمي طبقا للأحداث التي وقعت بالفعل وأيضا قد يتم التجميع على أساس غير رسمي من خلال الاتصالات والمناقشات غير الرسمية. [2]

3 2 - المصادر الخارجية: تتم من خلال علاقات المؤسسة المستمرة مع محيطها الخارجي، الذي تنقل لها المعلومات دون الانقطاع لها مصادر مختلفة ومتعددة العامة خاصة ومنها الوطنية والدولية.

- شركاء مباشرين من موردين ومقاولين وبنوك،
- مختلف أنواع الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية،
- جميع المؤسسات العمومية إدارات ووزارات ،
- مؤسسات ومكتبات متخصصة في تزويد المعلومات المختلفة ،
- الدراسات والبحوث والتقارير العلمية،
- المشاركة في المعارض المحلية والوطنية والدولية . [3]

[1] عز الدين مالك الطيب محمد ، دور تكنولوجيا المعلومات في البحث العلمي في الاقتصاد الإسلامي .

[2] محمد الصيرفي ، إدارة التكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية 2009 ص 297 .

[3] يمينة فوزية فاضل، اثر نظام المعلومات على قابلية التنافسية للمؤسسة الحالية (حالة المجتمع الصناعي صبيدال)، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2000 / 2001، ص 77 .

المطلب الثالث: مفاهيم حول نظام المعلومات

تعتبر المعلومة مورد مكلف ومؤثر في نفس الوقت على نشاط المؤسسة، حيث تدل هذه الأخيرة على جمع المعلومات وتحويلها، هذا يتطلب توفير ما يسمى بنظام المعلومات.

1 -نظام المعلومات:

وردت تعاريف عديدة لنظام المعلومات نذكر منها ما يلي :

من ناحية التقنية على أنه "مجموعة من المكونات المتداخلة والتي تعمل على جمع ومعالجة وتخزين وتوزيع المعلومات بهدف المساعدة في دعم عملية اتخاذ القرارات والتحكم والسيطرة على المنظمة ، بالإضافة على دعم عمليات التنسيق والتنظيم والتخطيط ومساعدة المدراء والموظفين في عمليات تحليل المشكلات ورؤية المواضع المعقدة وبناء منتجات جديدة. [1]

وقد عرف لوكاس (LOCAS) أنظمة المعلومات " بأنها مجموعة من الإجراءات المنظمة التي يمكن من خلال توفير معلومات تستخدم لدعم عمليات صنع القرار والرقابة في المنظمة ". [2]

نظام المعلومات هو : " مجموعة إجراءات التي تقوم بجمع واسترجاع وتشغيل وتخزين المعلومات لتدعيم اتخاذ القرارات والرقابة ويمكن أن يساعد المديرين والعاملين في تحليل المشكل والتطوير وخلق منتجات جديدة ". [3]

---

[1] خضر مصباح الطيطي ، إدارة تكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى 2012 . 1433 هـ دار الحامد للنشر والتوزيع ص 22 .

[2] محمد الصيرفي ، إدارة التكنولوجيا المعلومات ، الطبعة الأولى ، دار الفكر الجامعي ، الإسكندرية ، 2009 ص 188 .

[3] سونيا محمد البكري ، نظم المعلومات الإدارية ، دار الجامعية للنشر ، الإسكندرية 2002 ص 14 .

2 -وظائف نظام المعلومات:

يقوم نظام المعلوماتية بالوظائف التالية: [1]

2 1 -تجميع البيانات: وهي عملية البحث عن معلومات من المصادر المختلفة من داخل المنظمة ومن خارجها ، ويقع على عاتق القائمين بهذه الوظيفة التحري والاستطلاع الدائم للتعرف على كافة المصادر المتاحة للمعلومات.

2 2 -معالجة البيانات: وهي عبارة عن الخطوة الثانية بعد عملية تجميع البيانات وتتفرع هذه الوظيفة إلى خطوات فرعية هي:

- **تسجيل وإدخال البيانات:** وهي عملية توثيق وإدخال البيانات التي تم تجميعها من وظيفة جمع البيانات.
- **حفظ وخزن البيانات:** وهي عملية التأكد من تخزين البيانات في قواعد البيانات أو بأكثر من نسخة.
- **فرز وتصنيف وتبويب البيانات:** هي عملية إعادة ترتيب البيانات بأشكال أكثر فائدة من وجودها بشكل عشوائي من خلال فرز البيانات ذات الفائدة وإهمال أي بيانات بدون فائدة ثم تصنيف هذه البيانات المفيدة في أبواب وحقول مرتبة ثم إعادة تبويب البيانات في قواعد البيانات بشكل منتظم .

2 3 -تحديث البيانات: وهي عبارة عن الوظيفة المعنية بالبحث الدائم و المستمر عن البيانات الجديدة وإحلالها محل البيانات القديمة ويتم من خلال هذه الوظيفة الإجراءات التالية:

- المراجعة المستمرة للبيانات والتأكد من صلاحيتها.
- التدقيق المستمر للبيانات الجديدة والقديمة الداخلة والخارجة.
- المراقبة على البيانات الداخلة والخارجة.
- الاتصال الدائم بمصادر المعلومات للحصول على معلومات حديثة.

[1] COMMITTED TO YOUR SUCCESS يوم 01 / 04 / 2019 على الساعة 9 .

2 4 -**إدارة البيانات:** وهي عبارة عن الوظيفة المعنية بإدامة وصيانة البيانات والمحافظة على وجودها واستمرارها من خلال التواصل الدائم مع جميع الأطراف المتعاملة بالبيانات وتكون مسؤولة في اتخاذ كافة الإجراءات اللازمة لاستمرار تدفق البيانات لدائرة نظم المعلومات ، ومن هذه الإجراءات:

- الإدامة المستمرة لهذه البيانات.
- الصيانة الدائمة لقواعد البيانات.
- توليد البيانات من خلال تجهيز بيانات جديدة مفروزة بأشكال مفيدة.
- إصدار التقارير الإجمالية والملخصة والمفصلة للمعلومات الموجودة على قواعد بيانات نظم المعلومات الإدارية .

2 5 -**حفظ البيانات:** وهي عبارة عن حماية البيانات الموجودة على قواعد بيانات نظم المعلومات من الاختراق والسرقة والتدمير والتلف ومن إجراء هذه الوظيفة:

- المحافظة على سرية المعلومات.
- المحافظة على امن المعلومات.
- فرض حواجز العبور FireWaLL .
- فرض كلمات العبور PassWord .

2 6 -**إنتاج المعلومات:** وهي الخلاصة النهائية لعملية معالجة البيانات والوصول إلى المعلومات المطلوبة من قبل المستفيد لتوفيرها لمتخذ القرارات في المؤسسة عند الطلب.

3 -أنواع نظم المعلومات:

ويمكن تقسيم نظم المعلومات إلى أربعة أنواع :

أ -**نظم معالجة العمليات:** وهي نظم المعالجة الآلية للعمليات الروتينية لدعم أنشطة التشغيل المختلفة داخل الجهاز الإداري واهم وظائفها معالجة البيانات وإنتاج التقارير.

ب **-نظم المعلومات الإدارية:** وهي مجموعة من العمليات المنتظمة التي تدعم المستويات الإدارية المختلفة بالمعلومات اللازمة لتنفيذ الأعمال واتخاذ القرارات.

ج **-نظم دعم اتخاذ القرارات:** وتقوم بدعم أنشطة اتخاذ القرارات داخل الجهاز الإداري إذ تعد عملية اتخاذ القرار أساس العملية الإدارية.

د **-نظم المعلومات المكتبية:** تهدف إلى تحسين كفاءة العاملين في الجهاز الإداري من خلال التغيير أو التعديل في هياكل أنشطة المكاتب. [1] (الراوي 1999)

[1] (الراوي 1999) (ص 19 ، 20) ، نهاد حسين محمد خريس (استخدام تكنولوجيا المعلومات وأثرها في الأداء في أجهزة الخدمة المدنية في الأردن) ، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط تشرين الثاني ، 2011 .

المبحث الثاني: مفاهيم حول الاتصال

تعد الاتصالات مهمة لنجاح وتحقيق التفاهم والتعاون بين المتصلين من أفراد ومجموعات، إذا تمثل عملية الاتصال احد العناصر الأساسية في التفاعل الإنساني، فمن خلال أنظمة الاتصال استطاعت المؤسسات إحراز تقدم ملموس في مختلف الجوانب (اجتماعيا ، اقتصاديا ، ... الخ) .

المطلب الأول: نشأة ومفهوم الاتصال

1 -نشأة الإتصال:

مرت البشرية منذ بدئ الخليفة بمراحل تطور بالغة الأهمية ،تغيرت خلالها لغة الاتصال بين البشر، من عصر الرموز والعلامات والإشارات، إلى عصر اللغة المنطوقة والتخاطب، ثم وصلت لعصر الكتابة اليدوية البدائية، قبل أن يعرف العالم الطباعة ويدخل منها إلى عصر الاتصال الجماهيري بدئا بالصحافة الورقية، ثم الصحافة المسموعة والمرئية التي عرفت في بدايات القرن العشرين ثم اكتشاف السينما، وأجهزة الاتصال السلكية واللاسلكية ،تمهيدا للوصول بالعالم إلى مرحلة الاتصال التفاعلي، من خلال الانترنت والصحافة الالكترونية [1].

1 -1 -عصر الإشارات والاتصال الغير لفظي: مارس الإنسان البدائي الاتصال من خلال عدد محدود من الأصوات مثل: الزمجرة، والهمهمة، والدمدمة، والصراخ، إضافة إلى استخدام الإشارات بالأيدي والأرجل فكان التفاهم صعبا وبطيئا أدى إلى تخلف البشرية على التعبير عن ذاتها، فضلا عن أفكارها.

[1] www.oderninstruction . blogspot.com يوم 5 / 04 / 2019 على الساعة 13 .

1 2 -عصر التخاطب والاتصال اللفظي: الحاجة للبقاء دفعت الإنسان للتعلم شيئا فشيئا وهو ينتقل ببطء تدريجي من العصر الحجري لآلاف السنين ، إلى عصر الحياة المستقرة والإقامة الدائمة في جماعات تزايدت إعدادها مع مرور الزمان.

وبدأت تصنع لنفسها لغة تخاطب منطوقة تساعد على تأقلم الناس مع بعضهم وكانت الرموز التصويرية من خلال صورة ورسومات بدائية ، يتم حفرها على الحجارة هي الخطوة الأولى في تعلم النطق والكتابة.

1 3 - عصر الكتابة والاتصال الغير شخصي: بدأت الكتابة التصويرية في الكتابة على المعابد والمقابر وفي تسجيل الأحداث الهامة ،عن طريق حفرها على الحجارة وكان كل رمز أو رسم يعني فكرة معينة ، ثم طور السومريون العراقيون الكتابة بالرموز الصوتية تعتمد على استخدام الحروف للتعبير على المنطوق الصوتي ، وكان أهم انجاز بشري ظهور الأبجديات اللغوية لشعوب العالم.

- **مرحلة الطباعة:** مع تطور الكتابة استخدم السومريون العصا المدببة للكتابة على ألواح الطمي وكانت المشكلة في الصعوبة نقل هذه المواد ، حتى اكتشف المصريون الكتابة على أوراق البردي كما اكتشف قبائل المايا الكتابة على لحاء الأشجار، إلى أن اكتشف الصينيون الورق ونقلوه إلى العالم ، ثم انتشر الورق في أوروبا إلى أن اكتشف الألماني (جوتبرج) الطباعة مستخدما له نجح في تشغيلها عام 1436م ومع بداية القرن 16 بدأت الصحافة الورقية المطبوعة تنتشر.

1 4 - عصر الإعلام والاتصال الجماهيري: شهد القرن التاسع عشر معالم ثورة الاتصالات الجماهيرية والتي اكتمل نموها في القرن العشرين وواكب ذلك ظهور المخترعات الحديثة مثل التلغراف عام 1837م ، ثم التليفون في العام 1876م وفي العام 1896م اكتشف المخترع الايطالي (ماركوني) اللاسلكي وكانت مرة الأولى التي يتم فيها انتقال الصوت إلى مسافات بعيدة دون الحاجة إلى أسلاك ، ثم بدأت بعدها بعدة

أعوام التجارب الأمريكية الأولى لاختراع الخدمات التليفزيونية وظهر أول بث تلفزيوني أمريكي عام 1941م ثم شهد العام 1927م ولادة السينما الناطقة ، فاكتملت معادلة الاتصال الجماهيري.

1 5 – عصر الانترنت والاتصال التفاعلي: كان القرن العشرين بحق هو قرن الإعلام ، وقد تتابعت فيه الاختراعات الاليكترونية بسرعة مذهلة ، وصلت به إلى البث الفضائي التليفزيوني مستفيدة من تكنولوجيا الأقمار الصناعية وكان الاندماج بين تكنولوجيا الأقمار الصناعية و تكنولوجيا المحاسب الالكتروني أو الكمبيوتر هو قمة ما أنتجه العقل البشري من الاختراعات والتي أطلقت الانترنت ، والصحافة الالكترونية ، وأدخلت الإنسانية إلى عصر تفاعلي بلا قيود وليس له حدود في التواصل بين الناس في كل الأجناس.

ويمكن مشاهدة التلفاز والسينما وكتابة الرسائل الالكترونية في جهاز المحمول التليفوني ، ويمكن مشاهدة الأفلام السينمائية والقنوات التليفزيونية والمحطات الإذاعية مع مخاطبة العام كله باستخدامات الانترنت وجهاز الكمبيوتر.[1]

2- مفهوم الاتصال:

كلمة الاتصال مشتقة من كلمة اللاتينية (Communis) وتعني المشاركة Sharing في الرأي أو الحديث أو المشورة أو اتخاذ القرار...

(محمد الصيرفي. 2006 / 14.2007).

أي محاولة تأسيس نوع من الاشتراك يتضمن شخصين أو أكثر في المعلومات والأفكار والاتجاهات، كما يشير إلى الوسائل التي تنتشر بواسطتها تلك الأفكار بين الناس. [2]

[1] oderninstructions.blogspat.com يوم 19 / 04 / 2019 على الساعة 13:17 .

[2] أبحاث الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة 10 نوفمبر 2009 ، الجزء الأول منشورات مخبر السياسات والاستراتيجيات الاقتصادية في الجزائر . جامعة المسيلة ص 555 .

أما في اللغة العربية فكلمة اتصال مشتقة من الجذر و "صل" والذي يحمل معنيين: الأول هو الربط بين كائنين أو شخصين ، أي إيجاد علاقة من نوع معين تربط الطرفين، أما المعنى الثاني فهو يعني البلوغ والانتهاء إلى غاية معينة .[1] (جمال السالمي، 2002) .

ظهرت تعاريف عديد لمفهوم الاتصال لا يمكن حصرها من قبل الباحثين والمختصين في علوم المعلومات والاتصال عبر الزمن عكست في معظمها أهميته ودوره في الحياة الإنسانية أو العناصر الأساسية لعملية الاتصال ، ومن بين هذه التعاريف :

–ويعد تعريف Bussenault @Mpretet.C من أفضل التعاريف وأقربها للواقع الفعلي لتضمنه أهم أركان نظام الاتصال حيث عرفاه على انه عملية تتم بين شخصين أو أكثر باستخدام بمجموعة من الرموز مكونة من حركات ، كلمات وتعابير تحول إلى شكل معلومات من طرف مرسل إلى طرف آخر مستقبل.[2]

(Chantal Bussenault.Martine Pretet 2002.140)

- **الاتصال هو:** " عملية مستمرة تتضمن قيام أحد الأطراف بتحويل أفكار ومعلومات معينة إلى رسالة شفهية أو مكتوبة، تنقل من خلال وسيله اتصال إلى الطرف الآخر".[3]

ومن خلال هذه التعاريف تبين لنا أن الاتصال هو العملية الاتصالية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة ، كائنات حية أو بشر أو آلات ، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات ومنبهات بين الأفراد عن حقيقة أو معنى أو واقع معين.[4]

---

[1] الملتقى الدولي حول (أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة) نفس المرجع السابق، ص 556 .

[2] الملتقى الدولي، نفس المرجع السابق، ص556.

[3] أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، الطبعة الأولى، 2003 / 2004 ص 27 .

[4] محاضرة رقم 1 نظريات الإعلام (2007 . 2008) مقدمة في علم الاتصال (AccuEIL) الأستاذ .

3 -عملية الاتصال:

الاتصال ليس عملية سهلة وبسيطة بل هي معقدة وصعبة وتتضمن عدد من الخطوات والعناصر التي سنناقشها باختصار والتي يوضحها الشكل رقم: 1.

3 1 -تبدأ عملية الاتصال بوجود شخص (مرسل) يرغب في إبلاغ طرف أخر (مستقبل) معلومات معينة من اجل التأثير في سلوكه على نحو ما.

3 2 -يقوم المرسل بتطوير فكرة ذهنية (في عقل المرسل) حول موضوع معين يود إبلاغه لشخص.

3 3 -يعد إتمام المرسل بلورة الفكرة الذهنية، يقوم بتحويل هذه الفكرة إلى رموز أي لغة يستطيع المستقبل فهمها.

3 4 -ينتج عن عملية الترميز " الرسالة " التي يود المرسل إرسالها إلى المستقبل.

3 5 -بعد إتمام الترميز يختار المرسل وسيلة لنقل هذه الرسالة وقد تكون هذه الوسائل إما كتابية أو شفوية.

3 6 -يستلم المستقبل الرسالة.

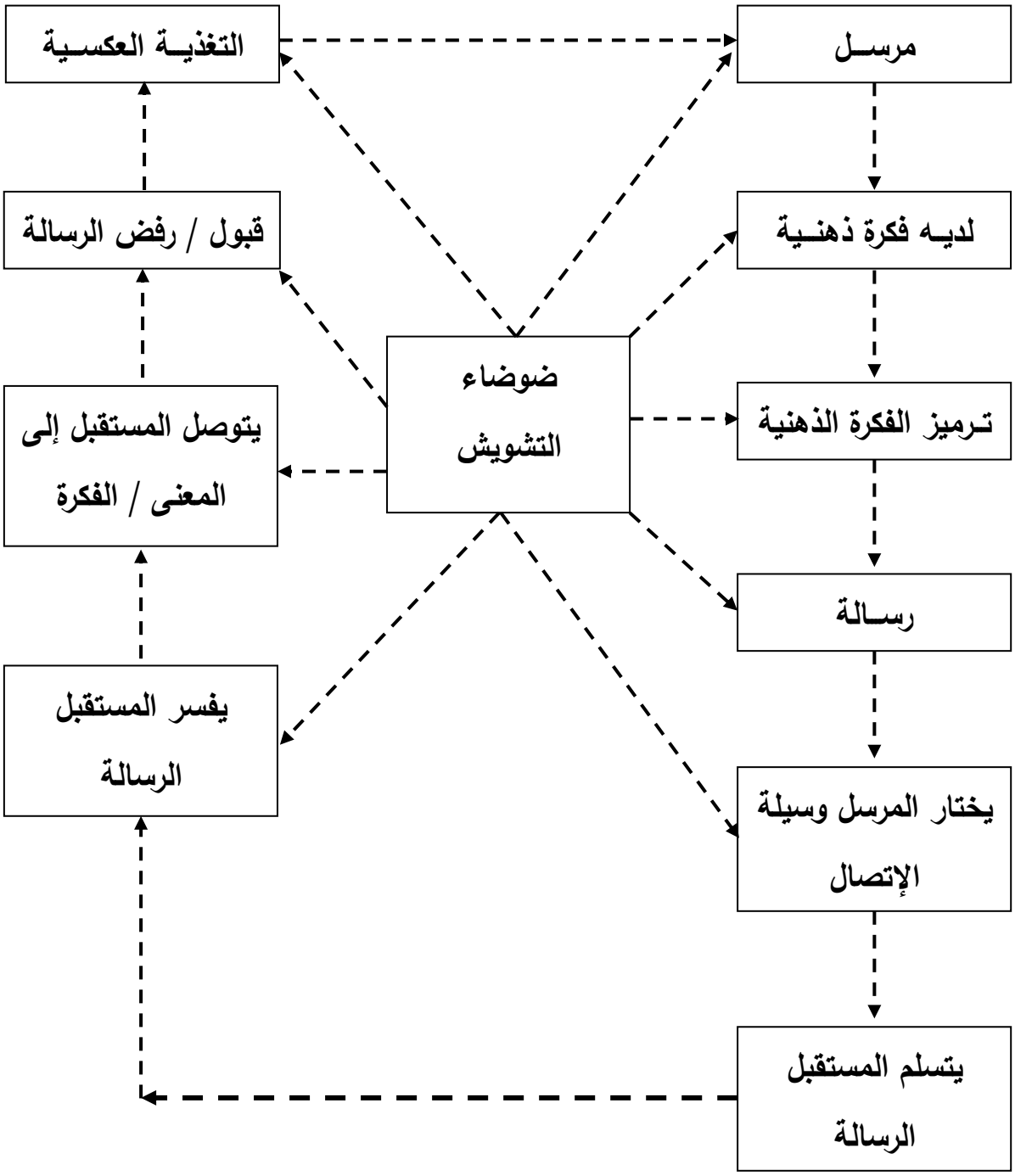
3 7 -يقوم المستخدم بتحليل الرموز وتغيير الرسالة.

3 8 -نتيجة لتفسير وتحليل الرسالة ، يتوصل المستقبل إلى المعنى.

3 9 -بناءا على ما توصل إليه المستقبل من معاني يقوم بقبول الرسالة أو رفضها.

3 10 -التغذية العكسية هي استجابة أو رد المستقبل على رسالة المرسل وتعطي التغذية العكسية صورة عن مدى الفهم والإدراك المضمون الرسالة من قبل المستلم. [1]

الشكل رقم (2): خطوات / عناصر عملية الاتصال



المصدر: حسين حريم، مهارات الاتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، دار حامد عمان، 2009 ص 17 .

4 -خصائص عملية الاتصال :

هناك عدة خصائص يمتاز بها الاتصال: [1]

1 -إن الاتصال عملية لها صفة التلقائية.

2 -الاتصال ظاهرة اجتماعية عامة لها صفة الانتشار.

3 -الاتصال عملية موضوعية وواقعية.

4 -الاتصال عملية تحقق ترابط المجتمع.

5 -الاتصال عملية لها صفة الجاذبية.

5 -أهمية الاتصال:

تتجلى أهمية الاتصال في عدة نقاط أهمها ما يلي [2] :

1 -يتوقف على هذه المهارة نجاح الأخصائي في ممارسة لدورة المهني سواء داخل المؤسسة أو خارجها.

2 -يمكن من خلاله زيادة معدلات المشاركة من جانب أفراد المجتمع في مشروعات التنمية.

3 -أنها أداة مهمة لربط كافة المكونات الداخلية للمؤسسة مع بعضها وفي تدعيم علاقة المؤسسة بالبيئة المحيطة بها.

4 -أنها أداة فعالة لمواجهة أية شائبات أو معوقات تواجه المؤسسة سواء بين أفرادها أو كانت إشاعات أو معوقات تتصل بالمجتمع المحلي المحيط بها.

5 -إنها وسيلة أساسية في تحسين الأداء والتبادل الفكري بين الرؤساء والمرؤوسين وبين الإدارات المختلفة بالمؤسسة والمؤسسات الأخرى.

6 -تعمل على خلق فرص الاحتكاك والتقارب بين الأفراد والجماعات والمؤسسات والمجتمع.

---

[1] محمد السيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الأمل للنشر، القاهرة ، د ت ، ص 109 .

[2] نفس المرجع السابق ص ص 109 . 111 .

7 -مهارة الاتصال مهارة إنسانية منها احترام الإنسان وقيمه وتفكيره ومشاعره، ومن خلالها يتم مراجعة احتياجاتهم الأساسية.

6 -أنواع الاتصالات:

تظهر الاتصالات بأشكال مختلفة وتنساب فيها المعلومات باتجاهات شتى وبشكل عام يمكن التمييز بين الأنواع الرئيسية التالية [1] :

1 -**الاتصال الذاتي:** يحدث داخل الفرد، وفي هذه الحالة يكون المرسل والمتلقي شخصا واحدا.

2 -**الاتصال الشخصي:** ويتم هذا الاتصال بين شخصين أو أكثر وجها لوجه ويمكن أن يكون بين الأفراد والآلة ، كما يحدث في الاتصال بين الفرد والحاسوب.

3 -**الاتصال المجتمعي:** ويتم هذا النوع من الاتصال بين شخصين ومجموعة محددة أو صغيرة أو مألوفة بشكل مباشر، ويكون بالطرق التالية :

الدروس والمحاضرات، الخطب في المناسبات المختلفة، الندوات والمؤتمرات، اللقاءات الجماعية والاجتماعية والاحتفالات، برامج التدريب ... الخ .

4 -**الاتصال الداخلية:** تعني تعامل الإدارة أو المدراء مع كافة (المجموعات) المتعاملة معها داخل نطاق المؤسسة، وفي داخل أنشطتها التنظيمية، ويمثل العاملون معها الجزء الأكبر منها متى ما كانت المؤسسة كبيرة الحجم.[2]

5 -**الاتصال الخارجي:** ويشمل الاتصالات الجارية بين المدراء والأطراف الأخرى خارج المؤسسة مثل المؤسسات والدوائر ذات العلاقة، والوزارات والأجهزة الحكومية وغيرها.

---

[1] احمد ماهر ، السلوك التنظيمي مدخل بناء المهارات ، الدار الجامعية للنشر ، مصر ، 1999 ص 365 .

[2] احمد محمد المصري، الإدارة الحديثة (معلومات، الاتصالات، اتخاذ القرارات)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006 ، ص 129 .

وتسهم الاتصالات الخارجية في زيادة فاعلية وكفاءة الأداء الإداري والاستثمار الأفضل للموارد . كما تلعب دورا مهما في الإعلام والتسويق والتعاون وتبادل الخبرات.

المطلب الثاني: أهداف الاتصال في المؤسسة

إن الاتصال يعد الوسيلة التي يستخدمها الإنسان لتنظيم واستقرار وتغيير حياته الاجتماعية، ونقل أشكالها ومعناها من جيل إلى جيل عن طريق التعبير والتسجيل والتصميم، ولا يمكن لجماعة أو مؤسسة أن تنشا وتستمر دون اتصال يجري بين أعضائها.[1]

ولهذا فان عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد يؤثر هذا على أفكاره لتعديلها وتغييرها على اتجاهاته أو على مهاراته ، لذلك يمكن تصنيف أهداف الاتصال إلى:

1 -**هدف توجيه:** يمكن أن يتحقق ذلك حينما يتجه الاتصال إلى حساب المستقبل اتجاهات جديدة أو تعديل اتجاهات قديمة أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها.

2 -**هدف تثقيفي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو نوعية المستقبلي بأمور تهمهم بقصد مساعدتهم وزيادة معارفهم واتساع أفقهم لما يدور حولهم من أحداث.

3 -**هدف تعليمي:** ويتحقق هذا عندما يتجه الاتصال نحو إكساب المستقبل خبرات أو مهارات أو مفاهيم جديدة.

4 -**هدف إداري:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو تحسين سير العمل وتوزيع المسؤوليات ودعم التعامل بين العاملين في المؤسسة أو الهيئة

[1] محمد محمد الهادي، إدارة الأعمال المكتبية المعاصرة، دار المريخ، الرياض، د ت، ص 43 .

5 -**هدف ترفيهي أو ترويجي:** ويتحقق هذا الهدف حينما يتجه الاتصال نحو إدخال البهجة والسرور والاستماع إلى نفس المستقبل. [1]

6 -**هدف اجتماعي** : حيث ينتج الاتصال الفرصة لزيادة احتكاك الجماهير بفهمهم، وبذلك تقوى الصلات الاجتماعية بين الأفراد.

المطلب الثالث: شبكات الاتصال

تعرف الشبكة على أنها: عبارة عن مجموعة من التجهيزات (أو معدات أو الأشياء الملموسة لصورة عامة) المرتبطة فيما بينها عن طريق قنوات الاتصال، بحيث تسمح بمرور عناصر معينة فيما بينها حسب قواعد محدودة، وتتكون الشبكة من قسمين رئيسيين: ناقل ومنقول، فالقسم الناقل ضروري ويشمل على التجهيزات وقنوات الاتصال، أما القسم المنقول أي وقع عليه فعل النقل.[2]

1 -أنواع شبكات الاتصال: [3]

ربما يستعمل العاملون في المؤسسات أنواعا عدة من شبكات الاتصال دون أن يكونوا على وعي بها أو يقصدونها، وقد تعتمد الإدارات في وضع الهيكل التنظيمي إلى تبني أنواع من شبكات الاتصال تقوم على تخطيط مسبق، وقد تم استخلاص هذه الشبكات من الملاحظات الميدانية أولا ومن مختلف التجارب التطبيقية التي يقوم بها المسيرون والباحثون في آن واحد، ويمكن حصر أنواع شبكات الاتصال فيما يلي:

1 1 -الشبكة التسلسلية: وهي التي تنتظم على أساس بسيط وهذا الاتصال يكون بطريقة آلية، بحيث أن أي شخص في أي مركز لا يصل إلا بالشخص الموالي له بصفة مباشرة وعادة ما يكون ذلك حسب المكانة المحددة في الهيكل التنظيمي، فرئيس

---

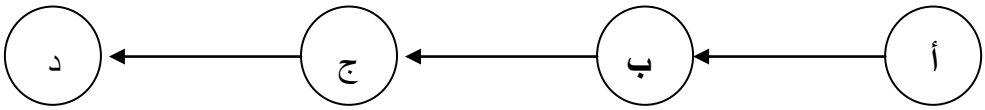
[1] نفس المرجع السابق ، ص 43 .

[2] إبراهيم يختي ، مقياس المعلوماتية ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2003 / 2004 ص 55 .

[3] ناصر قاسيمي (الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية) الطبعة الثانية .

المصلحة لا يستطيع الاتصال بالرئيس مباشرة إنما عن طريق نائب الرئيس، وبذلك يكون لكل اتصال واحد جانبي ولا يوفر اتصالات جانبية كثيرة، وكلما كانت الدرجات السلمية كثيرة كانت السلسلة طويلة وأصبحت العملية الاتصالية طويلة أيضا، بحيث أن المرتب في الدرجة الوسطية أي الموجودة بينهما، حيث أن (أ) لا يستطيع الاتصال مع (هـ) إذا لم تمر الرسالة عبر(ب).(ج).(د) ولا يتصل بالموجودين على جانبيه كما هو في الشكل الآتي:

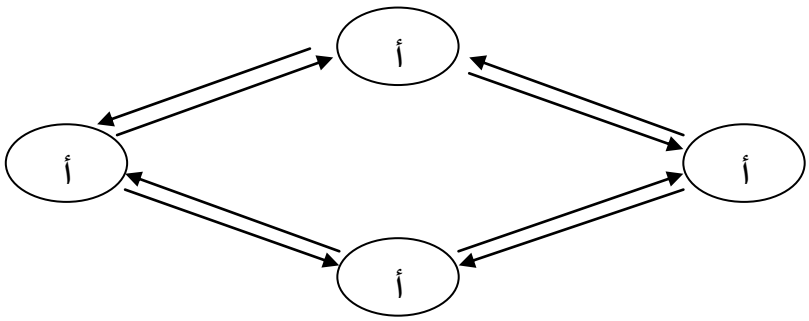
الشكل رقم:(3) الاتصال السلسلة



المصدر: ناصر قاسيمي، (الإتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقة) الطبعة الثانية، ص 263.

1 2 -الشبكة الدائرية: هي اتصال في شكل دائري وهي الحالة التي يتم فيها أداء مهام معينة فتمر على مجموعة من الموظفين في الشكل دائري بحيث يرتبط كل عضو بعضوين آخرين ويكون القائد أيضا ضمن هذه الشبكة.

الشكل رقم: (4) شبكة الاتصال الدائرية



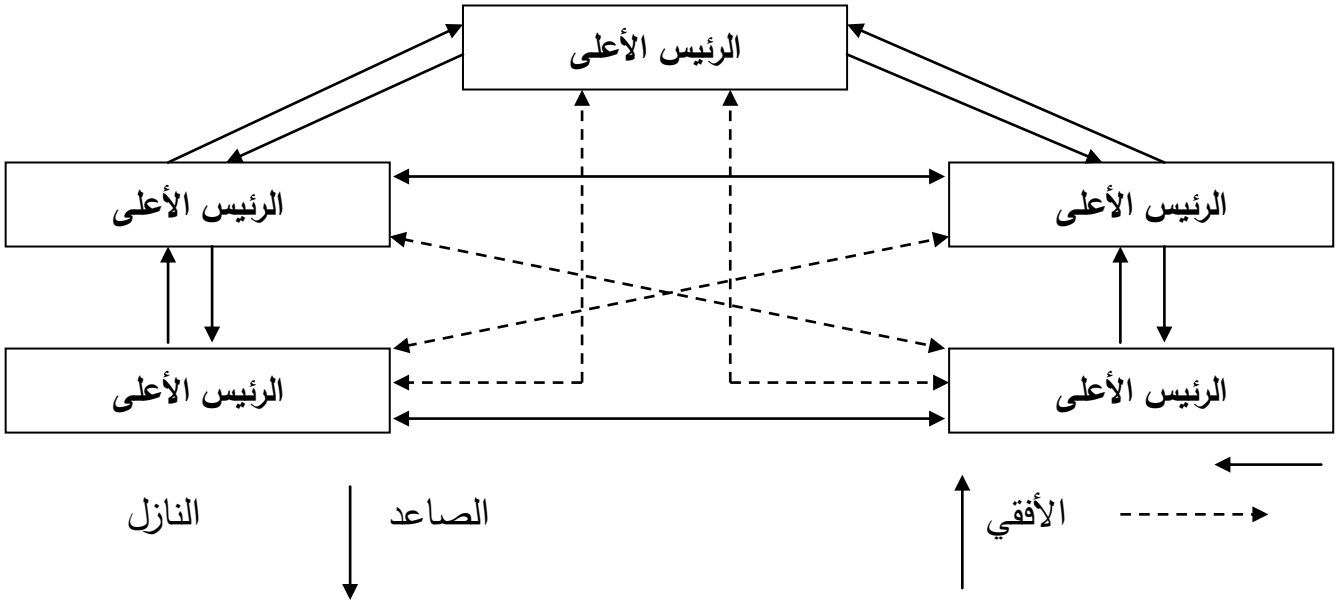
المصدر: ناصر قاسيمي، (الإتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية)، الطبعة الثانية ص 263.

-الاتصالات المحورية (النجمية):

وهي اتصالات معقدة ربما لا ينص عليها الهيكل التنظيمي للمؤسسة، وتكون بين مختلف الدرجات السلمية وفي إدارات غير تابعة لهم تنظيميا، ويحقق هذا النوع من الاتصال تفاعلا مستمرا وركية عالية لا توفرها أنواع الاتصال الأخرى نظرا لتحرره من قيود التنظيمية وعدم خضوعه لها، من خلال بنية العملية الاتصالية لهذا النوع من الاتصال بحيث يكون الاتصال متشابكا وفي كل الاتجاهات مثل النجمة مما يسمح بسريان المعلومات بصفة مرنة تتجاوز التعقيدات المختلفة التي تحدثها أنماط التسيير ومعيقات الاتصال التي تظهر بين الحين والآخر.

-والاتصالات السابقة (الصاعدة، والنازلة، والأفقية، والمتقاطعة) قد نجدها مجتمعة في بعض المؤسسات كما يوضحه الشكل الآتي:

الشكل رقم: (5) الأنواع الأربعة للاتصال [1]



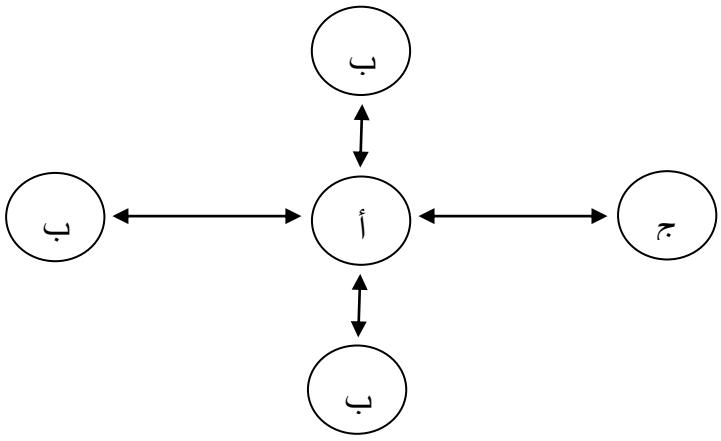
المصدر: ناصر قاسيمي، (الإتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية)، الطبعة الثانية ص 264.

[1] إبراهيم يختي، مقياس المعلوماتية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2003 / 2004 ص 55 .

1 3 -شبكة العجلة أو الاتصال المركزي:

تتميز بوجود شخص في مركز عملية الاتصال عادة ما يكون للقائد أو رئيس المصلحة مثلا يتبعه مجموعة محدودة من العاملين أو الرؤساء، بحيث لا يمكنهم الاتصال فيما بينهم إلا عن طريقه أي عن طريق قناته، ويعتبر موقعه في مركز مناسبا جدا لتحريك وتنشيط العملية الاتصالية وبالتالي تنسيق ومتابعة كل العمليات الخاصة بالتسيير في المؤسسة أو في القسم الذي يشرف عليه.

الشكل رقم: (6) شبكة العجلة

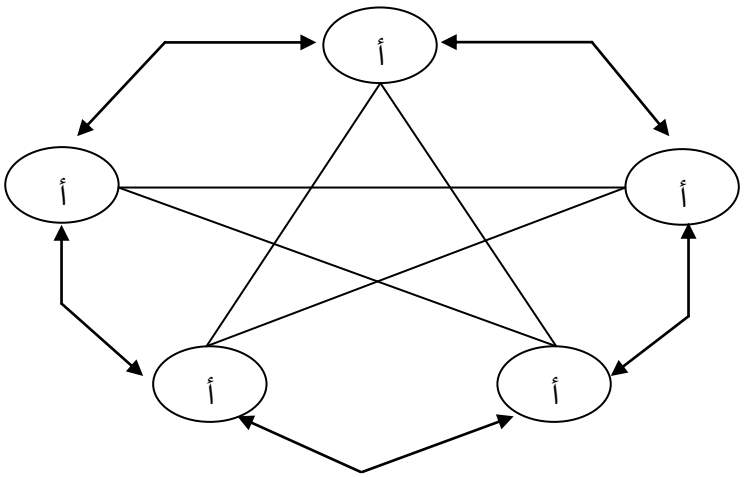


المصدر: ناصر قاسيمي، (الإتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية)، الطبعة الثانية، ص 266.

1 4 -شبكة الاتصال الكلي (الشمولي)

ولها عدة أشكال منها الشكل النجمي والشكل الحر ، بحيث يتصل العاملون جميعهم بطريقة حرة وفي كل الاتجاهات ، وعادة ما تنشر هذه الشبكة في التنظيمات غير الرسمية وفي التنظيمات الرسمية التي انشات حديثا أو التي لا تظم عددا كبيرا من العاملين وكذا الجماعات التي تكون فيها القيادة جماعية أو لا يبرز فيها دور القائد أو في حالة القيادة الديمقراطية .

الشكل رقم: (7) شبكة الاتصال الشمولي (النجمة) أو القنوات متعددة



المصدر: ناصر قاسيمي، (الإتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية)، الطبعة الثانية، ص 267.

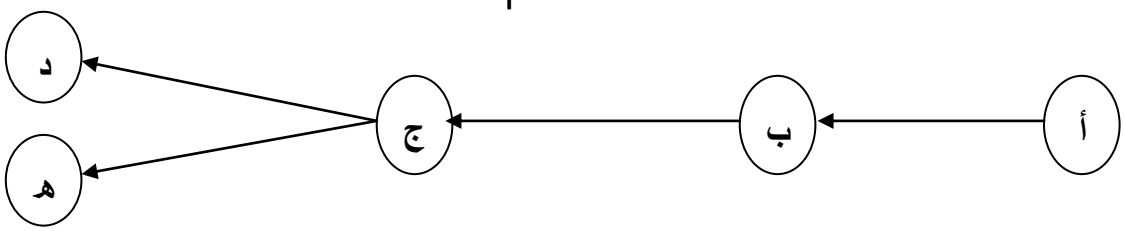
الشبكة على شكل

" Y"

تتجسد من خلال وجود الرئيس في أعلى الشبكة الذي يتصل وينسق مع النائب "ب" ثم النائب "ج" الذين يتصلون بدورهم مع المرؤوسين " د " و " هـ "

الشكل رقم: (8) شبكة الاتصال على شكل

"Y"



المصدر: ناصر قاسيمي، (الإتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية)،الطبعة الثانية، ص 268.

المبحث الثالث: ماهية تكنولوجيات المعلومات

يعد مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال مفهوما متداخلا بعض الشيء نظرا للتطور الذي شهدته، فمعظم هذه التكنولوجيا كانت موجودة منذ سنوات الثلاثين الماضية أو أكثر، وما يمكن اعتباره جديد بدرجة كبيرة هي العمل الشبكي وخاصة الانترنت .

المطلب الأول: مفاهيم حول الأتمتة

الأتمتة هي نتائج التطور الفكري منذ القدم ولا يمكن القول بأنها بدأت في محدد ، ذلك لأن ما أدى إلى وصول الأتمتة إلى واقعها المتطور الحالي هو تراكم الإسهامات في محاولة التقليل من جهد الإنسان المبذول لانجاز الأعمال اليومية وابتكار الأدوات اللازمة لذلك أو تطوير ما كان متوفرا منها.

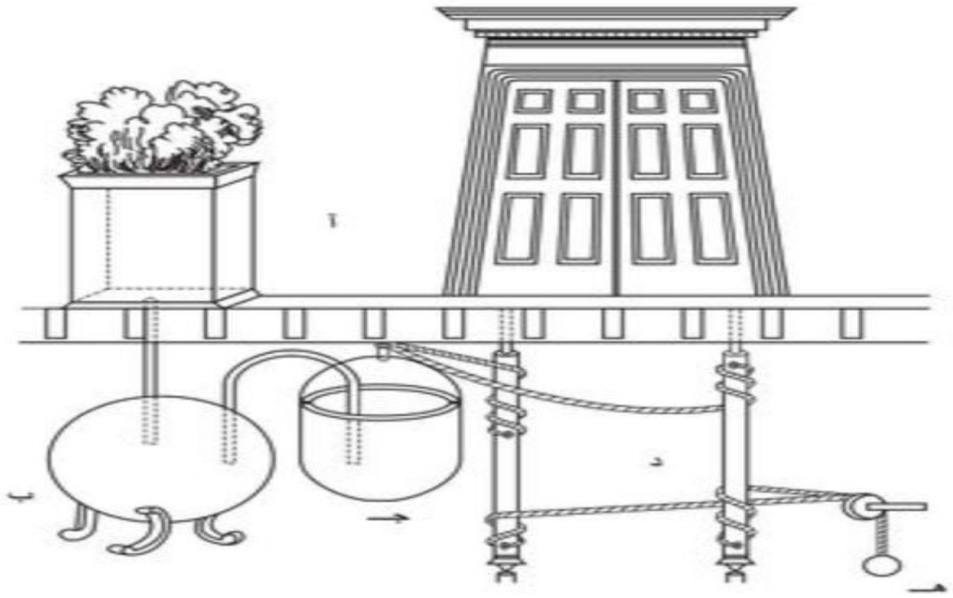
1. لمحة تاريخية عن الأتمتة:

يعد مفهوم الأتمتة هي نتاج التطور الفكري منذ القدم ولا يمكن القول بأنها بدأت في وقت محدد[1] ويعد مفهوم الأتمتة من المفاهيم والمصطلحات التي انتشر استخدامها نهاية القرن العشرون بوصفة معبراً عن مرحلة جديدة من مراحل التقدم الفني والتقني[2] ، وذلك لأن ما أدى إلى وصول الأتمتة إلى واقعها المتطور الحالي هو تراكم الإسهامات في محاولة التقليل من جهد الإنسان المبذول لانجاز الأعمال اليومية وابتكار الأدوات اللازمة لذلك أو تطوير ما كان متوافرا منها .

[1] العباس وشقرة ، التنظيم الإداري وإدارة الإنتاج ، مطبعة الطربين ، دمشق ، 1976 ، ص 1 .

[2] العتيبي ناصر منيف ، الأتمتة ودورها في تحسين أداء إدارة الموارد البشرية في الأجهزة المنية، رسالة دكتورة ، جامعة الرياض ، 2008 ص 12 .

من أقدم HERO إن طريقة الروماني هيرو (الشكل 9) لفتح باب المعبد عن بعد والموضحة في المحاولات لإنجاز نظام مؤتمت وفق المعايير الحالية .



المصدر: العباس وشقرة « التنظيم الصناعي وإدارة الإنتاج " ، جامعة دمشق ، 1976 ، ص 21

ليؤدي (أ) إن الدخل التحكمي لهذه الطريقة هو النار التي يضرمها الراهب في شعلة المذبح ويزداد ثقل (ج) إلى الدلو (ب) تمدد الهواء الساخن تحت النار إلى دفع الماء من المرجل الدلو بتزايد كمية الماء فيه فيؤدي ذلك إلى هبوطه نحو الأسفل فاتحا باب المعبد بوساطة الحبال نحو الأعلى.

أما إغلاق الباب فكان يتم بإطفاء النار الذي (هـ) ورافعا الثقل المعاكس (د) يؤدي إلى تبريد الهواء في المرجل ومن ثم رجوع الماء إليه من الدلو مقللا ثقله ليصبح اخف وزنا من الكتلة المعاكسة فتهبط الكتلة شادة الحبال بالاتجاه المعاكس للحالة الأولى ومغلقة باب المعبد.

وبعد قرون كثيرة ، استطاع الأمريكي اوليفر ايفانز (OLIVER EVANES , 1784) بناء مطحنة حبوب مؤتمتة إذ استخدم أدوات ميكانيكية لنقل الحبوب من العنبر إلى دلو

المطحنة بواسطة سيور ميكانيكية لتطحن وتعبا آليا ولم يكن للإنسان من دور في هذه سوى المراقبة . ولقد كانت جميع المنظومات المؤتمتة تعتمد مبدأ التحكم ذي الدارة المفتوحة حتى ذلك التاريخ . ومع تطور المنظومات المطلوب أتمتتها وازدياد تعقدها بدت الحاجة إلى استخدام التغذية الخلفية (الراجعة) السالبة FEEDBACK NEGAT IVE لمالها من مزايا في تحسين استجابة المنظومات واستقرارها.

ويمكن أن تعد منظومة التحكم في سرعة المحرك التي اخترعها جيمس واط (James Watt , 1788) أولى المنظومات المؤتمتة التي تستخدم نظريات التحكم ذي التغذية الخلفية . ولم يعط برهان رياضي تحليلي يثبت صحة ما أنجزه واط واستقرار منظومته إلا في على يد ماكسويل Maxwell عام 1868 م ثم بعد ذلك أيضا، وبصيغة أدق على يد المهندس الروسي فيشنغرادسكي (Wischnegradsky) عام 1876.

إن من أهم الإسهامات التي قدمت إلى التحكم الآلي ذي التغذية الخلفية والأتمتة هي تلك التي قدمها هازين Hazen عام 1934 م إذ طور ما يسمى بالآلية المؤازرة Servo mechanism. [1]

وقد شاع استخدام المصطلح الانجليزي Automation رغم ما اكتنفه من غموض وإشكاليات لغوية في العربية بين الباحثين فنحى البعض إلى الخلط بين عدد من المفاهيم فجعلها بعضهم مترادفة كمن ذهب إلى أن الأتمتة قد يراد بها آلية اتوماتية أو تشغيل اتوماتي / آلي ويتناسب المصطلح الانجليزي Automation مع المفاهيم التالية :

أتمتة، ميكنة، مكننة، حوسبة، وقد يعكس مصطلح حوسبة استخدام الأجهزة الحاسوبية والبرمجيات. [2]

[1] العباس وشقرة، نفس مرجع السابق، ص 11 .

[2] الحسنية سليم ، مبادئ نظم المعلومات الإدارية مؤسسة الوراق للنشر ، عمان 1997 ص 190 .

ولهذا فان استخدام مصطلح الأتمتة يعكس مفهوم الأتمتة بشكل أكثر شمولا من غيره ورغم التباين في تعريف المصطلح نفسه ، غير أن الاتفاق بات واضحا في تعريف المراد منه ودلالاته وان اختلف في مسماه فمن المتفق عليه أن Automation يقصد منه عامة استخدام الحاسب الآلي وبرمجياته في عمليات وأنشطة المنظمات المختلفة [1].

إلا أن مفهوم الأتمتة الأكثر وضوحا هو: التشغيل الآلي لجهاز أو عملية أو نظام يتم التحكم به آليا بواسطة أجهزة آلية أخرى تحل محل الإنسان في المراقبة والجهد واتخاذ القرارات المبرمجة. [2]

إلا أن مفهوم الأتمتة الأكثر وضوحا هو:التشغيل الآلي لجهاز أو عملية أو نظام يتم التحكم به آليا بواسطة أجهزة آلية أخرى تحل محل الإنسان في المراقبة والجهد واتخاذ القرارات المبرمجة.

2 -مفهوم الأتمتة:

الأتمتة هو مصطلح مستحدث يطلق على كل شيء يعمل ذاتيا بدون تدخل بشري فيمكن تسمية الصناعة الاتوماتيكية بالأتمتة الصناعية مثلا : وهي تعني حتى في أتمتة الأعمال الإدارية وأتمتة البث التلفزيوني [3] .

-الأتمتة هي استخدام الكمبيوتر والأجهزة المبنية على المعالجات أو المتحكمات والبرمجيات في مختلف القطاعات الصناعية والتجارية و الخدماتية من أجل تأمين سير الإجراءات والأعمال بشكل آلي دقيق وسليم بأقل خطا ممكن. [4]

---

[1] العتيبي ناصر منيف ،نفس المرجع السابق ص13

[2] الحسينة سليم، مبادئ نظم المعلومات الإدارية، مؤسسة الوراق للنشر عمان، 1997، ص190

[3] العتيبي ناصرين منيف، الأتمتة ودورها في تحسين إدارة الموارد البشرية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة نايف للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية 2007 ، ص 27 ,

[4] العباس وشقرة، التنظيم الإداري وإدارة الإنتاج ، مطبعة الطربين ، دمشق ، 1976 ص 1 .

-الأتمتة هي تنفيذ مجموعة من الأعمال المتتابعة دون تدخل الإنسان ما لم يكون ذلك من مقتضيات الأتمتة. [1]

-الأتمتة تعرف أيضا بأنها فن جعل الإجراءات والآلات تسير وتعمل بشكل تلقائي ومؤخرا باستخدام المعالجات المغرية (PLC) وتعرف الأتمتة هو ما يشير إلى انتشار التكنولوجيا والتقنيات الحديثة والآلات والمعدات داخل بيئة عمل ما، ب القدر الذي يمكنه إلغاء دور الإنسان بشكل كلي أو جزئي ، وتلك العملية في الوقت الحالي تتم في معظم المجالات سواء الصناعية أو الزراعية أو الأعمال المنزلية أو الإدارية [2]

كما يمكن القول أن مفهوم الأتمتة يعكس الأتمتة بشكل أكثر شمولا من غيره ورغم تباين تعاريف المصطلح نفسه غير أن الاتفاقيات واضحا في تعريب المراد منه ودلالاته وان اختلف في مسماه فمن المتفق عليه أن " Automation " يقصد منه عامة استخدام الحاسب الآلي وبرمجياته في عمليات وأنشطة المؤسسات المختلفة. [3]

- **تعريف الأتمتة إجرائيا:**

هي الاعتماد على الوسائل والتقنيات الحديثة والنظم الآلية للقيام بمهام وتحسين أداء المورد البشري .

[1] سالمي علاء وعبد الرزاق النعيمي، محمد عبد العال، أتمتة المكاتب، دار النشر والتوزيع، ط 1 ، الرياض ، 1999 ص 35 .

[2] https: // www.almrsal.com ، 09 / 01 / 2019 على الساعة 15:00 .

[3] سالمي علاء عبد الرزاق النعيمي ، محمد عبد العال ، أتمتة المكاتب ، دار النشر والتوزيع ط 1 ، الرياضة ، 1999 ص 35 .

3 -أسباب الاهتمام بالأتمتة:

متعددة الأسباب التي تدعو إلى الاهتمام بالأتمتة فلا تقتصر الأسباب إلى الأسلوب التقني على الجوانب المادية بل يتجاوز الأمر ذلك إلى جوانب واعتبارات نوجزها في الآتي: [1]

1 -التأثير التلقائي بتقنية المعلومات من خلال تصنيع أجهزة ومعدات حديثة وبشكل مستمر ومتطور.

2 -فعالية الأتمتة في خدمة الوظائف والأنشطة الإدارية استجابة مع تزايد المعلومات التي تتدفق بشكل هائل وضخم إضافة إلى تزايد العاملين المعتمدين على المعلومات عن العاملين الذين لا يعتمدون على المعلومات مما أدى إلى زيادة فعالية الأتمتة.

3 -إن الأتمتة جزء من التغيرات المصاحبة لظهور الحاسب واستخداماته الواسعة في المجالات كافة والتطور في تصنيع الحاسبات بتسارع مستمر مما سهل من الاستفادة منها لانخفاض أسعارها.

4 -إن الأتمتة تؤدي إلى رفع فعالية التعاون بين فرق العمل المختلفة مما يدعم العملية الإنتاجية ويسهم في رفع كفاءتها حيث لوحظ زيادة الإنتاجية بجانب أن رأس مال المستثمر في مجال الأتمتة أقل بكثير من رأس المال في الأعمال الغير المؤتمتة.[2]

كما أن لتزايد الاهتمام بأتمتة الأعمال الإداري في ذات الوقت أسباب وعوامل أخرى متعددة.

4 -ظهور عصر المعلومات :

بعد ظهور الثورة الصناعية ظهرت ظاهرة انفجار أو ثورة المعلومات و ما صاحبها من استمرار تزايد عدد الأفراد العاملين في قطاع إنتاج المعلومات كما صاحب عصر

---

[1] العتيبي، نفس المرجع السابق ص ص 13 . 14 . 15

[2] السالمي علاء عبد الرازاق، نظم إدارة المعلومات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، ديناميك للطباعة ، القاهرة ، 2003 ، ص 35 .

انفجار المعلومات ظاهرة التزايد الضخم في حجم المطبوعات المنشورة وتنوعها وتعاظم حجم المعلومات المخزنة على وسائط الكترونية عبر الحاسبات، ولهذا يتضح أن هذا التطور المعرفي كان سببا في الاعتماد على الأتمتة في الأنشطة الإدارية المختلفة بحيث لم تعد الإدارة التقليدية مجدية للتعامل مع معطيات وتطورات العصر . [1]

أ -التطورات التقنية الملاحقة:

يعد اثر التطورات التقنية الحديثة تأثيرا على الأتمتة بمفهومها الحديث أربعة تطورات رئيسية تمثلت في: [2]

-ظهور الحاسبات الالكترونية الرقمية وانتشار الحاسبات الشخصية على نطاق واسع من الثمانينات.

-التطورات الهائلة في مجال الاتصالات.

- الاتجاه المتزايد نحو بناء وتطوير شبكات الحاسبات Networking.

-ظهور وتطور الشبكة المعلوماتية Inter Net.

مما يؤكد التطور السريع في مجال الاتصالات وتطوير شبكات الحاسبات والشبكة المعلوماتية (الانترنت) على ضرورة أتمتة كافة الأنشطة المختلفة لاسيما الأنشطة الإدارية بهدف تحقيق أهداف العاملين والأهداف لتنظيمية بفعالية .

ب -الرغبة في تحسين إنتاجية العاملين :

السبب الرئيس وراء ظهور وانتشار نظم أتمتة الأعمال الإدارية الرغبة في تحسين إنتاجية العاملين فقد كشفت نتائج العديد من الدراسات تحقيق العاملين مستويات عالية من إنتاجية في بعض الأعمال المؤتمتة تصل نسبتها إلى (90%) فيما بلغت الإنتاجية في الأعمال غير المؤتمتة إلى مستويات متدنية.

[1] السالمي ، نفس مرجع السابق ص 35 .

[2] العتيبي ، نفس مرجع السابق ص 16 .

ج -تزايد أعداد العاملين الإداريين:

من عوامل تزايد أهمية الأتمتة حديثا النمو الهائل في أعداد العاملين الإداريين حيث أن نسبة الأعمال الإدارية من إجمالي العاملين ارتفعت من 35 % إلى 45 % ويرتبط بظاهرة الميل المستمرة لتزايد العاملين إلى حقيقتين هامتين هما:

- **الحقيقة الأولى:** انه كلما تزايد عدد العاملين كلما تزايدت التكاليف الإجمالية للعمل كمصروفات إدارية وعمومية وبالتالي فأي تحسين في الإنتاجية للأعمال الإدارية من خلال الأتمتة هي تحقيق وفر ملموسة في التكلفة الكلية على مستوى المنظمة ككل .
- **الحقيقة الثانية:** انه رغم التزايد المستمر فواقع حال المنظمات الفعلي يفتقر إلى قوى عاملة ذات خبرة ومهارة مناسبة تستوعب تطبيق أساليب التقنية الحديثة للأتمتة .

المطلب الثاني: تكنولوجيات الشبكات الخاصة

تستخدم الانترنت في تأدية عمل المؤسسة ، كما تسمح بإنشاء شبكات خاصة الاستعمال الحصري من قبل المؤسسة تدعى بالشبكات الداخلية (الانترنت) وشبكات خاصة بالزبائن وموردي وشركاء المؤسسة والتي تسمى بالشبكات الخارجية (الاكسترانت)

1 -الانترنت:

1 1 -تعريف الانترنت:

هي شبكة خاصة لمؤسسة تمكن المستخدمين الموجودين فيها فقط من الاستفادة من خدمات الشبكة ولا تسمح لأي مستخدم من خارج المؤسسة من خدمات هذه الشبكة ، والانترنت هي في الواقع نسخة مصغرة من الشبكة الانترنت تعمل داخل مؤسسة يستطيع العاملون في هذه المؤسسة وحدهم الوصول

إلى المعلومات الموجودة فيها [1] ، ويرى J.N.Yolin أن الانترنت : عبارة عن شبكة داخلية ، تستعمل تكنولوجيا الانترنت وتكون فيها المعلومات في متناول العاملين بالمؤسسة فقط. [2]

1 2 -أسباب استخدام الانترنت: تستخدم شبكة الانترنت بصورة واسعة من قبل المؤسسات المتوسطة والكبيرة وذلك للأسباب التالية:

1 2 1 -تخفيض التكاليف:

يعمل جهاز الخادم في الشبكة الانترانت على تقليل الحاجة من وجود نسخ متعددة من البرامج وقواعد البيانات وهذه لوجود تشابه بنيوي بين الانترنت والانترانت، حيث تسمح هذه البنية بخدمة تنزيل الملفات والتطبيقات بسهولة ويسر، وكذلك وصول البيانات المشتركة إلى المستخدمين كل حسب صلاحيته.

وبالتالي يمكن للمؤسسة تستغني عن الكثير من المطبوعات والنماذج الورقية التي تقدم الانترانت حلولا الكترونية لها مثل: دليل الهاتف وطلبات الصيانة والخدمات الإدارية المتعددة .

1 2 2 -توفير الوقت:

تساهم الانترانت تقليل الكثير من الوقت الضائع في الاتصال بين أقسام وإدارات المؤسسة الواحدة، كما يعد وسيلة الضمان لدقة سير الاتصالات وعدم تكرارها.

فان تنظيم تبادل المعلومات الإدارية يتم عن طريق نماذج معيارية متفق عليها ولا يتم إرسالها عن طريق النظام البريد الداخلي قبل استيفاء المعلومات المطلوبة بكاملها، من ثم يتم حفظها آليا في الجهاز المزود أو الجهاز خادم البريد

[1] نوفيل حديد ، مرجع سبق ذكره ، ص 121 .

[2] سلوى محمد الشرف ، دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة ، مذكرة ماجستير ، الجامعة الإسلامية ، غزة ، عمارة الدراسات العليا ، 2008 ص 64 .

الالكتروني، وتظهر لدى الطرف الثاني بعد وقت قصير جدا، وبذلك تؤمن الانترانت الدقة وتوفر الوقت .

1 2 3 -الاستقلالية والمرونة:

توفر الانترانت إمكانية النفاذ إلى موارد المعلومات عن طريق تطبيق واحد هو المستعرض، ومن منصات عمل مختلفة، تمكن هذه الميزة المستفيدين من الولوج إلى محتويات الجهاز الخادم بغض النظر عن منصة العمل التي يعملون عليها، إضافة إلى نشر المعلومات عن طريق الموقع الداخلي يتم في الزمن الحقيقي ولا يحتاج إلى أي عمليات إعداد مسبقة .

1 2 4 -تسخير خدمات الانترانت:

تسمح الانترانت للمستخدم باستعمال الخدمات توفرها الانترانت مع الفرق في كون هذه الخدمات تتم على مستوى المؤسسة وهي تسير من خلال ما يسمى بخادم الانترانت ومن أهم هذه الخدمات :

- خدمة البريد الالكتروني.
- خدمة الدراسة عبر الويب.
- خدمة البريد الفوري.
- خدمة البحث عن المعلومات.
- خدمة منتديات الحوار على الويب.
- خدمة البحث عن المعلومات.
- خدمة الهاتفية عبر الانترانت على مستوى المؤسسة.
- خدمة قوائم النشر. [1]

[1] نوفيل حديد، مرجع سبق ذكره ص 123 ,

1 3 -أهم المزايا الأساسية التي تتمتع بها شبكة الاتصال الداخلية الانترانت: [1]

-الحصول على المعلومات في الوقت الحقيقي أو فور حدوث الحدث المتعلق بها.

-رفع كفاءة عملية الاتصال واتخاذ القرار.

-المساهمة في زيادة تلقائية العمليات الأمر الذي يسهم في تسريع عملية التشغيل.

وباختصار يمكن القول أن وجود هذه الشبكة سوف يؤدي إلى تخفيض تكاليف ويساهم في تنسيق وإدارة عمليات المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية، والانترانت عبارة عن شبكة محوسبة داخل المؤسسة الواحدة، مستندة في عملها ومعالجتها على تكنولوجيا الانترنت أو الشبكة العنكبوتية ومعاييرها .

بالرغم من أن الانترانت والانترنت لها نفس مبدأ العمل، إلا أن الكثير لا يستطيع أن يميز بينهما، ولذلك فالجدول أدناه يبين لنا أهم الفروقات الأساسية بين الانترنت والإنترانت.

الجدول رقم: (1) أهم الفروقات بين الانترنت والانترانت

المعيار	الانترنت	الانترانت
الملكية	غير مملوك لأحد	هو ملك للمؤسسة التي تستضيفه
إمكانية النفوذ	أي شخص يمكنه الوصول إليه	لا يمكن لآي شخص الوصول إليه إلا الذين سمح لهم بذلك
حجم المواضيع	يحتوي على العديد من المواقع أو الصفحات والتي يمكن أن تكون مفيدة للمؤسسة	يحتوي على المواضيع والمعلومات التي توافق عليها المؤسسة

المصدر: فوضيل حديد : تكنولوجيا الانترنت وتأهيل المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي ، أطروحة دكتوراه دولة ، (غير منشورة) ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التسيير ، جامعة الجزائر 2006/ 207 ص 51 - 52.

[1] بشير كاوجة، دور تكمولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في مؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر 2012 - 2013، ص 23.

2 -الاكسترانت :

تستخدم المؤسسات المتطورة بالإضافة إلى الانترانت ما يسمى بالاكسترانت

2 1 -تعريف الاكسترانت Extranet

تعد الاكسترانت نتائج التزاوج كل من الانترنت والانترانت، فهي شبكة انترانت مفتوحة على محيط الخارجي بالنسبة للمؤسسات المتعاونة معها، والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها، بحيث تسمح لشركاء أعمال المؤسسة بالمرور عبر الجدران النارية (وهي تركيبة من الأجهزة و / أو البرامج التي توفر نظاما آمنا أو تستخدم عادة لمنع الوصول غير المصرح به من خارج شبكة الاتصال الداخلية أو الانترانت) التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المؤسسة (أو على الأقل جزء منها)، وقد يكون هؤلاء شركاء الأعمال، موردين أو موزعين أو شركاء أو عملاء، أو مراكز أبحاث تجمعهم شراكة العمل في مؤسسة واحدة [1] .

وتستخدم شبكة الاكسترانت تقنيات الانترنت في ربط المسؤولين داخل المؤسسة (المدير الإقليمي، مدير التسويق) بأطراف من خارج المؤسسة (بعض كبار العمال، مسؤولي المؤسسات الأخرى...)، ونظرا لان شبكة الاكسترانت شبكة خاصة، فهي تتطلب إدخال كلمة سر حتى نتمكن من الدخول إليها والتعامل معها، وذلك بغية حماية بياناتها . [2] فتكنولوجيا الاكسترانت تحقق مفهوم المؤسسة الواسع باعتبارها منفتحة على الخارج .

ويعتمد تصنيف شبكات الاكسترانت على قطاع الأعمال ، حيث تصنف إلى ثلاثة أنواع رئيسية هي: [2]

---

[1] شاذلي شوقي ، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية ، جامعة ورقلة ، الجزائر 2007 . 2008 ص 21 .

[2] مراد رايس ، اثر التكنولوجيا للمعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة ، رسالة ماجستير غير منشورة ، فرع إدارة الأعمال ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، جامعة الجزائر ، 2005 . 2006 ص 39 .

- **شبكات اكسترانت التزويد:** تربط هذه الشبكات مستودعات البضائع الرئيسية مع المستودعات الفرعية بغرض تسيير العمل فيها آليا للمحافظة على كمية ثابتة من البضائع في المستودعات الفرعية ، استنادا لقاعدة نقطة الطلب للتحكم في المخزون ، وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز في المستودع.
- **شبكات اكسترانت التوزيع:** تمنح هذه الشبكات صلاحيات للمتعاملين مستندة إلى حجم تعاملاتهم، وتقدم لهم خدمة الطلب الالكتروني وتسوية الحاسبات، مع التزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات التقنية، وما إلى ذلك من خدمات أخرى.
- **شبكات اكسترانت التنافسية:** هذا النوع من الشبكات يمنح للمؤسسات الكبيرة والصغيرة فرصا متكافئة في مجال البيع والشراء ، مما يرفع من مستوى الخدمة ، ويعزز جودة المنتجات ويقضي على الاحتكار.

انطلاقا مما ذكر يمكن توضيح العلاقة بين الانترنت والانترانت والاكسترانت وهذا من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (2): العلاقة بين الانترنت والانترانت والاكسترانت

نوع الشبكة	المستخدمين	الوصول	نوع المعلومات
الانترنت	أي شخص عن طريق الهاتف أو شبكة العمل	عدد غير محدود من العامة ، بدون قيود	عامة، شعبية، تسويقية
الانترانت	العاملون المرخص لهم فقط	خاص ومقيد و محضور على العاملين	خاصة بالمؤسسة وبما يرتبط بالعمل
الاكسترانت	مجموعات خاصة من شركاء العمل	خاص ومحضور على شركاء العمل المرخص لهم	مشتركة بين مجموعات الشركاء

المصدر: خالد ممدوح إبراهيم، إدارة الالكترونية، الطبعة الأولى، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010 ص 96 .

المطلب الثالث: تكنولوجية الشبكات العامة (الانترنت)

لقد أصبح اهتمام المؤسسات ينصب أكثر فأكثر على إيجاد الطرق الأكثر فعالية للاتصال بالمستهلكين وتلبية حاجياتهم ورغباتهم وهو ما حصل بفعل عامل التقدم التكنولوجي، مما أدى إلى ظهور ما يسمى بمراكز الاتصال الافتراضية والمتمثلة في الانترنت .

1 -تعريف الانترنت:

ظهرت الانترنت في بداية سنة 1969 كنتيجة بحث لوكالة مشاريع البحث المتقدم " ARPANET" التي كانت ممولة من طرف وزارة الدفاع الأمريكية، وكانت تربط فقط بين مجموعة قليلة من الحواسيب في عدد قليل من المناطق في الو.م. أ وفي منتصف الثمانينات انشات المؤسسات الوطنية للعلوم للولايات المتحدة الأمريكية (USNSF) شبكة سميت (NSF) اعتمدت التكنولوجيات المستعملة في (ARPANET)، واتسعت لتربط الشبكات الصغرى في جميع أنحاء الو.م. أ وتمويل من المؤسسة الوطنية للعلوم ومشاركتها، بدأت شبكة (NSF) بالاتساع بشكل كبير تربط بين آلاف الحواسيب في مؤسسات البحث والجامعات والمعاهد والدوائر الحكومية والصناعات الخاصة. [1]

اشتق مصطلح الانترنت من الكلمتين انجليزيتين international و Network أي الشبكة العالمية، وهي شبكة عالمية تسمح للمؤسسات والأفراد في الاتصال فيما بينهم عن طريق مجموعة الشبكات والحواسيب ، وهندسة بنائها تسمى (الزبون . المزود)، وهذا يعني أن الحواسيب ترسل معطياتها (المزود) باتجاه حواسيب مجهزة ببرامج التصفح، والطرق المستعملة قد تكون مختلفة (خط هاتفي، ارتباط بالأقمار الصناعية، الأسلاك الأرضية) .

ويعرفها كارول اوكوتور على أنها: " مجموعة من شبكات الحواسب المستقلة كليا والموزعة عبر أنحاء العالم ، حيث تشكل هذه المجموعات نظاما عملاقا واحد إذ تتولى كل شبكة منفردة مسؤولية الإدارة والصيانة الذاتية لها أولوية خاصة " .

[1] شادلس شوقي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر ، 2007 – 2008، ص 12 .

كما عرفها كل من بوب نورتون وكاتي سميث " الانترنت عبارة عن مجموعة الشبكات الحاسوبية العالمية المتصلة ببعضها البعض بواسطة وصلات اتصالية متباعدة " [1] .

وتعرف كذلك بأنها: " شبكة عالمية مكونة من عدد من الشبكات المتصلة مع بعضها البعض ". [2]

2 -خدمات الانترنت:

توفر الانترنت العديد من الخدمات نذكر منها :

2 1 -خدمة البريد الالكتروني: يعد البريد الالكتروني من أول الخدمات التي تم تطويرها على الانترنت و الرغم أن الهدف الأصلي لوجود شبكة تربط المواقع البعيدة عن بعضها البعض. [3]

والبريد الالكتروني " يعد من الاستخدامات الشائعة والتي توفر إمكانية الاتصال بالملايين من البشر حول العالم ". [4]

كما تسمح هذه الخدمة بإرسال واستقبال رسائل الالكترونية من والى جميع المشتركين في الشبكة عبر العالم ، على مستوى تجاري يمكن الاستخدام البريد الالكتروني في طلب معلومات حول المنتج معين او طلب فواتير شكلية أو إرسال طلبيات للموردين أو إلغائها.

كما يمكن للبريد الالكتروني من نقل الرسائل في كلا الاتجاهين بل وحتى الوثائق والصور وكذلك اللوحات الاشهارية للتسويق والنماذج التصميمية عن طريق الإرفاق Attachement يشترط أن تكون محمولة في شكل ملفات رقمية وعند وصولها يمكن

---

[1] بوخاوة إسماعيل وعطوي عبد القادر //dc314.4shared.com/down loadl-lioif4Q/-12.03.2011 http،.rar ?tsid=20110417-182732-e4799ae5

[2] محمد طاهر نصير ، التسويق الالكتروني ، دار حامد ، عمان ، 2004 ص 38 .

[3] بهاء شاهين ، الانترنت والعولمة ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب ، القاهرة 1999 ص 42 .

[4] محمد عبد حسين آل فرج الطائي ، الموسوعة الكاملة في نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية ، الطبعة الأولى ، دار الزهران ، عمان ، 2002 ص 231 .

المستلم أن يطبعها بشكلها وألوانها الأصلية مما يجعل البريد الالكتروني متميز عن الفاكس شكلا وتكلفة. [1]

2 2 -خدمة الشبكة العنكبوتية العالمية للمعلومات WWW

(Word Wide Web): وتسمى أيضا بالنسيج العالمي الواسع ، ويطلق عليها خدمة الويب ، فهي من أكثر الخدمات استخداما في الانترنت ويمكن من خلالها الإبحار في مختلف المواقع على شبكة الانترنت وتصفح ما بها من صفحات عن طريق وسائط متعددة قد تكون مكتوبة أو مرسومة أو بالصوت أو بالصورة. [2]

كما تعد هذه الخدمة وسيلة من وسائل الترويج والدعاية والإعلان على المستوى المحلي والإقليمي والعالمي. [3]

2 3 -خدمة بروتوكول نقل الملفات FIP: هو بروتوكول يستعمل لنقل الملفات عبر شبكة الانترنت كتحميل بعض الملفات من جهاز خادم بعيد ، ويستعمل مسيرو المواقع الالكترونية المعروفة بالواب ماستر Webmasters هذا البروتوكول لإرسال التحديثات اللازمة إلى الأجهزة الخادمة التي يشرفون على تسييرها .

2 4 -خدمة منتديات النقاش Forums de discussion : تسمح هذه الخدمة للمشتركين فيها بالتعبير عن آرائهم حول موضوع معين يطرح للنقاش، ويستخدم البريد الالكتروني للإدلاء بالآراء، وغالبا ما تخضع هذه المجموعات إلى إدارة شخص واحد ، يعمل على إدارة المناقشات وتوجيهها

---

[1] إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 ص ص 27-28 .

[2] خالد ممدوح إبراهيم مرجع ذكره، ص 84 .

[3] أمينة رباعي، التجارة الالكترونية و الآفاق تطورها في البلدان العربية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2004 - 2005، ص 8.

واستبعاد ما لا يناسب منها، وتستعمل بعض المؤسسات هذه النوادي لطرح نقاشات خاصة بمنتجاتها لمعرفة ردود فعل المستهلكين وآرائهم الشخصية. [1]

2 5 -**خدمة الدردشة (الاتصال المباشر)** : وتسمح لنا هذه الخدمة إمكانية إجراء الحوار المباشر بين أي عدد من الأشخاص حول العالم، ويمكن إجراء هذا الحوار إما بالكتابة أو الصوت أو بالصورة والصوت معا.

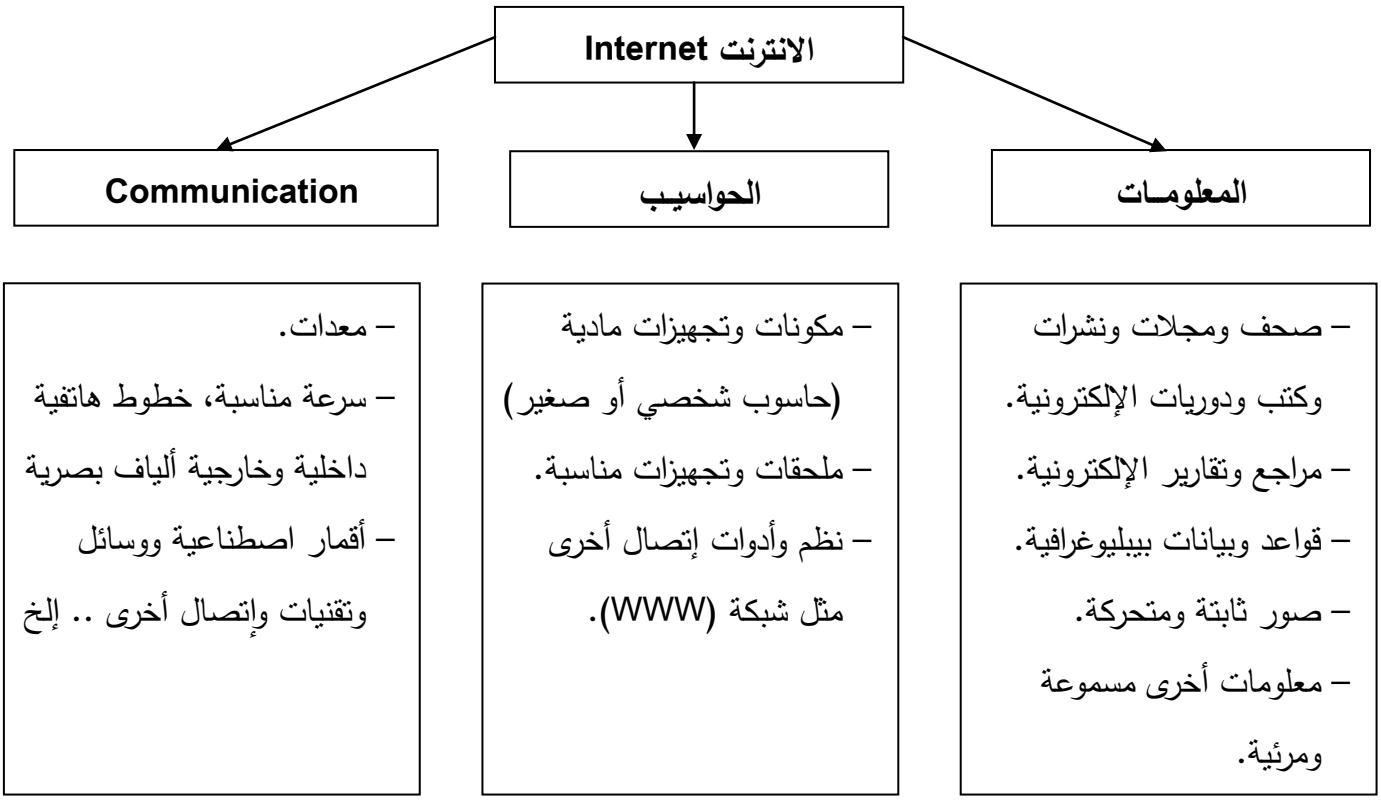
2 6 -**خدمة المجموعات الإخبارية News groups:** وتعرف المجموعات الإخبارية بأنها وسيلة للنقاش مع الأشخاص ذوي الاهتمامات المشتركة ، ويتم ذلك من خلال وضع موضوع محدد للنقاش من قبل مدير المجموعة ليقوم الأشخاص المهتمين بهذا الموضوع بتدعيمه بآراء وجهات نظر مختلفة. [2]

ويمكن تصوير تركيبة شبكة الانترنت على ضوء المخطط الآتي يبين تفاصيل عن ثلاثة مجالات متفاعلة مع بعضها البعض وهي المعلومات والحواسيب والاتصالات .

[1] نور الدين شارف، التسويق الالكتروني ودورة في زيادة القدرة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة جواب فرع الاتصالات الجزائر) ، مذكرة ماجستير، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2007 ص 24 .

[2] محمد نزيه محمد ، تعليم ... الانترنت ، الإصدار الأول 2009 (17 / 04 / 2011)
http://www.4shared.com/document/JSENAFAZ/Internet eBook etml

الشكل رقم (10): مكونات شبكة الانترنت



المصدر: بشير كاوجة ، مرجع سبق ذكره ، ص 39

المطلب الرابع: أهداف تطبيق واستخدام نظام الأتمتة

هناك عدد أهداف لتطبيق واستخدام الأتمتة منها:

1 -زيادة السرعة والدقة بإجابة المراجعين والاقتصاد من وقتهم.

2 -عدم الحاجة إلى المراجعة الحضورية من اجل عرض الطلب ومتابعة جوابه.

3 -ترتيب وتنظيم دوران المراسلات في الدائرة.

4 -إيصال المراسلات الورقية إلى حدها الأقل في داخل وخارج الدائرة .

5 -خلق الطرق الصحيحة وقياس دوران الأعمال في الدائرة ومتابعة تحسنهم المستمر

6 -زيادة السرعة وإيجاد السهولة في مراسلات ما بين الدوائر.

7 -الإيصال السريع للمراسلات التي قد صنفت.

8 -زيادة تمرين الموظفين عن طريق تامين إمكانية التنظير و قياس الأنشطة.

9 -خلق المهد المناسب من اجل استقرار جميع الأنظمة الموحدة [1] .

[1] الحجي عثمان يوسف ، اثر تطبيق الأتمتة في الأداء الوظيفي للمؤسسات الحكومية المستقلة بدولة الكويت جامعة البحرين 1993 ص 55 .

خلاصة الفصل الأول:

من خلال دراستنا لهذا الفصل وتسليط الضوء على كل ما تم التطرق إليه لاحظنا أن الأتمتة تلعب دورا حيويا في حياة الأفراد والمجتمعات للأهمية والمكانة التي تشغلها في تطور الدول بصفة عامة والمؤسسات بصفة خاصة، كانت السبب الرئيسي لإتساع الهوة النامية والدول المتقدمة في مجال إنتاج المعلومات ونشرها، وفي مجال التعامل معها حيث تعتمد المؤسسات العاملة بالأتمتة على تكنولوجيا عالية ومتطورة في وقتنا هذا. بحيث ساهمت الأتمتة في ظهور نوع جديد من الهيكلة، كما أن التطور السريع في وسائل التكنولوجيا بأشكالها المختلفة جعل عملية نقل وتبادل المعلومات والبيانات والخبرات من أي مكان إلى آخر عملية سهلة وتتم بفعالية وسرعة بل أدت إلى زيادة السرعة في المعالجة وتحسين الجودة.

الفصل الثاني: علاقة الأتمتة بوجود الخدمة

الفصل الثاني: علاقة الأتمتة بجودة الخدمة

تمهيد:

يشهده العالم تطورا كبيرا في المجال الاقتصادي وما ترتب عليه من انتعاش في الحركة الاقتصادية وتطور وسائل الأتمتة والاتصال ونمو المنافسة العالمية في مجال السلع والخدمات والأفكار، وانتقال الاقتصاد من الاهتمام بالتصنيع إلى الاهتمام بالخدمات والمعرفة كما تعاظم دور بعض القطاعات الخدمية، مما أصبح من الضروري على هذه المؤسسات أن تنتهج نهج الجودة في تقديم خدماتها المتنوعة.

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

وللإلمام بهذا الموضوع سوف نتطرق في:

- المبحث الأول الأسس النظرية لجودة الخدمة
- والمبحث الثاني تحسين جودة الخدمة
- والمبحث الثالث علاقة الأتمتة والإتصال بجودة الخدمة .

المبحث الأول: مفاهيم أساسية حول الخدمة

تعد الجودة سلاحا تنافسيا، لذا ازداد إدراك المؤسسات الخدمية لأهمية ودور الجودة، كما أصبح الزبائن هم أيضا أكثر اهتماما بالجودة نظرا للدور الذي تلعبه في أداء الخدمة وتقديمها، وما للجودة من اثر على حجم الطلب على الخدمات، إذ تعد توقعات الزبائن وحاجاتهم من العوامل المهمة في تقييم الجودة.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول الجودة

تعد الجودة في العصر الحالي إحدى الوسائل التنافسية التي تستخدمها المؤسسات لجذب المستهلكين وتحقيق التفوق في المنافسة، وسنتناول في هذا المبحث: نشأة وتطور الجودة، مفهوم الجودة بالإضافة إلى أبعاد الجودة.

1 -نشأة وتطور الجودة:

يمكن إرجاع أصول التفكير في الجودة إلى حقب زمنية بعيدة فكانت الدقة والإتقان هما المرادف الأساسي للجودة، حيث ظهرت في حضارات متعددة في مقدمتها الحضارة الفرعونية (في بناء الأهرامات) والحضارة الصينية (بناء صور الصين العظيم)، وفي الإسلام كان (رسول الله صلى الله عليه وسلم) يحث على الاهتمام بالجودة في العمل من خلال الأحاديث حيث **يقول صل الله عليه وسلم :** " إن الله يحب إذا عمل أحدكم عملا أن يتقنه ".

ومنذ بدايات القرن العشرين وانطلاق الثور العلمية والتكنولوجيا، أعيد تشكيل مفهوم الجودة بأبعاد جديدة حيث ارتبطت ارتباطا وثيقا بالإدارة كوظيفة أساسية وقد اتفق معظم الباحثين على مراحل التاريخية التالية لتطوير مفهوم الجودة وهي متداخلة التأثير :[1]

[1] قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو 9001 : 2000، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الأردن ، الطبعة الأولى، ص 24 – 25 .

المرحلة الأولى: مرحلة مسؤولية العامل (الحرفي) عن الجودة (قبل عام 1900):[1]

ا لملامح الأساسية لهذه المرحلة أن التحكم في الجودة كان يتم برقابة العامل على عمله اعتماد على مهارته ودقة أدائه، حيث كان الإنتاج يعتمد على اليدوية كما كان بمعدلات قليلة يسهل السيطرة عليها وتحديد نطاق المسؤولية فيها .

المرحلة الثانية: مرحلة مسؤولية الملاحظ (رئيس العمال) عن الجودة (1900 إلى 1920) :

مع بداية القرن العشرين ظهر مفهوم التصنيع الحديث وزادت معدلات الإنتاج ، وظهرت الحاجة إلى تنميط بعض الأعمال والمنتجات المستخدمة كقطع الغيار لبعض المعدات، ومن هنا أصبح أداء العمالة يتشابه في نوعية العمل، واعتمد أسلوب العمل في هذه المرحلة على تقسيم العمالة إلى مجموعة مسؤولة من احد الأشخاص كملاحظ لها، ويتحدد عمله الأساسي في مراجعة الأعمال والتأكد من جودة الإنتاج، وبذلك نجد تطورا في أسلوب الرقابة من حيث التنظيم (مجموعة العمل) والمسؤوليات (عامل / ملاحظ).

المرحلة الثالثة: مرحلة رقابة المفتش (1920 إلى 1940):

خلال هذه الفترة زادت معدلات الإنتاج التطور في التفتيش ووجود تداخل في خطوات الإنتاج المعتمدة وزيادة حجم العمالة التي تخضع لرئيس العمال مع تنوع الأعمال التي يقوم بها نفس العامل، مما أدى إلى الحاجة لتخصيص عمالة وتدريبها على أعمال التفتيش، وبذلك ظهرت وظيفة المفتش الذي يقوم بعمل الرقابة والإصلاحات المطلوبة طبقا لخطوات التصنيع، وبذلك نجد تطورا ملحوظا في التنظيم بظهور وظيفة المفتش المستقل عن العامل والملاحظ وتحديدا النقاط محددة أثناء الإنتاج تخضع للتفتيش وبذلك تقل تكاليف الإصلاح في التفتيش النهائي.

[1] قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سابق ، ص 27 .

المرحلة الرابعة: مرحلة الرقابة الإحصائية (1940 إلى 1960):

خلال الحرب العالمية الثانية والمرحلة التالية لها اخذ الإنتاج طريقا إلى النمطية والإنتاج الكمي، مما تعزز معه إمكانية التفتيش على الإنتاج كله بنسبة 100 % للتحقيق من خلو المنتجات من العيوب، وظهرت الحاجة الملحة إلى تدخل العلم، فتم استخدام الطرق الإحصائية مثل الفحص بالعينات واستخدام خرائط الضبط الإحصائي وخرائط الفحص والتحليل والاختبارات المعملية، وبذلك يتولى الإشراف وإصدار التعليمات للعاملين بالجودة ومراجعة الخرائط الإحصائية، وتعديلها طبقا للنتائج المسجلة في كل فقرة زمنية أو كمية إنتاج محددة .

المرحلة الخامسة: توكيد أو ضمان جودة الإنتاج (1960 إلى 1980):

نظام يهدف إلى ضمان جودة الإنتاج في جميع مراحل التنفيذ وهو نظام متكامل وفعال، يهدف إلى الاكتشاف الفوري للعيوب ودعم التوافق الذي يؤثر على جودة المنتج أو الخدمة، ووضع الإجراءات التصحيحية لها والضوابط اللازمة لمنع حدوثها مستقبلا، ونظام توكيد (ضمان) الجودة يعتمد على وضع ضوابط وإجراءات في كل مرحلة من مراحل دورة حياة المنتج، من جودة التصميم الذي يغطي احتياجات الزبون وتوقعاته إلى تتبع المنتج بعد خروجه وخدمته والتغذية العكسية لانعكاسات المستهلكة بعد الاستخدام.

وقد ظهرت الحاجة في هذه المرحلة إلى وجود بنود أساسية وفعالة لتطبيق نظام توكيد الجودة حيث أصدرت المنظمة العالمية للمواصفات القياسية (ISD) سلسلة المواصفات ISO 9000، التي تشتمل على إرشادات للمؤسسات لبناء نظام توكيد الجودة والأسس الفنية والتنظيمية، التي يؤدي تطبيقها إلى منتج جديد في جميع مراحله مع تحديد المهام الوظيفية التي تؤدي في النهاية إلى إرضاء الزبون وإشباع حاجته.

المرحلة السادسة: إدارة الجودة الشاملة TQM (1980 حتى الآن):

شهدت هذه الفترة صراعا تنافسيا ، تبين فيه أن تدخل ضمان الجودة لم يعد قادرا في حد ذاته على تحقيق التميز الواضح في كافة العمليات التي تقوم بها المؤسسة، بما يضمن الجودة المتميزة للمنتجات والخدمات المؤداة .

كما زاد الاهتمام برغبات العملاء بمفهومها الواسع داخل المؤسسة والسعي لتحقيقها، فبات من الضروري البحث عن سبل لتخطيط استراتيجي يضمن تضافر كافة الجهود لتحقيق مهام محددة وأهداف واضحة في ضوء رغبات وتوقعات العملاء، وأصبح أيضا من الضروري البحث عن الفلسفة تنظيمية تحكم العمل بالمؤسسة يكون أساسها التحسن المستمر في الأداء وتحليل المشكلات وحلها، فحاولت العديد من المؤسسات تحسين أوضاعها وفق ما أطلق عليه " **إدارة الجودة الشاملة** " كمدخل إداري حديث أدى إلى التغيير الجذري في مفاهيم الجودة ، وقد تميزت هذه المرحلة بما يلي: [1]

- إعطاء الجودة الشاملة اهتماما خاصا من قبل الإدارة العليا .
- إيجاد ربط بين الجودة الشاملة وزيادة تحقيق الأرباح.
- إعطاء الجودة الشاملة تعريفا خاصا من وجهة نظر الزبائن .
- إدراج الجودة الشاملة ضمن التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة .
- استخدام الجودة الشاملة كميزة تنافسية.

2 -مفهوم الجودة :

" يرجع مفهوم الجودة (Quality) إلى الكلمة اللاتينية (Qualitas) التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة صلابته ، وقديما كانت تعني الدقة والإتقان " [2].

وقد تعددت التعاريف التي أوردها المهتمون بموضوع الجودة، نذكر أهمها:

[1] مأمون الدرادكة ، طارق شيلي ، الجودة في المنظمات الحديثة ، دار صفاء للنشر والتوزيع ، طبعة الأولى ، عمان ، ص 33

[2] مأمون الدرادكة، طارق شيلي ، نفس المرجع السابق، ص 33

عرف Deming الجودة بأنها " **تحقيق احتياجات المستفيد حاضرا ومستقبلا** " [1] .

عرف Juran الجودة على أنها " **مدى ملائمة المنتج للاستعمال** " [2]، أي معيار الأساسي للحكم على جودة المنتج هو القدرة على تقديم أفضل أداء واصدق صفات .

كما عرفتها الجمعية الأمريكية لضبط الجودة بأنها: " **مجموعة من المزايا وخصائص المنتج أو الخدمة القادرة على تلبية حاجات المستهلكين** " [3] .

أما Crosby فقد عرف الجودة على أنها " مدى المطابقة مع المتطلبات " . [4]

أي كلما كانت مواصفات المنتج مطابقة لمتطلبات الزبون كلما كانت مواصفات المنتج مطابقة لمتطلبات الزبون كلما كان هذا المنتج ذو نوعية جيدة .

وفي التعريف الحديث نسبيا وفقا للمواصفة (ISO 9000 إصدار 2000 ، عرفت الجودة بأنها عبارة عن قابلية مجموعة من الخصائص الباطنية للمنتج لإرضاء المتطلبات ". [5]

من خلال التعاريف السابقة نلاحظ أن مفهوم الجودة يشتمل على جانبين كل واحد مرتبط بالآخر ارتباطا وثيقا ، الجانب الأول مرتبط بخصائص السلعة أو الخدمة المقدمة ومدى مطابقتها للمواصفات المحددة لها أما الجانب الثاني فيتمثل في العلاقة بين الزبون والخدمة أو السلعة المقدمة له ومدى قدرتها على تلبية حاجاته وتوقعاته .

3 -أبعاد الجودة The dimentions of quality :

توجد أبعاد ومفردات لقياس الجودة ويمكن تحديد الأبعاد الشائعة منها على النحو الآتي: [6]

---

[1] طلال بن عابد الأحمدي، إدارة الرعاية الصحية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004 ص 126 .

[2] محفوظ احمد جودة، إدارة الجودة الشاملة، مفاهيم وتطبيقات، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، ص 19 .

[3] مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، طبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2008، ص 15.

[4] المرجع نفسه ص 19 .

[5] نجاة صغيرو، تقييم جودة الخدمات الصحية: دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص: اقتصاد تطبيقي وتسيير المنظمات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012، ص25.

[6] محمد عاصي العجيلي، ليث علي الحكيم، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2009، ص 77- 78 .

أ. **الأداء Perfermance** : يشير هذا البعد على الخصائص الأساسية في المنتج .

ب. **الهيئة Features** : وهي الخصائص المكملة للخصائص الرئيسية والتي تضيف قيمة لجودة المنتوج مثل توفر السيطرة Control للتحكم عن بعد في جهاز التلفزيون ، وكذلك قيام شركة TOYOTA بإنارة أماكن مفاتيح السيارة والتشغيل عام 1984 لكي يتم وصول المستخدم إليها بسهولة .

ج. **المعولية RELIABILITY** : وتشير إلى الاتساق والثبات في الأداء يجب أن تكون هناك درجة من الاعتمادية والثقة في أداء المنتج وعدم تكرار الأ خطاء وأن يكون جاهزا وقت الطلب .

د. **المطابقة Conformancem** : تمثل درجة تطابق المنتوج مع مواصفات التصميم.

هـ. **المتانة Durability** : تشير إلى معدل العمر الاقتصادي للمنتوج قبل الاستهلاك والاستبدال .

و. **الجمالية Aesthetics** : تشير إلى الهيئة الخارجية للمنتوج والشعور الذي تثيره لدى المستهلك .

ز. **التقمص العاطفي Empathy** : تعبر عن درجة تمكن المجهز من فهم الحاجات البشرية للزبون وتحديدها ، وتلبية تلك الحاجات في المنتوج .

ح. **الاحترافية Professionalism** : يقصد بها احتراف المهنة وقدرة المجهز على تقديم منتوج خال من العيوب ودعم الزبون (خدمات بعد البيع) .

ط. **السلامة Safety** : تعني ضال مقدار الضرر الذي يمكن أن يسببه المنتوج في أثناء الاستخدام .

ي. **إمكانية تقديم الخدمة Service ability** : تعني سهولة التصليح وسرعته وحسن تصرف القائم بعملية التصليح وكفاءته .

ك. **الإدراك Perceotion** : تعني قدرة الزبون على ادراك ما يراه في المنتوج اعتمادا على خبراته السابقة وسمعة الشركة .

ل. الكمال Faultles : تعني درجة خلو المنتوج من العيوب .

أما Philip Crosby فقد تناول الجودة من أبعاد أخرى هي [1] :

أ. تعني الجودة مطابقة المتطلبات Requirement وان المتطلبات المطلوبة لابد من ان تكون محددة بوضوح ، مما يجعل أي فرد من العاملين يتوقع ما هو مطلوب منه.

ب. تأتي الجودة من الوقاية وان الوقاية نتيجة التدريب والالتزام والضبط والقيادة .

ج. معيار أداء الجودة هي " **المعيب الصفري** " ، " **Zero Defects** " وعليه لابد من عدم تحديد أي مساحات للأخطاء .

د. قياس الجودة يعني سعر عدم المطابقة .

4 -أهداف الجودة:

هناك نوعان من أهداف الجودة هما:

4 1 -**أهداف تخدم ضبط الجودة:** وهي التي تتعلق بالمعايير التي ترغب المؤسسة في المحافظة عليها حيث تصاغ على مستوى المؤسسة ككل وذلك باستخدام متطلبات ذات مستوى أدنى تتعلق بصفات مميزة مثل الأمان ورضا الزبائن .

4 2 -أهداف تحسين الجودة: وهي غالبا ما تنحصر في الحد من الأخطاء وتطوير منتجات جديدة ترضي الزبائن بفعالية أكثر.

كما يمكن تصنيف أهداف الجودة بنوعيها إلى خمس فئات هي:

1 -أهداف الأداء الخارجي للمؤسسة ويتضمن الأسواق والبيئة والمجتمع .

2 -أهداف أداء المجتمع وتتناول حاجات الزبائن والمنافسة .

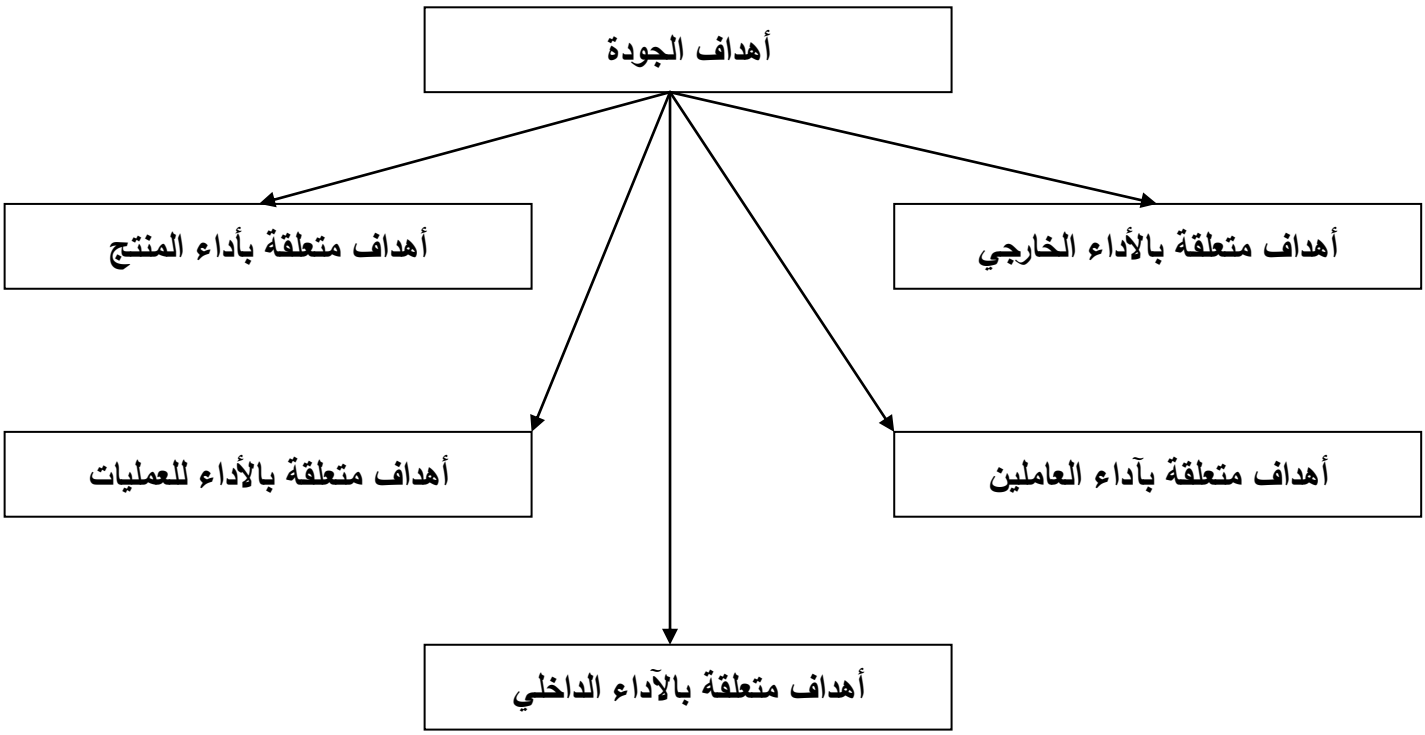
3 -أهداف العمليات وتتناول مقدرة العمليات وفاعليتها ومدى استجابتها للتغيرات ومحيط العمل .

[1] محمد عاصي العجيلي، نفس المرجع السابق ، ص 78 .

4 -أهداف الأداء للعاملين وتتناول المهارات والقدرات وتحفيز وتطوير العاملين. [1]

وهي كما هو موضح في الشكل الموالي :

الشكل رقم (11): أهداف الجودة .



المصدر: قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سبق ذكره، ص 39.

المطلب الثاني: مفاهيم أساسية حول الخدمة

نظرا للأهمية المتزايدة للخدمات في الوقت الحالي، حاولنا تسليط الضوء على مفهوم الخدمة ومستوياتها وخصائصها وتصنيفاتها.

[1] قاسم نايف علوان المحياوي، مرجع سبق ذكره، ص 38- 39 .

1 -مفهوم الخدمة:

إن أهم التعاريف التي جاءت بها أدبيات التسويق للخدمات تعريف الجمعية الأمريكية للتسويق عرفتها بأنها (النشاطات أو المنافع التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة). [1]

إلا أن هذا التعريف لا يميز بصورة كافية بين السلعة والخدمة وهناك تعريف بالنسبة إلى الباحث Kotter يرى أن الخدمة عبارة عن (أي نشاط أو انجاز منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر وتكون أساسا غير ملموسة ولا ينتج منها أية ملكية أو إنتاجها وتقديمها قد يكون مرتبط بمنتج مادي أو لا يكون مرتبطا به). [2]

وتعرفه SKinne: (الخدمة هي منتج غير ملموس يحقق المنفعة مباشرة للمستهلك كنتيجة لأعمال جهد بشري أو ميكانيكي لأفراد أو لأشياء). [3]

وتعريف آخر للخدمة هي نشاط أو عمل ينجز من اجل غرض معين أو هي وظيفة يتم الطلب عليها، وهذه الوظيفة يمكن أن تكون محددة مسبقا (كما في الخدمات الزبونية ومثالها خدمة التشخيص الطبي)، والخدمات تتسم بالتنوع الكبير فهي يمكن أن تكون متخصصة كما في الاستشارة الطبية أو حل مشكلة فنية في الإنتاج أو العمل المحاسبي ....

كما يمكن أن تكون الخدمة يدوية حرفية كما في أعمال النظافة أو الصيانة للأدوات والأجهزة. [4]

---

[1] بشير العلاق حميد عبد الطائي ، تسويق الخدمات ، دار زهران للنشر والتوزيع ، الأردن 2007 ، ص 32 .

[2] P.Kelter , k keller , D Manceau , B du bois , Marketing Managment , 12em edition spécizleparpearson éducation , Paris , P 462 .

[3] محمد بوبفير ، دور إدارة الجودة الشاملة في الارتفاع بالخدمات الصحية ، مذكرة ماجستير ، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ، تخصص تسويق ، جامعة سعد دحلب البليدة ، 2006 ص 123 .

[4] نجم عبود نجم، إدارة الجودة الشاملة في عصر الانترنت، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2010، ص 229 .

2- مستويات الخدمة

فيما يتعلق بصفة عامة فرق كوتلر وآخرون بين 03 مستويات مختلفة للمنتج [1] .

1) **المنتج الأساسي أو المحوري (الجوهر):** ويمثل الحاجة التي يشبعها المنتج.

2) **المنتج المادي الملموس :** حيث يتاح المنتج الأساسي للمستهلكين في الصورة مادية التي يعبر عنها من خلال خصائص المنتج وتعبئته وتغليفه واسم العلامة التجارية وكذا مستوى الجودة .

3) **المنتج المعزز:** وهو عبارة عن المنتج المادي الملموس مضافا إليه خدمات ومزايا يتم تضمينها لإشباع حاجات إضافية لدى المستهلك كخدمات ما بعد البيع ، الضمان .

ورغم أن هذا التحليل ينطبق على المنتجات بوجه عام إلا أن عدد من الباحثين رأوا أن خاصيتي عدم قابلية الفصل (التلازمية) أو اللاملموسية تجعل تطبيق المستويات العامة الثلاثة للمنتجات ذات معنى اقل بالنسبة للخدمات ، وبدلا من ذلك قدموا مستويين للخدمة هما :

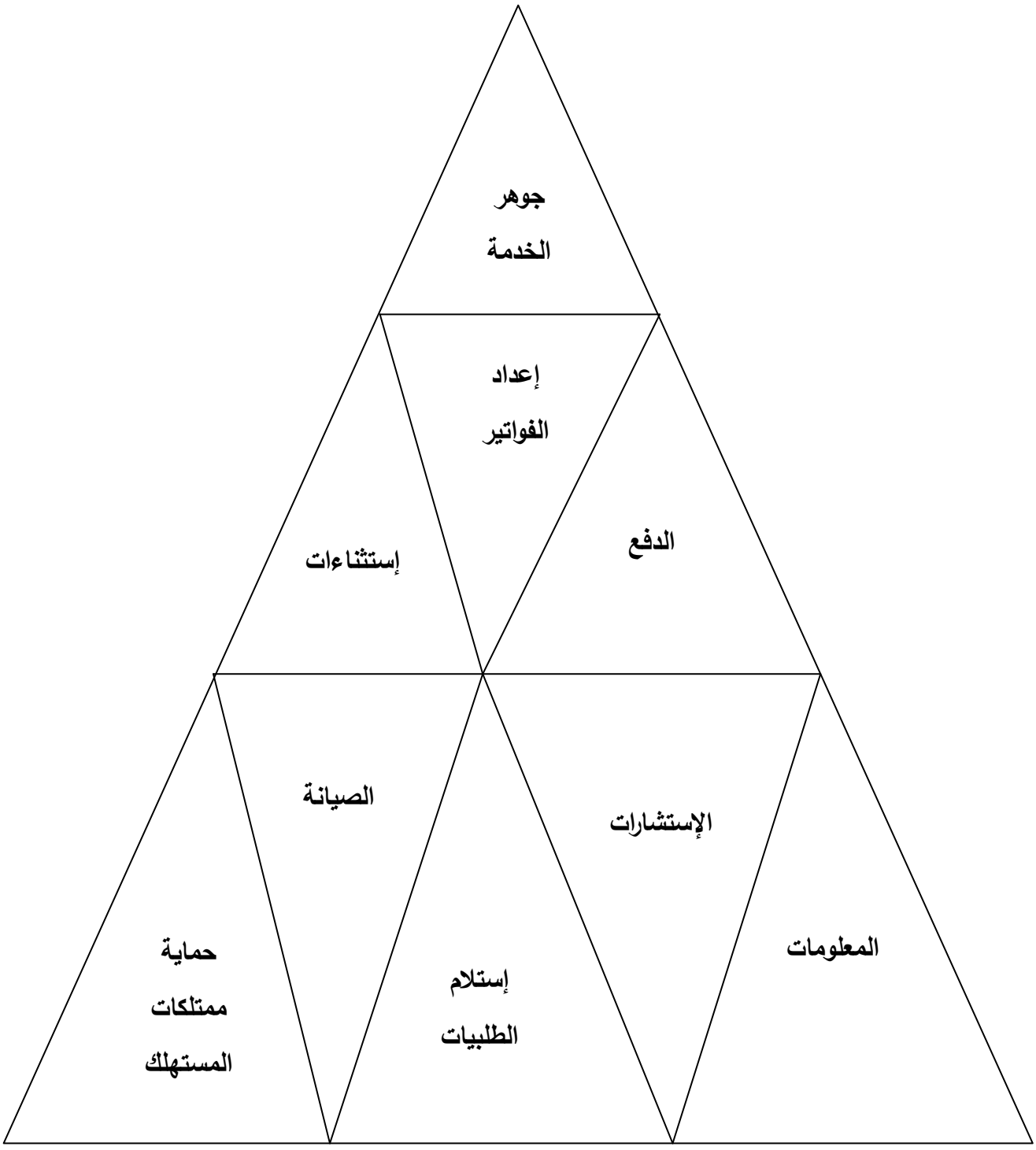
1 -**الخدمة الأساسية أو الجوهرية:** وتمثل المنفعة الأساسية التي يرغب المستهلك الحصول عليها لإشباع حاجاته ورغباته .

2 -**الخدمة الثانوية:** (الداعمة أو التكميلية) وتمثل مستويي المنتج المادي والمنتج المعزز، وتتمثل في ثماني مجموعات هي المعلومات ،تقديم الاستشارة، استلام الطلبيات والضيافة، حماية ممتلكات المستهلك، الاستثناءات، إعداد الفواتير والدفع.

ويطلق على مستويات الخدمة بمثلث الخدمة والشكل يمثل ذلك .

[1] خامت سعدية، عجو نورة، تقييم جودة الخدمات في المؤسسات الصحية العمومية في الجزائر، تخصص تسويق، المركز الجامعي العقيد آكلي محمد اولحاج، البويرة، 2012، ص 09 .

الشكل رقم (12): مثلث مستويات الخدمة .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على معلومات مستخلصة أثناء الدراسة.

يوضح الشكل ثماني مجموعات من الخدمات التكميلية موزعة على أوراق (أقسام) المثلث الذي يرمز إلى الجوهر الخدمة، كما تجدر الإشارة إلى انه ليس من الضروري أن تكون هناك دائما هذه الخدمات التكميلية كلها ضمن خدمة ما، فطبيعة الخدمة تساعد في تحديد الخدمات التكميلية التي ينبغي تقديمها لتعزيز قيمة الخدمة وتحقيق النجاح للمؤسسة الخدمية المعنية وغالبا ما تلجا المؤسسات الخدمية إلى وضع الخدمات التكميلية في مجموعات سعيا وراء اختبار المجموعات التي تتناسب مع حاجات المستهلكين للخدمة ، كما أن وضع الخدمات التكميلية في مجموعات متجانسة يساهم في:

- تمكين المؤسسة الخدمية من تركيز جهودها فيما يخص المزيج التسويقي على المجموعة المفصلة أو المرغوبة من طرف المستهلكين .
- تمكين المؤسسة الخدمية من مقارنة خدماتها التكميلية بتلك التي يعرضها المنافسون [1] .

3 -خصائص الخدمات:

على الرغم من وجود علاقة بين السلع والخدمات بشكل وآخر، إلا أن هناك بعض الخصائص التي تميز الخدمات والتي يمكن أن تؤثر في تصميم البرامج التسويقية وصياغة الاستراتيجيات والسياسات التسويقية ، ويمكن إيجاز تلك الخصائص كما يلي:

3-1-عدم الملموسية: وبالتالي يتعذر على العميل تبعا لذلك إدراك من خلال حواسه الخمسة، إذ انه لا يستطيع أن يتذوق أو يشم أو يسمع أو يرى أو يلمس الخدمة قبل اقتنائها عكس السلع ، وبالتالي لا يمكنه تقييم جودة الخدمة قبل استهلاكها . [2]

3-2-عدم الانفصالية: وتعني تلازم عمليتي الإنتاج والاستهلاك للخدمة. [3]

---

[1] خامت سعدية ، عجو نورة ، مرجع سابق ، ص 10 .

[2] Philip raimbourg. Marketing 2édition (actualisée Bréal , 2006 France) P160 .

[3] Philip kotler et Bernard Dubois, Marketing management ,12édition (person éducation , Paris2006) , p475.

وتشير الخاصية التلازمية إلى وجود علاقة مباشرة بين مزود الخدمة والمستفيد فغالبا ما يتطلب الأمر حضور المستفيد من الخدمة عند تقديمها، كما يترتب أيضا على هذه الخاصية ضرورة مساهمة أو مشاركة المستفيد في إنتاجها، وهذه السمة تعتبر أساسية حيث لا يمكن أداء الكثير من الخدمات دون توافرها ، وكمثال على ذلك نجد أن دقة تشخيص الطبيب لحالة المريض تتفوق إلى حد كبير على دقة المعلومات والإجابات التي يعطيها المستفيد لمزود الخدمة. [1]

3-3- عدم التجانس " تباين الخدمة ": فمن الصعب على مقدم الخدمة أن يقدم خدمات متجانسة من حيث الوقت والمكان ، كما أن التيقن من ثبات الأداء عند المقابلة بين الزبون ومقدم الخدمة هو نسبي ، ومنه عدم القدرة في الكثير من الحالات على تنميط الخدمات وخاصة تلك التي يعتمد تقديمها على الإنسان بشكل كبير . [2]

4 -تصنيف الخدمات:

يمكن تصنيف الخدمات من وجهات نظر مختلفة حيث يمكن تصنيفها إلى:

1 -حسب نوع السوق ويمكن تصنيفها إلى:

- **استهلاكية:** فهناك خدمات المستهلكين كالرعاية الصحية وتامين الحياة على سبيل المثال .
- **صناعية:** مثل تدقيق الحسابات والتركيز عليها .

2 -حسب الغرض من شراء الخدمات، ويمكن تصنيفها إلى: [3]

- خدمات مقدمة إلى المؤسسات : مثل خدمات الاستشارة الإدارية المحاسبية .
- خدمات مقدمة إلى للمستهلك النهائي : مثل خدمات الحلاقة والسياحة .

---

[1] ربحي مصطفى عليان، إيمان السمرائي ، تسويق المعلومات، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2004، ص 85 .

[2] جميلة مديوني، تسويق الخدمات حالة الهاتف النقال بمؤسسة جازي، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب بالبليدة، ص 17 .

[3] عمرو وصفي، عقيلي وآخرون، " **مبادئ التسويق:** مدخل متكامل "، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1994 ص 119 .

3 -حسب أهمية حضور المستفيد ويمكن تصنيفها إلى:

- ليس من الضروري حضور المستفيد من الخدمة مثل خدمات غسل وتنظيف الملابس وخدمات تصليح السيارات.

4 -**حسب درجة كثافة العمالة:** ويمكن تصنيفها إلى: [1]

- **خدمات كثيفة العمالة:** مثل خدمات التعليم وخدمات الإصلاح وتعتمد على العامل البشري بصفة أساسية.

5 -حسب درجة الاتصال بالزبون ويمكن تصنيفها إلى :

- **خدمات تحتاج إلى اتصال عال:** مثل الخدمات الصحية والخدمات الفندقية والمطاعم، تحتاج إلى اتصال عالي من الزبون وغالبا ما تكون هذه الخدمات موجهة نحو الأفراد .
- **خدمات تحتاج إلى اتصال منخفض:** مثل خدمات الإصلاح والتغليف والخدمات البريدية، وتوجه هذه الخدمات في الغالب نحو الأشياء ولا يتطلب الأمر وجود عنصر بشري لتأدية الخدمة.

6 -**حسب مهارة مقدم الخدمة:** ويتم تصنيفها كما يلي:

خدمات تتطلب الاحتراف مثل الخدمات القانونية والخدمات الصحية وتميل هذه الخدمات إلى الكثير من التعقيد وتنظم عن طريق القواعد القانونية.

7 -**حسب دوافع مقدم الخدمة:** ويتم تصنيفها كما يلي:

- خدمات تقدم بدافع الربح مثل المؤسسات الخاصة كالمستشفيات والمدارس والجامعات الخاصة.
- خدمات لا تقدم بدافع الربح مثل الخدمات المقدمة من طرف الدولة كالتعليم والعلاج الطبي.

[1] عمرو خير الدين، " التسويق : المفاهيم والاستراتيجيات "، مكتبة عين الشمس للنشر، القاهرة، 1997، ص 268 .

8 -**حسب علاقة السلعة والخدمة:** [1]

لتقييم المنتجات يستعمل المستهلكين ثلاث أشكال من الجودة:

- **الجودة التي تعتمد على البحث عن المعلومة:** وهي صفات المنتج التي يمكن تحديدها قبل الشراء، كالشكل واللون والسعر وأغلبية السلع لها هذه الخصائص لأنها ملموسة.
- **الجودة تعتمد فقط على التجربة:** وهي صفات وخصائص يمكن تقييمها بعد الشراء أو الاستهلاك كالذوق والصلابة، فهناك بعض المنتجات من الصعب تقييمها قبل الشراء كالحلوى .
- **الجودة التي تعتمد على الاعتقاد فقط:** هي الصفات والخصائص التي يمكن تقييمها بصعوبة حتى بعد الشراء والاستهلاك مثل عملية جراحية، وتوجد خدمات كثيرة لها هذه الجودة، وعلى العموم قليل من المستهلكين القادرين على التقييم إذا ما كانت الخدمة ضرورية والإنفاق صحيح من طرف جراح أو محامي .

[1] عمرو خير الدين، " التسويق: المفاهيم والاستراتيجيات "، مرجع سابق، ص 274 .

المبحث الثاني: تحسين جودة الخدمة

إن عملية التحسين المستمر للجودة يمكن المؤسسة من الحفاظ على مكانتها في السوق واستمرارها وفي هذا المجال سنحاول التطرق إلى بعض الأساليب التي تمكن المؤسسات من تحقيق ذلك .

المطلب الأول: نظام القيادة وعلاقته مع الزبائن

يعتبر نظام قيادة الجودة من بين الأساليب الحديثة المعتمدة في مختلف المؤسسات، وذلك بغرض تحسين جودة خدماتها وضمان التنسيق الداخلي لعملياتها، الفوز بالرضا الدائم لزبائنها، وذلك من خلال أنظمته الفرعية التي تهدف إلى استغلال المعلومات والبيانات المتوفرة عن بيئة الأعمال في العمليات تطوير نشاط المؤسسة وتفوقه عن المنافسين من جهة، وتحقيق التميز من خدمة الزبون وكسب ولائه ووفائه للشركة من جهة أخرى .

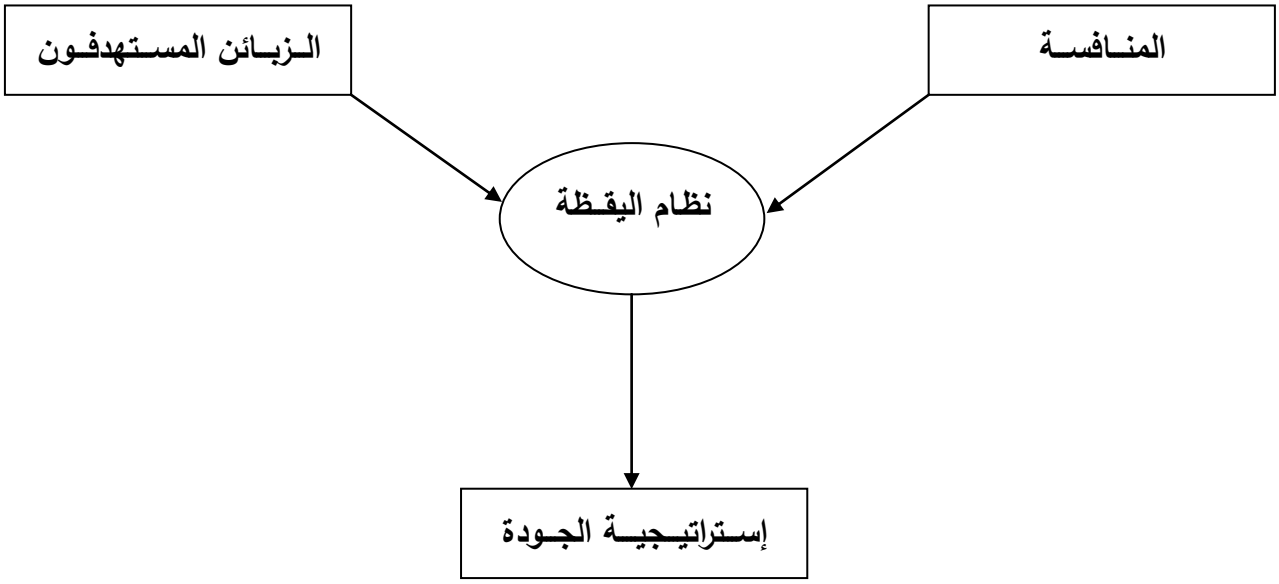
1 وضع نظام القيادة الجودة :

إن نظام قيادة الجودة يهدف إلى تحقيق رضا الزبون وتحسين أداء المؤسسة والاستثمار في توجه الزبون ويتكون هذا النظام من:

1 1 نظام اليقظة: والذي يعمل على متابعة تطور احتياجات الزبائن والتغيرات المستقبلية بالنسبة للمنافسين، وذلك بهدف التنبؤ بالوضعية المستقبلية للمؤسسة تجاه الزبائن ومنافسيها، والعمل على إستغلال الفرص المتاحة لمواجهة التهديدات التي تفرضها هذه التغيرات، وبالتالي وضع إستراتيجية في مجال جودة الخدمات [1] ، كما يوضح الشكل الموالي:

[1] فتيحة بوحرود، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية ،مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2006/2005، ص60

الشكل رقم (13): نظام اليقظة في جودة الخدمة



المصدر: بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماجيستر، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسير والعلوم التجارية، تخصص تسويق، جامعة محمد بوضياف المسيلة 2006، ص66.

يعمل نظام اليقظة على توفيري المعلومات الضرورية حول المنافسين والزبائن الحاليين والمحتملين مما يسمح بتحليل نشاط المؤسسة ودراسة إمكانية موقعها في السوق عن طريق توسيع حصتها السوقية بكسب زبائن جدد.

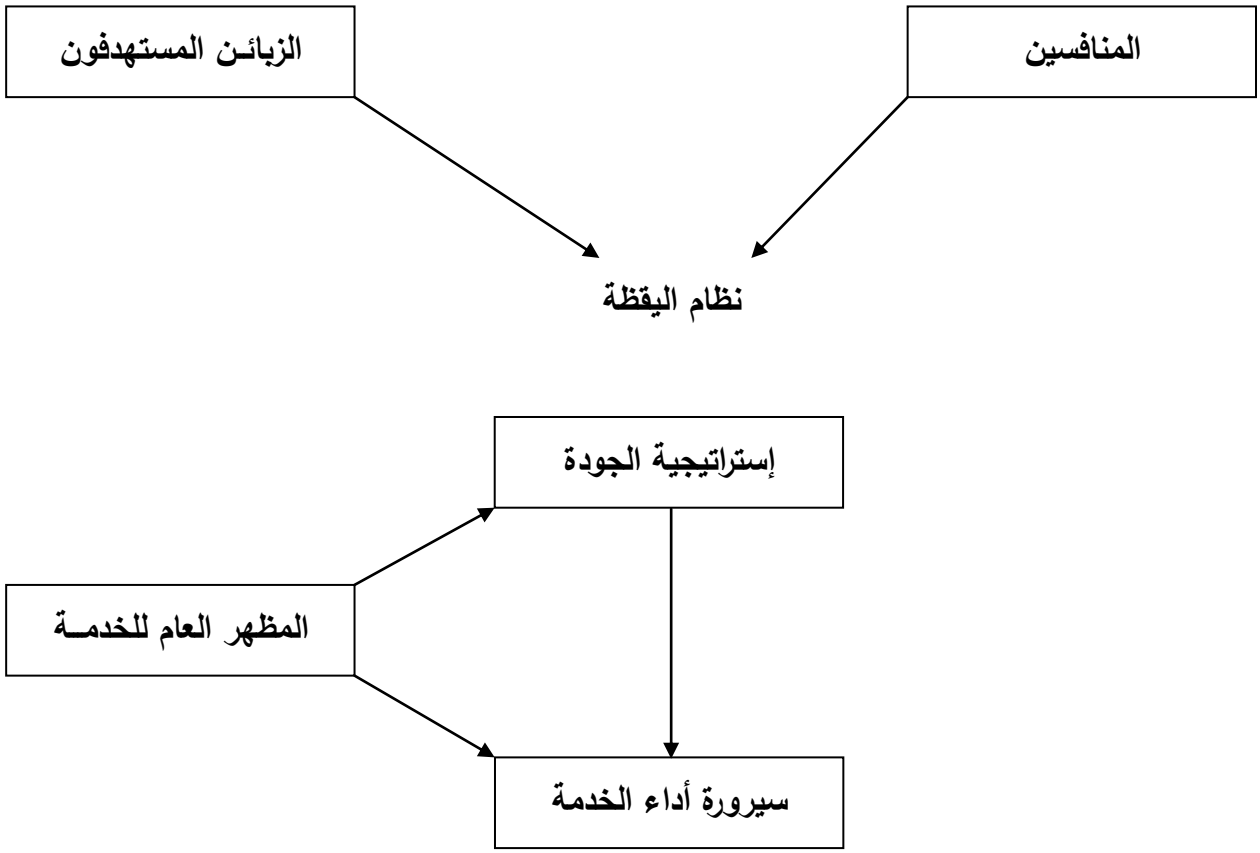
1 2 -تحديد المظهر العام للخدمة المستهدفة: من خلال الحصول على معلومات حول المنافسين والزبائن، يمكن المؤسسة من تحديد خصائص الخدمة وأبعادها الملموسة وغير الملموسة، وفقا لتوقعات الزبون وبشكل متميز عن المنافسين لإرضاء الزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد وبالإضافة لذلك فإن تحديد المظهر العام للخدمة له عدة مزايا تتمثل في:

1 **على مستوى التسويقي:** تكوين : حزمة الخصائص" المميزة للخدمة.

2 –**على المستوى التجاري:** تحقيق الوعود التجارية التي تروج لها المؤسسة من خلال حملاتها الإشهارية.

3 –**على المستوى الإداري:** تلبية وتحقيق المواصفات الداخلية ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي: [1]

الشكل رقم (14): المظهر العام للخدمة للتنظيم سيرورة أداء الخدمة



المصدر: فتيحة بوحرود، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2005–2006، ص 62.

[1] بوعنان نور الدين، نفس المرجع السابق، ص 81–82.

1 3 -تحديد سياسة الجودة: بعد تحديد الزبائن المستهدفين و اختيار المظهر العام للخدمة تعمل المؤسسة على تكييف سيرورة أداء الخدمة، وذلك بتحديد إجراءات الضرورة المتعلقة بالموارد البشرية، الطرق، الأدوات، التنظيم، الإتصال والتمويل والتخطيط إن تنفيذ سياسة الجودة يسمح بتحقيق نموذج الأعمال وتحقيق الأهداف المتعلقة برضا الزبائن. [1]

1 4 -نظام تقييم رضا الزبائن: بعد تنفيذ سياسة الجودة يتم تقييم رضا الزبائن وبناءاً عليه يمكن للمؤسسة من استغلال فرص التحسين وتحقيق فعالية إجراءاتها ويكون ذلك بالإصغاء للزبائن وتحديد توقعاتهم والتعرف على مواقفهم اتجاه الخدمات المقدمة لهم بالإضافة إلى:

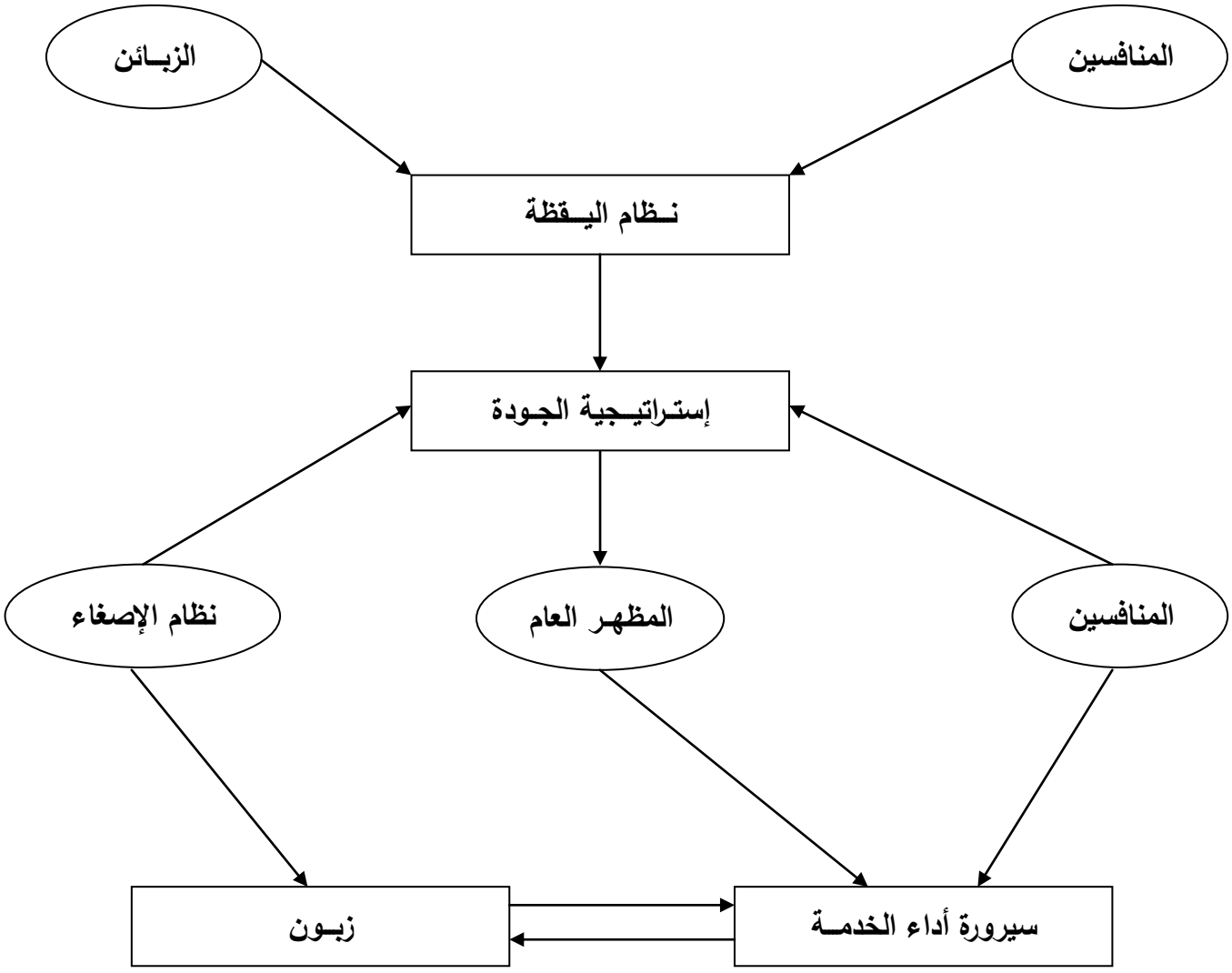
- استقبال وتحليل شكاوى الزبائن.
- البحوث الخاصة برضا الزبائن.
- إختيار المنتوجات.

ويمكن توضيح ذلك بالشكل التالي: [2]

[1] فتيحة بوحرود، نفس المرجع السابق، ص 62.

[2]

الشكل رقم (15): نظام الإصغاء للزبون بهدف التحسين

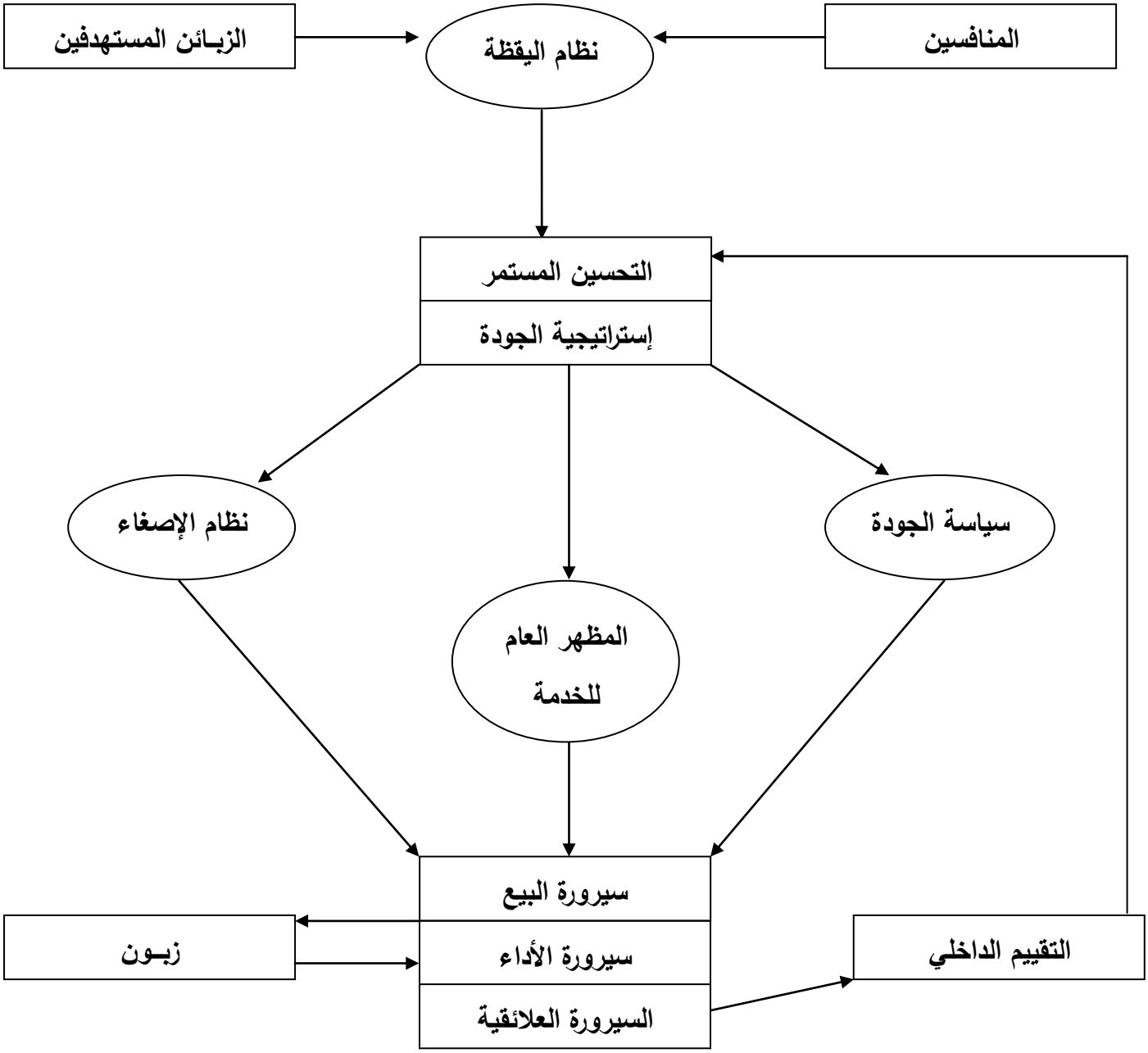


المصدر: فتيحة بوحرود، نفس المرجع السابق، ص 64.

1 5 -نظام التحسين المستمر: يهتم هذا النظام بمعرفة التطورات على مستوى بنية الأعمال للتعرف على درجة رضا الزبائن وكذلك فعالية العمليات الخاصة بالتحسين المستمر ولإستعمال الفرص المتاحة لتحسين العرض والتنظيم ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي: [1]

[1] فتيحة بوحرود، نفس المرجع السابق ، ص 64.

الشكل رقم (16): نظام التقييم والتحسين بهدف تطوير النشاط



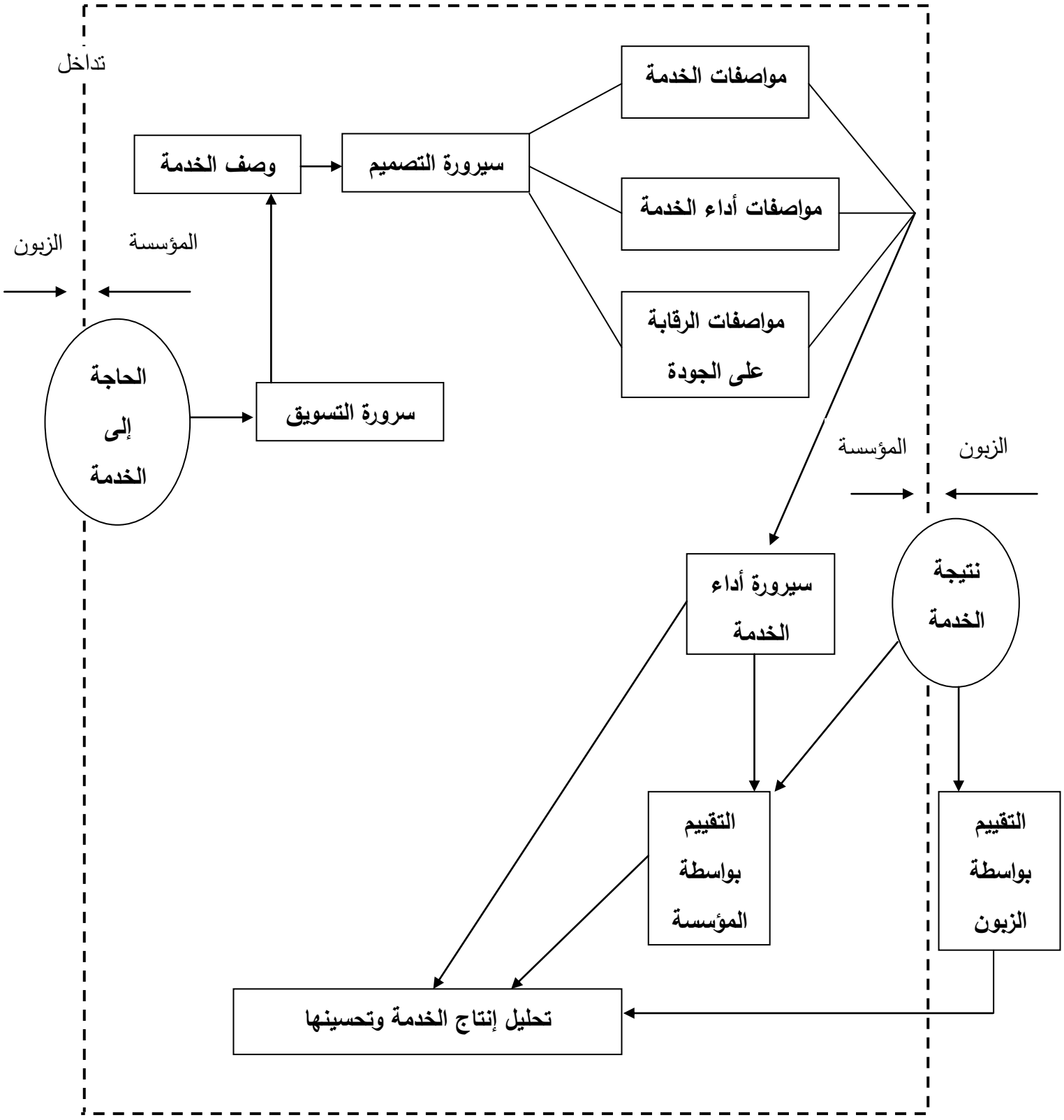
المصدر: فتيحة بوحرود، نفس المرجع السابق ، ص 65.

2 -تحقيق التميز في العلاقات مع الزبائن

يعتبر التميز في العلاقة مع الزبون ركيزة أساسية بالنسبة للمؤسسات الخدمية لتطوير خدماتها وتعزيز وجودها في السوق، فتواصل العلاقة مع الزبون تمثل عملية تحسين لجودة الخدمة عن طريق تقييم الزبون للنتيجة المتحصل عليها من جهة والتقييم الداخلي الذي تقوم به المؤسسة لضمان توافق مواصفات الخدمة مع متطلبات الزبون. ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي: [1]

[1] فتيحة بوحرود، نفس مرجع السابق، ص 66.

الشكل رقم (17): حلقة تحسين جودة الخدمة



المصدر: بوعنان نور الدين، نفس المرجع السابق، ص 86.

يحدث الإتصال بين المؤسسة والزبون خلال سيرورة التسويق لمعرفة حاجات وعمليات ويتم ترجمتها إلى المواصفات التي على أساسها يتم تحديد خصائص الخدمة ومواصفات الرقابة على جودتها قبل تقديمها، وبعد ضبط هذه المواصفات يتم أداء الخدمة (التداخل بين الزبون والمؤسسة)، وبعد ذلك تتم عملية التقييم على المستويين الداخلي والخارجي وإستغلال نتائج التقييم في إعادة تصميم الخدمة ومواصفات أدائها واستغلال لها في ضبط سيرورة الأداء وعليه يمكن القول إن التميز في العلاقة مع الزبون لغرض تفعيل عملية تحسين الجودة وتتطلب وضع عدة إستراتيجيات منها:

1 -**إدارة فترة إنتظار الزبون:** إن الفترة التي يقضيها الزبون في انتظار الحصول على الخدمة، تؤثر تأثيرا سلبيا على إنطباعاته حول المؤسسة ومستوى الجودة في خدماتها، ولذلك ينبغي على المؤسسة إستثمار فترة إنتظار زبائنها بجعلهم ينشغلون بشيء خلال تلك الفترة، فالزبون الذي ينتظر وهو مشغول، ويمكن تحقيق ذلك على سبيل المثال بوضع الجرائد والمجلات ...الخ.

2 -**جعل العلاقة مع الزبون شخصية:** في محيط يتميز بالمنافسة الشديدة وتعدد الأسواق يجب على المؤسسة الخدمية أن تأخذ في الحسبان بأن إستراتيجية الولاء لدى الزبائن أقل تكلفة من إستراتيجية غزو أسواق جديدة.

فعدم الرضا لدى الزبون سيؤدي حتما إلى فقدانه مما يحتم على المؤسسة أن تجعل العلاقة مع الزبون شخصية أي أنه حتى تتميز العلاقة مع الزبون لا بد من تقوية درجة التقادرب فيها، فليست الخدمة هي التي تخلق التميز ولكن العلاقة هي التي تخلق التميز في حد ذاتها. وبالتالي يجب على المؤسسة أن تختار الموظف المناسب الخاص بكل زبون حتى تضمن إستمرارية هذه العلاقة من خلال التعرف

عليه أكثر وعلى إحتياجاته، وتستعمل هذه الطريقة خاصة مع الزبائن الأكثر تعاملا مع المؤسسة إلى جانب الزبائن الذين تراهم المؤسسة مهمين في التعامل معها. [1]

المطلب الثاني: تقييم جودة الخدمة

إن ما يجعل تقييم جودة الخدمة أمرا صعبا هي الإختلافات بين المؤسسات الخدمية أي أنه لا يوجد هناك مجموعة واحدة من العوامل التي يمكن إعتبارها كمعايير محددة لتقييم جودة الخدمة، وينظر عادة إلى تقييم جودة الخدمة من وجهتي نظر إحداهما داخلية تعبر عن موقف الإدارة ومدى إلتزامها بالمواصفات التي صممت الخدمة على أساسها، أما وجهة النظر الخارجية فتركز على جودة الخدمة المدركة من طرف المستهلك.

وسنذكر فيما يلي الأسباب التي تجعل تقييم جودة الخدمة من الأحسن أن يكون من وجهة نظر المستهلك: [2]

1 -قد لا يكون لدى المؤسسة معرفة بالمعايير والمؤشرات التي يحددها المستهلكون لإختبار الخدمة ونوايا الشراء لديهم أو حتى الأهمية النسبية التي يولونها لكل معيار في تقييم جودة الخدمة المقدمة.

2 -قد تخطيء إدارة المؤسسة في معرفة الأساليب التي يدرك من خلالها المستهلك الأداء الفعلي للخدمة.

3 -قد لا تعرف المؤسسة الخدمية بحقيقة أن حاجات المستهلكين وتوقعاتهم تتطور إستجابة للتطور في الخدمات المقدمة من المؤسسة نفسها، أو من طرف مؤسسات منافسة وهو ما يجعلها تعتقد أن ما تقدمه يعتبر مناسبا للمستهلك.

[1] بوعنان نور الدين، نفس مرجع السابق، ص 86-88.

[2] بوعنان نور الدين، نفس المرجع السابق، ص 70

4 -لا تستطيع المؤسسة نظرا لنقص إمكانياتها تحديد حاجات المستهلكين ومعرفة توقعاتهم أو تقييم مستوى الرضا لديهم، وبالتالي عدم القدرة على تحديد مستوى الجودة في خدماتها.

لكن الأسباب السابقة الذكر تعتبر المعايير الوحيدة التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة هي تلك التي يحددها المستهلك بنفسه، حيث تم تحديد مجموعة من المعايير يلجأ إليها المستهلك للحكم على جودة الخدمة المقدمة إليه فيما يلي:[1]

- ✓ الإعتمادية
- ✓ مدى توفر الخدمة من حيث الزمان والمكان
- ✓ الأمان
- ✓ المصداقية
- ✓ درجة تفهم مقدم الخدمة لحاجات المستهلك
- ✓ الإستجابة
- ✓ الكفاءة والجدارة
- ✓ الجوانب الملموسة
- ✓ الإتصال
- ✓ اللباقة

المطلب الثالث: نماذج تقييم جودة الخدمة

تناول عدد من الباحثين تقييم جودة الخدمة في ثلاث مداخل حيث منهم من يرى أن تقييم جودة الخدمة يكون من وجهة نظر المستهلك فقط في حين يرى البعض الآخر أن قدرات المؤسسة الخدمية أو إمكانياتها العامل الأهم لتقييم جودة الخدمة بينما قدم

[1] هاني حامد الصمور، "تسويق الخدمات"، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص 32.

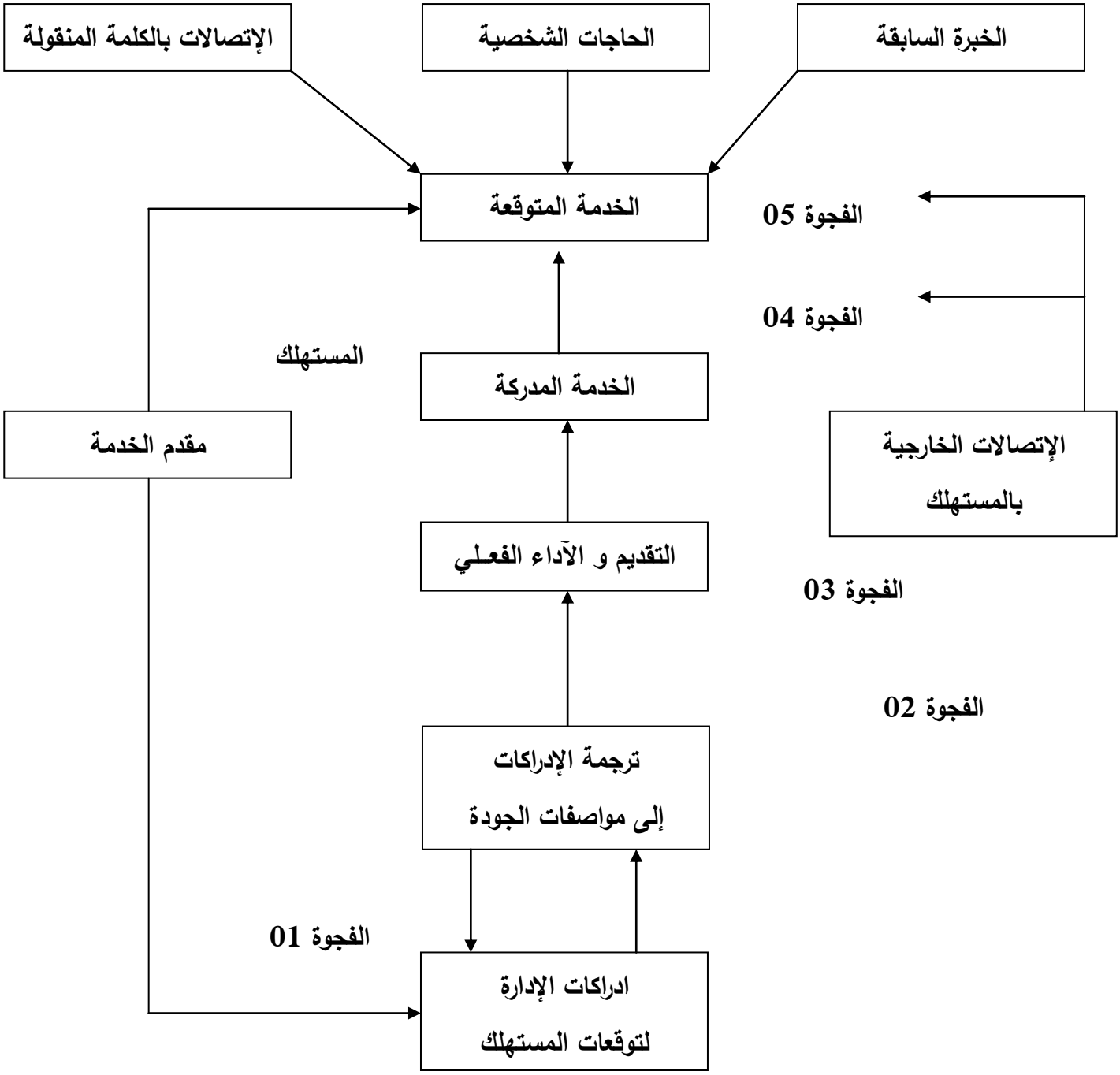
آخرون نموذج شامل جمع بين وجهتي النظر السابقة وسنتطرق إلى هذه النماذج فيما يلي:

1 -**نموذج الفجوة:** ينسب هذا المدخل إلى: (Porssuramant, Berm/, Zeithaml) 198:

وهو الذي يستند إلى توقعات المستهلكين لمستوى الخدمة وإدراكهم لمستوى أداء الخدمة بالفعل ومن ثمة تجديد الفجوة أو التطابق بين هذه التوقعات والإدراكات. [1]

[1] ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإدارية، مج 25، العدد 02، جوان 1998، ص 75.

الشكل رقم (18): نموذج الفجوة لتقييم جودة الخدمة



المصدر: محمد عبد العظيم أبو النجا: "التسويق المتقدم"، الدار الجامعية، مصر، 2008، ص 113.

2 -**نموذج الإتجاه:** ظهر هذا النموذج سنة 1992، نتيجة الدراسات التي قام بها كل من (Rovin et Tayler)، وتعرف الإتجاه أنه تقييم الأداء على أساس مجموعة من البعاد المرتبط بالخدمة المقدمة، حيث يقوم نموذج الإتجاه على أساس رفض فكرة نموذج الفجوة في تقييم جودة الخدمة ويركز على تقييم الأداء الفعلي للخدمة أي التركيز على جانب الإدراكات الخاصة بالمستهلك فقط، ذلك أن جودة الخدمة يتم التعبير عنها كنوع من الإتجاهات، وهي دالة لإدراكات المستهلكين السابقة وخبراتهم وتجارب تعاملهم مع المؤسسة ومستوى الرضا على الأداء الحالي للخدمة. [1]

[1] ناجي معلا، نفس المرجع السابق، ص75

المبحث الثالث: علاقة الأتمتة بجودة الخدمة

ظهر تطورا كبيرا في و سائل الأتمتة والإتصال حيث أحدثت هذه الثروة النوعية تغيرات وتحولات جوهرية في كل أجزاء الأعمال وخاصة مجال الخدمات، ومنه تلعب التكنولوجيا دورا كبيرا في تحسين جودة الخدمة المقدمة، وهذا من خلال تأثيرها على عناصر المزيج التسويقي للخدمات وإنتاجية وعرض الخدمة وكذلك طرق تنمية العلاقة المؤسسة مع زبائنها.

المطلب الأول: الأتمتة ودورها في تحسين جودة الخدمة

تمثل الأتمتة حلقة جديدة ضمن أساليب التطوير الإداري الحديث، إذ يؤدي الإعتماد على هذا البديل إلى إحداث سلسلة من التغيرات المتلاحقة، بغية زيادة مردودية الخدمة العمومية وتحسين أنشطة المؤسسات العمومية التي تضطلع بالأنشطة والمهام الخدمية، وذلك من خلال المنفعة الزمانية والمنفعة المكانية.

1 -**المنفعة الزمانية:** لقد أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة من وسائل إتصالات وشبكات إلكترونية في مجال الخدمات العامة، يحقق مزايا عديدة، إذ تحقق درجة عالية من الراحة والملائمة مقارنة بتسليم الخدمة وجها لوجه، أو الإتصال المباشر، (Face to face contact)، مع تسجيل السرعة في إنجاو المهام، وأداء الخدمات والحصول عليها أو طلبها والسهر على إشباع رغبة المواطن، كما تؤدي إلى محدودية وقلة نسبة الأخطاء في أداء وتسليم الخدمة، بسبب الدقة المتناهية التي تميز الأنشطة الإلكترونية، وتوفير إختصار الوقت لصالح طالبي الخدمة، بشكل ينهي مشاكل التعقيد الإداري، والمرض البيروقراطي، ومن خلال توفير الأتمتة قاعدة متكاملة من أدوات المعالجة، والتي يمكن نشرها لمعالجة مشكلات التنمية التقليدية بطرق إبتكارية.

إن التوجه للخدمات العامة الإلكترونية وجعلها بالقرب من المواطنين والزبائن والشركاء سيمكن الإدارة الإلكترونية للحكم من تسهيل توصيل الخدمات بشكل أفضل للمستخدم وإقامة روابط إقتصادية محسنة مع المشروعات التجارية، وكذلك توفير إدارة أكثر كفاءة وإلتزاما للمشروعات الحكومية. [1]

فلا يمكن إغفال الدور الريادي للأتمتة في تحقيق تطوير نوعي على مستوى مؤسسات الخدمة العمومية وتقديم بديل للنماذج القائمة في صورتها التقليدية، حيث تعد التقنية الحديثة آلية للتغيير التنظيمي.

إذ بإمكانها تغيير طريقة الأفراد داخل مؤسسات الخدمة العمومية وعلى رسالة أو هدف المنظمة من خلال تغيير الظروف، وإزالة المشكلات التي تواجهها. [2]

2 -**المنفعة المكانية:** أصبح من التطوير الكبير في مراكز الخدمة الجماهيرية قضاء معظم الإحتياجات من مشتريات وخدمات متنوعة في عن بعد، سواء كان المواطن في منزله أو عمله من خلال مواقع الخدمات والتسوق بالشبكة العالمية للمعلومات، وهو ما يؤدي للفصل بين طالب الخدمة، ومؤديها وبين أسباب الإنحراف.

وبالتالي جاء مصطلح الحكومة الإلكترونية للدلالة على إستخدام نتائج الثورة التكنولوجية، لتحسين مستويات الأداء في الأجهزة الحكومية، ورفع كفاءتها وتعزيز دورها في تحقيق الأهداف، ويشمل ذلك الإستفادة من تراكم المعرفة، وتزايد التقدم التقني المرافق لها، في توسيع قاعدة المستفيدين من الخدمة، من حيث وفرة هذه الخدمة وتحسين أساليب تقديمها عبر طرق تقليدية (إلكترونية)، تمكن من الإطلاع على الخدمة وإكمال التبادل بين الدوائر الحكومية وجمهور المستفيدين من خدماتها.

[1] عشور عبد الكريم دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة ماجيستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010، ص 64.

[2] عشور عبد الكريم، نفس المرجع السابق، ص 64.

إذ مع تزايد إزدياد إعتماد المؤسسات الحكومية على أنظمة المعلومات، خاصة مع ظهور شبكة الإنترنت، وظهور خدمات الموقع الإلكترونية والبريد الإلكتروني على مستوى الدوائر الحكومية، أصبحت خدمة المواطن تتم من خلال الموقع الذي يخزن الطلبات في أنظمة الحاسوب المبرمجة مسبقاً لقبول الطلب، وإرجاع نتائجه للعميل ومن ثم يتم تحويل خلاصة التعامل بين العميل وجهاز الحاسوب إلى موظف الدائرة الحكومية، الذي أصبح بعيداً تماما عن العملية الإجرائية المباشرة.

ومما سبق الخدمة ترتكز على تحقيق العمليات التالية:

- **مردودية الخدمة:** حيث يتعلق الأمر بمدى مردودية الخدمة ومختلف إسهاماتها في إعادة ترتيب الخدمة المقدمة للمواطنين وماهية فوائد تطبيق هذا النموذج من الخدمات على واقع الجهاز البيروقراطي الحكومي، وهل حقيقة تتم الوصول إلى كسب رضا المواطن، وثقته بمؤسسات الخدمة العامة.
- **تقليص تكاليف الخدمة:** من خلال الإتصال عبر الخط دون الإنتقال والتوصل للخدمة من خلال النوافذ يتيح تخفيض التكاليف، الناتج عن التنقل الإلكتروني بين بوابات الخدمة.
- **سرعة الإستجابة وإحترام المواعيد:** حيث يعتمد على إستخدام تقنية الشباك الوحيد للأنشطة الإدارية المماثلة، وهذا لربح الوقت، ودفع الإدارة للقيام بالإلتزامات مع تحقيق سرعة الإستجابة للخدمة دون تأخر.
- **الدقة:** تشير الدقة وفق نموذج الإدارة الإلكترونية للخدمات إلى إنجاز الأعمال وفق مقاييس مضبوطة، تحدد من خلال أنظمة معالجة المعلوماتية بشكل يحد من الأخطاء الإدارية ويمنع التجاوزات أثناء تقديم الخدمة.
- **سهولة المحاسبة ووضوح الخدمة:** إنطلاقا من توظيف الأتمتة بشكل كامل في أداء الخدمة، يؤدي ذلك إمكانية المحاسبة على كل جزئيات تلك المهام

والأنشطة، من خلال وجود النشر الإلكتروني لكل مراحل الخدمة إذ لا مجال لإخفاء المعاملات ولا فرصة للاستثمار بخدمة جهات دون أخرى. [1]

وبالرغم من المزايا السابقة الذكر تختص بها تطبيقات الأتمتة في أداء، وتسليم الخدمة للمواطنين وما تحققه من تطوير في نوع العلاقة التي تربط المواطنين بأجهزة الخدمة العامة، فإن التحول للخدمات الإلكترونية لايخلو هو الآخر من مخاطر وسلبيات قد تعرقل وتشوه مضمون الخدمة، فالإعتماد على تطبيقات الأتمتة الحديثة في تقديم الخدمة قد ينجم عنه بعض السلبيات مثل:

عدم شعور طالب الخدمة بالإهتمام والرعاية الشخصية بسبب افتقار التفاعل الشخصي بينه وبين مقدمي الخدمة خاصة مع وجود الأمية التكنولوجيا وما تطرحه من إشكاليات حول استخدام الحديثة للحصول على الخدمة في ظل نقص هذا السياق أدى وجود الحاسب واستخداماته في عمليات تشغيل البيانات إلى اختفاء بعض مشاكل الرقابة الداخلية الهامة التي كانت تحوز على إهتمام كبير في الأنظمة اليدوية، حيث أصبحت من المزايا التي تقدمها تلك الحاسبات هي تحقيق الدقة مقارنة بالعنصر البشري، الثبات الذي يعني تنفيذ تعليمات البرنامج في جميع الأحوال (Consistenc) الحافز (Motivation) فالآلة صماء ليس لديها أي إحساس كي تقوم بالسرقة أو الإختلاس كما لا يوجد للحاسب مصلحة شخصية بعكس الموظف. [2]

[1] عشور عبد الكريم، نفس المرجع السابق، ص 66.

[2] عشور عبد الكريم، نفس المرجع السابق، ص 66.

المطلب الثاني: أثر الأتمتة على المزيج التسويقي

لقد أصبحت الأتمتة محل إهتمام كل المؤسسات الإقتصادية بصفة عامة، خاصة مع تزايد الوعي لدى الزبون وتطلعه للحصول على الخدمات تتناسب ومتطلبات الإقتصاد الراهن والذي أصبح من خلال تطبيق مفهوم الأتمتة يعرف بالإقتصاد الرقمي، حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على أهم جوانب الأتمتة والمتمثلة أساساً في شبكة الإنترنت باعتبارها أهم وسيلة تعتمدها المؤسسات في تقديم خدماتها من جهة، ومن أكثر التكنولوجيات التي يلجأ إليها الزبون عند رغبته في الحصول على الخدمة من جهة أخرى، وكذا الإطار المفاهيمي للأتمتة والمزيج التسويقي والمزيج التسويقي في ظل الأتمتة ولقد تم إسقاط موضوع الدراسة على مؤسسة بريد الجزائر بالمدية لمعرفة أثر الأتمتة على المزيج التسويقي، كما هدفت إلى التعرف على دور متغيرات الدراسة ولتحقيق هذه الدراسة تم تطوير استبيانين وتم التأكد من صدقها ومعامل ثباتها، وبعد عملية جمع الاستبيانين تم ترميزها وإدخالها للحاسوب وتحليلها وتوصلت الدراسة إلى وجود علاقة ما بين تحليل البيانات وتأثير الأتمتة وكل من تقديم الخدمات، الترويج، البيئة المادية والعمليات، وعدم وجود علاقة تأثير بين استخدام الأتمتة وكل من التسعير، التوزيع، الناس لمزودي الخدمة.[1]

[1] يوم 2019/06/01 على الساعة 15:15 :
http://dLirary.univ-boumerdes.dz:8080123456789/2033Doctorat

خلاصة الفصل الثانـــي:

انفتحت المؤسسات بريد الجزائر اليوم على عالم جديد علم الإنترنت، الأمر الذي أدى إلى تحول كل أعمالها من شكلها التقليدي إلى الشكل الإلكتروني أين أصبح من السهل القيام بعمليات إستشارة والحصول على عدد كبير من المعلومات، إستلام الطلبيات وبناء علاقة قوية بين البريد وزبائنه في وقت وجيز.

لذا يجب على المؤسسة البريد التحكم الجيد في هذه التكنولوجيات من أجل تحسين الجودة الخدمات البريدية، تنمية العلاقة بين مؤسسة البريد وزبائنه والتعرف أكثر على رغباتهم وتطلعاتهم.

الفصل الثالث: دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

الفصل الثالث: دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر

تمهيد:

تطور استغلال تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة الانترنت في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن وستتناول هذه الدراسة حالة واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة العمومية الجزائرية والدور الذي ألحقته بخدماتها المقدمة، حيث أخذنا مؤسسة بريد الجزائر بولاية المدية كميدان لإجراء الدراسة .

ولهذا قسمنا دراستنا إلى مبحثين، حيث تناولنا في:

- المبحث الأول تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر وخدماتها.
- وفي المبحث الثاني تناولنا واقع الأتمتة والاتصال المستخدمة في المؤسسة.
- أما المبحث الثالث: عرض وتحليل وتحليل الاستبيان.

المبحث الأول: تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر وخدماتها

يحتل قطاع البريد مكانة هامة في كل من مجال الاقتصادي والاجتماعي حيث شهد عدة إصلاحات نتج عندها إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تسمح ببناء دولة عصرية وبتقديم خدمات متطورة للمجتمع تسمى ببريد الجزائر .

المطلب الأول: تعريف بمؤسسة بريد الجزائر

مؤسسة بريد الجزائر هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تأسست بعد إعادة هيكلة قطاع البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال بموجب القانون 2000 . 03 المؤرخ في 05 أوت 2000 المحدد للقواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية، كما أن مؤسسة بريد الجزائر ملزمة بتقديم خدمات عمومية عبر كامل التراب الوطني، وهي مطالبة بضمان استغلال وتوفير الخدمات البريدية والمالية [1] .

1 -نشأت مؤسسة بريد الجزائر : [2]

أولا . اللوغو: أولاً أين ثانياً

من إجراء إعادة تنظيم قطاع البريد والمواصلات وفي إطار سياسة الإصلاح والتطوير لقطاع البريد، أنشئت مؤسسة بريد الجزائر كمؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري (EPLC) حفاظا على الإرث القديم الوظيفي والرمزي للمؤسسة الأم الذي غ دى الذاكرة الجماعية بالكلمة الرمز (بريد) فان مؤسسة بريد الجزائر تحاول جادة خلق وجه جديد يحمل كل خصائص العمومية لبريد الجزائر .

لهذا الغرض قامت باختيار الاسم التجاري "بريد الجزائر" في تقريب المستهلك من حقل نشاط المؤسسة، كما اختارت رسما مميزا للاسم التجاري (اللوغو) وتوقيعا يختصر أهداف المؤسسة.

---

[1] https://www.mpttn.gov.dz ، 23 / 04 / 2019 ، على الساعة 10 .

[2] لراشي مراد، وسائل الدفع الحديثة وما مدى نجاعها في المؤسسة المالية ، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي جامعة عبد الحميد ابن باديس . مستغانم . تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة ، ص 35 سنة 2018 .

أما اللوغو فانصب الاهتمام على الألوان فالأصفر الفاقع كلون التذكير وجلب الانتباه، ولون ازرق داكن دلالة على خاصية الإعلام.

ثانياً . الإطار القانوني: [1]

إلى غاية سنة 2002 كانت مؤسسة بريد الجزائر تسير وفق أحكام الأمر رقم 75 / 89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 والمتضمن قانون البريد والمواصلات الذي يجعل من قطاع البريد والموصلات مؤسسة واحدة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تحت إشراف وزارة البريد والمواصلات، تتمتع بميزانية ملحقة، يخضع تنفيذه إلى قواعد المحاسبة العمومية وتتمتع أيضا في استغلالها لمختلف نشاطات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية إلى مزايا نظام الاحتكار وفق المادة 01 والمادة 39 على التوالي من ذات القانون تماشيا مع التوجه الجديد في السياسة الاقتصادية للبلاد من اقتصاد موجه إلى اقتصاد حر، وبسبب تغيير الظروف الاقتصادية والسياسية العامة الداخلية والعالمية ونتيجة أيضا للتطور التكنولوجي لاسيما في ميدان الاتصال، كان حتما على قطاع البريد والمواصلات أن يساير هذه التحولات فترجمت هذه النقلة بصدور قانون رقم 2000 . 03 بتاريخ 05 أوت 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية والذي يهدف إلى:

1 -تطوير وتقديم خدمات البريد والمواصلات بمواصفات نوعية، وفي ظروف موضوعية وفي مناخ تنافسي مع ضمان المصلحة العامة.

2 -تحديد الشروط العامة للاستغلال في الميادين المتعلقة بالبريد والمواصلات من رف المتعاملين .

3 -تحديد إطار وكيفية ضبط النشاطات ذات الصلة السلكية واللاسلكية.

[1] https://www.mpttn.gov.dz ، 23 / 04 / 2019 ، على الساعة 5 .

تحويل على التوالي نشاطات استغلال البريد والموصلات إلى مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي وتجاري للبريد (EPLC) والى متعامل للمواصلات السلكية واللاسلكية فينشا وفق التشريع المعمول به.

وتنفيذا لمحتويات هذا القانون صدرت المراسيم التنفيذية لتحديد مجالات النشاط لكل متعامل ومراسيم تنفيذية أخرى لإنشاء وتنظيم نشاط هؤلاء المتعاملين .

1-1- المرسوم التنفيذي رقم 01 . 417 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001، ويهدف إلى منح ترخيص انتقالي إلى متعامل يسمى " اتصالات الجزائر" كشركة مساهمة من اجل إقامة استغلال شبكات عمومية للمواصلات السلكية واللاسلكية، تمنح بعدها للمتعامل رخصة تسوية نهائية في اجل أقصاه نهاية سنة 2004 .

1-2- المرسوم التنفيذي رقم 01 / 418 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001 ويهدف إلى تحديد نظام الاستغلال المطبق على كل خدمة من خدمات البريد ، فبموجب هذا المرسوم أخضعت خدمات البريد، الحوالات البريد ، الصكوك البريدية إصدار الطوابع البريدية وكل علامات التخليص للخدمات البريدية إلى نظام التخصيص (Régime d'exclusivité) أما استغلال أو توفير خدمات البريد الدولي السريع فاخضع لنظام (Régime d'autorisation) وأخيرا أخضعت للخدمات البريدية الأخرى إلى نظام التصريح البسيط (Régime de la simple déclaration)

أما المراسيم المتعلقة بالإنشاء نذكر: [1]

1- 3- المرسوم التنفيذي رقم 02 . 43 المؤرخ في 14 يناير 2002، والمتضمن إنشاء المؤسسة (EPLC) " بريد الجزائر " فبموجب هذا المرسوم أنشئت مؤسسة بريد الجزائر كمؤسسة عمومية وطنية ذات طابع صناعي وتجاري ، تحمل صفة الشخص الاعتباري وتتمتع بالاستقلالية المالية ، وتخضع في علاقتها مع الدولة إلى قواعد القانون العام، وتعد تاجر في علاقاتها مع الغير، تقع في باب الزوار على بعد 20 كلم من الجزائر العاصمة، محاذاة المطار الدولي هواري بومدين .

توضع المؤسسة تحت وصاية الوزير المكلف بالبريد ويكون مقرها مدينة الجزائر، يسير المؤسسة مجلس إدارة يرأسه الوزير المكلف بالبريد ويديرها مدير عام يعين بمرسوم بناء على اقتراح من الوزير وتنهى مهامه بالشكل نفسه. [1]

2 -نشأة المؤسسة محل الدراسة :

نشأة مؤسسة بريد الجزائر ولد إمام بالمدية سنة 1986/ 05/19 وهي مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري خدماتي ونتيجة إصلاحات التي قامت بها الجزائر أعطيت لها تسمية بريد الجزائر وتقع بجانب مقر الولاية .

لقد تم تدشين مكتب بريد المدية ولد إمام بعد تهيئته وتوسيعه من قبل معالي وزير البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال السيد زين الدين يوبي بتاريخ 28 رمضان 1423 هـ الموافق لـ: 03 / 11 / 2002 م ونظرا لحجم خدماتها المقدمة صنفت بخارج درجة، حيث تعد من المكاتب البريدية كاملة الخدمات على مستوى الوحدة البريدية بولاية المدية تحتوي المؤسسة على 36 موظف و 10 ساعي بريدي [2] .

3 -مهام المؤسسة: للمؤسسة عديد من المهام يمكن إيجازها فيما يلي:

-باعتبارها مؤسسة تقدم خدمة عمومية فهي تعمل على توفير للمجتمع أحسن الخدمات وباقل التكاليف .

-باعتبارها مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري فيجب أن تعمل على تخطيط ترقية، تنميتها وتقليص تكاليفها للحصول على نتائج ايجابية لمتابعة تطورها .

-تلعب دور محرك الاقتصاد الوطني من خلال مضاعفة الجهود في مجال البحث وتطوير الاستثمار.

[1] لراشي مراد ، نفس المرجع السابق ص 36 .

[2] مسعودة ، محاسبة محاسبة ، يوم 06 / 05 / 2019 ، مقابلة شخصية .

-استغلال كل النشاطات المدرجة تحت نظام التخصيص أو الحصر حسب المادة 63 من القانون 2003 بخصوص بريد الرسائل بكل أشكاله في النظام الداخلي وفي علاقتها مع الخارج.

-القيام بكل النشاطات الملحقة والتي لها علاقة بالنشاط الرئيسي سواء تعلق الأمر بالنشاطات المرتبطة ببريد الرسائل، الطرود البريدية والمصالح المالية البريدية بما في ذلك مصلحة التوفير.

-القيام بكل النشاطات الموكلة إليها لصالح الخزينة العمومية. [1]

- **البنية الهيكلية لبريد الجزائر:** [2]

تحتوي بريد الجزائر على هيكل تنظيمي يسمح لها بالانتشار والتواجد في كل النقاط عبر القطر الجزائري وبهذا فقد بنت المؤسسة هيكلها على ثلاث مستويات:

-المديرية العامة والهياكل المركزية وتسهر على الإشراف العام وتسيير المؤسسة على مستوى جهوي.

-الوحدات الولائية وتضطلع بمهام الاستغلال على المستوى الولائي.

1 -الهياكل المركزية:

1 1 -المديرية العامة: يرأسها المدير العام ، يسهر على تنفيذ توجيهات وقرار مجلس الإدارة معين بمرسوم ، يحوز المدير العام على كامل السلطات على المستوى الوطني ليقوم بالإدارة والتسيير الإداري والتقني والمالي للمؤسسة حيث يقوم بـ:

-إعداد واقتراح التنظيم العام للمؤسسة على مجلس الإدارة للموافقة ليرفع إلى الوزير للمصادقة.

---

[1] سلمى عمارة ، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين إدارة الوقت في المؤسسة ، بريد الجزائر، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال المؤسسة ، جامعة أم البواقي ، كلية العلوم الاقتصادية 20 / 06 / 2015 م، ص 56.

[2] وهاب محمد، تقييم المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك، دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة الجزائر، 2005 / 2006، ص 103 . 104.

-ممارسة السلطة السلمية على كل موظفي المؤسسة.

-إمضاء العقود وإجراء الصفقات والمعاهدات والاتفاقيات في إطار القوانين والإجراءات التنظيمية الجاري العمل بها.

-فتح حسابات لمصلحة المؤسسة وتشغيلها على مستوى مركز الصكوك البريدية على مستوى المؤسسات البنكية.

-يمثل المؤسسة في النزاعات أمام القضاء.

-يقوم بإعداد الميزانية، جدول النتائج، الكشف السنوي الخاص بحقوق وديون المؤسسة كما يقترح على مجلس الإدارة : البرامج العامة للاستغلال، المشاريع والمخططات البرامج الاستثمارية، الميزانية التقديرية، استعمالات وتوزيع النتائج، رزنامة مناصب العمل نظام الأجور ومشاريع توسيع النشاط .

تنقسم مديرية العامة إلى قسمين : مديريات مكلفة بالبحث والدراسات ومديريات مركزة مكلفة بالإشراف والتنفيذ .

1 1 1 -مديريات الدراسات:

أ. **مديريات الدراسات لتحسين النوعية:** ويتمثل الهدف الرئيسي لها في توفير خدمة ذات نوعية إلى الزبون وبلوغ ذلك فان هذه المديرية مكلفة بما يلي:

-إيجاد نظام لتقديم مستوى الأداء، نوعية الخدمة وتقييم مستوى الرضا لدى الزبون.

-تعدد مختلف الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة.

-تحديد مستوى النوعية المقبول الخاص ببريد الجزائر في ميدان:

- ✓ زمن توجيه بريد الجزائر، الطرود البريدية.
- ✓ التخفيض من زمن تنفيذ العمليات على مستوى المكاتب البريدية والمراكز المالية .
- ✓ تحسين مستوى الاستقبال .

ب. **مديريات الدراسات الإستراتيجية، التخطيط والتنظيم:** تعمل هذه المديرية على ترجمة إستراتيجية المؤسسة بتحديد محاور التنمية وتحضير مشاريع مخططات التنمية وتقوم بتسيير عقد النجاعة والعمل على تطبيق الإجراءات التنظيمية بالتعاون مع الهياكل المعنية. [1]

ج. **مديرية الدراسات في مجال الاتصال:** تهدف هذه المديرية إلى ترقية الاتصال على المستوى الداخلي للمؤسسة والمحيط حيث تقوم ب :

-تمثيل مؤسسة بريد الجزائر.

-توزيع ونشر مختلف نتائج التحقيقات في مجال دراسة السوق .

-انجاز التحقيقات المرتبطة بتطور الطاقات البشرية لتحقيق الأهداف المسطرة .

د. **مديرية الدراسات لمراقبة التسيير والإشراف الداخلي:** تهدف هذه المديرية إلى إعطاء دفع للمؤسسة لتحسين أدائها من خلال إيجاد الحلول المناسبة والمساهمة الفعالة والدائمة في خلق القيمة المضافة ، كما تساعدها أيضا على تحقيق الأهداف المسطرة من خلال تقييم المستمر والإشراف وتقديم الاقتراحات وتتكفل هذه المديرية بما يلي:

-قياس أداء المؤسسة وترشيد الاستعمال الأمثل لمختلف الموارد .

-المشاركة في تحديد المؤشرات (الإنتاج ، النوعية) .

-المشاركة في صياغة لوح القيادة وتحليل النتائج .

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

[1] وهاب محمد ، نفس مرجع سابق، ص 105-108.

-تطبيق نصوص مؤتمر الاتحاد البريدي والاتحادات الجهوية.

-تسير ملفات النزاعات القانونية وإعداد الإجراءات القانونية لتقديمها إلى مصالح القضاء .

-إعداد ومتابعة الملفات المودعة لدى سلطة الضبط بخصوص احترام النصوص القانونية. [1]

أ. **مديرية الدراسات المكلفة بالممتلكات:** تتمثل مهامها في مساعدة الهياكل المكلفة بتسيير الوسائل العامة في استغلال الوسائل وتسيير مختلف العقارات والممتلكات المدرجة في الصنف (2) من المخطط الوطني للمحاسبة وتتكفل هذه المديرية أيضا ب:

-الإثبات والتحقق من مختلف الممتلكات التي وضعت تحت تصرف المؤسسة بسبب تقسيم ممتلكات القطاع بين مؤسسة بريد الجزائر واتصالات الجزائر.

-صياغة القواعد القانونية لجرد الممتلكات ومتابعة اهتلاكها .

-المشاركة في صياغة القواعد المتعلقة بإدماج الاستثمارات الجديدة المكتسبة حديثا.

1 1 2 -المديرات المركزية :

أ. **مديريات المصالح البريدية:** تتكفل هذه المديرية بالسهر على حسن الأداء للمصالح البريدية على مستوى الداخلي وفي علاقتها مع الخارج.

-تحفيز ومتابعة مخطط التنمية للهياكل القاعدية للبريد.

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

-تشكل هذه المديرية أربع مديريات فرعية وخلية مكلفة بالبريد السريع:

- ✓ المديرية الفرعية للبريد والطرود البريدية.
- ✓ المديرية الفرعية لتطوير الشبكة البريدية، هواية جمع الطوابع.
- ✓ المديرية الفرعية للتجهيزات والبرامج.

[1] وهاب محمد ، نفس المرجع السابق ، ص 109 . 110 .

- ✓ المديرية الفرعية للحسابات البريدية الدولية.
- ✓ الخلية المكلفة بالبريد السريع.

ب. مديرية المصالح المالية: تتكفل هذه المديرية ب:

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

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

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

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

ج. مديرية المالية والمحاسبة: وتتكفل هذه المديرية ب:

-انجاز وتنفيذ السياسات المالية للمؤسسة .

-تأطير مختلف الهياكل والميادين للمحاسبي والمالي .

-متابعة مساهمة المؤسسة في الفروع المنشاة. [1]

د. مديرية الوسائل العامة:

وتتكفل هذه المديرية ب.: انجاز والسهر على تطبيق السياسات المتعلقة بالعقارات للنقل ، التموين ، الصيانة ، الحماية والأمن .

هـ. مديرية الموارد البشرية: وتتكفل المديرية بـ:

-انجاز والسهر على تطبيق السياسات في مجال تسيير الموارد البشرية، تكوين والشؤون الاجتماعية.

-السهر على تطبيق قانون العمل (قانون التوظيف العمومي 85 . 59 والقانون 90 . 11) .

[1] وهاب محمد ، نفس المرجع السابق ص 103 . 104 .

-المشاركة في إعداد الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

-إعداد وتطبيق بنود الاتفاقية الجماعية والنظام الداخلي.

و. مديرية الإعلام الآلي: وتتكفل هذه المديرية بما يلي:

-إعداد البرامج وتجهيز النظام الإعلامي.

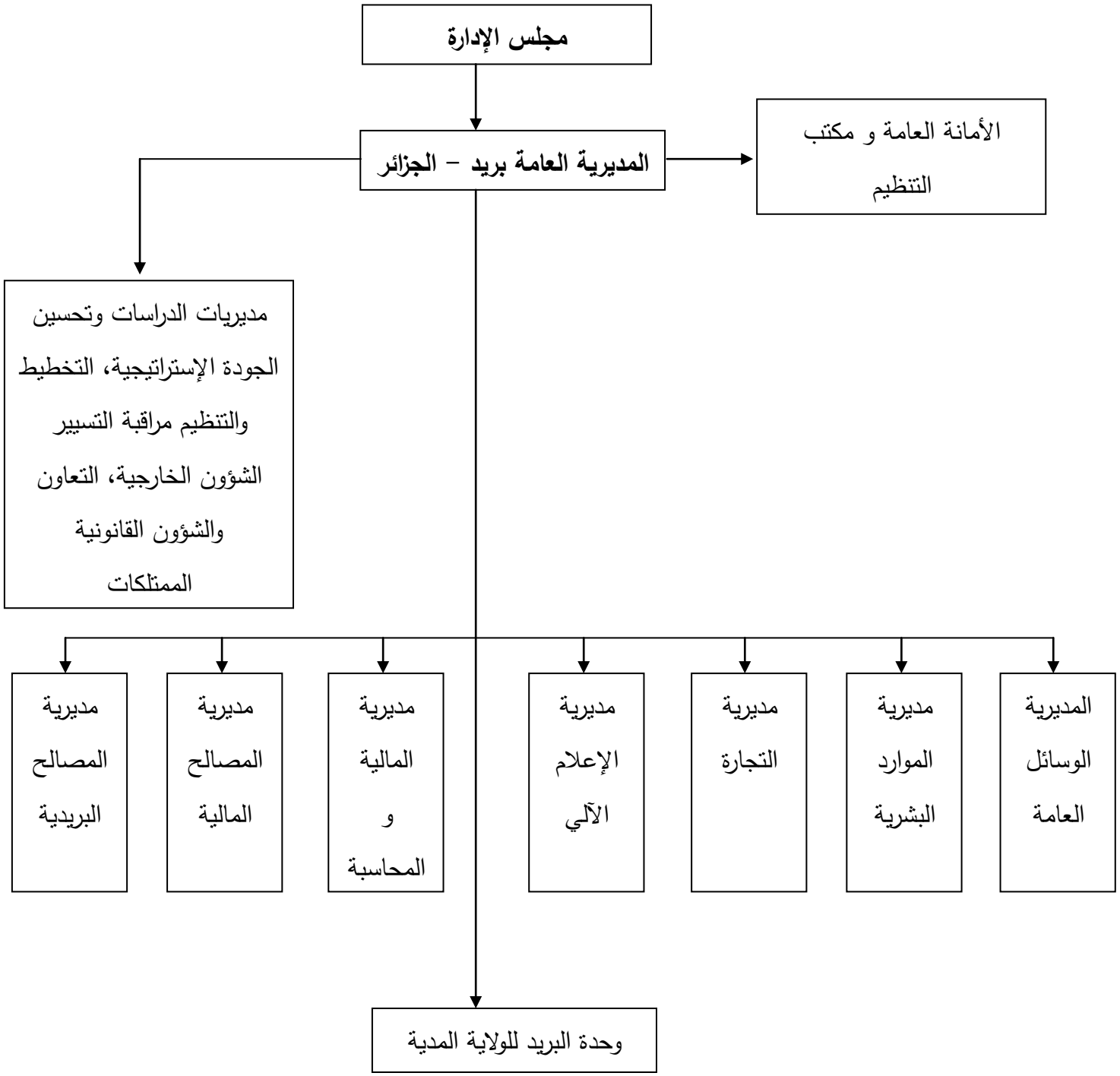
-انجاز ووضع حيز التطبيق أنظمة الإعلام الآلي الضرورية لتسيير المصالح.

- انجاز برامج الاستغلال وصيانة الأنظمة المعلوماتية والعمل على تخزينها وحمايتها. [1]

-مراقبة التطور التكنولوجي وترقية تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستعملة.

[1] وهاب محمد ، نفس المرجع السابق ص 104 .

الشكل رقم (19): الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على مستوى المركزية.



المصدر: مقابلة شخصية مع السيد زايدي محمد (محاسب)

يوم 07 / 05 / 2019، على الساعة 09:30 صباحا.

الشكل رقم (20) : مخطط تنظيمي للوحدات الولائية للمكاتب حسب الدرجات .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا على وثائق المؤسسة (الملحق رقم 01) .

2 -الوحدات الوطنية :

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.

تضم الوحدة الولائية للمدية 96 مكتب بريدي حيث هذه المكاتب البريدية بالمناطق الأهلية بالسكان على تراب الولاية ، وتعد مؤسسة بريد الجزائر بالمدية محل الدراسة مكتب بريد ولد إمام التابع للوحدة الوطنية بالمدية.

تضم مؤسسة البريد المدية مكتب بريدي تابع لها وتتشكل من مصالح وهي موضحة في الشكل (21).

2 -1 -رئيس المؤسسة: وهو المسئول الأول والمباشر عن تسيير المؤسسة والسير الحسن لجميع المصالح وهو المسئول كذلك عن الأموال الموجودة في الصندوق.

2 -2 -رئيس القسم: وهو المشرف على مراقبة جميع مصالح المؤسسة كما يعمل على:

-مراقبة الحضور.

-مراقبة العلاقات المهنية بين الأعوان .

-مراقبة جودة الخدمة.

-تنظيم علاقة التعاون بين الشبابيك .

-كما ينوب رئيس المؤسسة في حالة غيابه.

2 3 -الصندوق:[1] يتم على مستوى هذه المصلحة طلب الأموال والطوابع من القباضة الرئيسية بولاية المدية وتسليم الأموال إلى المكاتب الملحقة وأعوان الشبابيك بالمؤسسة .

فيقوم العون المكلف بالصندوق بطلب الأموال من القابضة الرئيسية بولاية المدية وذلك بتحرير طلب 1114 الذي يمضي من طرف رئيس المؤسسة والمكلف بالصندوق ويستقبل طلبات المؤسسات الملحقة له حيث ترسل المؤسسات الملحقة طلبات 1114، إذا كان المبلغ يتجاوز 1200000000 دج لابد أن يكون الطلب الممضي من طرف المدير الولائي يقوم المكلف بالصندوق بملأ الكشف 1120 حيث يرسل 1120 B مع الأموال وبعد أن تصل الأموال إلى المؤسسات الطالبة تقوم بإرسال وصل الاستلام إلى العون المكلف بالصندوق 1114 والكشف الورقة 1120 C ويسجل المبلغ في جهة المسروقات في الكشف 1117 ويلصق في هذه الورقة ويحتفظ بالكشف إلى نهاية الشهر لإرساله إلى المحاسبة. [2]

يقوم عون الصندوق بطلب الأموال من رئيس المؤسسة بواسطة الكشف 1118 ويسجلها في سجل 1106 ويسجلها من جهة المقبوضات في خانة علاقة الأموال مع رئيس المؤسسة ثم يعمل على تزويد أعوان الشبابيك بالأموال وذلك بواسطة الكشف 1118 الذي يستلمه منه ويسجل في جهة المصروفات اسم للعون المبلغ الذي أخذه.

وفي آخر النهار يقوم كل عون من أعوان الشبابيك بتسليم أموال إلى عون الصندوق بواسطة الكشف 1118 حيث تبين فيه أنواع القطع وعددها ويسجل في جهة المقبوضات اسم العون والمبلغ الذي استلمه منهم .

بالنسبة للشبابيك المالية يجب أن تكون المبالغ التي يرجعونها زائد الصكوك الملخصة مساوية للمبالغ التي تم أخذها ويسجل مبالغ الصكوك التي تم تخليصها

[1] وثائق مؤسسة .

[2] من إعداد الطالبة استنادا إلى وثائق المؤسسة .

في خانة الحساب البريدي ويسجل في أسفل الدفتر 1106 في الجهة للأموال التي تم إرسالها إلى مؤسسات الملحقة والأموال من القابضة الرئيسية والمؤسسات الملحقة.

2 4 -الأمانة: يشرف أعوان الأمانة على البريد الصادر والوارد للمؤسسة ويقوم بتسجيله في سجل الخاص دراسة ملفات طلبات فتح الحسابات الجارية وبعد التأكد من صحتها ترسل لسعاة البريد لتأكد من هواية الطالب وعنوانه CH 3 ويمضي عليها وترسل إلى مراكز الصكوك البريدية الجهوية (شلف).

-كما توجد بمكتب الأمانة الشباك الآلي التابع لبريد الجزائر GAB، رئيس المؤسسة هو المسئول على تعبئة هذا الشباك ومراقبته.

-المحافظة على أرشيف المؤسسة.

- يعمل على متابعة الاحتياجات الخاصة بالحوالات التي يقدمها للزبائن حيث يقوم الزبائن بملأ الاحتجاج مقابل دفع مبلغ 100.00 دج وبعد ذلك يقوم عون بمتابعة الحوالة إذا كانت الصادرة أو تسديد في المؤسسة أخرى فيرسل إليها ليقوم بعملية المتابعة.

-يقوم بعملية المقاصة الالكترونية للصكوك البنكية. [1]

2 5 -المحاسبة: يقوم على مستوى هذه المصلحة بتقسيم المهام بين أعوان المحاسبة فالقسم الأول يكون مسئول على حساب بريد رئيس المؤسسة ، حيث يعمل كل عون على توقيف حساب الفردي على سجل 1103 ثلاثي ثم توفيق الحسابات اليومية في الدفاتر الخاصة والمتمثلة في دفتر 1105 مسودة الصندوق حيث تسجل فيه كل العمليات المجرات في المؤسسة واستخراج الفائض اليومي ثم يقوم بنقل المبالغ من سجل 1108 إلى سجل 1101 الخاص بالمداخيل وسجل 1102 الخاص بالمصاريف ونقل مكونات من سجل 1105 إلى الصندوق 1103 ثم يقوم المحاسب بجمع كل عمود ليحصل على حسابات نصف شهرية ترسل إلى المديرية الولائية

[1] وثائق مؤسسة .

وحاصل جمع بين نصف شهرين يمثل المحاسبة الشهرية وتحرر في الكشف 1104 والذي يوقع من طرف رئيس المؤسسة ثم ترسل نسخة واحدة ونسختان إلى المركز الجهوي للمحاسبة والمحاسب .

أما القسم الآخر فهو مسئول على مراقبة حركة الأموال وذلك بتسجيل كل ما يتعلق بحساب رئيس المؤسسة في دفتر الحساب الجاري لرئيس المؤسسة CH60BIS (صك 60 مكرر)، في آخر النهار تملا حوالة بريدية بمبلغ الاتاوي الهاتفية المحصلة وتحول إلى حساب اتصالات الجزائر، ثم يقوم العون بمراقبة الصكوك المسددة مع الصكوك لاكتشاف أخطاء الحجز، حيث يجب أن يتساوى رصيد الحساب الجاري لرئيس المؤسسة المستخرج من الدفتر 1105 مع الحساب الجاري المستخرج من CH60BIS والرصيد الفعلي.

2 6 -**مصلحة البرق:** وفي هذه المصلحة إرسال واستقبال البرقيات الرسمية والعادية.

2 7 -**مصلحة تفتيش الشبابيك:** ويقوم بها رئيس القسم بتفتيش:

-**رئيس القسم:** يقوم بتفتيش ومراقبة العمليات المنجزة في الشبابيك من طرف الأعوان الذين يقومون بإرسال كل العمليات إلى المفتش كالصكوك المخلصة و الحوالات ... الخ عبر نظام IBP ثم يقوم المفتش بمراقبتها فردية وبتمكن.

2 8 -**مصلحة الشبابيك:** وتتكون هذه المصلحة من 09 شبابيك تقوم بجميع العمليات ويفتح شباك خاص مرة واحدة في السنة لبيع قسيمة السيارات.

-**الأعوان:** وهم الأفراد الذين يقومون بتقديم مختلف الخدمات للزبائن لتلبية حاجاتهم ورغباتهم مثل عملية السحب أو إيداع أموال الحوالات ... وغيرها .

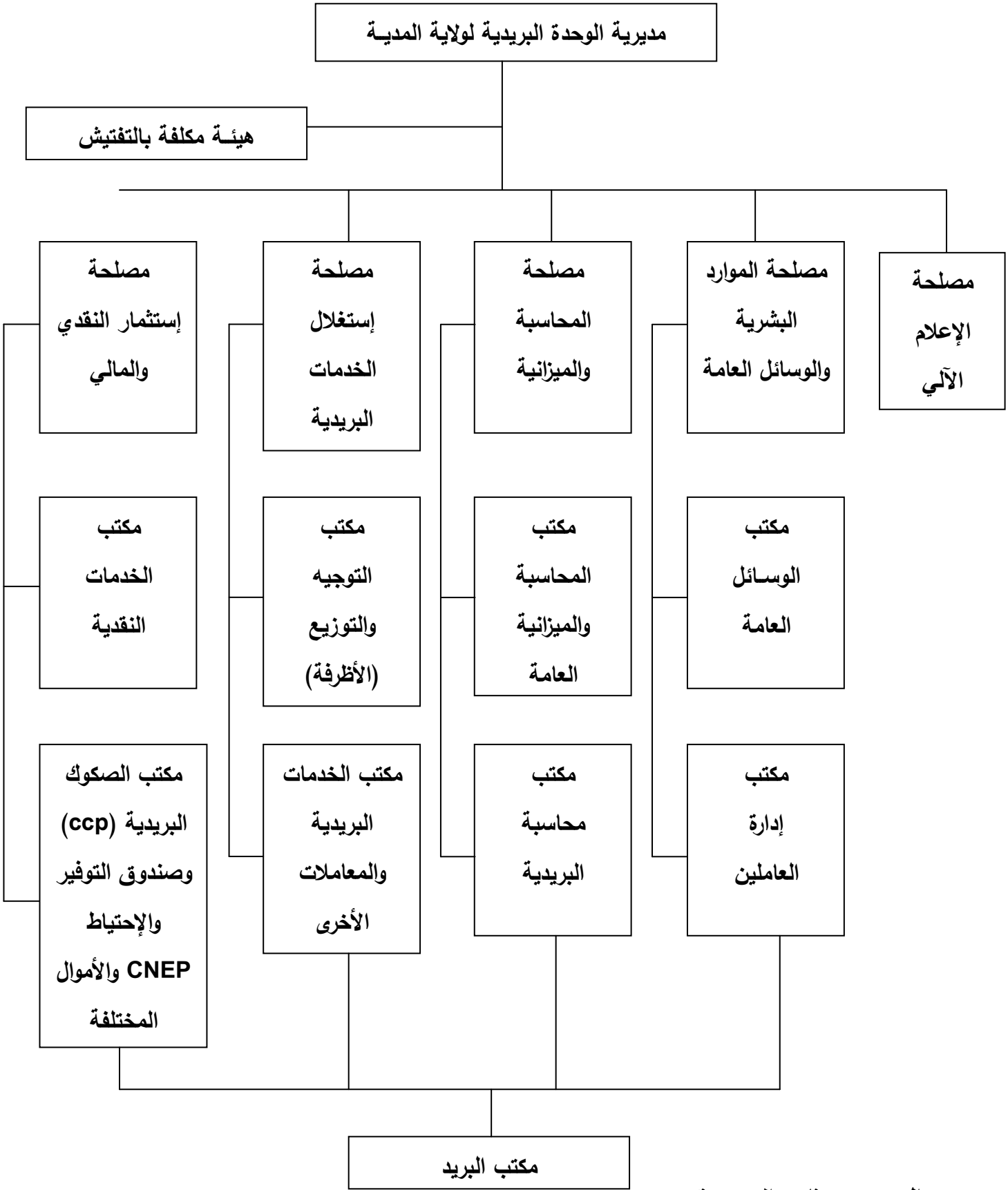
2 9 -**مصلحة الاستعلامات:** بها أعوان وظيفتهم في الإرشاد توجيه الزبائن واستعلام عن بعض المعلومات.

2 10 -**مفتش الفرز:** ويتم على مستوى هذه المصلحة مراقبة سير العمل في الغرف التالية: غرفة الشحن وغرفة الموزعين.

- **غرفة الشحن:** وهو مكتب مسؤول على فتح الأكياس وفرز الرسائل، ثم يتم تأكد الأعوان من أن ما بداخل الكيس يتوافق مع المبلغ المسجل في البيان وترتيب وتنظيم الحوالات البريدية، ثم تسليمها للموزعين مع مبلغها إجمالي، ليقوم هم الآخرين بتسليمها للمستفيدين في مقر إقامتهم وهذا بالنسبة للحوالات ذات المبالغ الأقل من 20.000.00 دج وفي آخر النهار يستلم عون الغرفة من الموزعين الحوالات التي تتم توزيعها ويحصل مبلغها مع ذكر سبب عدم الدفع في اللائحة 1425 الخاصة بالموزعين ثم يرسل هذه الحوالات التي يفوق مبلغها 20.000.00 دج هي الحوالات مؤمنة لا تدفع في مقر الإقامة وترسل مباشرة إلى شباك الحوالات ويتم إشعار صاحبها بتقدم إلى الشباك لاستلامها.
- **غرفة الموزعين:** وهي غرفة خاصة بالموزعين وبها مخطط الأحياء التي يتم توزيع الرسائل بها. [1]

[1] من إعداد الطالبة استنادا على الوثائق المؤسسة .

الشكل رقم (21): الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر بالمدية .



المصدر: وثائق المؤسسة

المطلب الثاني: خدمات مؤسسة بريد الجزائر[1]

تعرف الخدمات البريدية والمالية التي تقدمها مؤسسة بريد الجزائر تنوعا كبيرا، وتشهد اليوم تحديثا وتطويرا مستمرين بسبب الضرورة الاقتصادية التي أملتها إجراءات الفصل بين مؤسسة بريد الجزائر وشركة اتصالات الجزائر، وبسبب أيضا إحداث وظيفة تهتم بالسياسات التسويقية والتجارية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة في مستوياته (المركزي، الإقليمي، المحلي) ويمكن التمييز في هذه الخدمات بين الخدمات البريدية والخدمات المالية.

حتى تتمكن من الإحاطة بكل الخدمات التي تقترحها المؤسسة على زبائنها تورد التقسيم التالي:

- الخدمات البريدية.
- الخدمات المالية.
- خدمات أخرى.

1 - **الخدمات البريدية:** وهي خدمات متنوعة تتكون من:

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

ب. **خدمة كراء صناديق البريد والخدمات البريدية:** حيث تمنح للزبون صناديق بريدية للتأجير مقابل مبلغ اشتراك سنوي في مكتب بريدي مكلف بعملية التوزيع لدى الأشخاص الطبيعيين والمعنويين وأصحاب المؤسسات المقيمين بالدائرة البريدية، يكون مبلغ الاشتراك للأفراد 1000 دج أما المؤسسات 4200 دج .

[1] حمود وليد، دور وظيفة التدقيق في إدارة المخاطر بالمؤسسة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص إدارة مالية ، سنة 2018 ص 63 .

2 -**خدمات مالية:** وتمثل هذه الخدمات أهم مصدر لإيرادات مؤسسة بريد الجزائر (70%)، رغم المنافسة الشديدة التي تعرفها من قبل المؤسسات البنكية في بعض الخدمات التي تقدمها ، حيث يشهد هذا الجانب من الخدمات اهتماما كبيرا من تطورا ملحوظا سواء على مستوى التنظيم أو على مستوى التجهيز أو حتى مستوى توفير خدمات مالية جديدة.

أ. **خدمة الصكوك البريدية:** تعرف هذه المصلحة تطورا ملحوظا كميا ونوعيا، حيث يوجد حاليا 06 مراكز الجهوية وأخرى في طريق الانجاز وتسير حاليا 07 ملايين و32 ألف حساب وبرصيد إجمالي يقدر ب . 357 مليار دج في نهاية سنة 2004، كما استفادت هذه المصلحة من برنامج خاص للتجهيز بوسائل الإعلام الآلي، تسمح هذه الشبكة الإعلامية بتلبية الخدمات الأكثر طلبا من الزبائن من جملتها:

-**السحب عند الاطلاع:** في المكاتب الماسكة لبطاقة نموذج التوقيع.

-**السحب الفوري:** لفائدة صاحب الحساب أو الفائدة مستفيد.

-التزويد السريع للحسابات Versement accéléré .

-الاطلاع على الرصيد مع الاستلام الفوري للإشعار .

-طلب دفتر الصكوك عن طريق جهاز الإعلام الآلي .

-**خدمة الانترنت:** موقع الانترنت www.Poste.dz يسمح لزبائن بريد الجزائر ب:

- الاطلاع على الرصيد .
- طلب دفتر الصكوك .
- طلب الرقم السري او تغييره .

ب. **الحوالات البريدية:** وتهدف هذه الخدمة إلى تحويل الأموال عن طريق البريد وتشمل هذه الخدمة عدة أنواع :

- ✓ **الحوالات البطاقية 1406:** يتم إرسالها عن طريق البريد ، ويتم من خلالها تحويل أموال دون حد أقصى، وتخضع للتامين عندما يتجاوز مبلغها 5000.00 دج، وتقبل خدمة الإشعار بالاستلام والتوزيع السريع .
- ✓ **الحوالة 1418:** وهي حوالة خاصة بتزويد الحسابات البريدية الجارية. [1]
- ✓ **الحوالة 1419:** ويصدرها مركز الصكوك البريدية، وتستعمل عادة من قبل المؤسسات لدفع مستحقات بعض الأشخاص، بإرسالها صك تخصيص إلى مركز الصكوك ليحوله إلى حوالات 1419 لفائدة المستفيدين.
- ✓ **الحوالة التلغرافية 1412:** وهي طريقة قديمة نسبيا، تستعمل فيها أجهزة التلكس لتحويل الأموال، ويستحصل من أجل ذلك سعر بإضافة يقابل خدمة التلكس .
- ✓ **الحوالة الالكترونية TRF:** عمم استعمالها بداية من تاريخ 09 / 02 / 2002 عبر كل المكاتب المجهزة بالإعلام الآلي، وتسمح بالتحويل الفوري للأموال من مكتب بريدي إلى مكتب آخر بطريقة الكترونية عبر الشبكة الإعلامية حيث يتم سحبها في مكتب الوصول في نفس اليوم.
- ✓ **الحوالة IFS IMO:** تسمح هذه الخدمة بتحويل الأموال من الخارج بدأت تجربتها مع فرنسا وستعمم لاحقا .

ج. **خدمة التوفير:** تقوم مؤسسة بريد الجزائر بتسيير هذه المصلحة لفائدة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط، حيث تقوم بتسيير هذه الخدمة لمصلحته من خلال الاستفادة من الانتشار الواسع لمكاتب البريد على مستوى التراب الوطني، ويشرف على تسييرها سبعة مراكز جهوية تمسك حسابات الزبائن وتقوم بالعمليات المحاسبية ومراقبة مختلف العمليات (دفع وسحب) التي تقوم بها المكاتب البريدية.

[1] حمود وليد ، نفس المرجع السابق ص 64 .

تقترح مؤسسة بريد الجزائر على زبائنها نوعين من دفاتر التوفير: دفتر للسكن LEL ودفتر التوفير LEP، بنسب فوائد مركبة تخضع لمراجعة دورية، ومن أهم الخدمات التي تقترحها المصلحة على زبائنها :

- تسوية الفوائد على مستوى المكاتب .
- إصدار وتسليم الدفاتر على مستوى كل المكاتب.
- إصدار وتسليم الدفاتر على مستوى المكاتب البريدية.
- تزويد الحسابات والسحب الفوري منها كل مكاتب البريد.[1]

د. **خدمات لمصلحة الخزينة ومصالح الضرائب:** ويمكن تلخيصها بالتكفل بأداء المعاشات والمنح ذات الطابع الاجتماعي، وكذلك التكفل ببيع الطوابع الجبائية والتغريمية وقسيمات السيارات ...

3 -خدمات تجارية أخرى: [2]

أ. **الطرود البريدية:** وهي خدمة شبيهة بمصلحة بريد الرسائل، لكنها لا تخضع لنظام التخصيص فالطرد البريدي هو عبارة عن بعيثة أعدت لإرسال البضائع في حدود ال 30 كلغ داخل الجزائر، وقد يصل الوزن إلى 20 كلغ في كل الاتجاهات الأخرى مع ضرورة احترام الأبعاد القانونية (الارتفاع، المحيط في اتجاه غير اتجاه الارتفاع = 3 م).

-تخضع هذه البعائث لعملية التسجيل أثناء الإيداع وفي المكتب التوزيع ، وتقبل خدمة الإشعار بالاستلام وخدمة النقل الجوي، خدمة التوزيع السريع، كما تخضع لخدمة التامين إذا احتوت على قيم.

-تقبل هذه الخدمة في كل المكاتب البريدية إيداعا وتوزيعا، ويشرف على معالجة هذه الطرود أربعة مراكز جهوية.

[1] حمود وليد ،نفس المرجع السابق ص 68 .

[2] حمود وليد ، نفس المرجع السابق ص 69 .

ب. **خدمة البريد السريع EMS:** وتسمى أيضا ببطل البريد، وهي خدمة تهدف إلى النقل الفوري والسريع لبعائث EMS مع التكفل أيضا بالتوزيع السريع لها، حيث أنشأت هذه الخدمة أساسا لنقل بريد الأعمال (الإدارات، الشركات، البنوك، ومؤسسات التامين).

–تتكفل أربعة مراكز جهوية بتسيير هذه المصلحة وتبادل البعائث مع الخارج وهي: الجزائر، قسنطينة، عنابة، وهران، وتشارك في أدائها كل المكاتب البريدية لوح الإشارة البريد السريع.

ج. **خدمة الاستقبال السريع للأموال Western Union:** هذه الخدمة متوفرة على مستوى المؤسسات البنكية ، وأصبحت متوفرة أيضا على مستوى المكاتب البريدية بداية من 19 ماي 2001 ، وتسمح بالتحويل الأموال عن طريق شبكة الإعلام الآلي من أكثر من 190 دولة عبر العالم وتحصيلها نقدا بالعملة الوطنية على مستوى مكاتب البريد.

د. **خدمة الموزع الاتوماتيكي للأوراق النقدية (DAB):** بدأت هذه الخدمة منذ سنة 1997 في المكاتب البريدية المهمة، تهدف هذه الخدمة إلى تامين عمليات السحب الأوتوماتيكي بواسطة بطاقات مغناطيسية على مدار أيام الأسبوع، بما فيها العطل الأسبوعية والأعياد أي 24 سا / 24 سا.

هـ. **الإشهار البريدي (Publipostage):** تصنف هذه الطريقة للإشهار ضمن أسلوب التسويق المباشر الذي تنتهجه المؤسسات في السياسات التسويقية، حيث تضطلع مؤسسة بريد الجزائر من خلال مكاتبها البريدية بتوزيع البطاقات والرسائل الإشهارية لصالح هذه المؤسسات، في محل إقامة المستهلكين أصحاب الحسابات البريدية الجارية، وذلك بإدراجها داخل أظرف الصكوك البريدية أو بطبعها على هذه الأظرف، لتستفيد من التعريف بمنتجاتها عبر كامل التراب الوطني ولشرائح مختلفة من المواطنين.

و. **خدمات إضافية:** بالإضافة إلى الخدمات المختلفة السابقة، فان مؤسسة بريد الجزائر عملت على توفير خدمات تجارية أخرى تتمثل فيما يلي: [1]

- ✓ **خدمة برقيتك:** وهي خدمة إرسال برقيات الكترونية عن طريق مؤسسات البريد إلى المرسل إليه، من خلال نظام إعلام آلي وفق برنامج خاص.
- ✓ **خدمة دفع الفواتير:** وهي خدمة خاصة لأصحاب الحسابات الجارية ومشتركي اتصالات الجزائر، وفواتير الكهرباء .
- ✓ خدمة رصيدي، إضافة إلى الاطلاع على الرصيد عن طريق الهاتف .
- ✓ **خدمة Racimo:** وهي خدمة الالكترونية، تسمح للزبائن بالدفع المسبق لشركة موبيليس، وهذا ما يسمى بالتعبئة الأوتوماتيكية .

[1] مبروك يوسفي، النظام القانوني لمؤسسة بريد الجزائر ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة الشهيد حمة لخضر ، 2015 ص 42 .

المبحث الثاني: واقع الأتمتة والاتصال المستخدمة في المؤسسة

تسهر المؤسسة على توفير الوقت والجهد والراحة لزبائنها وبهذا يتوجب عليها مواكبة التكنولوجيات الحديثة .

المطلب الأول: تجهيزات المعلوماتية المتوفرة في المؤسسة

لضمان سير العمل الجيد للمؤسسة يستلزم توفر الإمكانيات المادية والبشرية .

1 -**أجهزة الكمبيوتر:** تحتوي المؤسسة على جهاز كمبيوتر تتوزع هذه الأجهزة على بعض المصالح وهي أجهزة في مصلحة الشبابيك، 02 أجهزة في مصلحة المحاسبة، 01 جهاز في مصلحة الصندوق، أجهزة في مصلحة الشبابيك، جهاز مصلحة رئيس المؤسسة، 01 جهاز في مصلحة Western Union وكل جهاز من هذه الأجهزة موصول بطابعة .

2 -**الماسح الضوئي** : تمتلك المؤسسة جهازا واحدا لغرض إجراء مقاصة الكترونية للصكوك البنكية.

3 -**البرامج:** تشمل هذه المجموعة عدة أنواع من البرمجيات التي يمكن أن تؤثر على إدارة الوقت بشكل ايجابي داخل المؤسسة نذكر منها ما يلي :

أ. **المفكرة الالكترونية:** تساعد المفكرة الالكترونية على تحديد تفاصيل المواعيد، التذكير بالأشياء المطلوب انجازها ، تحديد أولويات المهمات ومعلومات أخرى تلزم في عمل ، هذا ويمكن لصاحب المفكرة الالكترونية وصلها بالكمبيوتر المحمول من اجل معرفة الأوقات الملائمة لعقد الاجتماعات [1] .

ب. **البريد الالكتروني:** البريد الالكتروني هو وسيلة لتبادل رسائل رقمية عبر الانترنت أو غيرها من شبكات حاسوبية متواصلة، أصبح البريد الالكتروني مبنيا على مبدأ

[1] خالد بن عبد الرحمن الجريسي ، " إدارة الوقت من المنظور الإسلامي والإداري " ، ص 50 . 51 .

التخزين، حيث تحفظ الرسائل الواردة في صناديق بريد المستخدمين ليطلعوا عليها في الوقت الذي يشاؤون، فهو يساعد في إرسال الرسائل والمستندات واستقبالها بسرعة ما ينعكس ايجابيا على توفير وقت المدير.

ج. OFFice 2007 – word،EXCEL،(....powerpoint).

4 -**قارئ البطاقة المغناطيسية:** تمتلك المؤسسة 04 أجهزة خاصة بقراءة البطاقة المغناطيسية CCP، موجودة تحت تصرف شبابيك كلاسيكية خاصة بعملية السحب، حيث يمكن للزبون القيام بعملية السحب من هذه الشبابيك باستخدام بطاقة CCP دون اللجوء إلى الشبابيك الآلية.

- **الوسائط الالكترونية:** هي صور للوفاء للتعامل عبر الانترنت ،[1] وهناك العديد من الوسائط الالكترونية التي تستخدم في عملية الدفع الالكتروني، حيث أن تطور وسائل الدفع في صورة وسائل الالكترونية.
- تضع مؤسسة بريد الجزائر نظاما خاص بالنقد الآلي، حيث أبرمت اتفاقية مع شركة النقد الآلي والعلاقات بين البنوك لتزويد جميع مكاتبها بالشبابيك الآلية للبنوك وأجهزة الدفع الالكتروني.

1 -**تعريف بشركة النقد الآلي والعلاقات بين البنوك "ATIM" :**

شركة ساتيم هي فرع الثمانية بنوك تجارية جزائرية (البنك الوطني الجزائري، بنك الفلاحة والتنمية الريفي، البنك الخارجي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للادخار والتوفير، الصندوق الوطني للتعاون الفلاحي، بنك البركة)، نشأت سنة 1995 وهي شركة ذات أسهم رأسمالها مليون دينار تكمن مهمتها في تحديث التقنيات البنكية وتطوير نظام النقد وعصرنة وسائل الدفع، أما الأعمال التي تتطلع إليها فهي إدماج

[1] محمد حسن منصور ، المسئولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر 2003، ص 120 – 129 .

الموزعات الآلية في البنوك والتي تشرف عليها ،صناعة البطاقات البنكية خاصة بالدفع والسحب المقاييس المعمول بها دوليا ومنح الرمز السري. [1]

2 -أجهزة الصرف الآلي:

أ. **الموزع الآلي Distributeur Automatique de Billets :** هو آلة اتوماتيكية تم استخدامها في المؤسسة منذ سنة 2002 تسمح لزبائن البريد القيام بعملية السحب من حساباتهم البريدية الجارية عن طريق البطاقة المغناطيسية CCP على مدار أيام الأسبوع بما فيها أيام العطل الأسبوعية والأعياد أي (24 / 24 سا) والجدول الموالي يوضح أهم مميزاته :

الجدول رقم (3): الموزع الآلي للأوراق النقدية D.A.B

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
الموزع الآلي للأوراق D.A.B	يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب. - يعمل دون انقطاع	- جهاز موصول بوجه مراقبة الكترونية تقرأ المدرات المغناطيسية للبطاقة. - هذه الأخيرة يسجل عليها المبالغ الممكن سحبها أسبوعياً.	تخفيض نشاط السحب في المؤسسة

المصدر: نعمون وهاب: النظم المعاصرة لتوزيع المنتجات المصرفية وإستراتيجية البنوك، ملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحولات الاقتصادية، واقع وتحديات، جامعة حسيبة بن بوعلي الشلف، الجزائر، سنة 2004، ص 273 .

[1] مقابلة مع السيد مسؤول الأمانة بالمؤسسة .

ب. **الشباك الآلي Guichet Automatique de banque :** هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيد وتنوع ، بدا استخدامه في المؤسسة سنة 2005 حتى الآن بالإضافة إلى خدمة السحب النقدي. [1]

وهي كما هو موضح في الجدول الموالي :

الجدول رقم (4): الشباك الآلي للأوراق (G.A.B)

	المبادئ العامة	التقنية	النتائج
الشباك الآلي للأوراق G.A.B	– يجول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات منها: السحب، معرفة الرصيد، القيام بالتحويلات، طلب شيك، تسديد الفواتير، التحميل الالكتروني، التحميل الالكتروني الذي يوفر للزبائن الدفع المسبق لشركة موبيليس لتحميل آلي لهواتفكم .	جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للبنك يقرا المدرات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رمز سري .	يستعمل من طرف الزبائن في جميع الأوقات للزبون المستعجل .

المصدر: نعمون وهاب: نفس المرجع السابق، ص 274 .

[1] عامر بشير ، تحديث البنوك التجارية ، مذكرة ماجستير غير منشورة ، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير ، تخصص نقود وتمويل ، جامعة سعد دحلب البليدة ، 2005 ص 167 .

3 -أجهزة الدفع الالكتروني:

3 1 بطاقة CCP الذهبية: [1] هي بطاقة سحب ودفع الكترونية مصممة ومؤمنة وفقا لأحدث المعايير الدولية ، تسمح بإجراء مختلف عمليات السحب والدفع الالكتروني عبر الانترنت أو الشبابيك النقدية لبريد الجزائر أو نهائيات الدفع الالكتروني .

وتتيح هذه البطاقة التي تعمل بنظام (EMV) لحامليها ، زيادة على إجراء مختلف عمليات سحب ودفع الأموال على حساباتهم البريدية عبر الانترنت، تسديد الفواتير الاستهلاكية الخاصة بالكهرباء والغاز والماء، الهاتف الثابت، الانترنت .

كما يمكن لحاملي هذه البطاقة استخراج الأموال عبر الموزع الآلي (G.A.B) البنكية والشبابيك داخل المكاتب البريد الجزائرية.

وتعمل هذه البطاقة بمعيار يحمي ويؤمن حسابات الزبائن بعد أن تتم التأكد من حقيقة هويتهم في العالم الافتراضي حيث يتم إدخال الرمز السري الخاص بنظام الترميز والذي من خلاله يتم التأكد من هوية مستعمل البطاقة، وبهدف الإجابة على استفسارات وانشغالات المواطنين، تم توفير مركز للاتصالات والإرشادات يعمل على مدار 24 سا ويقدم خدماته بثلاث لغات (العربية والامازيغية والفرنسية) وذلك عبر الرقم (30 15) .

3 2 بطاقة الدفع CIB: استبدلت هذه البطاقة بالبطاقة الذهبية .

المطلب الثاني: الشبكة المعلوماتية وتطبيقاتها في المؤسسة

تتطلع المؤسسة على تقديم الخدمات لزبائنها أين وجدوا وهذا يتطلب توفر شبكة ونظام لنقل وحفظ المعلومات.

[1] لراشي مراد، وسائل الدفع الحديثة وما مدى نجاعتها في المؤسسة المالية، بريد الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم ، سنة 2018 ص 54.

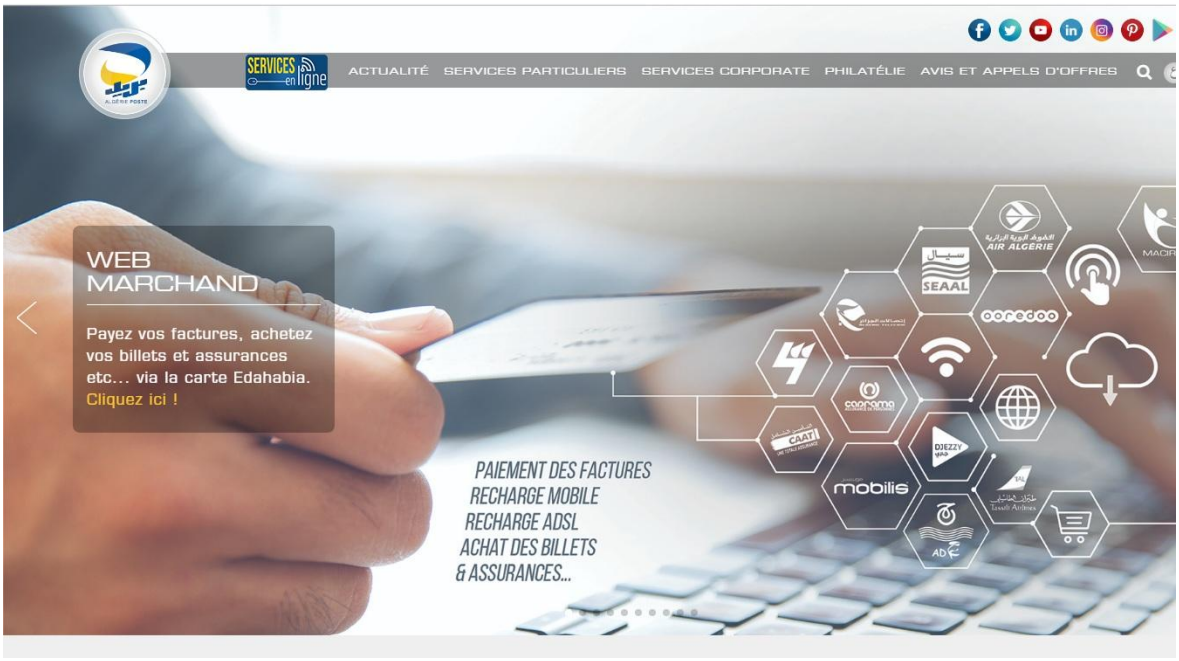
1 -الشبكة المعلوماتية:

1 1 -الشبكة المحلية (LAN): هي الشبكات التي أن تؤمن وصل مجموعة من الحواسيب الشخصية في شركة أو مؤسسة أو مكتب أو مبنى أو عدة مباني متجاورة أو بشكل عام وصل الحواسيب على مساحة صغيرة نسبيا، من اجل الاستخدام المشترك للمعلومات وبدون هذه الشبكية كان على من يرغب في تبادل المعطيات، تقوم هذه الشبكية بنقل المعلومات والبيانات بشكل سريع جدا. شبكية ال LAN تتواجد بالمؤسسة تربط بين الخادم و 11 أجهزة كمبيوتر وتأخذ هذه الشبكية الهيكلة السلسلة (الخطي) ويرجع السبب وراء اختيار هذا النوع من الهيكلة هو انه في حالة توقف احد الأجهزة لا تتعطل الشبكة كما تتميز هذه الشبكة بسهولة إدارتها وسهولة إضافة أو سحب حواسيب من الشبكة ، وترتبط الشبكة المحلية للمؤسسة مع جميع شبكات المحلية (LAN) للمؤسسات البريدية على مستوى الجزائر لتكوين شبكة واسعة [1] .

1 2 -الشبكة الخارجية: تمتلك المؤسسة شبكة خارجية (الاكسترانت) من نوع التوزيع بحيث يمكن لأي زبون يملك حساب بريدي جاري أن يدخل موقع المؤسسة ويطلع على بعض الصفحات عن طريق رقم الحساب الجاري، وكلمة السر التي تمنحها له المؤسسة كما هو موضح في الشكل الموالي، بحيث يسمح لأي زبون من خلال هذه الشبكة أن يقوم بالاطلاع على الرصيد الحساب البريدي الجاري، طلب الحصول على دفتر الصكوك، طلب بيان العمليات على الحساب.

[1] صالح بلخيري ، الشبكة المحلية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات ، جامعة منتوري بقسنطينة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، تخصص علم المكتبات ، سنة 2005 ص 32 .

الشكل رقم (22): الصفحة الرئيسية لموقع مؤسسة بريد الجزائر .



المصدر: WWW.Poste.dz. (2019-06-20)

1 3 شبكة الانترنت: تشترك المؤسسة العالمية للانترنت من نوع ADSL بسرعة KBS / 256، وهي عبارة عن شبكة عالمية تقوم بربط جميع أجهزة الحاسوب بالعالم مع بعضها البعض ليتم التواصل بينها، واكتساب الكثير من المعلومات سواء كانت نصية أو صوتية أو مرئية بشكل سريع وسهل. [1]

1 4 أمن الشبكة: لضمان العمل الجيد للشبكة في المؤسسة تتخذ المؤسسة احتياطات أمنية تتمثل في برامج مضادة للفيروسات Antivirus وحماية بكلمة المرور ونماذج الأمان وجدران للحماية وبروتوكولات الحماية. [2]

[1] https//mawdoo3.com يوم 18 / 05 / 2019 على الساعة 11 صباحا.

[2] h11h11.blogspot.com يوم 18 / 05 / 2019 على الساعة 14 زوالا.

2 -التطبيقات المعلوماتية على الشبكة:

2 1 نظام CHNGER: وهذا خاص بالشبابيك متطورة من السابق ثم استخدامه في المؤسسة سنة 2008 /2009 بحيث يسمح بالقيام بأكثر من 30 عملية نذكر منها: الاطلاع على الرصيد أو السحب، طلب دفتر الصكوك، منح الرقم السري للاطلاع على الرصيد عبر الانترنت، تقديم بيان على الحساب، تسديد فاتورة الكهرباء والغاز والهاتف الثابت والهاتف النقال، الحسابات البريدية الجارية، الحوالات الالكترونية (التحويل الالكتروني للأموال) TRF الاستلام السريع للأموال (خدمة وسترن يونيون). ويعمل هذا النظام على حفظ ، معالجة واسترجاع المعلومات المتعددة .

2 2 نظام IBP: وهذا النظام أكثر تطورا بدا استخدامه بعد مزاولة النظام CHALNGER في 2011. وهذا النظام موجود في جميع العمليات في الشباك والمحاسبة الفردية لكل عامل ومحاسبة للمكتب والموجود أيضا 1105 وموجود فيه نظام IBP ومحاسبة نصف الشهرية ومحاسبة الشهرية الكاملة.

IBP يعمل على مسح لائحة الكلمات المفاتيح والمركز الذي يحتله الموقع على مستوى الترتيب العالمي، لا بل ويعمل على انجاز تقرير حول التحيينات والنصائح التي يمكن اعتمادها ليصبح الموقع ناجحا. [1]

2 2 1 -العمليات المستعملة في الشبابيك:

1. التخليص Affrachissement .
2. الصكوك (VAC Pceceiement) CCP .
3. الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط CNEP (الدفع، الاسترجاع النسبي والكلي).
4. المنح المجاهدين Pensions .
5. الدفع الكهرباء والغاز .

[1] https://ibp.ar.uptodown.com ، يوم 19 / 05 / 2019 على الساعة 10:30 صباحا .

2 3 -نظام WIWDFG: وهو نظام معلومات قديم تطبيقه على مستوى المؤسسة منذ نشأتها ويساعد على القيام ببعض العمليات على الشبكة نذكر منها: الاطلاع على الرصيد أو السحب، طلب دفتر الصكوك، تقديم بيان على الحساب، تسديد الحوالات البطاقية لتزويد الحسابات البريدية الجارية .

3- **CCP يتفرع إلى :**

1. تخليص الصكوك PAVE .
2. الاطلاع على الرصيد Demande avoir .
3. التخليص عن طريق البطاقة المغناطيسية CIB + الذهبية Retrait espèce .
4. الدفع السريع VAC .

- الصك النجدة .
- في حالة عدم توفر الصك البريدي Chèques secours .

5. طلب الصكوك Demande chèque .
6. فتح حساب بريدي جاري للزبائن الجدد Ouverture compte ccp .
7. الدفع عن طريق صك بريدي EPT .
8. استخراج كشف حساب Edition Relevé.

4 . ChEP :

1. الدفع Versement .
2. الاسترجاع النسبي Ren boursement partied ويكون الاسترجاع عام أو كلي .

- هذه العملية لا تستعمل عن طريق نظام IBP بل يرسل إلى الصندوق الوطني للاحتياط الجهوي (الشلف) .

- العمليات خاصة بالنظام الداخلي:

- **حركة الأموال :** (بين العامل وعون شباك وأمين الصندوق KS) .
- **حركة القيم:** (طلب طوابع البريدية والدمغة الجبائية والضريبية) .

1. **مستخدمي النظام :** يستخدم هذا النظام من طرف مصلحة الشبابيك ومصلحة الصندوق، مصلحة رئيس المؤسسة ومصلحة الأمانة، أما على مستوى مصلحة رئيس القسم ما يزال يستخدمون النظام القديم، يحصل الموظفين في المؤسسة والذي يقوم بدوره بتحديد الصلاحيات والنوافذ التي يجب على المستخدم للنظام العمل عليها، في حين تمنح لمستخدم النظام بطاقة الائتمان وكلمة المرور السرية اللذان يسمحان له يعمل على النظام وهذا لغرض تحميله المسؤولية الكاملة عن عملية ومكافحة محاولات الغش .

2. **أهداف النظام:**

- السرعة في انجاز العمليات واختصار الوقت والجهد للموظفين .
- تقليل الأخطاء.
- سرعة تقديم الخدمة للزبائن .
- إمكانية تقديم أكثر من خدمة في الشباك الواحد .
- توزيع الضغط على شبابيك .
- تحسين جودة الخدمات المقدمة .
- تحسين ظروف عمل مستخدمي البريد .
- رفع النجاعة الإنتاجية المالية للمؤسسة. [1]

[1] مقابلة مع السيد زايدي محمد مسئول مصلحة المحاسبة .

المبحث الثالث: عرض وتحليل الاستبيان

بغرض تقييم مدى مساهمة الأتمتة والاتصال على مستوى بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة وقصد معرفة الزبائن لاتجاه عصرنة مؤسسات البريد، قمنا بإجراء الاستبيانين أولهما للزبائن الهدف منه معرفة مستوى الجودة المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر بالمدية .

أما الاستبيان الثاني فهو موجه إلى الموظفين لمعرفة مدى المساهمة التكنولوجيات المطبقة على مستوى المؤسسة في تحسين جودة الخدمة.

المطلب الأول: الاستبيان

تم استخدام الاستبيان، والذي يعرف على أنه "عبارة عن مجموعة من الأسئلة والاستفسارات المتنوعة والمرتبطة بعضها بالبعض الآخر بشكل يحقق الهدف أو الأهداف التي يسعى إليها الباحث".

"هو مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها".

وكون الاستبيان من الأدوات المستخدمة في الدراسة، فسيتم فيما يلي المراحل المتبعة في بناء هذا الاستبيان.

- تحديد الأسئلة بناء على الإشكالية وفرضيات الدراسة.
- تحديد شكل الاستمارة بطريقة لا تحتاج إلى وقت وجهد للإجابة عليها.
- إحالة أسئلة الاستبيان إلى أساتذة مختصين لإبداء آرائهم وملاحظتهم وتعديلها بالشكل المطلوب .

- اختيار أسئلة الاستبيان بشكل النهائي ثم مراجعته وطبعه وإعداد النسخ المطلوبة لأفراد العينة.
- توزيع الاستبيان على المبحوثين.
- متابعة الإجابة على الاستبيان والتأكد من تعبئته بالبيانات المناسبة .
- تجميع نسخ الاستبيان الموزعة.

1 -إدارة الاستبيان:

للتعرف على دور استخدام الأتمتة والاتصال في تحسين جودة الخدمة المقدمة بالمؤسسة بريد الجزائر بالمدية قمنا بتصميم استبيانين: بناءا على الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة ذات علاقة بالموضوع وبالاستعانة ببعض الأساتذة الجامعيين المختصين في الإحصاء والمنهجية والتسويق.

قد تكونت استمارة الاستبيان الأولى والخاصة بالزبائن من 19 عبارة وعموما فقد تم ترتيب أسئلة وفق محاور رئيسية على النحو التالي:

أ. **المحور الأول:** يتضمن معلومات عامة، تهدف إلى التعرف على خصائص عينة الزبائن.

ب. **المحور الثاني:** يتضمن 19 عبارة تقيس متغيرات جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون.

أما الاستمارة الثانية الخاصة بالموظفين فقد تتكون من ستة أسئلة بالإضافة إلى خمسة أسئلة تتمثل في بطاقة تعريفية للمستقصين منه: وعلى عموم فقد تم ترتيب الأسئلة وفق محاور رئيسية على النحو التالي:

أ. **المحور الأول** : يتضمن معلومات عامة تهدف إلى التعريف بخصائص عينة الموظفين.

ب. **المحور الثاني:** ويتضمن أسئلة تخص تكنولوجيا الانترنت في المؤسسة.

- **أهداف الدراسة:**

الهدف من الدراسة: هو الوقوف على عدة متغيرات تتعلق باستخدامات مختلف الأتمتة والاتصال وبالأخص تكنولوجيا الانترنت بمؤسسة بريد الجزائر بالمدية، وهذا لغرض رسم صورة واضحة لمستوى استخدام هذه التكنولوجيا ومحاولة توظيفها في عملية تقديم الخدمة وتحسينها للحصول على رضاء الزبون.

- **عينة الدراسة وإطارها المكاني و الزماني:**

صعوبة إجراء الدراسة على جميع المؤسسات البريدية بالمدية اقتصرت الدراسة على اكبر مؤسسة بريد ولاية المدية والتي تحتل رواجا كبيرا.

لقد تم توزيع الاستمارة الخاصة بعينة الموظفين حيث توليت الإشراف على التوزيع شخصيا وبطريقة عشوائية ، لقد تمت عملية التوزيع واسترجاع الاستبيانات خلال الفترة الممتدة من شهر مارس 2019 إلى شهر ماي 2019 .

الجدول التالي يوضح عدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة.

الجدول رقم (05): الاستبيانات الموزعة والمسترجعة.

الاستبيان الخاص بالزبائن		**الاستبيان الخاص بالموظفين**	
عدد الاستبيانات الموزعة	**عدد الاستبيانات المسترجعة**	**عدد الاستبيانات الموزعة**	**عدد الاستبيانات المسترجعة**
46	40	46	40
% 100	% 86.95	% 100	% 86.95

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستمارة الموجهة إلى زبائن مؤسسة بريد الجزائر بالمدية

سنقوم فيما يلي باستعراض نتائج المعالجة الإحصائية للاستبيان الخاص بالزبائن وتحليلها كما توصلنا إليها، مركزين على:

- **التوزيعات التكرارية:** لإظهار إجابات مفردات عينة الدراسة.
- **النسب المئوية:** لإظهار نسب إجابات عينة الدراسة.
- **المتوسط الحسابي:** لتحديد اتجاه الإجابات.

ومعتمدين على نفس الترتيب الوارد في قائمة أسئلة الاستبيان .

1 -تحليل معطيات المحور الأول :

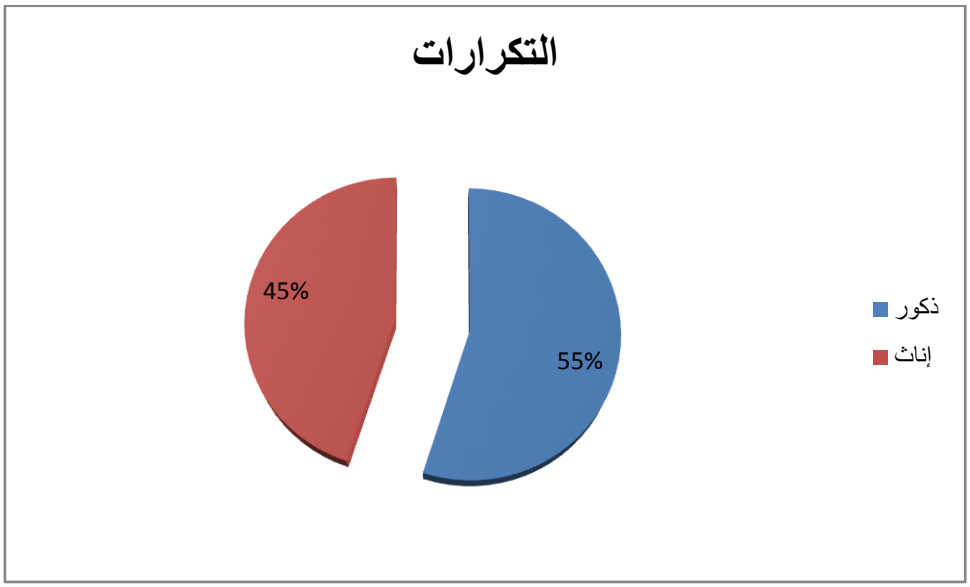
1) الجنس:

الجدول رقم (06) : توزيع العينة حسب الجنس .

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكور	22	% 55
إناث	18	%45
المجموع	40	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

الشكل رقم (22) : توزيع العينة حسب الجنس .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يبين لنا الجدول والشكل أعلاه نسبة 55 % من الزبائن المستجوبين كانوا ذكور، وبلغت نسبة الإناث 45 % ويعود سبب انخفاض نسبة المستجوبين الإناث في عدم ملا الاستمارة .

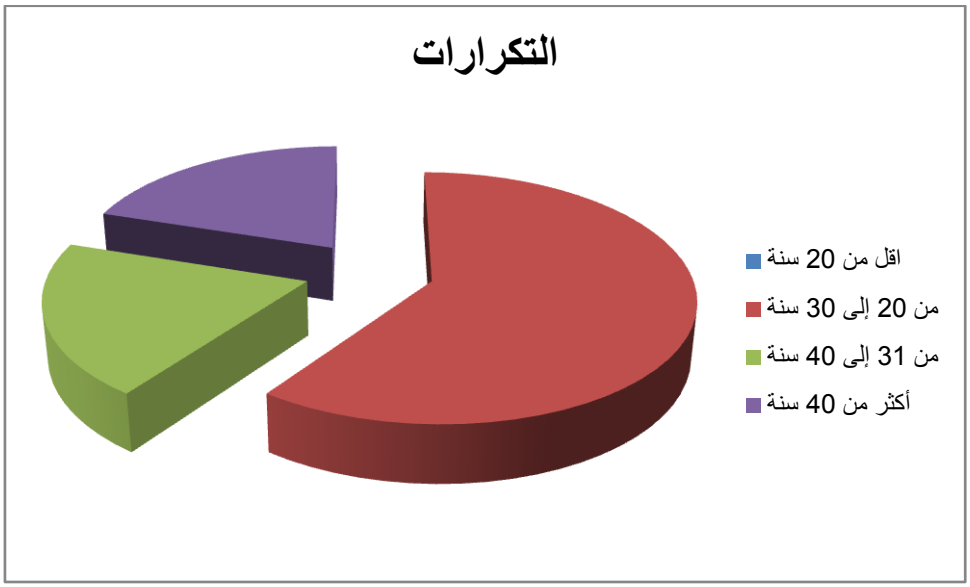
2) **العمر**:

الجدول رقم (07) : توزيعة العينة حسب السن .

	التكرارات	**النسبة المئوية**
اقل من 20 سنة	0	% 0
من 20 إلى 30 سنة	24	%60
من 31 إلى 40 سنة	8	%20
أكثر من 40 سنة	8	%20
المجموع	40	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الشكل رقم (23) : توزيع العينة حسب السن .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

تبين في الجدول والشكل أعلاه أن 60 % من أفراد العينة المستجوبة كانت أعمارهم تتراوح من 20 إلى 30 سنة ونستنتج اغلب الزبائن المستجوبين شباب.

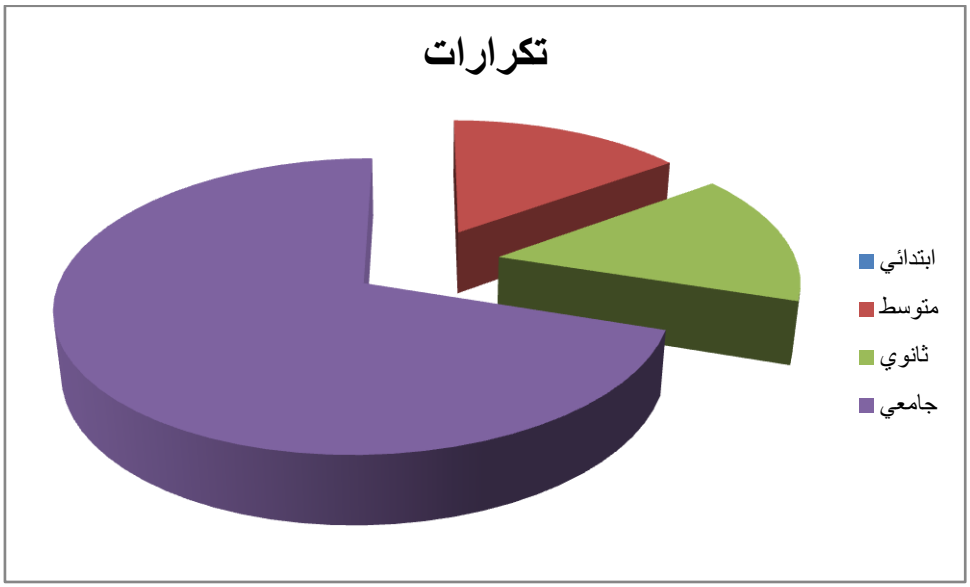
3) المؤهل العلمي:

الجدول رقم (08): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي .

	تكرارات	النسبة المئوية
ابتدائي	0	
متوسط	6	%15
ثانوي	6	%15
جامعي	28	%70
المجموع	40	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

الشكل رقم (24): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية .

ظهر في الجدول والشكل أعلاه أن المؤهل العلمي الغالب على أفراد العينة المستجوبة هو المؤهل العلمي الجامعي ونسبة 70 % ثم يليها المؤهل العلمي المتوسط والثانوي على نفس النسبة 15 %.

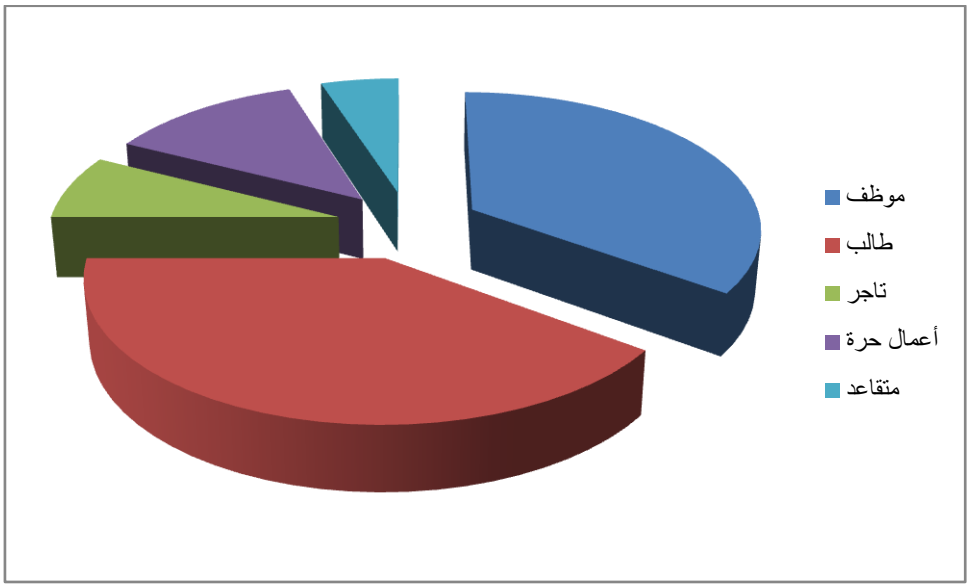
4) الوظيفة:

الجدول رقم (09) : توزيع العينة حسب سنوات الخبرة .

سنوات الخبرة	التكرارات	النسبة المئوية
موظف	14	%35
طالب	16	%40
تاجر	5	%12,5
أعمال حرة	3	%7,5
متقاعد	2	%5
المجموع	40	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

الشكل رقم (25) : توزيع العينة حسب سنوات الخبرة .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

الجدول رقم (10): الإحصائيات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر التعاطف .

الرقم	أسئلة الاستبيان	إطلاقا	نادرا	أحيانا	إلى حد ما	دائما	المجموع
01	تحتوي مؤسسة بريد على لوحات إرشادية تبين أماكن الحصول على الخدمة .	06	05	11	12	06	40
		%15	%12,5	%27,5	% 30	%15	%100
02	توجد سهولة في الوصول إلى المكاتب المقصودة لانجاز الخدمة .	03	09	16	08	14	40
		%07,5	% 22,5	%40	%20	%35	%100
03	أوقات عمل بريد الجزائر مناسبة لك .	04	02	07	12	15	40
		%10	% 05	%17,5	%30	%37,5	%100
04	الاتصال الهاتفي بالمؤسسة يوفر الكثير من الوقت .	10	01	08	05	16	40
		%25	%02,5	%20	%12,5	%40	%100
05	تهتم المؤسسة برأي الزبون في الخدمة المقدمة له .	14	12	03	01	10	40
		%35	%30	%07,5	% 02,30	% 25	%100
06	تمتلك مؤسسة بريد الجزائر أجهزة حديثة في عملية تقديم الخدمة .	10	09	05	12	04	40
		%25	% 22,5	%12,5	%30	%10	%100
07	تحتوي المكاتب المقصودة لانجاز	01	08	10	07	14	40
		%02,5	% 20	%25	%17,5	%35	% 100

	الخدمة على مقاعد الانتظار .						
08	توفير لك بطاقة CCP الكثير من الجهد والوقت أثناء طلب الخدمة .	08	02	15	06	09	40
		%20	%05	%37,5	%15	%22,5	%100
09	تمنحك المؤسسة كلمة السر للاطلاع على رصيدك .	09	09	03	07	12	40
		%22,5	%22,5	%07,5	%17,5	%30	% 100
10	توفير لك شبابيك الآلية إمكانية تلقي الخدمة 24 ساعة / 24 ساعة .	08	09	12	06	05	40
		%20	%22,5	%30	%15	%12,5	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا إلى المعالجة الإحصائية .

نلاحظ من الجدول اعلا هفيما يخص السؤال رقم (1) والذي يتمحور حول مدى احتواء مؤسسة بريد الجزائر على لوحات إرشادية تبين أماكن الحصول على الخدمة ، ونسبة الإجابة المستجوبين على هذا السؤال تبين أن نسبة الإجابات ب دائما أو إلى حد ما بلغت 15 %، 30 % على التوالي .

أما فيما يتعلق بالأسئلة (02 . 04) فكانت نسب الإجابات دائما أو إلى حد ما على الترتيب كالآتي: 35 % ، 20 %، 30 %، 10 %، أما باقي النسب المتبقية فقد توزعت على الترتيب بين إطلاقا، نادرا، أحيانا .

وتبين لنا أن أعلى نسبة لإجابة المستجوبين من الزبائن ب دائما أو إلى حد ما على الأسئلة التي تخص عنصر التعاطف كانت عند السؤال رقم (3) والذي كانت عبارة " أوقات عمل مؤسسة بريد الجزائر مناسب له " حيث بلغت نسبة 35 % ، 20 % على التوالي.

أما فيما يتعلق بالسؤال (5) فكانت نسب الإجابات ب دائما أو إلى حد ما : 25 % ، 25 % على التوالي، أما بقية النسب المتبقية فهي موزعة على الترتيب بين إطلاقا، نادرا ، أحيانا .

أما فيما يتعلق بالسؤالين رقم (06 . 07) الذي يتضمن امتلاك المؤسسة بريد الجزائر لأجهزة حديثة لتقديم خدماتها واحتواء المؤسسة على مقاعد الانتظار، فكانت نسب الإجابات المستجوبين على هذين السؤالين يتضح نسبة الإجابة ب دائما أو إلى حد ما بلغت 10 %، 30 %، 35%، 17,5 % على التوالي وزعت على إجابات إطلاقا، نادرا، أحيانا.

وبالنسبة للسؤال (8) الذي يتمحور حول مدى مساهمة بطاقة CCP في توفير الوقت والجهد للزبائن أثناء طلب بعض الخدمات وكانت الإجابات الزبائن المستجوبين على هذا السؤال يتضح أن نسبة الإجابات ب دائما أو إلى حد ما بلغت 22,5 %، 15 % في حين توزعت النسب الباقية على إجابات إطلاقا، نادرا، أحيانا .

أما فيما يخص السؤال رقم (9) الذي يتمحور حول مدى منح المؤسسة بريد الجزائر لزبائنها كلمة السر للاطلاع على رصيد عبر الانترنت وكانت الإجابات الزبائن المستجوبين على هذا السؤال يتضح أن نسبة الإجابات ب دائما أو إلى حد ما بلغت 30 %، 17,5 %، في حين توزعت إجابات النسب الباقية بين إطلاقا، نادرا ، أحيانا.

أما بالنسبة للسؤال رقم (10) الذي يتضمن العبارة " توفر لك شبابيك الآلية إمكانية تلقي الخدمة 24 ساعة/24 ساعة " يتضح على هذا السؤال أن نسبة الإجابات ب دائما أو إلى حد ما بلغت 12,5 %، 15 % على التوالي في حين توزعت إجابات الباقية بين إطلاقا ونادرا وأحيانا.

المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الاستمارة الموجهة إلى موظفين مؤسسة بريد الجزائر.

ستقوم فيما يلي بعرض نتائج المعالجة الإحصائية للاستبيان الخاص بالموظفين وتحليلها كما توصلنا إليها مركزين على تكرارات والنسب المئوية ، كما نتخذ نفس الترتيب الوارد في قائمة أسئلة الاستبيان.

- **تحليل معطيات المحور الأول:** والتي يتم من خلالها يتم التعرف على خصائص ومميزات العينة الدراسة وذلك بالتطرق إلى العناصر التالية: الجنس، العمر، سنوات الخبرة، الدورات التدريبية.

1 -تحليل معطيات المحور الأول:

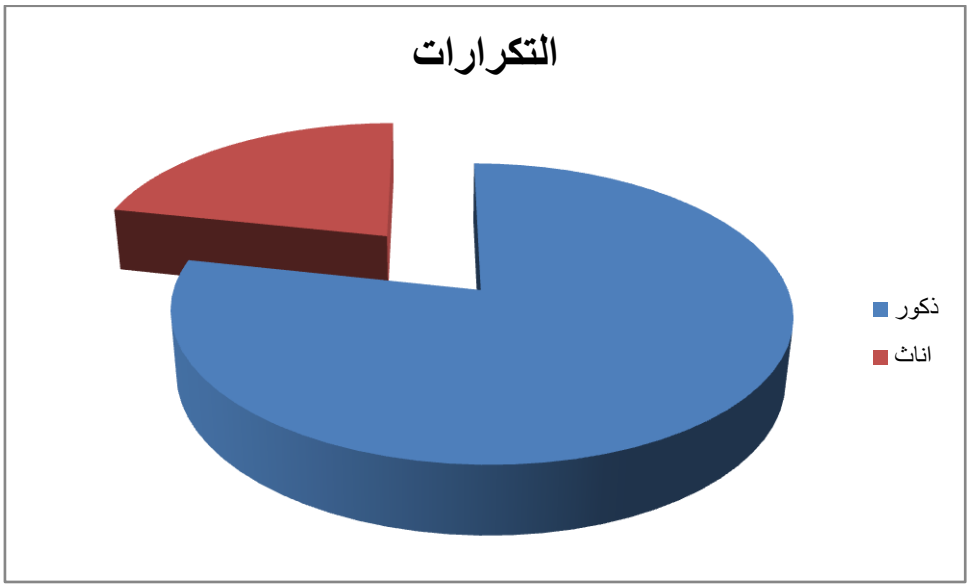
1) الجنس:

الجدول رقم (11): توزيع العينة حسب الجنس .

الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكور	29	%78
اناث	8	%22
المجموع	37	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

الشكل رقم (26): توزيع العينة حسب الجنس .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية .

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن نسبة الذكور اكبر تكرارا في المجموع الكلي ب 29 ذكر أي ما نسبته 78 % من موظفين مستجوبين ، بينما كان عدد الإناث 8 أي ما نسبته 22 % . ما نستنتج أن نسبة الذكور اكبر من نسبة الإناث بفارق 56 %

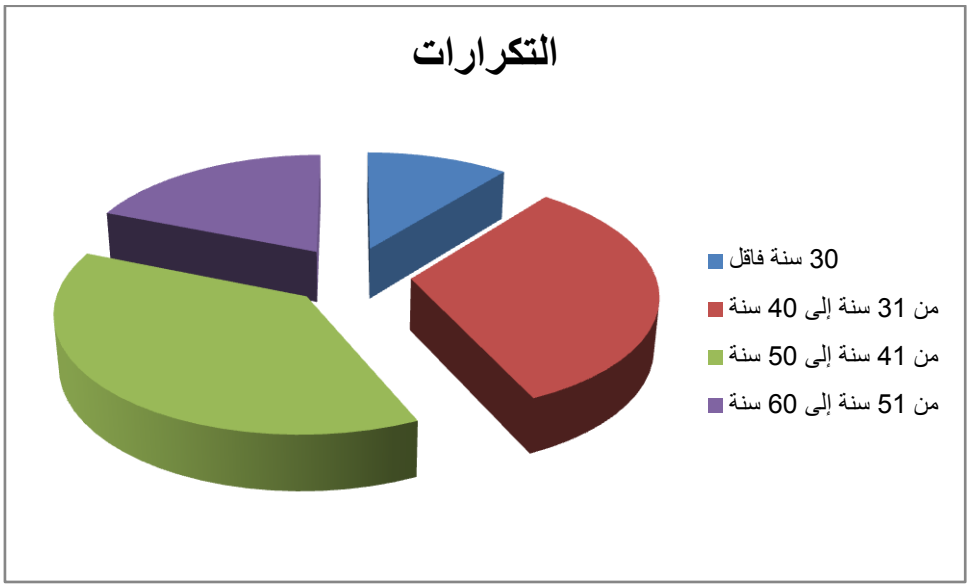
2) العمر:

الجدول رقم (12): توزيع العينة حسب السن .

السن	التكرارات	النسب المئوية
30 سنة فاقل	04	%11
من 31 سنة إلى 40 سنة	12	%32
من 41 سنة إلى 50 سنة	14	% 38
من 51 سنة إلى 60 سنة	07	%19
المجموع	37	% 100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

الشكل رقم (27): توزيع العينة حسب السن.



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن ما نسبته 38 % كان من الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 41 إلى 50 سنة بتكرار 14 فرد، ثم تليها الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة بالنسبة 32 % وبتكرار 12 فرد، ثم تليها الفئة العمرية من 51 إلى 60 سنة بنسبة 19 % وبتكرار 07 أفراد ثم تليها الفئة العمرية 30 سنة فاقل نسبة 11 % بتكرار 04 أفراد. ومنه هناك الفئتان يتميزون بخبرات كبيرة في مجال العمل بالمؤسسة البريد لذا يجب الاستفادة منهم .

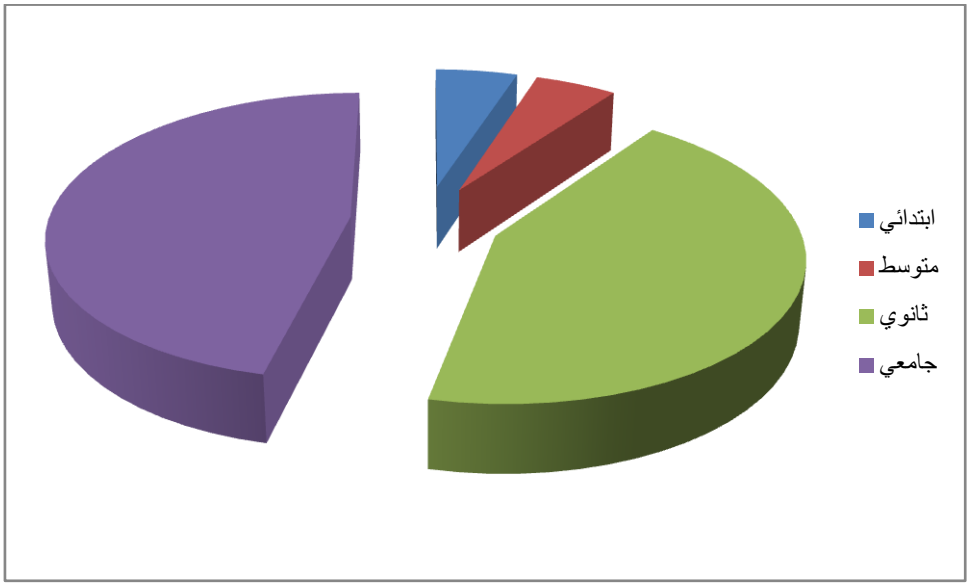
3) المؤهل العلمي:

الجدول رقم (13): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي .

المؤهل العلمي	تكرارات	النسب المئوية
ابتدائي	02	% 5
متوسط	02	% 5
ثانوي	16	% 43
جامعي	17	% 46
المجموع	37	% 100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

الشكل رقم (28): توزيع العينة حسب المؤهل العلمي .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية .

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن المؤهل العلمي الغالب على أفراد العينة المستجوبة هو المستوى الجامعي وذلك بنسبة 46 % ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 43 %، أما المستوى المتوسط والابتدائي بنسبة متكافئة 5 % واقل نسبة كانت المستوى المتوسط والابتدائي.

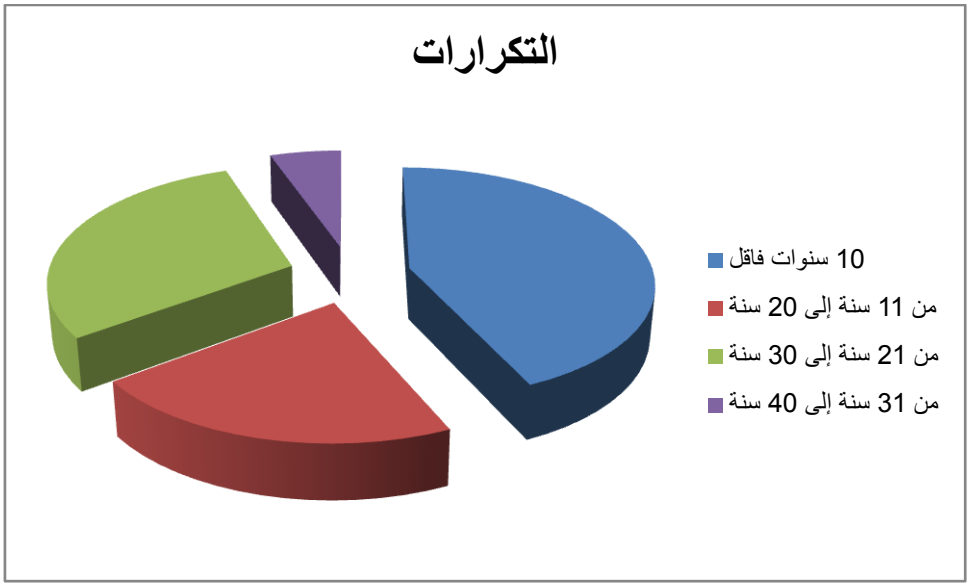
4) **الوظيفة:**

الجدول رقم (14): توزيع العينة حسب سنوات الخبرة .

سنوات الخبرة	التكرارات	النسب المئوية
10 سنوات فاقل	16	%43
من 11 سنة إلى 20 سنة	08	% 22
من 21 سنة إلى 30 سنة	11	% 30
من 31 سنة إلى 40 سنة	02	%05
المجموع	37	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا إلى نتائج المعالجة الإحصائية .

الشكل رقم (29): توزيع العينة حسب سنوات الخبرة .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية.

نلاحظ في الجدول والشكل أعلاه، تبين اغلب الموظفين المستجوبين لديهم سنوات خبرة مهنية أكثر من 10 سنوات، حيث بلغت نسبتهم 43 % في حين أن باقي الموظفين

تتراوح خبرتهم المهنية من 11 إلى 40 سنة ومنه نستخلص أن معظم العاملين بالمؤسسة يتمتعون بخبرة جيدة تمكنهم من تقديم الأفضل للمؤسسة والزبون .

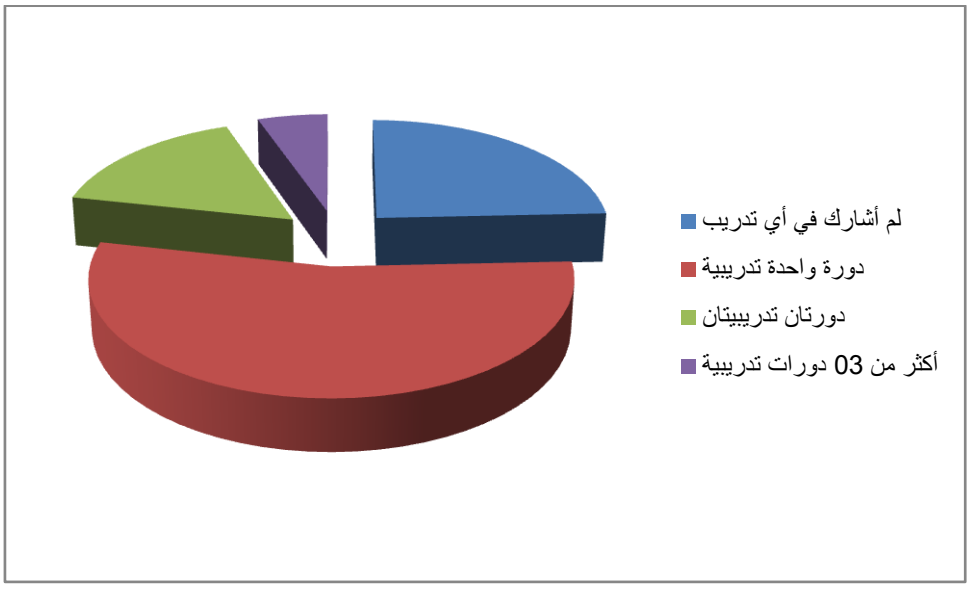
5) الدورات التدريبية:

الجدول رقم (15): توزيع العينة حسب عدة دورات التدريبية .

الدورات التدريبية	التكرارات	النسبة المئوية
لم أشارك في أي تدريب	09	% 24.32
دورة واحدة تدريبية	20	% 54.05
دورتان تدريبيتان	06	% 16.22
أكثر من 03 دورات تدريبية	02	% 05.41
المجموع	37	% 100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

الشكل رقم (30): توزيع العينة حسب عدة دورات تدريبية .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه، يتبين أن اغلب الموظفين المستجوبين من حصلوا على دورة تدريبية واحدة حيث بلغت نسبتهم 54.05 %، والذين لم يحصلوا على دورات تدريبية بلغت نسبتهم 24.32 %، و 16.22 % الذين حصلوا على دورتان، 05.41 % حصلوا على أكثر من 03 دورات .

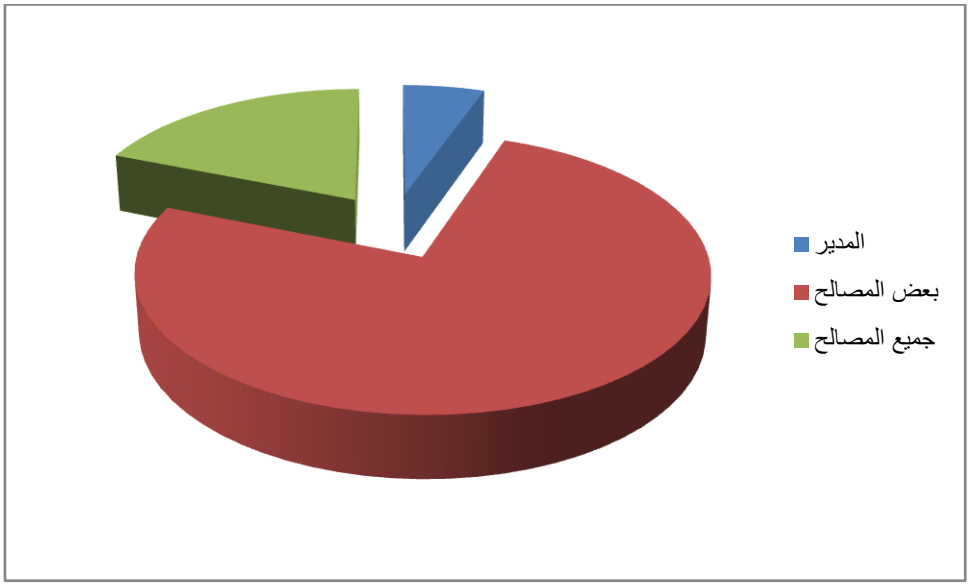
6) مستخدمو الانترنت في المؤسسة:

الجدول رقم (16) : مستخدمي الانترنت داخل المؤسسة .

	التكرارات	النسبة المئوية
المدير	02	% 05.41
بعض المصالح	28	% 75.68
جميع المصالح	07	% 18.91
المجموع	37	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية .

الشكل رقم (31) : مستخدمي الانترنت داخل المؤسسة .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية

يبين الجدول والشكل أعلاه، أن 75.68 % من الموظفين المستجوبين صرحوا بأن استخدام الانترنت، يقتصر على بعض المصالح في المؤسسة واقل نسبة تمثل 05.41 % عند المدير فقط .

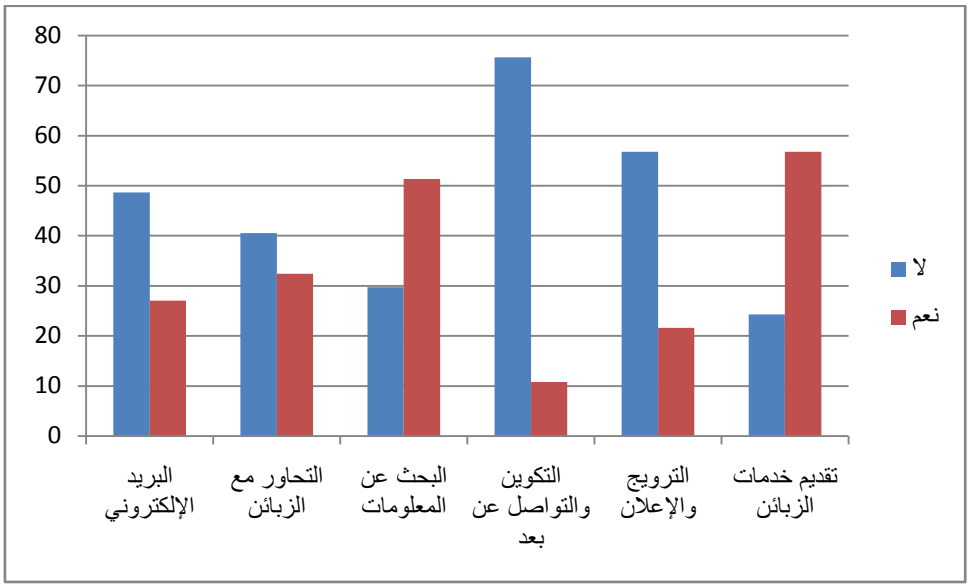
7) استخدامات الانترنت في المؤسسة :

الجدول رقم (17): استخدامات الانترنت في المؤسسة .

استخدامات الانترنت في المؤسسة	نعم		لا	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
البريد الالكتروني	10	% 27.03	18	% 48.65
التحاور مع الزبائن	12	% 32.43	15	% 40.54
البحث عن المعلومات	19	% 51.35	11	% 29.73
التكوين والتواصل عن بعد .				
التكوين والتواصل عن بعد .	04	% 10.81	28	% 75.67
الترويج والإعلان .	08	% 21.62	21	% 56.76
تقديم خدمات الزبائن.	21	% 56.76	09	% 24.32

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

الشكل رقم (32): استخدامات الانترنت في المؤسسة.



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

يتبين من النتائج الصادرة في الجدول والشكل أعلاه، أن أعلى نسبة لإجابة المستجوبين من الموظفين ب (نعم) حول استخدامات الانترنت في المؤسسة كانت عند الخيارين " البحث عن المعلومات " وتقديم الخدمات للزبائن حيث بلغت نسبتهم على التوالي 51.35 %، 56.76 %، أما النسب الأخرى مسجلة في (عدم الموافقة) بـلا سجلت أعلى نسب بالنسبة موجودة في (نعم) .

ومنه نستنتج أن المؤسسة تستخدم الانترنت بعرضين وهما مهمان بالنسبة للزبائن (البحث عن المعلومات، تقييم وتقديم بعض الخدمات) .

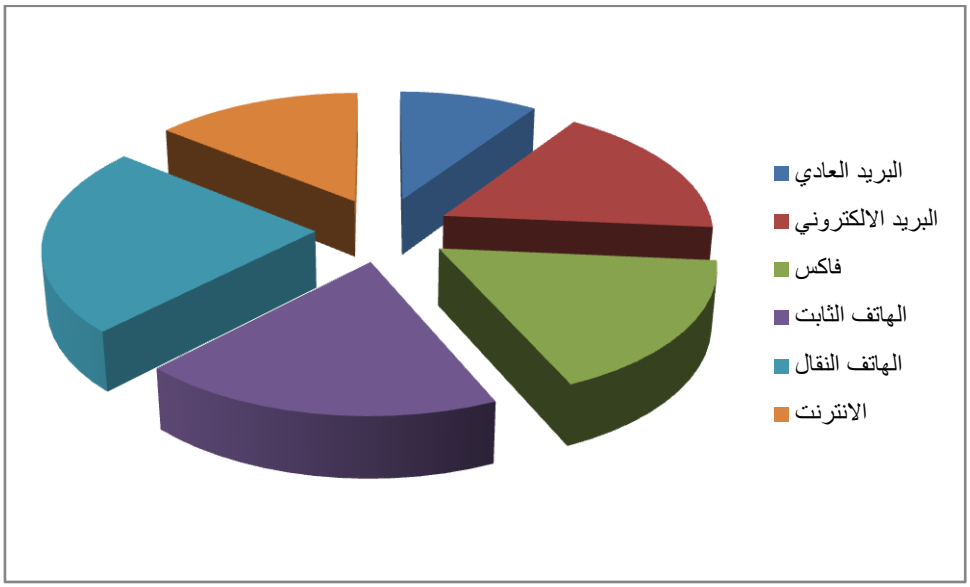
8) وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها:

الجدول رقم (18): وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها .

وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها .	نعم		لا	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
البريد العادي	25	% 67.57	10	% 27.03
البريد الالكتروني	15	% 40.54	18	% 48.65
فاكس	14	% 37.84	18	% 48.65
الهاتف الثابت	09	% 24.32	20	% 54.05
الهاتف النقال	07	% 18.92	25	% 67.57
الانترنت	21	% 56.76	15	% 40.54

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

الشكل رقم (33): وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

يبين لنا الجدول والشكل أعلاه أن اغلب الموظفين المستجوبين صرحوا ب أن المؤسسة تتعامل مع زبائنها بالبريد العادي والانترنت، حيث بلغت أعلى نسبة إلى الموافقة (نعم) وهي: 67.57 %، 56.76 % على التوالي، أما جميع الوسائل الأخرى مالت أعلى نسبة إلى الرفض (لا).

ومنه نستنتج أن المؤسسة تتعامل مع زبائنها بالبريد العادي اكبر من الانترنت.

كما نلاحظ في وقتنا الحالي رغم التطور التكنولوجي، وظهور طرق حديثة لتعاملات المؤسسة مع زبائنها، إلا أنها المؤسسة لا تزال تستخدم الطرق التقليدية ومن البريد العادي.

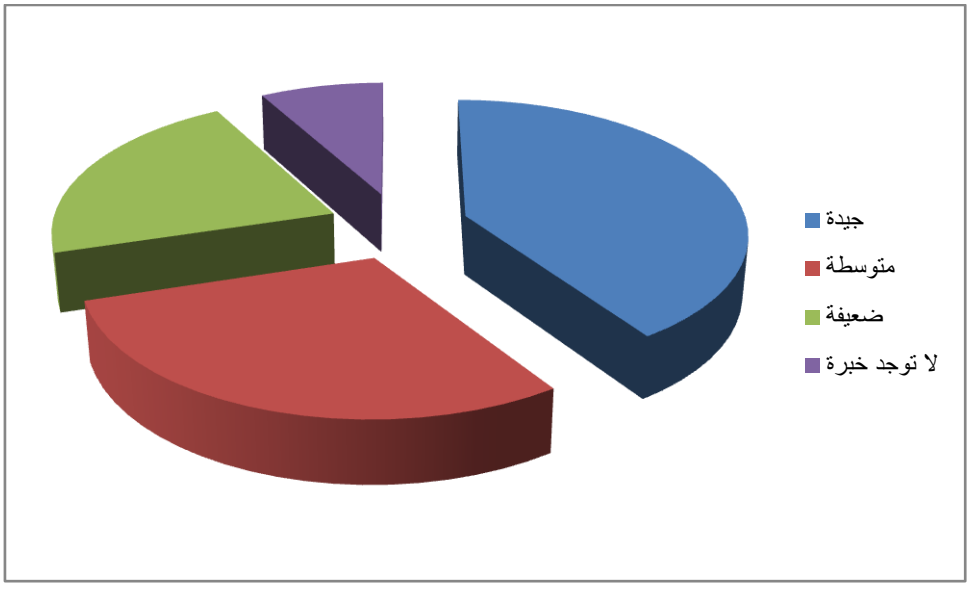
9) اختبار الفروق بين الأفراد العينة التي تعزى متغير الخبرة في مجال الأتمتة :

الجدول رقم (19): الرتب لمتغير الخبرة في مجال الأتمتة .

الخبرة في مجال الأتمتة	تكرارات	النسب المئوية
جيدة	15	% 40.54
متوسطة	10	% 29.73
ضعيفة	08	% 21.62
لا توجد خبرة	03	% 08.11
المجموع	37	% 100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية .

الشكل رقم (34): الرتب لمتغير الخبرة في مجال الأتمتة .



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن أغلى نسبة لإجابة المستجوبين من الموظفين الذين لديهم الخبرة في مجال الأتمتة، الخبرة جيدة بلغت نسبتها 29.73 % وتليها الخبرة ضعيفة ولا توجد الخبرة ونسبتهم على التوالي: 21.62 % ، 08.11 % .

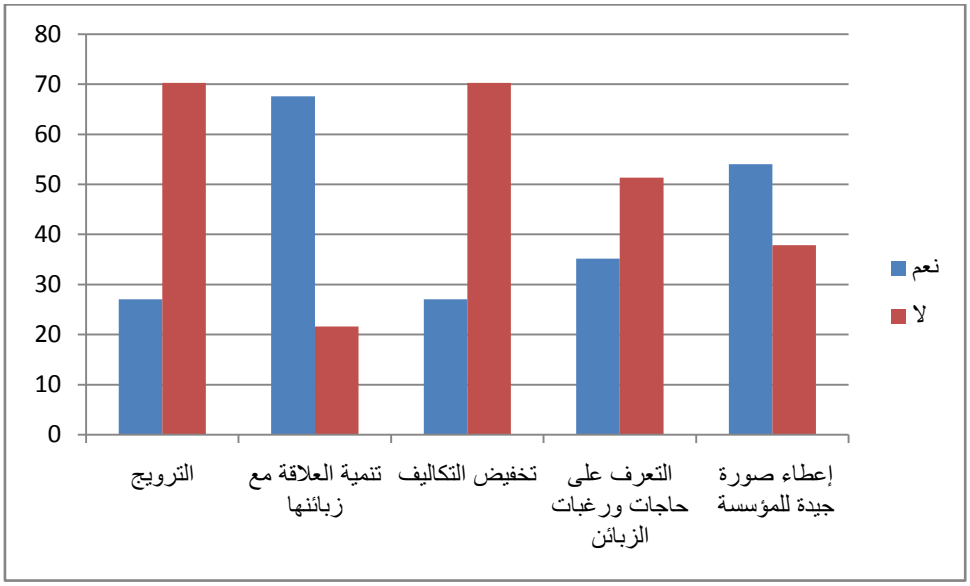
10) أسباب إنشاء الموقع الالكتروني للمؤسسة:

الجدول رقم (20): أسباب إنشاء الموقع الالكتروني للمؤسسة .

غرض إنشاء الموقع الالكتروني	نعم		لا	
	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية
الترويج	10	%27.03	26	%70.27
تنمية العلاقة مع زبائنها	25	%67.57	08	%21.62
تخفيض التكاليف	10	%27.03	26	%70.27
التعرف على حاجات ورغبات الزبائن	13	% 35.14	19	%51.35
إعطاء صورة جيدة للمؤسسة	20	% 54.05	14	%37.84

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

الشكل رقم (35): أسباب إنشاء الموقع الالكتروني للمؤسسة.



المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية.

يبين لنا الجدول والشكل أعلاه أن المؤسسة تهدف من وراء إنشاء موقع الالكتروني إلى تنمية علاقتها مع زبائنها بدرجة الأولى حيث بلغت نسبة الإجابة ب نعم 67.57 % يليها هدف ثاني هو إعطاء صورة جيدة للمؤسسة بنسبة موافقة 54.05 % وهناك نسبة ضئيلة جدا من الموظفين المستجوبين الذي صرحوا غرض من إنشاء الالكتروني هو الترويج، تخفيض التكاليف، التعرف على الحاجات ورغبات الزبائن ، نسبة إجابات بـنعم كالآتي: 27,03 %، 27,03 %، 35,14 %، 51,35 % على التوالي .

11) فوائد المتحصلة جراء الاستخدام الأتمتة والاتصال في المؤسسة :

الجدول رقم (21): فوائد المتحصلة جراء الاستخدام الأتمتة والاتصال في المؤسسة .

	غير موافق	محايد	موافق
زيادة إنتاجية الخدمات	%18,20	%14,02	%62,7
ارتفاع مستوى الخدمات المقدمة	%21,60	% 20,30	%54,1
زيادة سرعة تقديم الخدمة	%40,05	%0	%62,7
ارتفاع مستوى دقة في تقديم الخدمة	% 18,02	%26,20	%54,1
ارتفاع عدد الزبائن	%14,90	% 30,40	%54,1
انخفاض تكاليف الترويج	%62,40	%26,20	%22,8
انخفاض نسبة الأخطاء	%0	%0	%100

المصدر: من إعداد الطالبة استنادا نتائج إلى معالجة الإحصائية .

يتضح من خلال نتائج إجابات الموظفين المستجوبين المدونة في الجدول أعلاه أن استخدام الأتمتة والاتصال على مستوى المؤسسة يؤدي إلى زيادة في سرعة تقديم الخدمة والإنتاجية الخدمات ، ارتفاع في عدد الزبائن ومستوى الخدمات المقدمة ومستوى دقة في تقديم حيث بلغ نسب الموافقة لإجابة الموظفين المستجوبين كالتالي :

62,7 % ، 62,7 % ، 54,1 % ، 54,1 % ، 54,1 % على الترتيب ، كما تؤدي استخدام هذه الأتمتة أيضا في انخفاض نسبة الأخطاء بدرجة الأولى حيث بلغ نسبة مرافقة 100 % .

ورغم النتائج التي حققتها مؤسسة نتيجة استخدامها لهذه الأتمتة إلا أنها لم تعرف انخفاض في تكاليف الترويج ، حيث بلغت نسبة عدم الموافقة 62,4 % وهذا يعود إلى أن المؤسسة ليست على دراية بالمنافع المكتسبة جراء توظيف هذه الأتمتة في عملية الترويج .

خلاصة الفصل الثالث :

من خلال التربص الذي أجريناه داخل مؤسسة بريد الجزائر بالمدية، تم التعرف على المؤسسة والإطلاع على مختلف نشاطاتها وهيكلها التنظيمي، بالإضافة إلى قدرتها على تقديم منتجاتها تلبي حاجات ورغبات مستهلكيها بطريقة مبتكرة ومنظمة.

ومن خلال الإستبيان الذي قمنا بتوزيعه ثم جمعه وتحليله، وعلى أساس النتائج المتحصل عليها تبين لنا أن الأتمتة والإتصال لها أهمية ودور كبير في تحسين جودة الخدمة، والتي تؤدي إلى تحسين الأداء الكلي للمؤسسة وتحقيق أهدافها التي أنشأت لأجلها، وقد أكدت معظم الإجابات على أن إستخدام كلا من المعدات المادية والبرمجيات والشبكات بعمل على تحسين جودة الخدمة في هذه المؤسسة.

خـاتـمـة

خاتمة:

ساهمت الأتمتة والاتصال في وقتنا الحالي بدرجة كبيرة في تطوير الاقتصاد وتسجيل المعاملات، وقد كان إدخالها على القطاع الاقتصادي بصفة عامة ضرورة يفرضها الواقع، فهي تتيح له الفرصة لتخلص من بعض المشاكل التي كان يعاني منها الاقتصاد نتيجة الاعتماد على تقنيات تقليدية مع زيادة استخدام الأتمتة والاتصال وخصوصا الشبكة الدولية للمعلومات.

ويعتبر الاقتصاد الرقمي أو الاقتصاد الحديث القائم على الانترنت والأتمتة قوة حالية وقادمة لجميع الدول، وقد أسهم ذلك في توسيع دائرة حجم التبادل بين الدول .

حيث تم الاستخلاص من الجانب النظري أن الأتمتة والاتصال لها أهمية كبيرة، وذلك لما توفره هذه الأخيرة من تقنيات تكنولوجية متطورة جعلتها تحسن من جودة الخدمة وسرعة معالجة المعلومات بشكل يزيد من فعالية استخدامها في مختلف المجالات، وبزيادة الحاجة إلى سرعة نقل المعلومات وجدت الشبكات التي كانت العامل الأساسي لضمان تبادل المعلومات بسرعة ووصولها إلى مستخدميها بشكل أفضل.

ومن خلال ما قمنا باستعراضه في ثنايا البحث سنقوم باختبار الفرضيات واهم النتائج بالإضافة إلى مجموعة من التوصيات.

أولا: اختبار صحة الفرضيات:

الفرضية الأولى: والتي تم صياغتها كالأتي تساهم الأتمتة في تحسين جودة الخدمة ولقد بينا صحة هذه الفرضية من خلال الدراسة النظرية خلال تطرقنا إلى العلاقة بين الأتمتة وتحسين جودة الخدمة.

الفرضية الثانية: تسعى مؤسسة بريد الجزائر بالمدية إلى تطبيق الأتمتة لتحسين جودة الخدمة، لقد بينا صحة هذه الفرضية من خلال الدراسة الميدانية التي قمنا بها لاحظنا أن المؤسسة تسعى تبني الأتمتة لتحسين جودة الخدمة.

الفرضية الثالثة: والتي تم صياغتها كالآتي: جودة الخدمة تتمثل في مجمل أبعاد جودة الخدمة، وتساهم الأتمتة في تحسين جودة الخدمة من خلال استخدام العقلاني لهذه التكنولوجيا وهذه الفرضية صحيحة.

ثانيا : نتائج الدراسة:

- الأتمتة هي الركيزة الأساسية لبناء التقدم الاقتصادي ونجاة المؤسسات .
- تعتبر الأتمتة وسيلة لتحسين جودة الخدمة.
- ان تقييم الزبائن لجودة الخدمة البريدية وحسب الإحصائيات التي سجلت نلاحظ مستوى تقييم متوسط لكل عنصر من عناصر الخدمة لأبعاد جودة الخدمة، ضمان، الاستجابة، الاعتمادية ، التعاطف ، والملموسية .
- الاهتمام الجدي بالأتمتة كونها أصبحت اليوم رأس مال حقيقي .
- تسعى المؤسسة إلى توفير الأجهزة والمعدات بدرجة عالية وعالية جدا.

ثالثا: التوصيات

على ضوء النتائج السابقة سنقدم بعض التوصيات :

- ضرورة الاهتمام بالأتمتة في المؤسسات المساهمة في تحسين الجودة الخدمة.
- تفعيل وتوسيع استخدامات الشبكات واستغلالها بشكل كلي.
- العمل على تفعيل أمن الشبكات في المؤسسات وتطوير تقنية حفظ المعلومات على مستوى الخدمات.
- يجب على المؤسسة تكوين مجال للتطبيق العملي والتعرف أو تحديد المشاكل التي تعيق تطبيق الأتمتة لتحسين جودة الخدمة .

رابعا: آفاق الدراسة

بعد الانتهاء من معالجة إشكالية بحثنا المركزة على تناول الدراسة التطبيقية لتأثير الأتمتة على إدارة المعرفة ومن خلال ما توصلنا إليه ظهرت لنا العديد من الجوانب والإشكاليات الجديرة بمواصلة البحث فيها لأهميتها النظرية والتطبيقية ومنها :

- دراسة وتحليل العلاقة المقيمة بين الأتمتة وتحسين جودة الخدمة.
- دراسة تأثير الأتمتة على المزيج التسويقي .

المراجـع

المراجع:

أولاً: باللغة العربية

-وثائق مؤسسة.

-مقابلة مع السيد مسؤول الأمانة بالمؤسسة .

الكتب:

1 -(الراوي 1999) ، نهاد حسين محمد خريس (استخدام تكنولوجيا المعلومات وأثرها في الأداء في أجهزة الخدمة المدنية في الأردن)، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط تشرين الثاني، 2011 .

2 -إبراهيم بختي، التجارة الالكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 .

3 -إبراهيم يختي، مقياس المعلوماتية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2003 / 2004.

4 -أحمد ماهر، كيف ترفع مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية، الإسكندرية، الطبعة الأولى، 2003/ 2004 .

5 -احمد ماهر، السلوك التنظيمي مدخل بناء المهارات، الدار الجامعية للنشر، مصر، 1999.

6 -احمد محمد المصري، الإدارة الحديثة (معلومات، الاتصالات، اتخاذ القرارات)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.

7 -بشير العلاق حميد عبد الطائي، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع ، الأردن 2007.

8 -بهاء شاهين ، الانترنت والعولمة ، الطبعة الأولى ، عالم الكتب ، القاهرة 1999.

9 -محمد عبد حسين آل فرج الطائي ، الموسوعة الكاملة في نظم المعلومات الإدارية الحاسوبية ، الطبعة الأولى ، دار الزهران ، عمان ، 2002.

10 – الحجي عثمان يوسف، اثر تطبيق الأتمتة في الأداء الوظيفي للمؤسسات الحكومية المستقلة بدولة الكويت، جامعة البحرين، 1993.

11 – الحسنية سليم، مبادئ نظم المعلومات الإدارية مؤسسة الوراق للنشر، عمان 1997.

12 – خالد بن عبد الرحمن الجريسي، " إدارة الوقت من المنظور الإسلامي والإداري " .

13 – خامت سعدية، عجو نورة، تقييم جودة الخدمات في المؤسسات الصحية العمومية في الجزائر، تخصص تسويق، المركز الجامعي العقيد آكلي محمد اولحاج، البويرة، 2012.

14 – خضر مصباح الطيطي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى 2012–1433هـ ، دار الحامد للنشر والتوزيع.

15 – ربحي مصطفى عليان، إيمان السمرائي، تسويق المعلومات، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2004.

16 – سالمي علاء عبد الرزاق النعيمي، محمد عبد العال، أتمتة المكاتب، دار النشر والتوزيع ط 1، الرياضة ، 1999.

17 – السالمي علاء عبد الرازاق ، نظم إدارة المعلومات، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، بحوث ودراسات، ديناميك للطباعة، القاهرة، 2003.

18 – سونيا محمد البكري، نظم المعلومات الإدارية، دار الجامعية للنشر، الإسكندرية 2002.

19 – شريف احمد العاصي، نظم المعلومات الإدارية، دار نشر ومكان النشر، 2004.

20 – طلال بن عابد الأحمدي، إدارة الرعاية الصحية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2004.

21 – العباس وشقرة ، التنظيم الإداري وإدارة الإنتاج، مطبعة الطربين، دمشق، 1976.

22 – العتيبي ناصر منيف، الأتمتة ودورها في تحسين أداء إدارة الموارد البشرية في الأجهزة المنية، رسالة دكتورة ، جامعة الرياض ، 2008.

23 – عز الدين مالك الطيب محمد، دور تكنولوجيا المعلومات في البحث العلمي في الاقتصاد الإسلامي.

24 – عمرو خير الدين، " التسويق : المفاهيم والاستراتيجيات "، مكتبة عين الشمس للنشر، القاهرة، 1997.

25 – عمرو وصفي، عقيلي وآخرون، " **مبادئ التسويق:** مدخل متكامل "، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 1994.

26 – قاسم نايف علوان المحياوي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الايزو ، 2000، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى، ص 24 – 25 .

27 – مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، طبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2008.

28 – محفوظ احمد جودة، إدارة الجودة الشاملة، مفاهيم وتطبيقات، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1.

29 – محمد السيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار الأمل للنشر، القاهرة، د ت.

30 – محمد الصيرفي، إدارة التكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية 2009.

31 – ناجي معلا، قياس جودة الخدمات المصرفية، مجلة العلوم الإدارية، مج 25، العدد 02، جوان 1998.

32 – محمد حسن منصور، المسئولية الالكترونية، دار الجامعة الجديدة للنشر، الإسكندرية، مصر 2003.

33 – محمد طاهر نصير ، التسويق الالكتروني ، دار حامد ، عمان ، 2004.

34 – محمد عاصي العجيلي، ليث علي الحكيم، نظم إدارة الجودة في المنظمات الإنتاجية والخدمية، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2009.

35 – محمد محمد الهادي، إدارة الأعمال المكتبية المعاصرة، دار المريخ، الرياض، د ت.

36 – مصطفى ربحي، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2010.

37 – محمد نزيه محمد، تعليم ... الانترنت، الإصدار الأول ، 2009 (2011/04/17).

38 – ناصر قاسيمي (الاتصال في المؤسسة دراسة نظرية وتطبيقية) الطبعة الثانية .

39 – نجم عبود نجم، إدارة الجودة الشاملة في عصر الانترنت، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 1، 2010.

40 – هاني حامد الصمور، "تسويق الخدمات"، دار زهران للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

الأطروحات و الرسائل الجامعيــة:

1 –أمينة رباعي، التجارة الالكترونية والآفاق تطورها في البلدان العربية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص نقود ومالية، جامعة الجزائر، 2004 – 2005.

2 –بشير كاوجة، دور تكمولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في مؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر 2012 – 2013.

3 –جميلة مديوني، تسويق الخدمات حالة الهاتف النقال بمؤسسة جازي، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب بالبليدة.

4 –حمود وليد، دور وظيفة التدقيق في إدارة المخاطر بالمؤسسة، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر تخصص إدارة مالية ، سنة 2018.

5 –سلمى عمارة، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تحسين إدارة الوقت في المؤسسة، بريد الجزائر، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال المؤسسة، جامعة أم البواقي، كلية العلوم الاقتصادية 20 / 06 / 2015 م.

6 -سلوى محمد الشرف ، دور إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات في تحقيق المزايا التنافسية في المصارف العاملة في قطاع غزة ، مذكرة ماجستير، الجامعة الإسلامية ، غزة ، عمارة الدراسات العليا، 2008.

7 -شادلس شوقي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2007 – 2008.

8 -شاذلي شوقي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر 2007 -2008.

9 -صالح بلخيري، الشبكة المحلية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علم المكتبات، جامعة منتوري بقسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص علم المكتبات، سنة 2005.

10 -عامر بشير، تحديث البنوك التجارية، مذكرة ماجستير غير منشورة، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، تخصص نقود وتمويل، جامعة سعد دحلب البليدة، 2005.

11 -العتيبي ناصرين منيف، الأتمتة ودورها في تحسين إدارة الموارد البشرية، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، جامعة نايف للعلوم الأمنية، المملكة العربية السعودية 2007.

12 -عشور عبد الكريم دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، مذكرة ماجيستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010.

13 -فتيحة بوحرود، تقييم جودة الخدمة في شركات التأمين الوطنية في السوق الجزائرية ،مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة فرحات عباس، سطيف، 2006/2005.

14 -لراشي مراد، وسائل الدفع الحديثة وما مدى نجاعتها في المؤسسة المالية، بريد الجزائر، مذكرة تخرج مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية الاقتصاد وعلوم التسيير، تخصص اقتصاد وتسيير مؤسسة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، سنة 2018.

15 -مبروك يوسفي، النظام القانوني لمؤسسة بريد الجزائر ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق تخصص قانون أعمال، جامعة الشهيد حمة لخضر 2014- 2015.

16 -محمد بوبفير، دور إدارة الجودة الشاملة في الارتفاع بالخدمات الصحية، مذكرة ماجستير، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب البليدة، 2006.

17 -مراد رايس، اثر التكنولوجيا للمعلومات على الموارد البشرية في المؤسسة ، رسالة ماجستير غير منشورة، فرع إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2005- 2006.

18 -نجاة صغيرو، تقييم جودة الخدمات الصحية: دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير تخصص: اقتصاد تطبيقي وتسيير المنظمات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2011-2012.

19 -نور الدين شارف، التسويق الالكتروني ودورة في زيادة القدرة التنافسية (دراسة حالة مؤسسة جواب فرع الاتصالات الجزائر) ، مذكرة ماجستير، غير منشورة ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2007.

20 -وهاب محمد، تقييم المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك، دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر، مذكرة ماجستير (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسيير، جامعة الجزائر، 2005 / 2006.

21 -يمينة فوزية فاضل، اثر نظام المعلومات على قابلية التنافسية للمؤسسة الحالية (حالة المجتمع الصناعي صبيدال)، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2000 / 2001.

المجلات والمحاضرات:

1 -أبحاث الملتقى الدولي حول أداء وفعالية المنظمة في ظل التنمية المستدامة 10 نوفمبر 2009 ، الجزء الأول منشورات مخبر السياسات والاستراتيجيات الاقتصادية في الجزائر . جامعة المسيلة.

2 -محاضرة رقم 1 نظريات الإعلام (2007 . 2008) مقدمة في علم الاتصال الأستاذ (AccuEIL) .

الإنترنت:

1-COMMITTED TO YOUR SUCCESS h11h11.blogspot.com

2- http://dLirary.univ-boumerdes.dz:8080123456789/2033Doctorat.

3- http://www.4shared.com/document/JSENAFAZ/Internet eBook .html

4- https//mawdoo3.com.

5- https: // www.almrsal.com .

6-https:// mawd003.com

7-https://ibp.ar.uptodown.com

8- https://www.mpttn.gov.dz

9-oderninstructions.blogspat.com

10- www.oderninstruction . blogspot.com

ثانياً: مراجع باللغة الفرنسية

1- Philip raimbourg. Marketing 2édition (actualisée Bréal, 2006 France) P160.

2- P.Kelter, k keller, D Manceau, B du bois, Marketing Managment , 12em edition spécizleparpearson éducation, Paris, P 462.

3- Philip kotler et Bernard Dubois, Marketingmanagement ,12édition (person éducation, Paris2006) , p475

الملاحـق

الملـحق رقم: 01

الاستبيان الموزع على عينة الزبائن

جامعة يحي فارس (المدية)

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسير

بغية التمكن من إثراء دراستنا حول {خدمات مؤسسة البريد الجزائر } وذلك قصد تحضير مذكرة نهاية الدراسة من أجل الحصول على شهادة الماستر في علوم التسير تخصص إدارة المالية، قمنا بإعداد إستقصاء يتعلق بموضوع الدراسة والمتثل في { دور الأتمتة في تحسين جودة الخدمة –دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بالمدية } ، ولهدف المساهمة في إعداد تقييم لهذا الموضوع ، وذلك من أجل التعرف على مدى رضا المستهلك الجزائري للخدمات المقدمة من طرف هاته المؤسسة ، نضع تحت أيديكم هذه الإستمارة للمساهمة في إثراء هذا الموضوع بأجوبتكم الصادقة .

مع تشكراتنا المسبقة لتعاونكم معنا .

ضع العلامة (x) في المكان المناسب مع الإجابة على الأسئلة التي تتطلب ذلك:

1- الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2- العمر:

أقل 20 سنة ☐ 20 إلى 30 سنة ☐ من 31 إلى 40 سنة ☐ كأثر من 40 سنة ☐

3- **المؤهل العلمـــي:**

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

4- الوظيفة:

موظف ☐ طالب ☐ تاجر ☐ أعمال حرة ☐ متقاعد ☐

	العبارة	إطلاقاً	نادراً	أحيانـاً	إلى حد ما	دائـما
01	تحتوي مؤسسة بريد الجزائر على لوحات إرشادية تبين أماكن الحصول على الخدمة					
02	توجد سهولة في الوصول إلى المكاتب المقصودة لإنجاز الخدمة					
03	يتم إعلام الزبائن بجمع الخدمات المقدمة التي تتلائم مع احتياجاته ورغباته					
04	**مقدمو الخدمات يحرصون على تقديم نصائح للزبائن**					
05	**أوقات عمل بريد الجزائر المناسبة لك**					
06	**الإتصال الهاتفي بالمؤسسة يوفر الكثير من الوقت**					
07	**توفر لك إدارة المؤسسة إمكانية الإستفسار عبر الهاتف**					
08	**لا تنتهي علاقة المؤسسة بالزبون بمجرد تلقية الخدمة**					
09	**تهتم المؤسسة برأي الزبون في الخدمة المقدمة له**					
10	**تمتلك مؤسسة بريد الجزائر أجهزة حديثة في عملية تقديم الخدمة**					
11	**تحتوي المكاتب المقصودة لإنجاز الخدمة على مقاعد الإنتظار**					
12	**توفر المجلات والجرائد والإعلانية في المكاتب المقصودة لإنجاز الخدمة**					
13	**توفر لك بطاقة ccp الكثير من الجهد والوقت أثناء طلب الخدمة**					
14	**تمنحك المؤسسة كلمة السر للإطلاع**					

	على رصيدك					
15	يمكنك الإطلاع على الرصيد عبر الانترنت					
16	توفر لك الشبابيك الآلية إمكانية تلقي الخدمة 24/24 سا.					
17	يوفر لك موقع مؤسسة بريد الجزائر قدر كاف من المعلومات التي تريدها.					
18	يتميز الموظفون بالمظهر الجيد والأناقة					
19	يلتزم الموظفون بتقديم الخدمات في مواعيد محددة					

الملحق رقم: 02

الاستبيان الموزع على عينة الموظفين

جامعة يحي فارس المدية

كلية العلوم الإقتصادية التجارية وعلوم التسير

بغية التمكن إثراء دراستنا حول (خدمات مؤسسات البريد الجزائر) وذلك قصد تحضير تربص نهاية الدراسة من أجل الحصول على شهادته لسانس في العلوم التسير تخصص إدارة مالية نقمنا باعداد إستقصاء يتعلق بموضوع الدراسة والتمثل في دور الأتمتة في تحسين جودة الخدمة – دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بالمدية –، والهدف المساهمة في إعداد تقييم لهذا الموضوع، وذلك من أجل التعرف على مدى رضا المستهلك الجزائري للخدمات المقدمة من طرف هاته المؤسسة ،نضع تحت أيديكم هذه الإستمارة في إثراء هذا الموضوع بأجوبتكم الصادقة.

مع تشكراتنا المسبقة لتعاونكم معنا

❖ العلامة (X) في المكان المناسب،مع الإجابة على الأسئلة التي تتطلب ذلك:

1- **الجنس:** ذكر ☐ / أنثى ☐

2- **العمر:** أقل من 20 ☐ /21 إلى 30 سنة ☐ 31 إلى 40 سنة ☐ أكثر من 40 سنة ☐

3- **المؤهل العلمـــي :** إبتدائي ☐ /متوسط ☐ / ثانوية ☐ /جامعي ☐ /مهني ☐

أخرى ، أذكرها .....

4- **الخبرة المهنية:** أقل من سنة ☐ /من 1 إلى 3 سنوات ☐ /من 4 إلى 5 سنوات ☐

/من أكثر 5 سنوات ☐

05- عدد الدورات التدريبية:

لا توجد ☐ دورة واحدة ☐ دورتـان ☐ ثلاث دورات فأكثر ☐

06- يستعمل الانترنت في المؤسسة:

المديـر فقط ☐ بعض المصالح ☐ كل المصالح ☐

07- تستخدم المؤسسة الانترنت في:

البريد الالكتروني		التكوين والتواصل عن بعد	
التحاور مع الزبائن		الترويج والإعلان	
البحث عن المعلومات		تقديم خدمات للزبائن	
أخرى اذكرها			

08- **تتعامل المؤسسة مع الزبائن بـ:**

البريد العادي		الهاتف الثابت	
البريد الالكتروني		الهاتف النقال	
فاكس		الانترنت	

09- لجأت المؤسسة إلى تنصيب الموقع الالكتروني بغرض:

الترويج		تخفيف التكاليف	
تنمية العلاقات مع زبائنها		التعرف على حاجات ورغبات الزبائن	
لتقديم الخدمات على مدار اليوم		لإعطاء صورة جيدة للمؤسسة.	
لتتقرب أكثر من المستهلك .		أخرى اذكرها	

10- أدى استخدام الأتمتة والاتصال في المؤسسة إلى:

	غير موافق	محايد	موافق
زيادة سرعة تقديم الخدمة			
ارتفاع مستوى دقة في تقديم الخدمة			
انخفاض تكاليف الترويج			
ارتفاع مستوى الخدمات المقدمة			
زيادة إنتاجية الخدمات			
ارتفاع عدد الزبائن			
انخفاض نسبة الأخطاء			