وزارة التعليم العالي والبحث العلميجامعة

يحيى فارس

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية العمومية

– دراسة مسحية على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر–ولاية المدية–خلال الفترة الممتدة من2025/02/15 الى 2025/03/05

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبتين:تحت إشراف الأستاذة الدكتورة:

– هاجر جباري –ربيعة فندوشي

– خديجة لدرم

الموسم الجامعي:

1445هـ/1446هـ

2024م/2025م

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة
يحيى فارس
كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية
قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية العمومية

– دراسة مسحية على عينة من زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر–ولاية المدية–خلال الفترة الممتدةمن2025/02/15 الى 2025/03/05

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

من إعداد الطالبتين:تحت إشراف الأستاذة الدكتورة:

– هاجر جباري –ربيعة فندوشي

– خديجة لدرم

الأعضاء	الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة
الرئيس	العيدي موسى	أستاذ محاضر	المدية
المشرف	فندوشي ربيعة	أستاذة التعليم العالي	المدية
المناقش	هادف خديجة	أستاذة التعليم العالي	المدية

الموسم الجامعي:

1445هـ/1446هـ

2024م/2025م



شكر و عرفان

قال تعالى في كتابه العزيز"ولئن شكرتم لأزيدنكم"

نحمد الله عزوجل حمدا كثيرا ونشكره على إتمام هذا

العمل المتواضع و عملا بقوله صلى الله عليه وسلم

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

لنتقدم بالشكر الجزيل إلى الاستاذة الدكتورة الفاضلة فندوشي ربيعة

التي شرفتنا بالإشراف على هذا العمل وأعانتنا بأهم توجيهاتها

ونصائحها ، كما نتقدم بالشكر الجزيل كذلك إلى:

اساتذة علوم الإعلام و الاتصال و العلوم الاقتصادية

ونتقدم بالشكر الجزيل إلى موظفي جامعة يحيى فارس بمدية.

والى كل من ساعدنا في انجاز هذا المولود العلمي

من قريب أو من بعيد.

هاجر،خديجة

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم"ربّ أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت عليّ وعلى والديّ، وأن أعمل صالحًا ترضاه،وأدخلنيبرحمتك في عبادك الصالحين"- سورة النمل، الآية 19

إلى من زرعوا فيّ الأمل، وعلّموني أن الطموح لا حدود له...

إلى والديَّ العزيزين، منبع الحب والدعاء والدعم في كل خطواتي،

إلى أخي محمد، رفيق الطفولة، وركن السند الثابت في قلبي،كنت دومًا الجدار الذي أتكئ عليه حين يميل بي التعب، والنور الذي يرشدني حين تبهت طريقي.وجودك أمان، وكلماتك عزاء، وصمتك دعم لا يُرى ولكنه يُشعر.لك وحدك، محبة لا تُقال بل تُعاش.

وإلى أخي حمزة، بروحه المرحة وقلبه النقي، الذي لم يبخل يومًا بدعمه وكلماته الطيبة.

وإلى زوجة أخي نهال، التي كانت لي أختًا ثانية، حنونة وهادئة وملهمة في حضورها.

وإلى أخواتي الغاليات: نسرين، ياسمين، ومروى،أنتم جميعًا نبع المحبة والأمان، وفرح الأيام، وظلّ القلب في كل المواقف.

وإلى صديقاتي العزيزات اللواتي رافقنني بدعمهن، وكنّ البلسم في لحظات التعب،شكرًا من القلب لكنّ جميعًا، وبشكل خاص إلى رانيا، النقية كروحها، الوفية كظل لا يغيب.

إلى كل من آمن بي، ورافقني ولو بكلمة طيبة أو دعوة خالصة،أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع، عرفانًا وامتنانًا ومحبةصادقة.

هاجر

إهداء

بسم الله الرحمان الرحيم

(و ما توفيقي إلا بالله عليه توكلت و إليه أنيب) سورة هود الآية 88

أهدي ثمرة هذا النجاح إلى أمي الحبيبة..يا من جعل الله الجنة تحت قدميك ،كل نجاحي قطرة من نبع عطائك الذي لا ينضب . و دعواتك سر من أسرار توفيقي طيلة هذه السنوات .أطال الله في عمرك و أمدك بالصحة.

إلى أبي الغالي..جزاك الله خير الجزاء ،و أسأل الله أن يطيل عمرك في صحة و رضا.

إلى أخواتي العزيزات رشيدةو كريمة رفيقات القلب و سند الأيام و زهرات البيت.

إلى إخوتي الأحبة أحمد، محمد و ياسين حضوركم في حياتي أمان و سند لا يميل.

إلى زوجة أخي جيهان و التي بمثابة الأخت المرافقة حفظك الله و رزقك بالسعادة و الهناء.

وإلى كل من كان سندا لي في طريقي بكلمة طيبة أو بدعوة خالصة أو لحظة تفهم.

أهدي ثمرة هذا الجهد المتواضع عرفانا و تقديرا لكل ما بذلتموه .

خديجة

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى مساهمة الرقمنة في تحسين جودة الخدمات داخل المؤسسات الاقتصادية العمومية، من خلال دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، وقد اعتمدت الدراسة على المنهج المسحي، باستخدام أداة الاستبيان الموجهة إلى عينة من الزبائن (أفراد ومهنيين)، قصد تقييم مدى رضاهم عن الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية.

أظهرت نتائج الدراسة أن الرقمنة ساهمت بشكل إيجابي في تسريع الإجراءات، وتسهيل الوصول إلى الخدمات، وتحسين تجربة الزبون، ومع ذلك لا تزال هناك بعض المعوقات التي تحول دون تحقيق التحول الرقمي الكامل، مثل ضعف البنية التحتية في بعض المناطق، ونقص التكوين لدى بعض المستخدمين، كما أوصت الدراسة بضرورة تعزيز ثقافة الرقمنة داخل المؤسسة، وتوسيع الخدمات الرقمية، وتحسين قنوات التواصل مع الزبائن.

الكلمات المفتاحية:

الرقمنة، جودة الخدمات، المؤسسات الاقتصادية العمومية، الزبون، اتصالات الجزائر، ولاية المدية.

Abstract:

This study aims to explore the extent to which digitization contributes to improving service quality within public economic institutions, through a case study of AlgeriaTelecom in the province of Medea. The research adopts a survey methodology using a questionnaire directed at a sample of clients (individuals and professionals), to assess their satisfaction with the digital services provided by the institution.

The results revealed that digitization has positively contributed to speeding up procedures, improving service accessibility, and enhancing the customer experience. However, challenges persist, such as inadequate digital infrastructure in some areas and the lack of training among certain users. The study recommends strengthening the culture of digitization within the institution,

expanding digital services, and improving communication channels with customers.

Keywords :

Digitation, Service Quality, Public Économico Institutions, Customer, Algérie Télécom,medea Province.

المقدمة

المقدمة

شهد العالم في العقود الأخيرة تحوّلاً جذريًا بفعل الثورة الرقمية، التي أصبحت تمثل أحد أبرز التحولات التي مست مختلف جوانب الحياة الاقتصادية والاجتماعية، وأثرت بشكل مباشر في طريقة تسيير المؤسسات وأساليب تقديم الخدمات. ومع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أصبحت الرقمنة خيارًا استراتيجيًا تسعى إليه المؤسسات الاقتصادية من أجل البقاء في بيئة تتسم بالتغير المتسارع والمنافسة الحادة، وذلك عبر تسخير الوسائل الرقمية لتطوير الأداء وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن.

وتُعد الرقمنة اليوم من العوامل الأساسية في تحسين كفاءة المؤسسات وزيادة فعاليتها، حيث تمكّن من تقليص الوقت والجهد، وترشيد الموارد، وضمان الشفافية في المعاملات، فضلاً عن تسريع معالجة البيانات وتقديم خدمات ذات جودة أعلى. كما تلعب دورًا محوريًا في تحقيق رضا الزبائن وتعزيز صورة المؤسسة في السوق، خاصة في ظل التحول نحو الاقتصاد الرقمي الذي أصبح سمة العصر.

في هذا السياق، أولت الجزائر اهتمامًا متزايدًا بعملية التحول الرقمي، من خلال إطلاق مشاريع وبرامج تهدف إلى رقمنة الخدمات العمومية والأنشطة الاقتصادية، وقد شمل هذا التوجه عددًا من المؤسسات العمومية، لا سيما مؤسسة اتصالات الجزائر التي تُعد من بين المؤسسات الرائدة في هذا المجال. إذ عملت هذه الأخيرة على اعتماد عدة آليات رقمية على مستوى بنيتها التحتية، بهدف تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين، وتسهيل التعاملات اليومية، سواء على المستوى التقني أو الإداري.

وتُعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية نموذجًا مهمًا لدراسة مدى فاعلية الرقمنة في تحسين جودة الخدمات، إذ شهدت في السنوات الأخيرة عدة مبادرات رقمية تستهدف تطوير العلاقة مع الزبائن، وتبسيط الإجراءات، والرفع من مستوى الأداء الداخلي. وقد تطلب هذا التحول توفير متطلبات متعددة، منها ما هو تقني، ومنها ما هو بشري وتنظيمي، كما واجهت المؤسسة تحديات لا تقل أهمية تتعلق أساسًا بمحدودية البنية التحتية في بعض المناطق، وكذا ضعف الثقافة الرقمية لدى بعض المستخدمين.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على واقع الرقمنة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر – المدية، من خلال التطرق أولاً إلى الأسس النظرية للرقمنة، ثم عرض الآليات المعتمدة في تنفيذها، وكذا استعراض مختلف المعيقات التي قد تحول دون نجاحها. كما يتم في مرحلة لاحقة تحليل مدى مساهمة هذه الرقمنة في تحسين جودة الخدمات المقدّمة فعليًا للزبائن، من حيث السرعة، الدقة، الاستجابة، والرضا

العام، وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على منهج مسحي لدراسة الإطار النظري ولمفاهيمي، واستخدام أداة الاستبيان الموجهة إلى عينة من الزبائن (أفراد ومهنيين) لتقييم مدى رضاهم عن الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر–المدية–.

وتتوزع هذه الدراسة على أربعة فصول رئيسية: يتناول الفصل الأول الإطار المنهجي بينما الفصل الثاني ينقسم إلى جزئيينللرقمنة، فالجزء الأول يشمل تعريفها وأهميتها وأهدافها في السياق المؤسساتي، في حين يسلط الجزء الثاني الضوء على المتطلبات والآليات الضرورية لإنجاح مشاريع الرقمنة، مع التركيز على أبرز العوائق التي قد تواجهها المؤسسات .

إضافة إلى الفصل الثالث الذي يتناول المؤسسة الاقتصادية وجودة الخدماتوالجمع بين هذين الأخيرين مع الرقمنةوتبيان مساهمتها في تحسين جودة الخدمات ، أما الفصل الرابع، فيتضمن الدراسة التطبيقية لمؤسسة اتصالات الجزائر – المدية، من خلال تحليل واقع الرقمنة فيها، وقياس انعكاساتها على جودة الخدمات المقدّمة للمواطنين.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1-اشكالية الدراسة

في ظل الثورة التكنولوجية التي يشهدها العالم، أصبحت الرقمنة ضرورة استراتيجية تمليها متطلبات التطوير والتنافسية، لا سيما في المؤسسات، فهي تعني توظيف التقنيات الرقمية في مختلف العمليات بهدف تقديم خدمات أكثر كفاءة وسرعة ودقة، ما ساهم في إعادة تشكيل العلاقة بين المؤسسات ومحيطها عبر تحسين طرق تقديم الخدمة وتسهيل الوصول إليها، وبالتالي أصبحت الرقمنة من الشروط الأساسية لتحقيق التنمية المستدامة وضمان استمرارية الأداء المؤسساتي.

وتواجه المؤسسات الاقتصادية العمومية في الجزائر تحديات متزايدة تتعلق بتحسين جودة الخدمات ورفع مستوى رضا الزبائن، باعتبارهم أحد المحاور الأساسية في نجاح أي عملية خدماتية ،فقد أصبح الزبون في العصر الرقمي أكثر وعيًا وتطلبًا، حيث يطالب بخدمات سريعة، شفافة، وسهلة الوصول، ولم يعد مجرد متلقٍ سلبي بل شريكًا فاعلًا في تقييم وتحسين الخدمة من خلال ملاحظاته وتفاعله عبر المنصات الرقمية المختلفة ،لذلك فإن نجاح أي مشروع رقمنة لا يُقاس فقط بتوفر البنية التحتية، بل أيضًا بمدى قبول الزبائن لهذه الخدمات، وفعاليتها في تلبية احتياجاتهم وتوقعاتهم.

ومن هذا المنطلق، تُعد الرقمنة أداة فعالة لإعادة هيكلة طرق التسيير، وفتح قنوات تواصل جديدة، وتخصيص الخدمات بما يتناسب مع سلوك الزبائن الرقمي، مما يرفع من مستوى الشفافية والكفاءة ويعزز صورة المؤسسة لدى الجمهور. وتُعد جودة الخدمات أحد المؤشرات الجوهرية لقياس مدى فعالية التحول الرقمي، خاصة في المؤسسات التي تقدم خدمات حيوية، إذ تشمل الجودة اليوم عناصر متعددة، وملاءمة الخدمة لتطلعات الزبائن.

وفي هذا السياق، تمثل مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية نموذجًا مهمًا ضمن المؤسسات العمومية التي شرعت في تبنّي استراتيجيات رقمية حديثة، حيث شملت تطوير خدمات الإنترنت عبر الألياف البصرية (FTTH) والدفع الإلكترونيوإدارة الشكاوى عن بُعد، وتوفير تطبيقات تسهّل التفاعل مع الزبائن، ورغم هذه الجهود لا تزال هناك تحديات تتعلق بتفاوت مستوى الوعي الرقمي لدى الزبائن، وتباين جودة الخدمة حسب المناطق، ومدى فعالية القنوات الرقمية المعتمدة.

وعليه، تبرز أهمية دراسة واقع الرقمنة في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية تحليل مدى مساهمتها في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في ظل التحولات الرقمية المتسارعة وتزايد وعي الزبائن وتوقعاتهم.

ومن هنا يتم طرح سؤال الإشكالية على النحو التالي: **ما هو دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟**

يندرج ضمن السؤال الرئيسي الأسئلة الفرعية التالية:

1. ما هي أهم الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية لزبائنها؟
2. كيف تساهم مزايا الرقمنة في تحسين الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟
3. ما هي أبرز الصعوبات التي تواجه الزبائن عند استخدام الخدمات الرقمية في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية؟
4. كيف يقيم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية خدماتها الرقمية؟

2-أسباب اختيار الموضوع

الأسباب الموضوعية:

- تطور الرقمنة داخل المؤسسات العمومية وتأثيرها المباشر على مستوى الخدمات.
- اعتماد مؤسسة اتصالات الجزائر على أنظمة رقمية في تقديم خدماتها.
- تزايد أهمية جودة الخدمات الرقمية في تحقيق رضا الزبائن.
- الحاجة إلى دراسة ميدانية تقيس فعالية التحول الرقمي في الواقع الجزائري.

الأسباب الذاتية:

- اهتمام شخصي بموضوع الرقمنة والخدمات الرقمية.
- توفر ملاحظات وتجربة مباشرة مع خدمات اتصالات الجزائر كمستخدمة.
- سهولة إجراء الدراسة الميدانية في ولاية المدية.
- الرغبة في إنجاز بحث تطبيقي يعالج موضوعًا معاصرًا وملموسًا.

3-أهمية الدراسة

- إثراء المعرفة الأكاديمية في مجالات الرقمنة وجودة الخدمات.

– المساهمة في تعزيز الفهم حول العلاقة بين الرقمنة وتحسين جودة الخدمات للزبائن، مما يتيح للمؤسسات الأخرى الاستفادة من النتائج في عمليات التحول الرقمي الخاصة بها.

– توفير مرجع علمي مهم للباحثين والمهتمين بدراسة أثر التحول الرقمي على قطاع الاتصالات، مما يفتح المجال لمزيد من الأبحاث المستقبلية في هذا المجال.

– توجيه استراتيجيات المؤسسة نحو تحقيق أهداف واضحة.

– تقديم توصيات مبنية على البحث الميداني لمساعدة المؤسسة على تبني استراتيجيات رقمية أكثر فعالية، بما يساهم في زيادة رضا العملاء من خلال تحسين الخدمات المقدمةللزبائن.

4-أهداف الدراسة

–تقييم تأثير الرقمنة على جودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر لزبائنها، و اقتراح توصيات لتحسين جودتها.

– تسليط الضوء على دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل المؤسسات الاقتصادية، وخاصة في قطاع الاتصالات.

– استكشاف العقبات التي تواجهها المؤسسة أثناء تطبيق الرقمنة، مثل مقاومة التغيير، الحاجة إلى تأهيل الموارد البشرية، والتكاليف المرتبطة بالتحول الرقمي.

5-المنهج وادواته

أولا: المنهج

يُعد المنهج المسحي الخيار الأنسب لهذه الدراسة حيثعرفه محمد زيان عمرعلى انهدراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي، دون أي تدخل من قبل الباحث. أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية، كما هو الحال في المنهج التجريبي.[1]

عرف أيضا على أنه وصف ظاهرة معينة ماثلة في الموقف راهن، فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها.[2]

[1] محمد زيان عمر: البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، دار الشروق، جدة، 1983، ط4.ص117.
[2] محمد حلمي فودة، صالح عبد الله عبد الرحمان، المرشد في كتابة الأبحاث، دار جدة، 1983، ط4، ص21.

وتم اختياره في هذه الدراسة نظرًا لقدرته على توفير بيانات شاملة حول تأثير الرقمنة على جودة الخدمات في مؤسسة اتصالات الجزائر من خلال استطلاع آراء الزبائن. يتيح هذا المنهج جمع معلومات ميدانية مباشرة تعكس واقع تجربة الزبائن مع الخدمات الرقمية، مما يساعد في تحليل مدى نجاح الرقمنة في تحسين الأداء المؤسسي. كما يسمح بإمكانية تعميم النتائج على مجتمع البحث، نظرًا لاعتماده على عينة تمثل مختلف فئات الزبائن، مما يجعله منهجًا موثوقًا لاستخلاص استنتاجات دقيقة حول مستوى جودة الخدمات القدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر المدية.

يوفر المنهج المسحي كذلك بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي وبيانات نوعية تساعد في فهم العوامل المؤثرة في رضا الزبائن. إضافة إلى ذلك، يتميز بالمرونة وسهولة التطبيق، حيث يمكن جمع المعلومات من عدد كبير من الزبائن في فترة زمنية قصيرة، مما يجعله فعالًا لدراسة تأثير الرقمنة من زوايا متعددة. ويساعد هذا المنهج أيضًا في قياس درجة رضا الزبائن، ورصد المشكلات والصعوبات التيبوجهونها، وتحليل توجهاتهم اتجاه الخدمات الرقمية، مما يسهم في تطوير استراتيجيات التحسين، مما يجعله وسيلة فعالة لفهم وتحليل واقع التحول الرقمي في مؤسسة اتصالات الجزائر وتأثيره على جودة الخدمات المقدمة للزبائن.

ثانيا: أدوات جمع البيانات

في دراستنا هذه قمنا باختيار استمارة الاستبيان [1] لأنها تعتبر من أكثر وسائل جمع البيانات شيوعاً واستخداماً سيما في مختلف العلوم الإدارية والاقتصادية والإنسانية وعلوم الاعلام والاتصال وغيرها من المجالات العلمية الأخرى، إضافة لشيوع استخدامها في استطلاع الرأي العام وفي إطار الدراسات الاستراتيجية والتعرف على اتجاهات ورغبات وميول المستهلكين في مجالات مختلفة. الاستبيان وسيلة من وسائل جمع البيانات والمعلومات عن المستجوبين مزايا متعددة وهي : يعتبر الاستبيان كوسيلة من وسائل جمع البيانات من أفضل الوسائل جهداً وتكلفة وأكثرها سهولة إذ يمكن جمع الاستمارات وفرزها وعرضها وتحليلها بسهولة كبيرة ،و يعتبر ايضا وسيلة أساسية للحصول على البيانات من حجم كبير من المستجوبين تفوق عادة الوسائل الأخرى في جمع البيانات و يعتبر الاستبيان أكثر الوسائل المستخدمة في جمع البيانات تمثيلاً ودقة للحصول على تلك البيانات إذ أن المتغيرات المراد دراستها يتم وضع أسئلة محددة وواضحة لغرض قياسها ولذا تعتبر الإجابة عليها أكثر الوسائل تحليلاً لظاهرة البحث عن سواها

[1] انظر الى الملحق (02) في قائمة الملاحق، ص 129.

من الوسائل الأخرى[1] ،تبين لنا أن الاستبيان أداة ملائمة للحصول على حقائق ومعلومات وبيانات مرتبطة بحالة أو مشكلة ما من أكبر عدد من أفراد العينة، وفي وقت قصير، وبأقل تكلفة. لكن يؤخذ على الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات.[2]

– يعد الاستبيان أداة فعالة لجمع البيانات من الزبائن بشكل منهجي ومنظم، مما يسهل تحليل تأثير الرقمنة على جودة الخدمات للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المدية، وتكمن أهميته في قدرته على الوصول إلى عدد كبير من المشاركين في وقت قصير، مما يعزز تمثيل العينة لمختلف الفئات العمرية والاجتماعية والجغرافية و أيضا الى عدة أنواع من الزبائن (زبون فردي، زبون مهني) .كما يتيح الاستبيان جمع بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي، مما يضمن دقة النتائج وموضوعتها، ويساهم في تقليل التحيز، حيث يتم توجيه نفس الأسئلة لجميع الزبائن، مما يسمح بالحصول على إجابات موحدة قابلة للمقارنة. إضافة إلى ذلك يسمح بجمع معلومات مباشرة من الزبائن حول تجربتهم مع الخدمات الرقمية مما يعزز واقعية البحث وارتباطه بالمشكلة المطروحة، كما أنه يسهل تحليل البيانات باستخدام البرامج الإحصائية SPSS، مما يساعد في استخراج النتائج بسرعة وكفاءة، ومن الناحية الاقتصادية، يعد الاستبيان وسيلة أقل تكلفة مقارنة بالطرق الأخرى مثل المقابلات، حيث يمكن توزيعه إلكترونيًا أو ورقيًا دون الحاجة إلى وقت وجهد كبيرين، كما أنه يوفر بيئة إجابة مريحة للمشاركين، مما يمكنهم من الإجابة بحرية ودون ضغوط، مما يعزز دقة وصدق الإجابات، ويجعل النتائج أكثر واقعية وقابلة للاعتماد في تحسين جودة الخدمات الرقمية.

كيفية تصميم الاستبيان:

تم تصميم استمارة الاستبيان في هذه الدراسة بشكل علمي ومنظم بهدف جمع بيانات دقيقة حولآراء وتقييمات زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية فيما يخص مستوى الخدمات الرقمية المقدمة لهم، وقد اعتمد تصميم الاستبيان على مجموعة من المحاور التي تعكس أبعاد الموضوع المدروس، وذلك بالاستناد إلى الإطار النظري للدراسة، والمفاهيم الأساسية المرتبطة بالرقمة وجودة الخدمات.

تضمنت الاستمارة أربعة محاور رئيسية، وهي:

1. الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية لزبائنها.

[1] موسى سلامة اللوزي وخضير كاظم محمود، منهجية البحث العلمي، الأردن: دار اثراء للنشر والتوزيع، 2008، ط1،ص103-104.

[2] وائل عبد الرحمان التل وعيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الأردن-عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2007، دون طبعة،ص72.

2. مزايا الرقمنة في تحسين الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة.

3. المعيقات التي يوجهها زبائن اتصالات الجزائر لولاية المدية مع الرقمنة.

4. تقييم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها الرقمية.

وقد تنوعت الأسئلة بين مغلقة (تتيح للمشارك اختيار إجابة من مجموعة خيارات)، ومغلقة مفتوحة (تجمع بين الاختيار والتعليل أو الشرح)، بهدف ضمان شمولية المعلومات وسهولة المعالجة الإحصائية من جهة، وفهم الأبعاد النوعية لتجربة الزبون من جهة أخرى. كما تم ترتيب الأسئلة من العام إلى الخاص، مع الحرص على الوضوح والدقة، وتفادي التعقيد أو التوجيه، وشملت الاستمارة كذلك أسئلة تمهيدية للبيانات الشخصية (مثل الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، ونوع الزبون)، مما يسمح بتصنيف العينة وتحليل النتائج وفق المتغيرات الديموغرافية والاجتماعية ذات الصلة.

وتم توزيعه على 80عينة وتم استرجاع 72، وعليه فالعينة النهائية 72، وتم اختبار الاستبيان قبل توزيعه بشكل تجريبي على عدد محدود من المشاركين للتأكد من وضوحه، وخلوه من الغموض، ولضمان فعاليته في تحقيق أهداف الدراسة.بعدها يتم توزيع الاستبيان في وكالة اتصالات الجزائر المتواجدة بالمدية، مع تحليل البيانات لاحقًا باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، مما يضمن استخلاص استنتاجات دقيقة تدعم أهداف الدراسة.وللإشارة تم اخضاع أداة الاستبيان الى التحكيم من طرف خمسة محكمين.[1]

أولا: مجتمع البحث

مجتمع البحث أو المجتمع الإحصائي في أبسط معانيه، هو ذلك المجال من المقالات أو الصور أو الوثائق أو البرامج ،الذي يضم الإجابة أو الإجابات عن الهدف من استعمال تقنية تحليل المضمون، فإذا قلنا أن هناك دراسة أو بحث يهدف إلى دراسة كافة القنوات التلفزيونية في الجزائر، فإن مجتمع البحث في هذه الحالة هي كافة القنوات التلفزيونية في الجزائر، لذلك على الباحث تجهيز قائمة دقيقة وحديثة بأسماء هذه القنوات التلفزيونية حتى يتمكن من الحصول على عينة ممثلة لكل المجتمع مع ضرورة أن تكون هذه القائمة شاملة لكافة وحدات المجتمع حتى تسهل عليه اختيار العينة منها فيما بعد.[2]

[1] انظر الى الملحق (01) ص 128.

[2] يوسف تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، بن عكنون الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2017، دون طبعة، ص76.

إن القصد بمجتمع البحث في هذه النقطة هو، كما عرفه الباحثون: " مجموع محدود أو غير محدود من المفردات (العناصر، الوحدات) المحدد مسبقاً، حيث تنصب الملاحظات " [1]،أي أن تعريف مجتمع البحث حسب باحثين آخرين هو:" جميع مفردات الظاهرة، التي يدرسها الباحث "[2].

يتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية، بوصفهم الفاعل الرئيسي في تقييم جودة الخدمات الرقمية المقدمة، فهم المستفيدون المباشرون من هذه الخدمات، والأقدر على الحكم على فعاليتها وملاءمتها لاحتياجاتهم اليومية. وقد تم اختيار هذا المجتمع بالنظر إلى ارتباط موضوع الدراسة بمستوى رضا الزبائن ودورهم المحوري في إنجاح التحول الرقمي داخل المؤسسات الخدمية، وقد تم تقسيم مجتمع البحث إلى فئتين أساسيتين حسب طبيعة استخدام الخدمة:

• الزبون الفردي : هو كل شخص طبيعي يستخدم خدمات المؤسسة لأغراض شخصية أو عائلية، دون صلة بمهنته أو نشاطه التجاري. وتشمل هذه الفئة مستخدمي الإنترنت المنزلي، الهاتف الثابت، أو خدمات الدفع الإلكتروني في حياتهم اليومية.

• الزبون المهني: ويشمل كل شخص طبيعي أو معنوي يستخدم خدمات المؤسسة ضمن نشاط مهني، إداري أو تجاري، مثل الأطباء، المحامين، المحاسبين، أصحاب الورشات، وبعض الموظفين في الإدارات والمصالح العمومية.

يعكس هذا التصنيف تنوع استخدامات الخدمات الرقمية، ويسمح بدراسة مدى تفاعل الزبائن مع الرقمنة من زوايا متعددة، سواء على مستوى الاستخدام الشخصي أو المهني. كما أن الزبائن، بحكم تنوعهم من حيث العمر والمستوى الثقافي والمجتمعي، يمثلون مرجعًا ميدانيًا مهمًا لفهم فعالية التحول الرقمي، وهو ما يُضفي على نتائج البحث طابعًا واقعيًا يمكن الاستناد إليه في التقييم والتطوير.

ثانيا: العينة

قمنا في دراستنا باختيار العينة العشوائية الطبقية هي أن يقوم بتقسيم المجتمع الأصلي إلى طبقات على أساس العمر أو الدخل أو الدين أو المستوى الثقافي.... الخ) بحيث يخلق تجانساً بين أفراد الطبقة الواحدة. ثم يحدد نسبة هذه الطبقة إلى المجتمع الأصلي ثم يختار عينة من كل طبقة بالطريقة العشوائية

[1] Madlelène. Crawitz : Méthodes des Sciences Sociales, Edition Dalloz, Paris 1988. P: 293.
[2] عبد الرحمن عدس، ذوقان عبيدات، عبد الحق كايد، مرجع سبق ذكره، ص 113.

بحيث تتناسب في حجمها مع حجم الطبقة في المجتمع الإحصائي الأصلي، ثم تجمع هذه العينات الطبقية لتكون في مجموعها عينة طبقية واحدة تمثل المجتمع بأسره.[1]

تمتاز طريقة العينة العشوائية الطبقية بأنها تساعد على تقليل التباين بين الطبقات في مجتمع البحث، وأن كل طبقة ستمثل تمثيلاً دقيقاً في عينة البحث، مما يسهم أن تكون نتائجالبحث أكثر مصداقية. لكن العينة العشوائية الطبقية تتطلب من الباحث جهودا كبيرة تتمثل في وجوب تعرفه بشكل جيد على مجتمع البحث لتحديد الطبقات التي يتكون منها، ثم القيام بسحب عدد من العينات بعدد مستويات المتغير الذي يتعامل معه.[2]

تقوم العينة الطبقية على أساس تقسيم مجتمع البحث إلى طبقات محددة ومبنية على ما يمكن أن يجمع بين أصناف فيها، حيث تشترك مكونات كل طبقة في بعض الخصائص التي يرى فيها الباحث أنها كفيلة بخدمة موضوع بحثه أيهي العينة التي تختار من مجتمع البحث بعد تقسيمه إلى فئات أو طبقات او مجاميع معينة تبعا لمقياس أو متغير معين ثم تُسحب من كل طبقة عينة عشوائية ذات حجم محدد.[3]

تم اعتماد العينة العشوائية الطبقية في هذه الدراسة نظرًا لملاءمتها لطبيعة مجتمع البحث وتنوعه، حيث تسمح هذه الطريقة بتمثيل مختلف فئات زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية بشكل متوازن. وقد تم تقسيم العينة إلى فئتين رئيسيتين: زبائن أفراد، وزبائن مهنيين، وذلك لاعتبارات منهجية تتعلق بتباين أنماط استخدامهم للخدمات الرقمية واختلاف درجة تفاعلهم ورضاهم.

تم تحديد الحجم الكلي للعينة بـ (80 زبونًا)، موزعين بالتساوي بين الفئتين (40 زبونًا فرديًا و 40 زبونًا مهنيًا)، بما يتناسب مع طبيعة الدراسة الاستطلاعية والإمكانيات المتاحة من حيث الوقت والموارد. وقد سهل هذا التوزيع دراسة مستوى رضا الزبائن وتحليل الفروقات بين الفئتين وفقًا لخلفياتهم الاجتماعية والمهنية، مع الحفاظ على التمثيل العادل وتقليل احتمالات التحيز.

كما أن هذا التصنيف يتماشى مع الهيكل التنظيمي للمؤسسة، مما يعزز الارتباط بين الدراسة والواقع الميداني. ويساعد هذا الأسلوب في جمع بيانات قابلة للتحليل الإحصائي، تتيح استخلاص استنتاجات علمية موثوقة حول مدى تأثير الرقمنة على جودة الخدمات الرقمية المقدمة، في ضوء خصوصيات كل فئة من الزبائن.

---

[1] محمد المغربي كامل،مرجع سبق ذكره،ص 143.

[2] وائل عبد الرحمان التل وعيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية، الأردن-عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2007، دون طبعة، ص42،43.

[3] يوسف تمار، مرجع سبق ذكره، ص91، 92.

7 –مصطلحات الدراسة

أولا: المؤسسات الاقتصادية العمومية

أ–المؤسسة:

– **لغة:** يعرفها قاموس اللغة العربية بأنها التأسيس مشتق من الفعل أسس بمعني بناء ووضع قواعد البناء وأسسه.[1]

– **اصطلاحا:**يعرف ناصر دادي عدون المؤسسة على أنها: " كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل مالياً، في إطار قانوني واجتماعي معين، هدفه دمج عوامل الإنتاج من أجل الإنتاج، أو تبادل السلع والخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، أو القيام بكليهم معاً (إنتاج + تبادل)، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة، وهذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني والزماني الذي يوجد فيه، وتبعاً لحجم ونوع نشاطه " .كما تعرف أيضا هي كيان اجتماعي يسعي إلى تحقيق أهداف محددة ولها بناء وظيفي واضح ومقصود ومحددات واضحة.[2]

ب–الاقتصادية

– **لغة:** الاقتصادية: من "اقتصَدَ"، أي توسط في الإنفاق أو مارس نشاطًا يتعلق بالمال والتجارة والمعيشة.

وعليه، فالمؤسسة الاقتصادية لغةً هي:

كيان مُنشأ أو مُؤسَّس يُعنى بتنظيم الأنشطة المتعلقة بالإنتاج أو المال أو التجارة.[3]

– **اصطلاحا:** تعرف على أنها اندماج عدة عوامل بهدف إنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين أخريين، وهذا في إطار قانوني ومالي اجتماعي معين ضمن شروط تختلف تبعا لمكان وجود المؤسسة وحجم ونوع النشاط الذي تقوم به، ويتم هذا الاندماج لعوامل الإنتاج بواسطة تدفقات نقدية حقيقية وأخرى معنوية وكل منها يرتبط ارتباطا وثيقا بالأفراد. وتتمثل الأولى في الوسائل والمواد المستعملة في نشاط المؤسسة، أما الثانية فتتمثل في الطرق والكيفيات والمعلومات المستعملة في تسيير ومراقبة الأولى.[4]

---

[1] قاموس المنجد في اللغة العربية، المشرق، بيروت، بدون سنة، ط2، ص 300 .

[2] جواد نبيل إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بيروت: مجد المؤسسة الجامعية،2007، ط 1،ص 19.

[3] مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مصر: دار المعارف، 2004، ط4، ص198.

[4] ناصر دادي عدون اقتصاد المؤسسة دار المحمدية العامة الجزائر، 1998، دون طبعة، ص10.

-**التعريف الإجرائي للمؤسسات الاقتصادية:** تشير المؤسسات الاقتصادية في هذه الدراسة إلى الكيانات التي تمارس نشاطًا اقتصاديًا منظمًا، يهدف إلى إنتاج السلع أو تقديم الخدمات، بما يحقق قيمة اقتصادية ويساهم في النمو الاقتصادي. وتتميز المؤسسات الاقتصادية بكونها مؤسسات منتجة، تخضع لمعايير إدارية وتنظيمية واضحة، وتسعى لتحقيق التوازن بين التكاليف والعوائد لضمان استمراريتها وتنافسيتها. كما تعتمد هذه المؤسسات على استراتيجيات متنوعة تشمل التسويق، التوزيع، الإدارة المالية، وتطوير الموارد البشرية لضمان تحقيق الأهداف المنشودة. في سياق هذه الدراسة، ينصب التركيز على المؤسسات الاقتصادية العمومية التي توظف الرقمنة كوسيلة لتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، مما يبرز أهمية التحول الرقمي في رفع الكفاءة التشغيلية وتعزيز رضا العملاء.

ج-العمومية:

- **لغة:** العمومية: من "عامّ"، أي ما يشمل الناس كلهم أو جمهورًا واسعًا، ويقابلها "الخصوصية."

وعليه، فالمؤسسة العمومية لغةً هي : هيئة منشأة لخدمة الجمهور أو فئة واسعة من الناس، تُعنى بتسيير مرفق يعود نفعه إلى عامة المواطنين.[1]

- **اصطلاحا:** وهي المؤسسات التي يعود رأس مالها للقطاع العام، فهي تعتبر مؤسسات الدولة بالإنشاء أو التأميم، ويكون التسيير فيها بواسطة شخص أو أشخاص تختارهم الجهة الوصية[2].

-**التعريف الإجرائي للمؤسسات العمومية:** تشير المؤسسة العمومية في هذه الدراسة إلى كيان اقتصادي أو إداري تمتلكه الدولة كليًا أو جزئيًا، ويهدف إلى تقديم خدمات أو إنتاج سلع تلبي احتياجات المواطنين، وفقًا لسياسات عامة تهدف إلى تحقيق التوازن بين المردودية الاقتصادية والمصلحة العامة. تخضع هذه المؤسسات لإشراف الدولة، سواء من خلال التمويل أو التوجيه الإداري، وتتميز بكونها تعمل وفق إطار قانوني وتنظيمي محدد يضمن استمراريتها وفعاليتها. وتتنوع طبيعة المؤسسات العمومية بين إدارية، تقدم خدمات غير ربحية كالتعليم والصحة، واقتصادية، تسعى إلى تحقيق الاستدامة المالية من خلال تقديم خدمات بمقابل، مثل مؤسسة اتصالات الجزائر التي تعتمد على الرقمنة لتطوير خدماتها وتعزيز كفاءتها التشغيلية.

[1] ابن منظور، لسان العرب،ج12، بيروت – لبنان: دار صادر، بدون سنة،ص125.
[2] ناصر داديعدون، مرجع سبق ذكره، ص، 59.

-**التعريف الإجرائي للمؤسسات الاقتصادية العمومية:** تُعرّف المؤسسات الاقتصادية العمومية في هذه الدراسة على أنها المؤسسات التي تمتلكها الدولة كليًا أو جزئيًا، وتمارس أنشطة اقتصادية تهدف إلى تقديم خدمات أو إنتاج سلع تلبي احتياجات المجتمع، مع تحقيق مردودية اقتصادية تدعم التنمية الوطنية. وتتمثل أهم خصائص هذه المؤسسات في كونها تخضع للإشراف الحكومي، وتعمل وفق استراتيجيات تهدف إلى تحقيق التوازن بين البعد الاقتصادي والخدمة العمومية. كما أنها تواجه تحديات تتعلق بالحكومة، الكفاءة التشغيلية، والتكيف مع المتغيرات التكنولوجية والاقتصادية. وفي إطار هذه الدراسة، يتم التركيز على كيفية توظيف المؤسسات الاقتصادية العمومية للتحول الرقمي في تحسين جودة الخدمات، مع دراسة تجربة "اتصالات الجزائر" كنموذج يعكس تأثير الرقمنة على أداء المؤسسات العمومية.

ثانيا: الرقمنة

- **لغة:**الرقمنة أو الرقمية، اسم رقم اي رقم الكتاب، ويقال رقمي وهي رمز حسابي يدل على قيمة الشيء أو علامة أو ختم، ومثال عليه: "الرقم القياسي"، "رقم في علم الحساب"، "رقم الحساب المصرفي"، أو الأرقام الحسابية والهندية والرومانية.[1]

- **اصطلاحا:** هي العملية التي يتم بمقتضاها تحويل البيانات إلى شكل رقمي لمعالجتها بواسطة الحاسب، وعادة ما يستخدم مصطلح الرقمنة في نظم المعلومات للإشارة إلى تحويل النص المطبوع أو الصور إلى إشارات ثنائية باستخدام أحد أجهزة المسح الضوئي، يمكن عرضها على شاشة الحاسوب.[2]

-**التعريف الإجرائي:** يقصد بالرقمنة في هذه الدراسة عملية تحويل الأنشطة والعمليات التقليدية إلى نماذج إلكترونية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة، بما يسهم في تحسين الكفاءة التشغيلية، خفض التكاليف، وتعزيز تجربة المستخدم. وتعد الرقمنة عنصرًا أساسيًا في استراتيجيات التحديث المؤسسي، حيث تشمل تطبيق تقنيات مثل الحوسبة السحابية، الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات الضخمة لتطوير الخدمات. في سياق مؤسسة اتصالات الجزائر، تعني الرقمنة إدخال أنظمة إلكترونية تسهل التفاعل مع الزبائن، تحسين إدارة المعلومات، وتمكين العملاء من الحصول على الخدمات بسرعة وكفاءة عبر المنصات الرقمية المختلفة. كما تشمل الرقمنة إجراءات الدفع الإلكتروني، تطوير تطبيقات الخدمة الذاتية، وتحديث

[1] المعجم الوسيط المدرسي، مجمع اللغة العربية، 2011، ط5، صفحة 366.
[2] عيسى عماد، صالح محمد المكتبات الرقمية الأسس والتطبيقات العلمية، القاهرة: دار المطبوعة المصرية اللبنانية، بدون سنة، ص219 .

البنية التحتية للاتصالات، مما يساهم في تحقيق تجربة مستخدم أكثر سلاسة وجودة أعلى في تقديم الخدمات.

ثالثا: جودة الخدمات

أ-الجودة

- **لغة:** الجودة في اللغة: (جاد) الشيء يجود (جودةً) بفتح الجيم وضمها أي صار جيداً، و(أجاد) الشيء (فجاد) و(جوّده) أيضاً (تجويداً)، وشاعر (مِجوادُ) بالكسر أي يجيد كثيرا.[1]

- **اصطلاحا:** يرجع مفهوم الجودة إلى الكلمة اللاتينية (qualités) التي تعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة صلابته، وكانت تعني قديما الدقة والإتقان.[2]

تعرفها المنظمة الدولية للتقييس على أنها مجموعة الصفات والخصائص التي تتمتع بها سلعة أو خدمة ما، تؤدي إلى إمكانية تحقيق رغبات معلنة أو مفترضة ضمنا.[3]

-**التعريف الإجرائي للجودة:** تشير الجودة في هذه الدراسة إلى مدى قدرة الخدمات المقدمة على تحقيق توقعات الزبائن والالتزام بالمعايير المعتمدة لضمان الأداء الفعّال. وتعتبر الجودة عنصرًا جوهريًا في نجاح أي مؤسسة، حيث تؤثر على مستوى رضا العملاء، تنافسية المؤسسة، واستدامة أعمالها. وتعتمد جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية على عوامل متعددة تشمل الكفاءة، الدقة، الموثوقية، الاستجابة لاحتياجات الزبائن، وسهولة الاستخدام. ومع تطور التكنولوجيا، أصبح تحسين الجودة مرتبطًا بتوظيف الحلول الرقمية في عمليات تقديم الخدمة، مما يساعد في رفع مستوى الأداء المؤسسي وتقديم خدمات تتسم بالسرعة والفعالية.

ب-الخدمة

- **لغة:** الخدمة في اللغة مأخوذة من الفعل "خَدَمَ"، أي أدى عملاً لصالح الغير دون تملّك، ويقال "خدم فلان فلانًا" أي قام على شؤونه، وعمل له.

---

[1] زين الدين محمد بن أبي بكر ال ا رزي: مختار الصحاح، تحقيق أحمد إبراهيم زهوة، بيروت: دار الكتاب العربي،1423ه،ط1، ص 67.

[2] مأمون الدرادكة، طارق شيلي، الجودة في المنظمات الحديثة، عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2002، ط1، ص21.

[3] Terfaya Nassima, démarche qualité dans l'entreprise et l'analyse des risques, Alger: ED Houma, 2004, p13.

ورد في "لسان العرب" لابن منظور:

"الخَدْمُ: العملُ، وخَدَمهُ خَدْمًا وخِدْمَةً: أطاعهُ وعمل له، والخادمُ هو القائم على شؤون غيره".[1]

– **اصطلاحا:** كل نشاط غير ملموس يُقدَّم من طرف إلى طرف آخر بهدف تلبية حاجة أو حل مشكلة، دون أن يؤدي إلى نقل ملكية شيء مادي، وقد تكون الخدمة مرتبطة بمنتج أو قائمة بذاتها.[2]

–**التعريف الإجرائي للخدمة:** بأنها مجموعة من العمليات والأنشطة الرقمية وغير الرقمية التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر لزبائنها الأفراد، المهنيين، والمؤسسات، بهدف تلبية احتياجاتهم في مجالات الاتصال الثابت والإنترنت والخدمات المرتبطة بها. وتشمل هذه الخدمات: الاشتراك في خطوط الهاتف والإنترنت، دفع الفواتير إلكترونيًا، تقديم الشكاوى عبر المنصات الرقمية، والمتابعة التقنية والدعم الفني.

رابعا: تحسين جودة الخدمات

– **لغة:** تحسين: مأخوذ من الفعل "حَسَّنَ"، أي جعله حسنًا، أي زاد في جودته أو أزال عنه العيوب.

•الجودة : من الجذر "جَيَّدَ"، وتعني الإتقان والإحكام في العمل.

•الخدمة : من "خَدَمَ"، أي قدّم عملاً للغير دون نقل ملكية.

وبذلك، "تحسين جودة الخدمات" لغةً تعني:

جعل الخدمات أفضل من حيث الإتقان والأداء، وتقريبها من الكمال بما يلبي حاجات المستفيدين ويزيل جوانب القصور.[3]

–**اصطلاحا:** عملية مستمرة تهدف إلى رفع كفاءة الخدمات المقدمة من حيث الأداء والسرعة والدقة والملاءمة، بما يتماشى مع احتياجات وتوقعات الزبائن، ويحقق رضاهم بشكل مستدام.

–**التعريف الإجرائي:** يشير تحسين جودة الخدمات في هذه الدراسة إلى مجموعة الإجراءات التي تعتمدها مؤسسة اتصالات الجزائر لتطوير خدماتها وجعلها أكثر كفاءة وسهولة في الاستخدام، عبر تبني التحول الرقمي والتكنولوجيا الحديثة. يتطلب تحسين الجودة تحليل تجربة المستخدم، دراسة ملاحظات الزبائن،

---

[1] ابن منظور،مرجع سبق ذكره، ص163.

[2] ناصر دادي عدون، إدارة الأعمال – مدخل وظيفي،الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 2011، ط1، ص245.

[3] عبد الكريم درويش، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية، عمّان – الأردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2014، ط2،ص191.

وتحديث الأنظمة القائمة لتوفير خدمات تتماشى مع تطلعات العملاء. ومن بين الاستراتيجيات التي تعتمدها المؤسسات لتحسين جودة الخدمات: تطوير البنية التحتية الرقمية، تحسين أنظمة الدعم الفني، أتمت العمليات، وتوفير قنوات تواصل فعالة بين المؤسسة والزبائن. في هذه الدراسة، يتم التركيز على كيفية مساهمة الرقمنة في رفع مستوى الخدمات من خلال تسريع العمليات، تحسين الدقة، وتقديم تجربة استخدام متميزة للزبائن.

8-حدود الدراسة

تتحدد حدود هذه الدراسة من خلال مجموعة من الأبعاد التي تشمل الجوانب الموضوعية، المكانية، الزمانية، والبشرية، بما يضمن تركيز البحث وتحقيق أهدافه بشكل دقيق وواقعي.

أ-الحدود الموضوعية

• البحث يركز على تأثير الرقمنة على تحسين الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة ومدى تأثيره في رفع مستوى رضا الزبائن.

ب-الحدود المكانية

•الدراسة تركز على مؤسسة اتصالات الجزائر باعتبارها نموذجًا للمؤسسات الاقتصادية العمومية في قطاع الاتصالات، حيث تم تنفيذ البحث في احدى فروع اتصالات الجزائر الموجودة بولاية المدية .

ج-الحدود الزمانية

• تنحصر الدراسة في الفترة الزمنية ما بين [2025/02/15الى2024/03/05]، حيث تشهد هذه الفترة تحولًا رقميًا ملحوظًا في مؤسسة اتصالات الجزائر بنسبة إلى حلول شهر رمضان الكريم حيث تشهد الكثير من العروض والتخفيضات في الانترنت.

د-الحدود البشرية

• تشمل الدراسة فئتان من الزبائن ((فردي (مواطن عادي)مهني (إداري)) المستخدمين للخدمات الرقمية في المؤسسة، لمعرفة مدى تأثير الرقمنة على جودة الخدمات التي يتلقونها.

9-صعوبات الدراسة

- التفاوت في فهم المستجوبين لمفاهيم الرقمنة، مما تطلّب تبسيطًا إضافيًا في الصياغة.
- صعوبة إقناع بعض الزبائن بالمشاركة في تعبئة الاستبيان، خاصة المهنيين بسبب انشغالاتهم.
- رفض بعض الموظفين إعطاء معلومات حول طبيعة عملهم.
- تفاوت التغطية الشبكية في بعض المناطق مما أثر على تقييم بعض الزبائن لجودة الخدمات الرقمية.
- صعوبة المقابلات المباشرة مع بعض الإطارات بسبب انشغالهم الدائم.

10-الدراسات السابقة

الدراسة الاولى:

في إطار سعينا لفهم أثر التحول الرقمي على الخدمات العمومية، اطلعنا على دراسة أنجزتها الباحثات ناريمان بوساحة، شيماء بن يوسف، ورجاء بخوش بعنوان: "دور التحول الرقمي في تحسين أداء الخدمات المقدمة – دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي"، المنجزة بجامعة الشهيد حمه لخضر بالوادي سنة 2023 ضمن كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة الاستبيان، حيث شملت عينة مكونة من 50 موظفًا، وتم تحليل 32 استبانة فعليًا باستخدام برنامج SPSS V29 ، وقد انطلقت الدراسة من إشكالية محورية مفادها: "ما هو دور التحول الرقمي في تحسين أداء الخدمات المقدمة؟"، وتفرعت عنها تساؤلات تناولت أثر الاستراتيجية الرقمية، والبنية التحتية، والقيادة، والثقافة الرقمية في تحسين جودة الخدمات.

أظهرت النتائج أن البنية التحتية والقيادة الرقمية لهما تأثير معنوي وإيجابي على جودة الخدمات، في حين لم تُسجَّل علاقة ذات دلالة إحصائية بين الاستراتيجية والثقافة الرقمية وجودة الخدمة، وهو ما عُزي إلى ضعف التحفيز المؤسسي وقلة الوعي بالتوجه الرقمي، وقد خلصت الباحثات إلى أن مستوى تأثير التحول الرقمي كان متوسطًا بشكل عام، مع توصيات بضرورة تقوية الثقافة الرقمية، وتكوين فرق عمل متخصصة، وتحسين الرؤية الرقمية في المؤسسة.

واعتبرنا هذه الدراسة من البحوث الميدانية الجادة التي تناولت الرقمنة من منظور داخلي، أي من خلال الموظفين، غير أن محدوديتها تكمن في غياب تقييم مباشر من طرف الزبائن كمستفيدين من الخدمات الرقمية. وقد استفدنا منها في بناء الإطار المفاهيم لمذكرتنا، خاصة فيما يتعلق بتحديد أبعاد الرقمنة، وتصميم أداة الاستبيان، واستخدام الأساليب الإحصائية. كما مكّنتنا من استكمال رؤيتها من خلال تركيزنا على الزبون كعنصر أساسي في قياس جودة الخدمات، مما يعزز التكامل بين التحليل الداخلي والخارجي في تقييم فعالية التحول الرقمي.

الدراسة الثانية:

في دراسة ميدانية بعنوان "دور الرقمنة في تحسين أداء الخدمة العمومية – دراسة حالة الوحدة الولائية لبريدالجزائر –ورقلة"، والتي أعدّتها الطالبتان رميساء لكحل وقريدة شيماء بجامعة قاصدي مرباح – ورقلة سنة 2022، تم تناول أثر تطبيق الرقمنة داخل مؤسسة بريد الجزائر من خلال تحليل جاهزية المؤسسة، مكونات البنية الرقمية، وأداء الخدمة العمومية من وجهة نظر الموظفين. حيث اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة أداتي الاستبيان والمقابلة، واشتملت العينة على 39 موظفًا، بينما تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS، وقد انطلقت الدراسة من إشكالية تساءلت حول مدى مساهمة الرقمنة في تحسين أداء الخدمات، وتم تفريعها إلى تساؤلات شملت الخدمات المستحدثة، وجاهزية المؤسسة، والأثر الإحصائي للرقمنة، إلى جانب اختبار فروق الأداء حسب الخصائص الشخصية للعاملين، حيث أظهرت النتائج أن الرقمنة تؤثر إيجابيًا وبشكل واضح على تحسين الأداء، كما تم التأكيد على وجود علاقة قوية بين أبعاد الرقمنة التقنية والبشرية وجودة الخدمات. وأبرزت الدراسة أهمية المورد البشري كعنصر جوهري في نجاح التحول الرقمي، بالإضافة إلى الإشارة إلى تحديات التكوين، وضعف التنسيق الداخلي، والجانب التنظيمي.

ورأينا في هذه الدراسة مرجعًا مهمًا وواقعيًا، رغم أنها اقتصرت على التحليل من منظور داخلي دون إشراك الزبائن، ما يُعد من أبرز حدودها. ومع ذلك، فقد استفدنا منها في تدعيم الجانب النظري لمذكرتنا، لا سيما في فهم أهمية البنية التحتية الرقمية، ودور العامل البشري في جودة الخدمات. كما وجهتنا إلى ضرورة توسيع التحليل نحو الزبائن كمستفيدين فعليين من الرقمنة، مما أضاف بُعدًا جديدًا لدراستنا حول رضا المستخدم الخارجي، وفتح مجالًا لمقارنة التصورات بين الداخل والخارج.

الدراسة الثالثة:

في دراسة نظرية بعنوان "دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية"، أعدها الباحثان علا سفيان وفقير جيلالي بجامعة ابن خلدون – تيارت خلال السنة الجامعية 2019–2020، قام الباحثان بتحليل العلاقة بين التحول الرقمي وجودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مع التركيز على نموذج مؤسسات التأمين، اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي والمقارن، وركّزت على تحليل الفروق بين الخدمات التقليدية والرقمية دون إجراء تحقيق ميداني، وقد انطلقت من إشكالية تتعلق بفهم دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات، وتفرعت عنها تساؤلات حول المفاهيم المرتبطة بالرقمنةورقمنة الخدمة، وتطبيقاتها العملية في المؤسسات الجزائرية، وقد بيّنت النتائج أن الرقمنة أصبحت أداة استراتيجية داخل المؤسسات، تساهم في خفض التكاليف، وتسريع تقديم الخدمة، وزيادة رضا الزبائن، كما تُعزز من التنافسية في البيئة الافتراضية. وقد أكدت الدراسة على وجود علاقة مباشرة بين جودة الخدمات الرقمية وفعالية أداء المؤسسة، ورغم قوة الأساس النظري للدراسة، إلا أننا لاحظنا محدوديتها في غياب العمل الميداني، مما يجعل نتائجها أقل ارتباطًا بالواقع. ومع ذلك، فقد استفدنا منها في مذكرتنا من حيث بناء الأساس النظري لمفهوم الرقمنة وجودة الخدمات، وتعميق فهمنا لأبعاد التحول الرقمي، كما ساعدتنا على تحديد الجوانب التي يجب التركيز عليها في الجانب الميداني، خاصة تحليل تجربة الزبائن، مما أتاح لنا الربط بين النظري والتطبيقي في إطار أكثر واقعية وشمولً.

الفصل الثاني

مدخل الى الرقمنة

تمهيد

في ظل التطور الهائل في التقنيات والتحديات التي تواجه العمل الإداري من تغيرات تكنولوجية ومعلوماتية سريعة أصبح من الضروري على المؤسسات أن تستفيد من هذا التطور لضمان جودة أداء أفضل وتحسين أساليب العمل والخدمة المقدمة للزبائن وتحقيق الأهداف الموجودة بكفاءة عالية، وكان من أهم المميزات التي يتميز بها العصر الحالي ظهور مصطلح الرقمنة وما تحققه من منافع كثيرة في جميع المجالات والجزائر من بين الدول التي تسعى جاهدة بكل الطرق لإرساء مجتمع يعتمد على المعلومات وتكنولوجيا الاتصال من خلال عصرنة قطاع الخدمة العمومية في مختلف المجالات بالاعتماد على شبكة الانترنت والتحول التدريجي من أنشطة الكترونية وللاستفادة من هذه الأنشطة الجديدة في مجال تقديم الخدمات الإدارية أو ما تسمى بالرقمنة بهدف زيادة كفاءة عمل الإدارات وهذا من أجل تقديم خدمات عالية الجودة للمواطنين.

المبحث الأول:ماهية الرقمنة

أصبحت الرقمنة واحدة من أبرز التحولات التي يشهدها العالم في العصر الحديث، حيث تتجاوز مجرد تحويل البيانات من الشكل التقليدي إلى الشكل الرقمي لتشكل إعادة تصميم العمليات وابتكار نماذج أعمال جديدة، وتعزيز الكفاءة عبر استخدام التقنيات الرقمية.

تعتبر الرقمنة اليوم حجر الأساس في بناء اقتصاديات قوية ومجتمعات مبتكرة تعتمد على التكنولوجيا كأساس لتحقيق التنمية المستدامة.

المطلب الاول: مفهوم الرقمنة

لقد أصبحت الرقمنة سمة أساسية في العصر الحالي، حيث انتقلت من الاستخدامات البسيطة إلى التطبيقات المعقدة والضرورية في جميع جوانب الحياة الإنسانية، فقد دخلت الرقمنة اليوم في مختلف التفاعلات اليومية .

تتنوع المفاهيم المتعلقة بمصطلح الرقمنة وفقا للإطار أو السياق الذي يستخدم فيه المصطلح، وينظر "تيري كأني" إلى الرقمنة على أنها عملية تحويل مصادر المعلومات على اختلاف أشكالها مثل: الكتب، والدوريات، التسجيلات الصوتية، والصور الثابتة، إلى شكل مقروء بواسطة الحاسبات الآلية عبر النظام الثنائي (البيتات Bits)،وتعتبر البيتات وحدة معلومات مرتكن إلى الحاسبات الآلية، وتحويل المعلومات إلى مجموعة من الأرقام الثنائية يمكن أن يطلق عليها الرقمنة وذلك من وجهة نظر تيري كاتي، ويتم القيام بهذه العملية بفضل مجموعة من التقنيات والأجهزة المتخصصة .

وتشير "شارلوت بيوسي" إلى الرقمنة على أنها منهج يسمح بتحويل البيانات والمعلومات من النظام التناظري إلى النظام الرقمي[1] .

فمصطلح الرقمنة مثير للجدل، إذ يستعمل معان كثيرة مختلفة ما بين المتماسك المجدد والفضفاض المجرد، غالبا ما يستعمل هذا المصطلح من ناحية الدلالة ببساطة على تحويل المعلومات الخاصة بأي كيان معلوماتي محددا أو مجموعة من الكيانات من الشكل التناظري إلى الشكل الرقمي، كرقمنة كتاب أو مجموعة إحدى المكتبات مثلا [1].

[1]أحمد فرج احمد،الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات ام خارجها،مجلة دراسات المعلومات، ال عدد 4، السعودية: جمعية المكتبات والمعلومات للنشر ،2009، ص4.

تشير الرقمنة إلى عملية تحويل البيانات والمعلومات من الشكل التقليدي الورقي أو اليدوي إلى شكل إلكتروني يعتمد على التكنولوجيا الرقمية بهدف تحسين كفاءة العمليات وتسهيل الوصول إلى المعلومات .

من خلال التعريفات السابقة نجد أن أغلب التعاريف اشتملت على أن الرقمنة هي تحويل المعلومات بأشكالها المختلفة من صور، خرائط... وغيرها إلى إشعارات بالماسح الضوئي وإعادة عرضها على شاشة الحاسب الآلي، كما نعرفها على أنها استراتيجية لعصرنة المعلومات وهي عملية تحويل المعلومات إلى تنسيق رقمي .

المطلب الثاني: خصائص الرقمنة

للرقمنة عدة خصائص نذكر منها :

-**تقليص الوقت:** فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن إلكترونيا متجاورة .

-**تقليص المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها بيسر وسهولة .

-**اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث ونظام الذكاء الاصطناعي مما يجعل تكنولوجيا المعلومات تساهم في تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج .

-**تكوين شبكات الاتصال:** تتوحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين، وكذا منتجي الآلات ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى .

-**الفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة .

-**لاتزامنية:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع، على مستوى العالم بأكمله .

---

[1] جون ماكنزي أوين،المقالة العلمية في عصر الرقمنة، ال عدد 1، مصر: مرك ز القومي للترجمة، 2001، دون طبعة،ص149.

-**لامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فالإنترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت .

-**قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع، على مستوى العالم بأكمله .

-**قابلية التحرك والحركية:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة من الحاسب الآلي، الهاتف النقال.... الخ .

-**قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة .

-**لاجماهيرية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تشمل مباشرة من المنتج إلى المستهلك .

-**الشيوع والانتشار** : وهو قابلية هذه الشبكة التوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محددة من العالم بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمط مرن .

-**العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق الكترونيا [1].

المطلب الثالث: أهمية الرقمنة

تُعد الرقمنة (Digitalisation) من أهم التحولات التي يشهدها العالم في العصر الحديث، حيث تمثل حجر الأساس في تطوير الاقتصاد، والإدارة العمومية. وتتمثل الرقمنة في تحويل المعلومات من شكلها التقليدي إلى شكل رقمي يمكن معالجته باستخدام تقنيات الحاسوب والاتصالات.

1. تحسين الكفاءة والفعالية

تساهم الرقمنة في تسريع الإجراءات وتقليل الأخطاء البشرية، ما يؤدي إلى رفع كفاءة المؤسسات وتقليص

[1] أحمد مشهور، تكنولوجيا المعلومات وأثرها على التنمية الاقتصادية، المؤتمر العربي الثالث للمعلومات الصناعية والشبكات،سوريا:المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم ،2003، ص07.

التكاليف. فعلى سبيل المثال، تسمح الأنظمة الرقمية بإدارة الموارد المالية والبشرية بشكل أكثر دقة وشفافية، مما يدعم اتخاذ القرار المبني على البيانات الدقيقة.[1]

.2تعزيز الشفافية ومكافحة الفساد:

من خلال أنظمة التتبع الرقمية والسجلات الإلكترونية، يمكن الحد من التلاعب بالمعاملات، وتعزيز الشفافية في المؤسسات الحكومية والخاصة. الرقمنة تخلق بيئة رقمية يسهل فيها مراقبة العمليات وتقييم الأداء.[2]

.3تسهيل الوصول إلى الخدمات:

الرقمنة تُسهّل تقديم الخدمات عن بُعد، مثل التعليم الإلكتروني، الخدمات البنكية، والخدمات الصحية. وقد برزت أهميتها خاصة خلال جائحة كوفيد- 19، حيث ساعدت على استمرار الأنشطة اليومية رغم القيود المفروضة.[3]

.4تحفيز الابتكار والنمو الاقتصادي

تُعد الرقمنة من المحركات الأساسية للاقتصاد الرقمي، حيث تُمكّن من خلق وظائف جديدة وفرص عمل في مجالات مثل الذكاء الاصطناعي، تحليل البيانات، والتجارة الإلكترونية. وهي تدعم الشركات الناشئة والمشاريع الصغيرة بتمكينها من الوصول إلى أسواق أوسع بأقل التكاليف.[4]

5. حفظ المعلومات وأمنها

توفر الرقمنة إمكانيات كبيرة لحفظ البيانات بأمان، واسترجاعها بسرعة، مع تطبيق معايير الحماية مثل التشفير والنسخ الاحتياطي. وهذا يُقلّل من المخاطر المرتبطة بفقدان الوثائق الورقية أو تلفها.[1]

---

[1] عبد الله بن أحمد المغلوث، التحول الرقمي ودوره في تطوير المؤسسات الحكومية المجلة العربية للإدارة، ال عدد2، مصر، 2020: ص33،55.

[2] علي سامي،الحوكمة الإلكترونية والشفافية في العمل الإداري، مصر: دار الفكر العربي ،2021، ط1، ص30.

[3] UNESCO. (2020). Education in a post-COVID world: Nine ideas for public action. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373717

[4] OECD. (2021). Digital Transformation in the Age of COVID-19: Building Resilience and Bridging Divides. Retrieved from https://www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook-2020

المطلب الرابع: أهداف الرقمنة

وهي عدة أهداف تتوزع على المستويات التالية :

-**الحفظ:** حيث أن الوسائط الرقمية تعد أقل عرضة للتلف والتحول، مقارنة بالوسائط الورقية التي تتعرض لعدة أخطار .

-**التخزين:** أما بخصوص التخزين فإن قرص مضغوط يمكن تخزينه آلاف الصفحات فما بالك بقرص رقمي، إذن الرقمنة توفر علينا الكثير من المساحات .

-**الاقتسام:** من خلال الشبكات وخصوصا شبكات الانترنت سمحت الرقمنة بالاطلاع على نفس الوثيقة من قبل مئات الأشخاص في نفس الوقت .

-**سرعة الاسترجاع وسهولة الاستخدام:** تتميز النظم الرقمية بسرعة كبيرة في الاسترجاع حيث أن عندما تحول المواد المكتسبة والوثائقية إلى الشكل الرقمي يمكن للمرء استرجاعها في ثوان بدلا من عدة دقائق .

-**الربح المادي:** من خلال بيع المنتج الرقمي على أقراص ميزره أو إتاحته على الشبكة ولا يقصد بالربح هنا الاتجار بماهو الحصول على عائد مادي يغطي هامش من التكلفة لضمان استمرار العمليات[2] .

وهناك من الباحثين من يرى أن الرقمنة تنقسم إلى:

1-أهداف مباشرة يمكن ترجمتها إلى مكاسب مادية مثل :

-إنجاز سريع للأعمال واختصار من التنفيذ في مختلف الإجراءات .

-تقليل ساعات العمل داخل المنظمات الحكومية .

-الحد من استخدام الأوراق في الأعمال الإدارية .

-إمكانية أداء الأعمال عن بعد.

-تقليل التكاليف .

---

[1]أحمد حسام، التحول الرقمي والأمن السيبراني، مجلة الدراسة الأمنية، ال عدد11، السعوديّة: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، السعودية:2022، ص22،39.

[2]- خديجة حجاج وزليخة أمزيلي، رقمنة الخدمة العمومية في ظل جائحة كورونا، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم القانونية والإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة: 2022-2021، ص54.

2-أهداف عامة غير مباشرة يصعب ترجمتها إلى مكاسب مادية ملموسة مثل :

-التقليل من الأخطاء المرتبطة بالعامل الإنساني .

-التوافق مع بقية دول العالم خاصة المتقدمة منها .

-زيادة وتعزيز القدرة التنافسية للمنظمات .

-توفير المعلومات والبيانات بصورة فورية[1] .

المبحث الثاني:اليات الرقمنة

تتسم الرقمنة في تحسين جودة الخدمات وتسريع العمليات وتمكين المؤسسات من اتخاذ قرارات مستنيرة مستندة إلى البيانات ومع تزايد الاعتماد على الحلول الرقمية، تحولت الرقمنة إلى نهج شامل وأسلوب عمل متكامل يدعمه تخطيط فعلي.

المطلب الاول: نماذج الرقمنة

للرقمنة عدة نماذج يمكن حصرها في 15 نموذج كما يلي :

1-النموذج الفني :حيث يتم تحويل المنظمات التقليدية إلى منظمات رقمية باستخدام بحوث العمليات وعلوم الحاسب وعلم الإدارة دون التركيز على الجوانب السلوكية المنظمة .

2-النموذج السلوكي:وهنا يتم التركيز على المتغيرات السلوكية الفردية والجماعية والتنظيمية والبيئة عند تحويل المنظمة التقليدية إلى منظمة رقمية ومن ثم نقل أهمية اتخاذ القرارات رقميا .

3-النموذج الفني الاجتماعي:حيث يؤخذ في الاعتبار درجات التفاعل الفني والتنظيمي عند عمليات التحويل والذي يركز على استراتيجية الأعمال والبرمجيات اللازمة لتفعيل الحاسبات وقاعدة البيانات والاتصالات .

4-نموذج المشاركة في المعلومات :يعتمد على اشتراك المؤسسة في أحد شبكات المعلومات المحلية أو الدولية أو اعتماد أحد شركات المعلومات في توفير الخدمة بالمشاركة .

[1]- ضيف الله سعيدي، دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية في ظل أزمة كورونا، مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم الاقتصادية وعلوم ال تسيير2023،2022، كلية العلوم الاقتصاديةوالتجارية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة: ص06.

5-نموذج تحليل القوى التنافسية :يعتمد على بناء نظام معلومات متكاملة لدعم التحليل الرباعي وعلى التخطيط الاستراتيجي المنظمة، حيث يسعى إلى تعظيم نقاط القوى التنظيمية وتقليل نقاط الضعف وذلك للسيطرة على الفرص البيئية ومواجهة التحديات العالمية والمحلية .

6-نموذج إدارة الأصول الرقمية :والذي يعتمد على القدرات المالية المؤسسات التحول من النموذج الورقي إلى النموذج الرقمي، وليعتمد هذا النموذج على دراسات جدوى تحليلية أو قياس الاحتياجات الرقمية المسبقة، كما يخضع هذا النموذج لمشكلات تقادم الحاسبات وصعوبة تحديث البرمجيات .

7-نموذج التحول التدريجي :والذي يعتمد على مجموعة من شركات المعلومات والاتصالات بدلا من شركة واحدة في إدارة الملفات الرقمية .

8-نموذج التحول الاستراتيجي: يعتمد هذا النموذج على التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة واعتبار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد ركائز المركز التنافسي للمؤسسة ومن ثم يتم تحديد مركز المؤسسة في الصناعة المحلية والعالمية والثقافة أن المنافسة بالوقت هي أحد وسائل تحقيق الأهداف .

9-نموذج التحول الديناميكي: يكشف هذا النموذج الاستخدام الفعال لعلاقة المؤسسة بالمتغيرات البيئية وكذلك التقدم المستمر في تكنولوجيا المعلومات، فالتفاعل والتكامل والتنسيق بين احتياجات المؤسسة وتأثيرات البيئة والتقدم في تكنولوجيا المعلومات هي أساس هذا النموذج .

10-نموذج التطوير التنظيمي: يعتمد هذا النموذج على تحول مستوى المنظمات لاستقبال التحول للمنظمة الرقمية من خلال التعليم والتدريب التحويلي بدلا من فرض حلول جامدة تقلل من فرص النجاح .[1]

11-نموذج المثالية :يعتمد على البحث عن الحلول المثالية لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحويل المنظمة إلى منظمة رقمية ويعتمد هذا النموذج في عمليات المحاكاة على الاختيار قبل التنفيذ الفعلي، مع محاولة ضغط التكاليف والبحث عن أعلى نتائج مثال ذلك التخصيص العلمي للموارد الرقمية والقضاء على تعاقد والضياع والأعطال والإحلال الدوري والضيافة المانعة والتطوير المستمر في البرمجيات .

[1]-جيلالي فقير وسفيان علا، دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية،مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص إدارة أعمال قسم علوم التسيير، كلية العلوم التجارية والاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ابن خلدون تيارت :2019 2020، ص17.

12-نموذج التكلفة والمكاسب: تلجأ بعض المؤسسات إلى مقارنة تكاليف التحول لمؤسسة رقمية بالمكاسب المتوقعة من اقتناء منظومات المعلومات حيث يتم الرفض أحيانا في حالة زيادة التكلفة .

13-نموذج التحويل المتكامل: ويقوم هذا النموذج على فلسفة المنظومات والرغبة في التحول المتكامل لجميع الإدارات ومن ثم تسعى إدارة التكنولوجيا في المستويات التنظيمية لبناء المنظمة الرقمية وإلى الربط بين التغيير في منظومة الأعمال والتحديث في منظومة الإدارة الالكترونية تشمل الحاسبات، البرمجيات، قاعدة البيانات، نظم المعلومات والانترنت .

14-نموذج التحويل الاستجارة: تقوم بعض المؤسسات اليوم بالاعتماد على شركاء الحاسبات والبرمجيات وتحليل النظم في إدارة منظومة المعلومات والاتصالات بها وتعتمد فلسفة التحويل على أن خبرة شركات التكنولوجيا وخبرة المستخدم من خلال النظم وتحليل المعلومات التكنولوجية المتخصصة .

15-نموذج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: يعتمد هذا النموذج على أهمية الربط الشبكي لتكنولوجيا الاتصالات.

والمعلومات لتحقيق الفائدة من الانترنت لدعم القرارات والسياسات ويقوم على أساس المراكز التنافسية للشركاتوإدخال التحديث المستمر في منظومة الاتصالات والمعلومات وفق اتجاهات المنافسين[1].

المطلب الثاني: متطلبات الرقمنة

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

1-القوى البشرية المؤهلة: إن عملية الرقمنة لاتهتم بجهود فردية وإنما تحتاج إلى تكاثف الكثير من الجهود من مختلف الأشخاص المسؤولين داخل المؤسسات، وكذا موظفي مختلف الأقسام داخل المؤسسة، فكلما كان الموظفون مؤهلين ويمتلكون مهارات وكفاءات عالية كان ذلك مساعدا في إتمام مشاريع الرقمنة بجودة عالية.

2-توفر البنية التحتية للاتصالات: إذ لابد من العمل على تطوير مختلف شبكات الاتصالات بما يتوافق مع بيئة التحول التي تستدعي شبكة واسعة ومستوعبة للكم الهائل من الاتصالات دون إهمال التجهيزات التقنية الأخرى من معدات وأجهزة وحاسبات آلية ومحاولة توفيره وإتاحته للأفراد والمؤسسات.

[1] جيلالي فقير وسفيان علا، مرجع سبق ذكره، ص17

3-تطوير التنظيم الإداري والخدمات والمعاملات الحكومية وفق تحول تدريجي بإعادة تنظيم الجوانب والمحددات الهيكلية ومختلف الوظائف الحكومية بما يجعلها تنسجم ومبادئ الإدارة الالكترونية مثلا: إلغاء إدارات استحداث إدارات جديدة، تساير التطور التكنولوجي.

4-وضع التشريعات القانونية اللازمة لتطبيق الرقمنة قبل التطبيق عن طريق تحديد الإطار القانوني الذي يقر بالتحول الالكتروني وأثناء التطبيق أي تكملة للنقائص والفراغ القانوني اللازم، والذي يمكن أن يظهر في أي مرحلة من مراحل التحول، ويعد التطبيق بوضع قواعد قانونية ضامنة لأمن المعاملات الإلكترونية وتحديد الإجراءات العقابية الخاصة بفئة المتورطين في جرائم الإدارة الإلكترونية.

5-صناع المعرفة: إذ تمثل القيادات الرقمية وكل ما يشمل الرأس مال الفكري والمديرون والمحللون للموارد المعرفية فدور صناع المعرفة يكمن في محاولة خلق ثقافة معرفية جديدة داخل الإدارة. الالكترونية عن طريق تعبير طرق التفكير، وترقية أساليب العمل الإداري وفق ما يتمتعون ب هبه من

خيرات ومعارف في مجال المعلوماتية[1].

المطلب الثالث: أشكال الرقمنة

تأخذ الرقمنة عدة أشكال منها[2]:

1-الرقمنة في شكل صورة: تمثل مساحة كبيرة من حيث الاستعمال في التخزين وتشمل كلا من الكتب والمخطوطات القديمة وخاصة في دراسة القيم الفنية لا النصية.

وتشمل عدة نقاط تدعى بيكال وهي فيما يلي:

- **أحادي بايت 1 أبيض وأسود :** تمثل بايت واحد بقيمتين أبيض وأسود وهي طريقة جد اقتصادية من ناحية الحفظ وسهلة التطبيق على الوثائق الحديثة وشديدة الوضوح وصعبة في التعامل مع الوثائق القديمة، التي تعرضت للرطوبة والتلف لقراءتها من طرف الماسح الضوئي.

- **8 بايت لصورة مستوى رمادي:** يتطلب عدد كبير من البيكسل لمساحة أكبر على مستوى الذاكرة وهي تحفظ الوثائق القيمة جدا عكس أحادي البايت.

---

[1]- ضيف الله سعيدي،مرجع سبق ذكره، ص08.

[2]هشام بن دادي،عبد القادر معمر سعيدان، رقمنة الخدمة العمومية ومبدأ قابلية المرفق العمومي للتكيف، مذكرة لنيل شهادة ماستر في الحقوق، كلية الحقوق والعلوم السياسية جامعة ورقلة 2021-2022، ص 14.

- **24 بايت أو أكثر لصورة ملونة :** هو الآخر يتطلب عدد كبيرا من البيكسل لمساحة كبيرة في الذاكرة، إلا أنه يختلف عنه كونه أن كل 1 بيكال يقابله في الترميز ثلاثة ألوان (أحمر، أخضر، أزرق)، وكل لون يرمز بعدد معين من البنيات، وهذا لنوع حجم الملفات الكبيرة جدا مقارنة بالنوعين السابقين.

2-**الرقمنة في شكل نص:** يسمح بالبحث داخل النص مباشرة مع الوثائق الإلكترونية بواسطة برمجة التعرف الضوئي على الحروف بداية من وثيقة في صورة مرقمة التي تقوم بتحويل النقاط المكونة للصورة إلى رموز وعلامات وحروف مع إمكانية تعديل وتصحيح الأخطاء.

3-**الرقمنة في شكل اتجاهي:** ويعتمد على العرض باستعمال الحسابات الرياضية خاصة في مجال الرسوم بوجود الحاسب الآلي، وبتحويل بشكل رقمي إلى شكل اتجاهي وهي عملية طويلة ومكلفة، فمثلا PDF يعتبر شكل من أشكال اتجاهي بهدف نشر وتبادل المعلومات المقروءة إلكترونيا، ويشكل يحفظ المادة التي يتم تبادلها وتأخذ الجوانب التالية:

- **الحجم المضغوط:** PDF صغيرة الحجم يساعد على نقلها بسرعة عبر الأنترنت.

- **التوافقية :** يمكن قراءة ملف PDFعن طريق أي نظام تشغيل مجانا PDF لا يعتمد نظام تشغيل واحد.

- ملفات PDF يحفظ للمستخدم على الجودة عند قراءتها، وبتركيز أجزاء من الصفحة دون تأثير الحروف ودون تشويه لشكل الصفحة[1].

المطلب الرابع: معيقات الرقمنة

تعد الرقمنة وليدة الفكر الإداري الحديث، ومحاولة تطويرها على مستوى المنظمة عادة ما يصاحبها عدة عراقيل تحول دون تحقيقها بنجاح، وقد اتجه بعض الباحثين إلى تصنيفها إلى جوانب متعددة كما يلي:

1-معوقات إدارية وأمنية : تواجه الإدارة في تحولها من الأسلوب التقليدي إلى الالكتروني عددا من المعوقات الإدارية والأمنية.

[1] سهيلة مهري، المكتبة الرقمية في الجزائر (دراسة الواقع وتطلعات المستقبل)، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة 2005، ص 83-84.

أولا: المعوقات الإدارية.

وتتمثل في غياب الاستراتيجية الفعالة وغموض المفهوم (كما يزال الكثير من القيادات الإدارية في العديد من المؤسسات لا يدركون مفهوم الحكومة الالكترونية بصورة جيدة لذلك فإن الأمر يستلزم إظهار للمفهوم وتحقيق الأرضية الفكرية لهم)[1].

– إضافة إلى الافتقار إلى التخطيط والتدريب المناسبين: حيث أن غياب التخطيط يشكل عائقا رئيسيا أمام التحول الرقمي، ومن خلال التخطيط السليم من البداية إلى النهاية وتدريب الموظفين يمكن تقليل فرص الفشل وزيادة فرصهم في النجاح.

ثانيا: المعوقات الأمنية.

تتمثل في[2]:

– عدم توافر برمجيات تحكم الرقابة على الاختراقات المعتمدة.

– تستثمر تحديات أمن المعلومات نطاقا واسعا من العناصر بعضها في تقني يرتبط بالأنظمة التقنية والبرامج والأجهزة المستخدمة وبعضها الآخر يرتبط بالأفراد والهيئات الإدارية القائمة على الإدارات الالكترونية حول العالم.

2–المعوقات البشرية: إن نقص في الموارد البشرية مع العصر الرقمي يعد معوقا يواجه المؤسسة هن ممارستها لتكنولوجيا الحديثة وتتمثل فيما يلي:

– ضعف الوعي الثقافي بتكنولوجيا المعلومات على المستوى الاجتماعي والتنظيمي.

– قلة برامج التدريب في مجال التقنية المتطورة في المنظمات.

– نقص الخبرات لدى المديرين وقلة تقديم حوافز مادية لهم.

– ضعف المعرفة الكافية بتقنيات الحاسب الآلي، والرهبة والخوف الذي يمتلكه العاملين بالإدارة عند استخدامه.

---

[1] سهام سليم الجعافرة، الرقمنة وتحسين أداء جودة الخدمة في البلديات، مجلة العلوم الإنسانية، العدد 02، الجزائر،2022ص 800.

[2] على مكيد، جيلالي بوزكري ، معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية في الجامعات الجزائرية، دراسة حالة المركز الجامعي بتيسمسيلت، مجلة الحقوق والعلوم الإنسانية، المجلد 19، العدد 2، بدون سنة، ص 229.

– قلة تشجيع المسؤولين للأفراد على التعلم الذاتي للبرامج وتطبيقات الإدارة الالكترونية وتقنية المعلومات.

– تصور نظرة الموظفين والعمال الإداريين في المنظمات إلى المشروعات التقنية والحاسب عامة على رؤية ما تكلفه هذه المشروعات من نفقات دون النظر إلى إيجابيات ها وفوائدها.

– مقاومة التغيير: إذ أن إقامة مثل هذا المشروع تحمل في طياتها الكثير من المتغيرات على مستوى المنظمات والأقسام والشعب، وإعادة توزيع المهام والصلاحيات مما يستلزم تغييرا في القيادات الإدارية والمراكز الوظيفية وقد ينجم عن ذلك في أغلب الأحيان مقاومة للتغيير من قبل المديرين والموظفين.

– تنامي شعور بعض المديرين وذوي السلطة بأن هذا التغيير يشكل تهديدا.

– مقاومة العاملين للتغيير وشعورهم أنه لن يكون لهم مقاعد في الإدارة الجديدة أو أن حضورهم على الاقل سيكون هاشميا.

– خوف بعض الموظفين وخاصة القدامى من فشل تجربتهم في التعامل مع كل جديد كذلك ضعف مهاراتهم اللغوية وخاصة الانجليزية، مما يؤثر مشروع الإدارة الالكترونية حتى تتمكن المؤسسات من إعادة تأهيل هؤلاء الأفراد أو استبدالهم.

– خوف المتعاملين من أثر السلبيات التقنية الحديثة على مصالحهم وما يترتب عليها من تقليص العمالة وانخفاض الحوافز[1].

3–المعوقات المالية: وتتمثل فيما يلي[2].

– تكلفة استخدام الشبكة العالمية للأنترنيت.

– قلة الموارد المالية المخصصة للبنية التحتية اللازمة لتطبيق الإدارة الالكترونية وخاصة إنشاء الشبكات وتطوير الأجهزة.

– قلة الموارد المتاحة لدى الإدارات العليا.

– قلة توفير المخصصات المالية التي تحتاج إليها عمليات التدريب والتأهيل من أجل تطبيق الرقمنة.

---

[1] سامر عبد السلام ، الفحواتش معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في كلية الآداب،مجلة كلية الآداب، جامعةصبراته،ال عدد29،ليبيا: العدد29، ص 174،175.

[2] نفس المرجع، ص 176.

- توجيه التمويل نحو الأمور الأكثر إلحاحا.

- نقص الموارد المالية للمؤسسات.

- ضعف نظام الحوافز المادية للموظفين في العمل الالكتروني.

- عدم القيام بدراسة الجدوى من الناحية الاقتصادية لمتطلبات تطبيق الرقمنة وتجهيزاتها.

4-التحديات التقنية:

وتتمثل هذه التحديات في:

- صعوبات ومشاكل تشغيل الحاسب الآلي في بعض البيئات المؤسساتية.

- ندرة وجود مواصفات ومعايير موحدة للأجهزة المستخدمة حتى داخل المؤسسة الواحدة.

- تقادم أجهزة وبرامج الحاسب الآلي المستخدمة في البيئة التعليمية.

- ضعف البنية التحتية لشبكات الاتصال في بعض المناطق والكثير من المؤسسات.

- ضعف قطاع التقنيات الحديثة في الدول النامية.

- ندرة اتباع الطرق العلمية لتحديد الاحتياجات اللازمة لمختلف الوحدات والتجهيزات للإدارة الالكترونية.

- قلة حوافز المبرمجين الفنيين ونقص البرامج بالتحول إلى الرقمنة.

- قلة الدورات التي تواكب التقنيات الحديثة[1].

المطلبالخامس: واقعالرقمنة في الجزائر

تعتبر الرقمنة من بين التحولات الجوهرية التي يشهدها العالم اليوم،لما لها من دور فعال في إعادة تشكيل طرق العمل و أساليب تقديم الخدمات داخل مختلف المؤسسات العمومية و الخاصة.و قد ادركت الجزائر من مطلع الألفية الثالثة أهمية التحول الرقمي كخيار إستراتيجي للنهوض بالرقمنة و تحقيق التنمية المستدامة خاصة في ظل التحديات الاقتصادية الراهنة.

[1] سامر عبد السلام، مرجع سبق ذكره، ص 177.

جهود الدولة في ترسيخ الرقمنة:عملت الجزائر على تجسيد الرقمنة من خلال إطلاق عدة برامج و مشاريع تهدف إلى إتمام الإجراءات الإدارية و تحسين جودة الخدمة العمومية ،ومن أبرز هذه الجهود رقمنة الخدمات و تسهيل المهام و التقليل من الإنتظار و الطوابير و تكبد العناء للوصول إلى الوكالات.(1)

1-المكاسب المحققة:أسهمت هذه الجهود في تبسيط بعض الإجراءات و تقليص الممارسات البيروقراطية التي كانت تثقل كاهل المواطن و الإدارة على حد سواء ،كما ساعدت الرقمنة في تعزيز الشفافية محاربة بعض اشكال الفساد الإداري من خلال تتبع مسار المعاملات بدقة.وتشير الدراسات ان الرقمنة ساعدت خلال جائحة كورونا في ضمان استمرارية الخدمات عن بعد.(2)

2-التحديات و العراقيل: رغم الإنجازات المسجلة ،إلا ان مسار الرقمنة في الجزائر ما يزال يواجه تحديات معقدة أولها ضعف البنية التحتية الرقمية،اذ تسجل تفاوتات كبيرة في تغطية شبكات الانترنت خاصة في المناطق الداخلية و الجنوبية ،مما يعيق المواطنين من الاستفادة الكاملة من الخدمات الالكترونية.

كما ان نقص الكفاءات المتخصصة في تسيير المشاريع الرقمية يشكل عائق امام استدامة هذه المشاريع وتطويرها.(3)

3-الإصلاحات و الآفاق المستقبلية:لمواجهة هذه العقبات .وضعت الجزائر خطة وطنية للتحول الرقمي ترتكز على جملة من الاهداف ،أهمها توسيع شبكة الالياف البصرية و تحسين سرعة الإنترنت.وتطوير الأطر التشريعية و القانونية المنظمة للعمل الرقمي.إلى جانب ذلك تعمل السلطات على تعزيز الشراكات مع الشركات العالمية الرائدة في تقنيات المعلومات و الاتصالات لنقل الخبرات و التكنولوجيا.

---

(1).خديجة حجاج ،زليخة أمزيلي،رقمنة الخدمة العمومية في ظل جائحة كورونا ،مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق،كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة قالمة، 2022,2021،ص30.

(2).ضيف الله سعيدي،دورالرقمنة في تحسين الخدمة العمومية في ظل جائحة كورونا ،مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص إدارة اعمال ،كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير ،جامعة الجزائر 2022،2023،ص40.

(3).عبد القادر بن عيسى ،إشكالية التحول الرقمي في الجزائر التحديات و الفرص،مجلة الاقتصاد و التنمية المستدامة ،العدد 2،2022ص54.

خلاصة الفصل الثاني:

تعد الرقمنة من أهم العوامل التي أحدثت ثورة حقيقية في عالم الإدارة من خلال إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتنمية السلوك الإبداعي والتحكم التكنولوجي للموظفين، مما يسهم من دعم ومساندة لأجل تبسيط الإجراءات الإدارية وتسريع عملية منع القرار بأسرع وقت وأقل تكلفة وتمكين الإدارة من التخطيط بكفاءة وقابلية، فالرقمنة يمكن أن تشمل كلا من الاتصالات الداخلية والخارجية لأي مؤسسة والهدف من ذلك هو إدخال الشفافية الكاملة وتقديم جودة خدمات وفق معايير فنية وتقنية عالية تواكب العصر.

الفصل الثالث

جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية في ظل الرقمنة

تمهيد:

تعد جودة الخدمات أحد أبرز المؤشرات التي تعتمد عليها المؤسسات الاقتصادية الحديثة لتعزيز تنافسيتها واستدامة وجودها في بيئة الأعمال المتغيرة، ففي ظل تزايد متطلبات الزبائن وارتفاع مستويات الوعي الاستهلاكي، أصبحت جودة الخدمة عاملا حاسما في بناء صورة المؤسسة، كسب رضا العملاء، وتحقيق الولاء على المدى الطويل، ولم تعد المؤسسات تقاس فقط بقدرتها على تقديم المنتج أو الخدمة، بل بمدى قدرتها على تلبية توقعات الزبائن وتجاوزها من حيث الاداء والكفاءة الاستجابة والاهتمام بالتفاصيل، وعليه أصبح من الضروري تبني سياسات واستراتيجيات فعالة لإدارة الجودة مع التركيز على التحسين المستمر، تدريب الموارد البشرية، وقياس الأداء من منظور الزبون، يهدف هذا الفصل إلى تسليط الضوء على مفهوم المؤسسة الاقتصادية، خصائصها ، وظائفها، وأهدافها، إضافة إلى مفهوم جودة الخدمات ، أهميتها وأبعادها مع التطرق إلى جودة الخدمات الالكترونية وخصائصها.

المبحث الأول: ماهية المؤسسات الاقتصادية

تعتبر المؤسسات الاقتصادية أحد الفاعلين الرئيسيين في المنظومة الاقتصادية للدولة إذ تضطلع بأدوار استراتيجية في إدارة الموارد، توجيه النشاط الاقتصادي وتحقيق الأهداف التنموية والاجتماعية وتكتسي دراسة المؤسسات الاقتصادية أهمية بالغة لفهم طبيعتها القانونية والاقتصادية، أنماط تسييرها، ومساهمتها في تحقيق التوازنات الكبرى للاقتصاد الوطني، لاسيما في ظل التحديات المرتبطة بالكفاءة.

المطلب الاول: مفهوم المؤسسة الاقتصادية

يعرف بيرد" français Perreux "المؤسسة الاقتصادية بأنها شكل إنتاج بواسطته تدمج أسعار مختلف عوامل الإنتاج المقدمة من طرف أعوان متميزين عن مالك المؤسسة بهدف بيع ساعة أو خدمات في السوق من أجل الحصول على دخل نقدي ينتج عن الفرق بين سلسلتين من الأسعار [1].

-كما يعرفها لبترون M. Elberton حيث يقول: "إن المؤسسة تعني كل شكل تنظيم اقتصادي مستقر ماليا ويقترح نفسه لإنتاج سلع أو خدمات للسوق [2].

عموما، يشير مفهوم المؤسسة الاقتصادية إلى ذلك الشكل التنظيمي المقر قانونيا والقائم على تسخير مجموعة من المواد الإنتاجية المتمثلة بالعنصر البشري والممتلكات المادية لخلف بيئة إنتاجية منظمة كهد المجتمع بالسلع، وتقدم له الخدمات وفق ضوابط وإجراءات معينة تتلاءم مع مكان تواجد المؤسسة حجمها ونوع النشاط الذي تقوم به .

وبصيغة أخرى، تعرف المؤسسة الاقتصادية على أنها مجموعة من الأفراد يعملون على تحويل المدخلات إلى مخرجات، أو كونها منظمة تنسق بين رأس المال والكفاءات الأخرى، ويتمثل مدخلها في تحقيق أكبر عائد ممكن من رأس المال المستثمر، فدار في أغلب الأحيان من قبل فريق إداري يمتلك درجة معينة من الاستقلالية في تحديد استراتيجيتها وتنسيق نشاطاتها المختلفة في تقديم سلع وخدمات في بيئة محددة [3].

---

[1]-Fernand Borne، organisation de entreprises-Ed franche، paris, 1966، p6.

[2] -Le breton M. dans IA corruptibilité supérieure éd Del et Cie, paris, 1974, p29.

[3]-أسيد الحسيني،النظرية الاجتماعيةودراسة التقييم، مصر: دار المعارف،1975، ط1، ص73.74.

المطلب الثاني: خصائص المؤسسة الاقتصادية

تتصف المؤسسة الاقتصادية بخصائص سواء كانت في المجال الإنتاجي أو القانوني أو التنظيمي نلخصهافيما يلي:[1]

1-المؤسسة شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها لحقوق وصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها .

2-القدرة على إنتاج أو آدا الوظيفة التي وجدت من أجلها .

3-المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف وظروف سياسية مواتية وعمالة كافية وقادرة على تكييف نفسها مع الظروف المتغيرة .

4-التحديد الواضح للأهداف والسياسات والبرامج وأساليب العمل فكل مؤسسة تضع أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها، أهداف كمية ونوعية بالنسبة للإنتاج، تحقيق رقم أعمال معين ...

5-ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها ويكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات وإما عن طريق الإيرادات الكلية، أو عن طريق القروض أو الجمع بين هذه العناصر كلها أو بعضها حسب الظروف .

6-لابد أن تكون المؤسسة مواتية للبيئة التي وجدت فيها وتستجيب لهذه البيئة، فالمؤسسة لا توجد منعزلة فإذا كانت ظروف البيئة مواتية فإنها تستطيع أداء مهمتها في أحسن الظروف أما إذا كانت معاكسة فإنهما يمكن أن تعرقل عملياتها الموجودة وتفسد أهدافه .

7-المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي، فبالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج ونمو الدخل الوطني، فهي مصدر رزق للكثير من الأفراد

8-يجب أن يشمل مصطلح مؤسسة بالضرورة على فكرة زوال المؤسسة إذا أضعف مبرر وجودها أو تضالت كفاءتها .

المطلب الثالث: أهداف المؤسسة الاقتصادية

إن أسباب المؤسسات الاقتصادية سواء كانت عمومية منها أو خاصة، يسعون وراء إنشائهم

[1]-عمور صخري،اقتصادالمؤسسة، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية بن عكنون ،2007، ط2، ص26-25.

المؤسسة إلى تحقيق جملة من الأهداف، والتي تختلف وتتعدد باختلاف أصحاب وطبيعة وميدان نشاط هذه المؤسسات وحجمها ويمكن تلخيص هذه الأهداف في النقاط التالية:[1]

1-الأهداف الاقتصادية: تتمثل الأهداف الاقتصادية التي تسعى لتحقيقها في :

-تحقيق الربح: إن استقرار المؤسسة في الوجود ثم نموها وتوسعها لا يمكن أن يتحقق إلا من تحقيق حد أدنى من الأرباح يضمن لها تجديد وتطوير تجهيزات ومستلزمات النشاط، وهذا ما يجلها قادرة على الصمود أمام المؤسسات الأخرى .

-تحقيق متطلبات المجتمع: حتى تقوم المؤسسة بتحقيق ما تريده عليها أم تقوم بإنتاج وبيع المنتجات التي تغطي طلبات المجتمع الموجودة به سواء على المستوى المحلي أو الدولي .

-عقلنة الإنتاج: يتم ذلك عن طريق الاستعمال الرشيد لعوامل الإنتاج ورفع إنتاجها بواسطة التخطيط الجيد لمختلف نشاطاتها ومراقبة تنفيذ نتائج هذه الخطة، وهذا تفاديا للوقوع في مشاكل اقتصادية بمصلحة المؤسسة والمجتمع على حد سواء .

2-الأهداف الاجتماعية: والتي تشمل .

-ضمان مستوى مقبول من الأجور : يعد الأجر حقا مشروعا لكل العاملين في المؤسسة، وهو يتراوح بين الارتفاع والانخفاض حسب طبيعة المؤسسات والنظام الاقتصادي .

-إقامة أنماط استهلاكية: تقوم المؤسسة بتأثير على العادات الاستهلاكية وذلك بتقديم منتجات جديدة أو عن طريق الإعلان بصفة عامة .

-تنظيم وتماسك الأفراد داخل المؤسسة: ما يميز الأفراد داخل المؤسسة هو اختلافهم في مستوياتهم العلمية وانتماءاتهم الاجتماعية والسياسية، وهذا الاختلاف يؤدي إلى التنافر والتضارب مع العمال، لذلك تقوم المؤسسة على تأطير العلاقات وتوفير جو من التفاهم والاتحاد من أجل تحقيق نفس الأهداف وهذا يكون في مصلحة المؤسسة.

-تحسين مستوى معيشة المجتمع: وهذا يكون عن طريق تحسين وعقلنة الاستهلاك من خلال تنويع وتحسين الإنتاج وتوفير إمكانيات مالية ومادية للعمال من جهة والمؤسسة من جهة أخرى .

[1]-إسماعيل قبرة، التنظيم الحديث للمؤسسة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع،2008، دورطبعة،ص30.

-توفير التأمينات والمرافق للعمال: وذلك من خلال ضمان التأمين الصحي، والتأمين ضد حوادث العمل، التقاعد، بالإضافة إلى توفير التعاونيات الاستهلاكية .

3-الأهداف الثقافية والرياضية: حيث ترتبط هذه الأهداف بالجانب النفسي والترفيهي للعمال ومنها :

توفير الوسائل الترفيهية والثقافية، تدريب العمال الجدد وركلة القدامى (حيث يخضع العمال الجدد والقدامى غالبا إلى تكوين يمكنهم من مواكبة التطور التكنولوجي الكبير الذي تشهده مختلف المجالات) .

4-الأهداف التكنولوجية: تسعى المؤسسة جاهدة للتحكم في التكنولوجيا الحديثة والمتطورة بغية مواكبة التطورات المتسارعة الحاصلة خاصة في المجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وذلك بتوفير إدارة خاصة تعمل على كافة الوسائل والطرق والأنشطة داخل المؤسسة.[1]

المطلب الرابع: وظائف المؤسسة الاقتصادية

تتلقى المؤسسة الاقتصادية مواد أولية، طاقة معلومات من المحيط وتتمثل هذه العناصر مدخلات فتجري عليها تحويلات معينة لتصبح لدينا مخرجات تكون في شكل منتجات مادية وخدمات للسلع وخدمات تباع في السوق مقابل ربح مادي تستغلها المؤسسة مرة أخرى لتحصل بواسطتها على مدخلات أخرى وهكذا تستمر الدورة الإنتاجية، فنلاحظ أن الناتج الذي يعرض في الأخير على المحيط هو محصلة نشاطات عديدة ومنظمة يمكن تطبيقها كما يلي :

1-وظيفة الإنتاج: وهي الوظيفة الفنية الأساسية في المؤسسة التي تهتم بتوليد عناصر الإنتاج المتواجدة لخلق السلع والخدمات المتنوعة بكل ما يعنيه ذلك من تنظيم، وحل للمشاكل واتخاذ القرارات ووضع سياسات توصل إلى الأهداف المرسومة بأقل تكلفة وبأقصى ربح ممكن .

2-وظيفة التسويق: وهي الوظيفة التي تلي الإنتاج، حيث تساعد المؤسسة على تسويق منتجاتها وتتولى عرضها على المستهلك، اجتذابه وترغيبه في الشراء عن طريق القرارات الأساسية اللازمة من حيث الأسعار والمواصفات، فهي مجموعة العمليات المتعلقة بأعمال البيع، النقل، التخزين، التنميط وتحمل المخاطر والتسعير، والحصول على المعلومات التسويقية والإعلان والترويج، وكل ما يؤدي إلى استرداد

[1] إسماعيل قبرة، مرجع سبق ذكره، ص31.

الأموال التي صرفت بالإضافة إلى توفير عائد معقول يعوض عما أخفق ويمكن للمؤسسة من الاستمرار والتوسع [1].

3-الوظيفة الإدارية: وهي الوظيفة التي تسمع بتعبئة كل قدرات المؤسسة على جميع المستويات من أجل تحقيق الأهداف العامة، وإذا استطاعت الإدارة أن تصل إلى المستوى المطلوب من التنظيم، يعني هذا أنها قد وفرت للمؤسسة فرص النجاح الموجودة، حيث أن التنظيم هو عبارة عن تحديد وتوزيع للمسؤولية التي يتم بها توزيع نشاط المؤسسة على الأفراد العاملين بها، سواء كانوا منفذين أو مشرفين، وتحديد العلاقة بين هؤلاء الأفراد بناء على هذه المسؤوليات[2] .

4-الوظيفة الاجتماعية: تعمل هذه الوظيفة على تسيير الموارد البشرية بما تعمل على اجتذاب العمال الأكفاء، ومن ثم وضع السياسات الكفيلة بترقيتهم وتطويرهم، وزيادة ارتباطهم الوثيق بالمؤسسة وانضباطهم في العمل لاسيما وضعيتهم وعلاقتهم فيما بينهم وبين رؤسائهم.

5-الوظيفة المالية: تعبر عن أوجه النشاط الإداري للمؤسسات المتعلقة بتنظيم حركة الأموال، إذ يقم على عاتق هذه الوظيفة توليد المعلومات المالية والتكليفية اللازمة لأغراض التخطيط والرقابة بالنسبة لمختلف العمليات والأنشطة، وكذا تلخيص المعاملات المالية والتجارية على اختلاف أنواعها بكيفية تناسب المعنيين باستعمالها سواء كانوا من داخل المؤسسات أو خارجها وبعبارة أخرى تتمثل الوظيفة المالية في المهام والعمليات التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال بالكميات المناسبة والتكلفة الملائمة في الوقت المناسب، والعمل على إنفاقها بطريقة عقلانية لتحقيق أغراض المؤسسة التي تصبوا إليها، الشيء الذي يعكس مدى أهمية هذه الوظيفة بالنسبة للوظائف الأخرى [3].

المبحث الثاني: جودة الخدمات وأثرالرقمنة في تطويرها

لجودة الخدمات دور أساسي في تصميم وإنتاج الخدمة وتسويقها، وعموما فإن استمرارية المؤسسات في أداء نشاطها بشكل جيد وضمان نموها وتطورها مرهون إلى حد كبير بمدى قدرتها على جلب أكبر قدر من التعاملات وتلبية حاجات ورغبات العملاء، ويتوقف ذلك على مستوى جودة الخدمة المقدمة.

---

[1]-أحلام جني،تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك (دراسة حالة الأشغال العمومية والطرقات)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ،تخصص إدارة أعمال،كلية العلوم الاقتصادية، جامعةال جزائر2: 2007، بدون طبعة، ص15.

[2]-عوض بدير الحداد،تسويق الخدمات المصرفية،مصر: البيان للطباعة والنشر ،1999، ط1، ص03.

[3]-عدنان كركو ،التخطيط العملي،جامعة حلب سوريا،مؤسسة الأماني الجامعية، 1974، بدونطبعة، ص65.

المطلب الاول: مفهوم جودة الخدمات

تتعدد التعريفات بالنسبة لجودة الخدمات وذلك لاختلاف حاجات وتوقعات الزبائن عند البحث عن جودة الخدمة المطلوبة وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة المطلوبة وكذلك الاختلاف في الحكم على جودة الخدمة فهي تختلف من زبون إلى آخر ولها عدة تعريفات من بينها :

-جودة الخدمة هي جودة الخدمات المقدمة سواء كانت متوقعة أو مدركة أي التي يتوقعها الزبائن أو يدركونها في الواقع الفعلي، وهي محددة الشيء الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه، حيث يعتبر في نفس الوقت من الأولويات الرئيسية التي تزيد تعزيز مستوى الجودة في خدماتها [1].

-وتعرف جودة الخدمة على أنها التفوق على توقعات الزبون [2]، أي يقصد بها في هذا التعريف بأن المؤسسة تتفوق في خدماتها التي تؤديها فعليا على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات .

-وتعرف أيضا بأنها تقديم نوعية عالية وبشكل مستمر وبصورة تفوق قدرة المنافسين الآخرين وانخفاض نسبة الشكاوى [3].

من خلال التعريفات السابقة تتفق على جودة الخدمات هي مدى قدرة المنظمة على إنتاج وتقديم خدمة استثنائية مميزة تقترب من الكمال لتلبي احتياجات الزبون بما يتناسب مع الأهداف المنشودة .

المطلب الثاني: أهمية وأبعاد جودة الخدمات

أولا: أهمية جودة الخدمات

لجودة الخدمات أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات وذلك من أجل تحقيق النجاح والاستقرار فإن على الزبون والموظفين أن يتفاعلون معا من أجل خلق الخدمة وتقديمها على أعلى مستوى، وعلى المؤسسات الاهتمام بالموظفين والزبائن معا، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي:[4]

[1]-مأمون الدراركة، إدارة الجودة الشاملة، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع،2001، ط1، ص143.
[2]-ريتشاردل ويليامز،أساسيات إدارة الجودة الشاملة،مصر: ترجمة ونشر مكتبة الحرير ،1990، ط1، ص35.
[3]- كاظم محمود نضير، إدارة الجودة وخدمة العلماء،الأردن:دار الميسر للنشر والتوزيع،2002، ط1، ص215.
[4]-مأمون الدرادكة، مرجع سبق ذكره، ص151.

1-نمو مجال الخدمة: لقد ازداد عدد المؤسسات التي تقوم بتقديم الخدمات فمثلا نصف المؤسسات الأمريكية يتعلق نشاطها بتقديم الخدمات إلى جانب ذلك فالمؤسسات الخدماتية مازالت في نمو متزايد ومستمر .

2-ازدياد المنافسة: إن تزايد عدد المؤسسات يؤدي إلى وجود المنافسة الشديدة بينها لذلك فإن الاعتماد على جودة الخدمة سوف يعطي لهذه المؤسسات مزايا تنافسية عديدة .

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

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

ثانيا: أبعاد جودة الخدمات

قدم كل من "بيري وبارازبوهاتوزيتاهل" 5 أبعاد أساسية لجودة الخدمات والتي تتمثل في:[1]

-الملموسية: وتشمل جميع الأدلة والتسهيلات المادية والمعدات المرتبطة بالخدمة المقدمة مثل الأجهزة والمعدات المستخدمة في أدائها والعاملين بالمؤسسة[2] .

-الاعتمادية: وتعين قدرة المزود على إنجاز وتقديم الخدمة حسب وعده وبشكل دقيق من حيث الوقت والإنجاز أي تقديم الخدمة في وقتها المحدد وتقديم معلومات وخدمات صحيحة ودقيقة .

-الاستجابة: ويتضمن هذا البعد أربعة متغيرات تقيس اهتمام المؤسسة بإعلام زبائنها بوقت تأدية الخدمة وحرص موظفيها على تقديم الخدمات الفورية لهم، والرغبة الدائمة لموظفيها في معاونتهم وعدم انشغال الموظفين عن الاستجابة الفورية لطلباتهم .

---

[1]-ياسين عطاء الله،تقييم جودة الخدمة، (دراسة عينة من زبائن بريد الجزائر لولاية الأغواط)، مجلة الأصيل للأبحاث الاقتصاديةوالإدارية، ال عدد1، الجزائ :2018، ص358.

[2]-أحمد بن مويزة، علاقة جودة الخدمة البنكية وجودة العلاقة على رضا العملاء، (دراسة لعينة من عملاء بنك الفلاحة والتنمية الريفية لولاية الأغواط). مجلة العلوم الاقتصاديةوعلوم التسيير، كلية العلوم الاقتصاديةوالعلوم التجاريةوعلوم التسيير، ال عدد16، الجزائ:2016، ص300.

-الأمان (الثقة): ويظهر من خلال مهارة الموظفين في ممارستهم لأداء مهامهم، الأمر الذي يغرس الثقة بأن الخدمة تخلو من الخطأ، الخطر أو الشك، مما يولد الاطمئنان النفسي والمادي للزبائن [1].

-التعاطف: يشير هذا البعد إلى الأدب والاحترام والمودة عند التعامل مع المستفيد [2].

المطلب الثالث: جودة الخدمات الالكترونية وخصائصها

تعرف جودة الخدمة الإلكترونية في إطارها الواسع على أنها تنطوي على تقديم خدمة عبر وسائل وشبكات الكترونية مثل الانترنت ويتضمن هذا القصور ليس فقط الخدمات التي اعتادت مؤسسات الخدمة التقليدية على تقديمها، إنما إنها تلك الخدمات المقدمة من قبل الصناعيين ممن يعتمد فجاءهم على جودة هذه الخدمات، وعليه فإن مفهوم الخدمة الالكترونية واسع في إطاره وليقتصر على مزودي الخدمات فقط، وتأسيسا على ما تقدم فإن مفهوم الخدمة الالكترونية يركز لدرجة الأساس على العميل وأنه بعبارات أخرى هو مفهوم موجه للعميل أساسا [3].

-كما تعرف الخدمة الالكترونية على أنها تلك الخدمات التي تقدم من خلال الاتصال الالكتروني بين مقدم الخدمة والمستفيد منها [4].

-وتعرف أيضا على أنها عبارة عن أفعال وجهود وأداء ينقل باستخدام تكنولوجيا المعلومات، ويشمل خدمات البيع، خدمة الزبائن وخدمة التوصيل [5].

-تعتبر جودة الخدمات الالكترونية من العوامل الأساسية في نجاح المؤسسات التي تقدم خدمات عبر الانترنت، حيث يعتمد نجاح هذه الخدمات على عدة خصائص تميزها عن الخدمات التقليدية[1] .

---

[1]-سعيد أورباج، أثر تبني المزيج التسويقي على جودة الخدمة (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر.مجلة المنتدى للدراسات والأبحاث الاقتصادية)، ال عدد1، جامعةالجلفة، الجزائر:2021، ص23.

[2]-حمزة كواديك، دور تمكين العاملين في تحسين جودة الضمانات لتحقيق رضا الزبون (حالة تجارب رائدة لمؤسسات عالمية في تمكين العاملين في القطاع الخدمي)، مجلةالاقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، جامعة تيسمسيلت الجزائر :2021 ص130.

[3]-بشير العملاق، ثقافة الخدمة،الأردن: دار اليازوري العملية للنشر،2019، بدونطبعة، ص99.

[4]-نورة بن ناصر الهزاني، الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية،دراسة لتقييم الوزارات السعودية على الإنترنت،أطروحة دكتوراه تخصص إدارة أعمال، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، السعودية :2008، مكتبة الملك فهد الوطنية، ص47.

[5]-نذير غانم الخدمات الإلكترونية بالمكتبات الجامعية، أطروحة دكتوراه،تخصص علم المكتبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعةقسنطينة، الجزائر:2010، ص179.

أولا: سهولة الاستخدام تعتبر من أهم خصائص جودة الخدمات الالكترونية حيث يجب أن تكون المنصات الالكترونية سهلة التنقل حتى لا يشعر العملاء بالإحباط ويستطيعوا الوصول إلى ما يحتاجوإليه.

ثانيا: السرعة والكفاءة تعد من الخصائص الأساسية أيضا، حيث يتوقع العملاء أن تكون الخدمات الالكترونية سريعة الاستجابة سواء كان ذلك لتصفح الموقع أو في تنفيذ المعاملات عبر الانترنت .

–ومن الخصائص المهمة أيضا هي الأمان وحماية البيانات، حيث أن حماية البيانات الشخصية للعملاء عبر الانترنت تعتبر ضرورة أساسية لتوفير الثقة في التعاملات الالكترونية .

يجب أن تكون هناك تقنيات متطورة مثل التشفير لتأمين المعلومات وحمايتها من التشييع والاستغلال .

أيضا التوافر الدائم من الخصائص المهمة، حيث ينبغي أن تكون الخدمات الالكترونية متاحة على مدار الساعة وطول أيام الأسبوع لضمان تقديم الخدمة في أي وقت يحتاجه العميل .

وأخيرا، تعد الدعم الفني والتعامل مع العملاء من الخصائص التي تؤثر بشكل كبير على جودة الخدمات الالكترونية، يجب أن تكون هناك قنوات تواصل فعالة مثل الدردشة المباشرة والبريد الالكتروني لضمان استجابة سريعة لمشاكل واستفسارات العملاء.

المطلب الرابع: مساهمة الرقمنة في تحسين جودة الخدمات

تعتبر الرقمنة كأحد أحدث وأهم الاستراتيجيات المتبعة في تقديم الخدمة وتقريب العميل من الإدارة وتأمين الرفاهية التي يجب توفيرها لأغلب أفراد المجتمع فبفضلها أصبح تصميم خدمات باستخدام الحاسوب بدلا من أساليب تصميم تقليدية. فاستخدام الانترنت أصبح بإمكان أي عميل الحصول على خدمات إلكترونية دون أي اتصال مادي مع مزود الخدمة وأصبح من السهل القيام بعمليات الاستشارة والحصول على أكبر قدر من المعلومات واستلام الطلبيات وبناء علاقة قوية بين المنظمة وعملائها في وقت وجيز [2].مما سبق يمكن القول إن تطبيق الإدارة الإلكترونية في مختلف المؤسسات أدى إلى تحسين جودةالخدمات التي

[1]–خالد يوسف،جودة الخدمات الإلكترونية في العصر الرقمي، الأردن: دار النشر الأكاديمي.2022، بدونطبعة، ص112.

[2]هاجر كحلول، دور الرقمنة في تحسين جودة المؤسسات الخدماتية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية،كلية العلوم الاقتصاديةوالتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم: 2023–2024، ص 34.

تقدمها للعملاء وذلك من خلال تأثيرها على أساليب تقديم الخدمة وتجلى ذلك في النقاط التالية[1]:

– تقليص تكاليف الخدمة من خلال الاتصال عبر الخط دون الانتقال والتوصل للخدمة من خلال نوافذ مما يتيح تقليل التكاليف.

– الدقة والتي تشير إلى إنجاز الإكمال وفق مقاييس مضبوطة تحدد من خلال أنظمة معالجة معلوماتية وبشكل يحد من الأخطاء الإدارية ويمنع التجاوزات أثناء تقديم الخدمة.

– سهولة المحاسبة ووضوح الخدمة:

إن توظيف تكنولوجيا المعلومات في أداء الخدمة يؤدي إلى إمكانية المحاسبة على كل جزيئات تلك المهام والأنشطة من خلال وجود النشر الإلكتروني لكل مراحل الخدمة، إذ لا مجال لإخفاء المعاملات ولا فرصة لتقديم خدمات دون أخرى.

– كما تساهم الرقمنة في تحقيق:

– تسهيل معاملات الأفراد وإعادة هيكلة الإجراءات نحو التبسيط والتسهيل.

– تقليل التراكم الورقي بإحلال الوثائق الورقية واستخدام الإمكانات الهائلة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة قدرة المؤسسة على توفير المعلومات والخدمات بسهولة ويسر.

– تهيئة المؤسسات للاندماج بالنظام العالمي ش كواكب مستوى أداء المؤسسة المتبعة للنظم الحديثة في أماكن أخرى والتنمية بصفة متواصلة وتبسيط تحقيق الإجراءات الإدارية وكذا مكافحة البيروقراطية.

– إن الانتقال من الخدمات التقليدية إلى الخدمات الرقمية أصبح ضرورة حتمية لكل المنظمات بصفة

عامة واقتصادية بصفة خاصة والتحكم الجيد في هذه التكنولوجيا وتطوير مختلف المهام والأنشطة.

– مما يؤدي إلى السرعة في إنجاز وتقديم خدمات بشكل مباشر وتوفير الجهد والوقت والتكلفة، وبالتالي تنمية العلاقة بين المنظمة والعملاء والتعرف على رغباتهم وتطلعاتهم وبذلك تم تحسين جودة الخدمة. [2]

---

[1] شافية شرانيط وكريمة بوشملة، دور الإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمة،مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص علم الاجتماع،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل: 2018.2019، ص70.

[2] سلمى بوشرمةوفاطمة قدسي،دور الخدمة في تحسين جودة الخدمة العمومية،مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية،كلية العلوم الاقتصاديةوالتجارية وعلوم التسيير،جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل: 2019/2018، ص49.

خلاصة الفصل الثالث:

في ختام هذا الفصل يتضح أن جودة الخدمات لم تعد مجرد خيار أمام المؤسسات الاقتصادية، بل أصبحت ضرورة استراتيجية فرضتها متغيرات السوق وارتفاع سقف تطلعات العملاء، وقد تبين أن تحقيق جودة عالية في الخدمات يرتبط بعدة عناصر منها الالتزام الإداري، كفاءة الموارد البشرية وفاعلية أنظمة التقييم والتغذية الراجحة، كما أن تحسين جودة الخدمات يسهم بشكل مباشر في رفع مستوى رضا الزبائن، تعزيز سمعة المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية، لذلك فإن نجاح المؤسسة الاقتصادية في العصر الحديث يتوقف بدرجة كبيرة على مدى قدرتها على ترسيخ ثقافة الجودة وتطبيق معاييرها بشكل فعال ومتكامل.

الفصل الرابع

دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في مؤسسة اتصالات الجزائر –المدية-منمنظور الزبائن

تمهيد

يعالج هذا الفصل الواقع الميداني للخدمات الرقمية بمؤسسة اتصالات الجزائر من خلال دراسة تحليلية تطبيقية تستند إلى بيانات الاستبيان، حيث تم في البداية تقديم نظرة عامة عن المؤسسة على المستوى الوطني، ثم التوسع في عرض خصوصيات فرعها المحلي بولاية المدية، من حيث الهيكل التنظيمي، أنواع الخدمات المقدمة، والمسؤوليات التقنية والإدارية التي تضطلع بها المديرية العملياتية. كما تطرق الفصل إلى تحليل مدى تقييم الزبائن للخدمات الرقمية، انطلاقًا من محاور متعددة تشمل طبيعة الخدمات، المزايا، المعوقات، ومستوى الرضا العام، مع الأخذ بعين الاعتبار تأثير متغيرات كالمستوى التعليمي، الجنس، الفئة العمرية ونوع الزبون. يهدف هذا الفصل إلى تقديم صورة واقعية وعلمية لمدى فعالية التحول الرقمي داخل المؤسسة من منظور المستخدمين، مما يساعد على رصد النقائص وتحديد مجالات التحسين المستقبلية.

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر

يُعالج هذا المبحث الجوانب التعريفية والتنظيمية لمؤسسة اتصالات الجزائر، مع التركيز على واقعها المحلي بولاية المدية، وذلك لفهم الإطار العام الذي يتم فيه تقديم الخدمات الرقمية وتسييرها.

المطلب الأول: لمحة تاريخية لمؤسسة اتصالات الجزائر

قبل التطرق إلى الخدمات الرقمية التي تقدمها المؤسسة، من الضروري تقديم نبذة موجزة عن نشأتها وتطورها، لفهم السياق الذي نشأت فيه مساعيها نحو التحول الرقمي.

أولا: نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر

باشرت الدولة الجزائرية منذ سنة 1999م بإصلاحات عميقة في قطاع البريد والمواصلات وذلك بسبب التحديات التي يفرضها التطور الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، حيث تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر أوت 2000، وقد جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الدولة على نشاط البريد والمواصلات والفصل بين نشاطين التنظيم واستغلال وتسيير الشبكات وتطبيقا لهذا المبدأ تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا، ماليا ومتعاملين، أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية والخدمات البريدية المالية متمثلة في مؤسسة بريد الجزائر " والثاني يتكفل بالاتصالات و يتمثل في اتصالات الجزائر."

كما تم في شهر جوان 2001 بيع رخصة لإقامة واستغلال شبكة للهاتف النقال وذلك في إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة، واستمر تنفيذ برنامج فتح هذا السوق ليشمل فروع أخرى، حيث تم بيع رخص تتعلق بشبكات VSAT وشبكة الربط المحلي في المناطق الريفية وقد شمل فتح السوق كذلك الدراسات الدولية في 2003 والربط المحلي في المناطق الحضرية في 2004، وبالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في 2005، وهذا في ظل احترام دقيق لمبدأ الشفافية ولقواعد المنافسة، وتم الشروع في نفس الوقت في برنامج واسع النطاق يرمي على تأهيل مستوى المنشآت الأساسية بالاعتماد على تدارك التأخر المتراكم .[1]

[1] الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر: https://www.algerietelecom.dz/ar تاريخ الاطلاع 2025/05/26، على ساعة 14:57.

ثانيا: ميلاد مؤسسة اتصالات الجزائر

نص القرار 03/200 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات، حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد، وكذألك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر، إذ وبعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة، لتصبح اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات. بعد أكثر من سنتين وبعد عدة دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال تبعت القرار 03/200 أصبحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت سنة 2003.

01/01/ 2003 كانت الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر، حيث قامت الشركة بإتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال لكن برؤى مختلفة تماما عما كانت عليه قبل هذا التاريخ، وقد أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد ومجبرة على إثبات وجودها في عالم ذو منافسة شرسة يعتبر البقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.[1]

ثالثا: تعريف مؤسسة اتصالات الجزائر

اتصالات الجزائر SPA هي مؤسسة عمومية اقتصادية ذات رأس مال قدر بـ

50.000.000.000دج هي ملك للدولة بنسبة 100% ، حددت مدتها ب 99 سنة، قيدت في السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 تحت رقم سجلها التجاري 028 0018083 مقرها الاجتماعي بالطريق الوطني رقم 5 الديار الخمس المحمدية بالجزائر 162938021 العاصمة، رقمها الجبائي 000216.2990330049 بندها الضريبي تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر تشهد نمو قوي وتقدم مجموعة كاملة من خدمات الصوت والبيانات للزبائن ومصممة لابتكار سياسات واستخدامات جديدة موجهة لصالح العملاء.

أصبحت مهامها محصورة بموجب قانون 03/200 الراجع للنظام الأساسي للمؤسسة العمومية الاقتصادية ذات طابع قانوني لشركة ذات أسهم، دخلت رسميا في ممارسة نشاطها ابتداء من 01/01/2003، رغبتها تكمن في تحقيق مستوى عالي قياسي، تقني واقتصادي واجتماعي لتبقى دائما

[1] الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر: https://www.algerietelecom.dz/ar تاريخ الاطلاع 2025/05/26، على ساعة 14:59.

الرائدة وذلك لوجودها في محيط تنافسي، حيث تسعى للمحافظة على مكانتها العالمية كشركة إعلام واتصال في الجزائر، وقد ساهمت في تنمية قدرات استعمال شبكة الانترنت.[1]

المطلب الثاني: فروع وخدمات اتصالات الجزائر

بعد استعراض النشأة والتطور، ننتقل إلى عرض هيكلة المؤسسة من حيث انتشار فروعها وخدماتها المقدمة، وذلك بهدف تحديد أنواع الخدمات الرقمية محل الدراسة.

أولا: فروع مؤسسة اتصالات الجزائر

تعتبر اتصالات الجزائر مجمع حقيقي من خلال فروعها التي أنشأت لتساير التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات، فقدم تم إنشاء ثلاثة فروع هي:

1–فرع اتصالات الجزائر "موبيليس": مختص في الهاتف، حيث تعتبر موبيليس أهم متعاملين الهاتف النقال في الجزائر من خلال تغطيتها التي تعددت 98% وكذا عدد زبائنها الذي تعدى 10 ملايين مشترك .

2–فرع اتصالات الجزائر للأنترنت "جواب": مختص في تكنولوجيا الأنترنت ذو السرعة الفائقة وللإشارة فإن كل قطاعات النشاط الكبرى في البلاد التعليم العالي، البحث العلمي التربية الوطنية، التكوين المهني، الصحة، الإدارة المحروقات المالية مربوطة حاليا بشبكات الأنترنت "internet" بمقرات الربط للأنترنت عن طريق شبكة "جواب".

3–اتصالات الجزائر الفضائية: مختصة في تكنولوجيا السائل والأقمار الصناعية.[2]

ثانيا: الخدمات التي تقدمهامؤسسة اتصالات الجزائر

من أهم الخدمات التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر ما يلي:

1/–خدمة**الويفي(WIFI)** :يمكن تعريف هذه الخدمة على أنها الخدمة التي تمكن من الدخول إلى شبكة الانترنت اللاسلكي وهي عبارة عن حل مبتكر يسمح بتغطية مناطق حضرية واسعة بالتدفق

[1] الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر: https://www.algerietelecom.dz/ar تاريخ الاطلاع 2025/05/26، على ساعة 15:10.

[2] الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر: http://www.algerietelecom.dz/ar/particuliers/idoom-fibre-prod50 تاريخ الاطلاع: 2025/05/27 على الساعة 10:23.

العالي من دون أسلاك.

- بطاقات التعبئة الخدمات الويفي
- بطاقات التعبئة بسعر 100 دج يوم من الانترنت
- بطاقات التعبئة بسعر 500 دج سبعة أيام من الانترنت
- بطاقات التعبئة بسعر 1000 دج ثلاثون يوما من الانترنت. [1]

2/-خدمة**4G**: وتتميز هذه الخدمة بما يلي:

يتم التعبير عن عروض الجيل الرابع بالجهر غير أنه بعد استنفاذ الحجم الشهري المستفاد منه فإنه يبقى الاتصال بالأنترنت بسرعة تدفق تقدر ب 512 kbps كيلوبايت في الثانية طيلة مدة صلاحية العرض.

هذا العرض موجه فقط للزبائن الخواص، إذ يمكن التصفح وتحميل البيانات مع سرعة تدفق قصوى مقابل أحجام استهلاك مختلفة، وبعد استنفاذ الحصة يتم الاستفادة من اتصال الانترنت.

سرعة تدفق تقدر ب 512 kbps في الثانية شكل غير محدود إلى غاية انقضاء مدة الصلاحية، ومع ذلك يمكن تعبئة الحساب في أي وقت عبر الانترنت باستعمال بطاقات التعبئة 1 جيغاأوكتي ب 1000 دج الشهر، 3 جيغاأوكتي ب 2500 دج / للشهر، 5 جيغاأوكتي ب 3500 دج للشهر،و 10 جيغاأوكتي ب 6500 دج للشهر.

وهذا غير أسعار الدخول 3500 دج وتتضمن:

- جهاز استقبال مودم وبطاقةSimuglte
- حجم تحميل قدرة 5 جيغاأوكتي لمدة صلاحية تقدر بشهر واحد.

3/-الجديد والمزايا في خدمة 4 G

تمثل تكنولوجيا الجيل الرابع LTE 4G مرحلة جديدة ألا وهي مرحلة سرعة التدفق الجد عالية، فهي تتمكن من الدخول إلى الانترنت من كمبيوتر المكتب الهاتف الذكي، اللوحة أو الكمبيوتر المحمول بسرعة تدفق عالية.

[1] الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر: https://www.algerietelecom.dz/ar تاريخ الاطلاع2025/05/27 على الساعة: 10:56.

- ❖ تمكن سرعة التدفق الجد عالية لهذه التكنولوجيا من إجراء التحميلات الفائقة السرعة والتصفح السهل الذي يسمح بالاستفادة من خدمات متعددة الوسائط.
- ❖ تمكن تكنولوجيا LTE 4G من تقليص زمن الاستجابة إلى اقل من 150 ميغابايت في الثانية.
- ❖ تركيب وإعادة جهاز استقبال الزبون (CPE) بطريقة سهلة وسريعة.
- ❖ يمكن للمستهلكين استخدام مختلف الدعامات اللاسلكية (WIFI)الكمبيوتر المحمول، اللوحة أو الهاتف الذكي.
- ❖ تخدم الزبائن الذين لا يملكون الهاتف الثابت.

4/-الجهاز

هو عبارة عن جهاز صغير يحتوي بداخله على بطاقة سيم (SIM) التي ترسل إشارة البيانات (DATA)عبر الشبكة اللاسلكية (WIFI) إلى أجهزة أخرى الكمبيوتر المحمول الهاتف الذكي وهو جهاز بسيط جدا وسهل التركيب ودون أي إعداد يكفي فقط توصيله بكابلRJ45 .

5/-خدمة في أمان

أطلقت مؤسسة اتصالات الجزائر برمجية معلوماتية amane@fi لتمكين الأولياء من مراقبة مواقع الانترنتالتي يزورها أطفالهم ويتعلق الأمر ب برمجية تصفية" لمواقع الوايب تمكن من مراقبة مضامين مواقع الانترنت التي يزورها المراهقون والأطفال انطلاقا من الحاسوب الثاني أو المحمول.[1]

ثالثا: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر

يقع فرع مؤسسة اتصالات الجزائر بالمدية ضمن شبكة التوزيع التابعة للإدارة المركزية للجزائر العاصمة والإدارة الجهويةبالبليدة، أنشأت سنة 2003، وهي عبارة عن وحدة عملية للاتصالات تتفرع عنها أربعة وكالات تجارية تتمثل في: وكالة المدية، وكالة برواقية، وكالة قصر البخاري، وكالة بني سليمان [2]والشكل الملحق رقم (03) يوضح تنظيم الوحدة العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية.[3]

[1]الموقع الالكتروني لمؤسسة اتصالات الجزائر:https://www.algerietelecom.dz/arتاريخالاطلاع2025/05/27 على الساعة 11:00.
[2]المرجع نفسه.
[3] الملحق رقم (03) في قائمة الملاحق ص135.

المطلب الثالث: المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر –مدية–

يمثل هذا المطلب توضيحًا لدور المديرية العملياتية على المستوى المحلي، باعتبارها الجهة المسؤولة عن تنفيذ التوجه الرقمي ومتابعة تقديم الخدمات بالولاية.

أولا: نشأة المديرية العملياتية للاتصالات بالمدية

بتاريخ 11 نوفمبر 2002 تم وفق القرار لرقم 15/02 الخاص بتنظيم المديرية العامة لاتصالات الجزائر تأسيس المديرية العملياتية للاتصالات عبر كافة القطر الوطني، الحديث عن ولاية المدية و ولايات الجزائر و منها المديرية العملياتية بالمدية، و كانت الانطلاقة الرسمية لهذه المديرية في الفاتح من جانفي 2003 أي بعد تقسيم قطاع البريد والمواصلات إلى مؤسستين بريد الجزائر و اتصالات الجزائر كشركة عمومية ذات أسهم و قد كانت تسمى في بداية 2003 بالوحدة العملية للإيصالات إلى غاية جوان 2021 ، أين تم تغيير الاسم من وحدة عملية إلى المديرية العملياتية.[1]

ثانيا: أهداف المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية

تسعى المديرية العملياتية بصفة عامة والمديرية العملياتية بالمدية بصفة خاصة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف منها:

- الحفاظ على مكانة المنظمة في السوق.
- استقطاب أكبر عدد من الزبائن العمل على إرضائهم.
- تسهيل الحصول على الخدمات السلكية واللاسلكية.
- تحسين جودة الخدمات والرفع من تنافسيتها.
- تطوير خدمات جديدة للعملاء.
- تقديم خدمات جديدة للعملاء، وللمساعدة التقنية.
- تنفيذ تجارب الصوت والصورة.

[1] مقابلة مع السيدة "حورية سياوي"، رئيسة مصلحة وكالة اتصالات الجزائر –المدية، يوم 2025/05/21 على الساعة 10:00.

– زيادة الخدمات المباعة.[1]

ثالثا: مهام المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية

ترتكز مهامها على القيام بالنشاطات التالية:

– تقديم أحسن الخدمات للزبائن من أجل إرضائهم، والإجابة على جميع شكاويهم.

– تقديم خدمات الهاتف الثابت والأنترنت للخواص والمهنيين وشبكات الأنترنت للمهنيين لمختلف المديريات العمومية والخاصة كالمستشفيات .... إلخ.

– إيصال الأنترنت إلى كل بيت.

– تحديث الشبكة الهاتفية: تحديث الكوابل النحاسية بكوابل الألياف البصرية

– إنشاء شبكات هاتفية في المناطق المعزولة.

– تقديم خدمات الاتصال التي تسمح بنقل وتبادل الصوت الرسائل المكتوبة المعطيات الرقمية، المعلومات السمعية البصرية.... إلخ.[2]

رابعا: خدمات التي تقدمها المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية

من أهم الخدمات التي تعرضها المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية نجد:

– خدمة الهاتف الثابت.

– خدمة الأنترنت المرتبطة بالهاتف الثابت عالي التدفقADSL .

– خدمة الهاتف الثابت اللاسلكي.

– خدمة الويسي WICI تمكن هذه الخدمة من الدخول إلى شبكة الأنترنت اللاسلكي وهي عبارة عن حل مبتكر يسمح بتغطية مناطق حضرية واسعة بالتدفق العالي من دون أسلاك.

– بطاقات التعبئة الخاصة بخدمات WICI وبطاقات التعبئة بسعر 500 دج ثمانية أيام أنترنت، 1600دج ثلاثون يوم أنترنت.[1]

[1] المرجع نفسه.

[2]مقابلة مع السيدة "حورية سياوي"، رئيسة مصلحة وكالة اتصالات الجزائر –المدية، يوم 2025/05/21 على الساعة 10:00.

المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي لوحدة العملياتية للاتصالات بالمدية

تتبنى مؤسسة اتصالات الجزائر – فرع المدية – هيكلًا تنظيميًا وظيفيًا يضمن التنسيق الفعّال بين مختلف المصالح التقنية والإدارية. ويُظهر هذا التنظيم تقسيم المهام والمسؤوليات بطريقة تسمح بتحقيق أهداف الرقمنة وتحسين جودة الخدمات. يُظهر المخطط التنظيمي الموجود في الملحق رقم (04)[2] البنية الداخلية للوحدة العملياتية لاتصالات الجزائر – المدية، والتي تعتمد على هيكل هرمي وظيفي يهدف إلى ضمان التنسيق الفعّال بين مختلف المصالح الإدارية والتقنية. ويتكوّن هذا الهيكل من:

1. المدير العملياتية الولائية : يتولى الإشراف العام على كافة أنشطة المؤسسة على مستوى الولاية، ويعمل على تنفيذ السياسات المركزية بما يتماشى مع الواقع المحلي.

2. مصلحة الشؤون الإدارية والمالية : تُعنى بتسيير الموارد البشرية، الميزانية، التموين، والشؤون القانونية، وتُعد العمود الفقري للدعم الإداري والتنظيمي.

3. مصلحة التجارة والعلاقات مع الزبائن : تتولى متابعة الزبائن، استقبال الشكاوى، إدارة الوكالات التجارية، وضمان جودة الخدمة المقدّمة للزبائن.

4. مصلحة الدعم التقني : مسؤولة عن صيانة الشبكات، مراقبة الجودة التقنية للخدمات، وتحديث البنية التحتية (مثل الألياف البصرية).

5. مصلحة الرقمنة والمعلوماتية : تُشرف على تطوير الأنظمة الرقمية، متابعة تطبيقات الهاتف، إدارة قواعد البيانات الرقمية، وتعزيز الجانب الرقمي لخدمة الزبائن.

6. مكتب الإعلام والاتصال : يساهم في تحسين صورة المؤسسة محليًا، من خلال الحملات التوعوية والتواصل مع وسائل الإعلام.

هذا التنظيم يسمح بتوزيع المهام بشكل واضح، ويُعزز التنسيق بين المصالح بما يضمن تنفيذ سياسة الرقمنة بكفاءة، ويستجيب لمتطلبات الزبائن ومقتضيات العصر الرقمي.[3]

---

[1] المرجع نفسه.

[2] الملحق رقم (04) في قائمة الملاحق، ص136.

[3] مقابلة مع السيدة "حورية سياوي"،رئيسة مصلحة وكالة اتصالات الجزائر –المدية، يوم 2025/05/21 على الساعة 10:05.

المبحث الثاني: تحليل البيانات

بعد استرجاع 72 استمارة من المبحوثين قمنا بعملية افراغها وحسابها عبر برنامج SPSSالنسخة 25 وتفريغها في 48 جدول على أربعة مطالب، وقد تضمن المطلب الأول خدمات المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية، وجاء المطلب الثاني بعنوان مزايا الرقمنة في تحسين الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة، اما المطلب الثالث فقد تناولنا المعيقات التي يوجهها زبائن اتصالات الجزائر لولاية المدية مع الرقمنة، اما المطلب الرابع والأخير تضمن تقييم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها الرقمية، اما البيانات الشخصية فقد تم تفريغها في أربعة جداول مستقلة الأول يمثل الجنسين و الثاني جاء لتصفيفهم حسب الفئة العمرية، والجدول الثالث يمثل المستوى التعليمي، اما الجدول الأخير يمثل نوعين من الزبائن (زبون فردي وزبون مهني) وهم كالاتي :

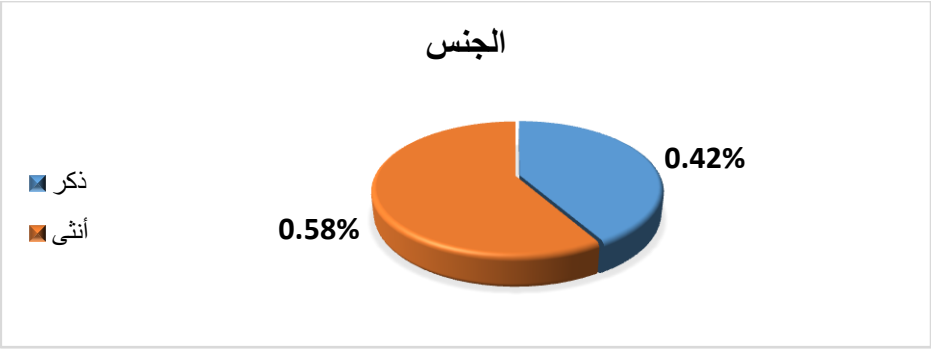
تحليل البيانات الشخصية

1/–تحليل النتائج المتعلقة بالجنس: بالنسبة لمتغير الجنس فقد أجاب كل أفراد العينة عليها، والإجابة كما هي موضحة في الجدول أدناه:

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسب المئوية%
ذكور	30	41.67%
إناث	42	58.33%
المجموع	72	100%

الشكل رقم (01): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



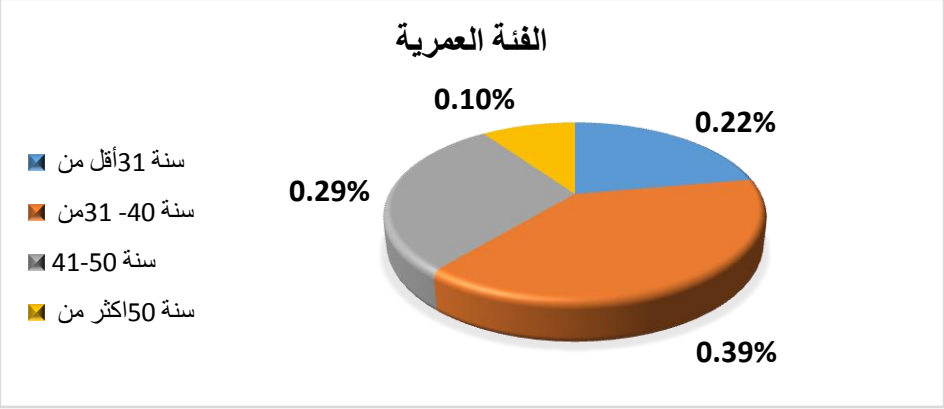
من خلال الجدول رقم 01 يتضح أن 30 مفردة من عينة الدراسة يمثلون نسبة 41.67% من إجمالي المبحثين هم ذكور ، في حين أن 42 منهم يمثلون نسبة 58.33% هم إناث. وهذا ما يدل على وجود تجانس مقبول في توزيع الاستبيان من حيث الجنس، الأمر الذي يخدم الدراسة الحالية وذلك للتعرف على آراء أفراد عينة الدراسة باختلاف جنسهم.

2/–تحليل النتائج المتعلقة بالفئة العمرية: جاء توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير الفئة العمرية كمايلي:

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية

الفئة العمرية	التكرار	النسب المئوية%
أقل من 25 سنة	16	22.22%
من 25 سنة إلى 35 سنة	28	38.89%
من 36 سنة إلى 50 سنة	21	29.17%
أكثر من 50 سنة	7	9.72%
المجموع	72	100%

الشكل رقم(02): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الفئة العمرية



نلاحظ من الجدول أعلاه رقم02،توزيعالمبحوثين حسب الفئة العمرية، حيث أن أكبر نسبة كانت عند فئة المبحوثين التي تتراوح أعمارهم من 31 سنة إلى 40 سنة حيث بلغت النسبة 38.89% ما يمثل 28 من مجموع المبحوثين، تليها في المرتبة الثانية الفئة العمرية من 14 سنة إلى 50 سنة بنسبة29.17% أي ما يمثل 28 مفردة، في حين بلغت نسبة 22.22% من فئة المبحوثين تتراوح أعمارهم أقل من 31 سنة ممثلة ل 16مفردة، وكانت أضعف نسبة عند الفئة العمرية أكثر من 50 سنة

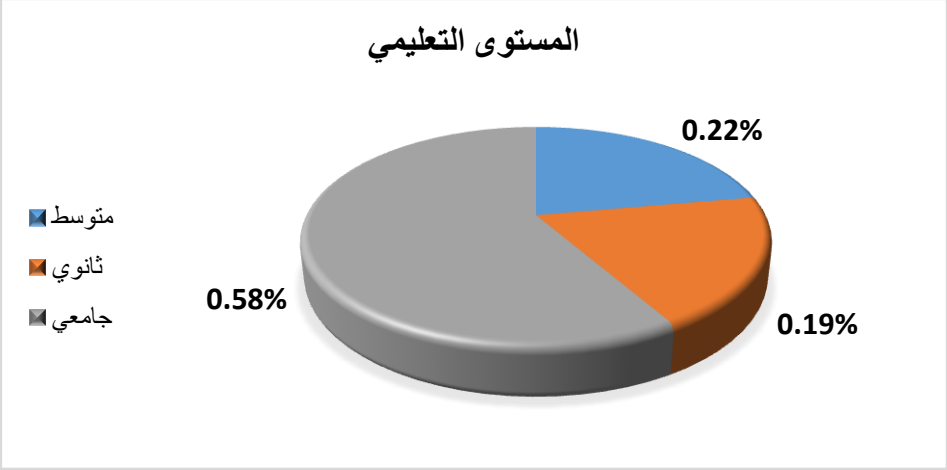
بنسبة 9.72% ما يعادل 7 مفردات، هذا يساعدنا على معرفة على آراء أفراد عينة الدراسة باختلاف أعمارهم.

3/–تحليل النتائج المتعلقة بالمستوى التعليمي:جاء توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليميكمايلي:

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسب المئوية%
متوسط	16	22.22%
ثانوي	14	19.44%
جامعي	42	58.33%
المجموع	72	%100.00

الشكل رقم 03: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي



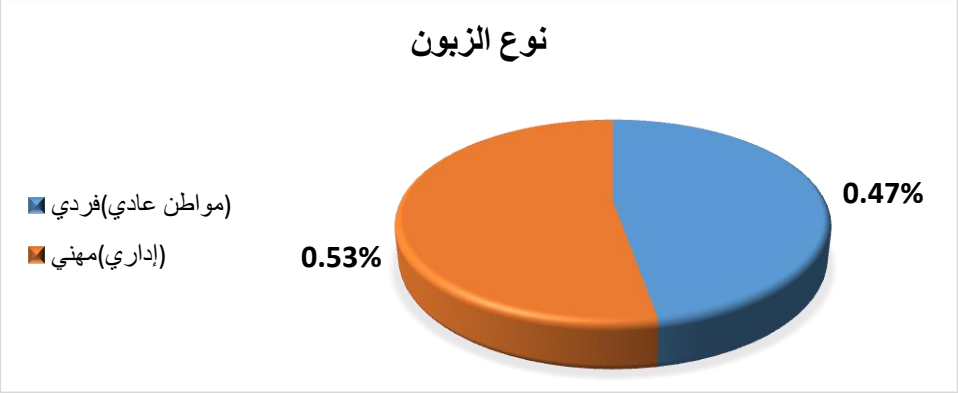
يبينالجدولرقم03والشكلرقم03،توزيعالمبحوثينحسبالمستوى التعليمي ، حيث كانت أكبر نسبة عند المستوى التعليمي الجامعي وبلغت 58.33% أي ما يعادل 42 من مجموع المبحوثين، تليها في المرتبة الثانية المستوى التعليمي متوسط بنسبة قدرت ب 22.22% يقدر عددهم ب 16مفردة، ثم نجد في المرتبة الثالثة المستوى الثانوي بنسبة 19.44% ما يعادل 14 مفردة، الأمر الذي يخدم الدراسة الحالية وذلك للتعرف على آراء أفراد عينة الدراسة باختلاف مستواهم التعليمي.

4/–تحليل النتائج المتعلقة ب نوع الزبون :جاء توزيع أفراد عينة الدراسة وفق متغير نوع الزبونكمايلي:

الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة الدراسة حسب متغير نوع الزبون

نوع الزبون	التكرار	النسب المئوية%
مواطن عادي	34	47.22%
إداري	38	52.78%
المجموع	72	100%

الشكل رقم04: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير نوع الزبون



يبينالجدولرقم04والشكلرقم04،توزيعالمبحوثينحسبنوع الزبون، حيث كانت أكبر نسبة عند المبحوثين الذين هم من فئة الاداريين وبلغت 52.78% أي ما يعادل 38 من مجموع المبحوثين، تليها في المرتبة الثانية المبحوثين من فئة مواطن عادي أن مواطن عادي بنسبة بلغت ب 47.22% يقدر عددهم ب 34مفردة.

المطلب الأول: خدمات المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية

تحليل النتائج المتعلقة بالمحور الأول: خدمات المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية

1/–تحليل نتائج السؤال 5: الخدمات الرقمية المستخدمة

الجدول رقم(05): توزيعالمبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

الإجابة المتغير		الألياف البصرية		الهاتف الثابت		الدفع الالكتروني		تطبيق الهاتف		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	1	1.39%	5	6.94%	0	0.00%	10	13.89%	16	22.22%
	ثانوي	2	2.78%	5	6.94%	3	4.17%	4	5.56%	14	19.44%

	جامعي	21	29.17%	7	9.72%	7	9.72%	7	9.72%	42	58.33%
المجموع		24	33.33%	17	23.61%	10	13.89%	21	29.17%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	8	11.11%	8	11.11%	7	9.72%	11	15.28%	34	47.22%
	إداري	16	22.22%	9	12.50%	3	4.17%	10	13.89%	38	52.78%
المجموع		24	33.33%	17	23.61%	10	13.89%	21	29.17%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: جاءت نتائج الجدول رقم (05) المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي كالتالي:

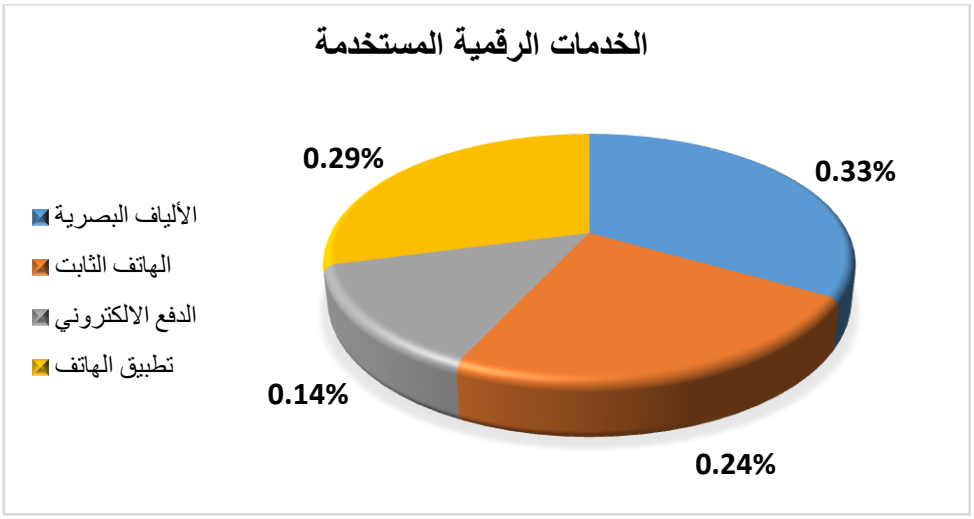
- الألياف البصرية:تستخدمها الفئة الجامعية بكثرة بنسبة 29.17%، بينما استخدامها نادر جدا بين الفئة الثانوية بنسبة 2.78% والفئة المتوسطة بنسبة 1.39%.
- الهاتف الثابت :الاستخدام متقارب بين الفئات الثلاثة جامعي: بنسبة 9.72%، ثانوي بنسبة 6.94%، متوسط بنسبة 6.94%، مما يشير إلى استمرارية بسيطة لهذه الخدمة.
- الدفع الإلكتروني :الفئة الجامعية هم الأكثر استخداما بنسبة 9.72%، يليهم الفئة الثانوية بنسبة 4.17%
- تطبيق الهاتف :الاستخدام الأعلى بشكل مفاجئ هو لدى الفئة المتوسطة بنسبة 13.89%، يليهم الفئة الجامعية بنسبة 9.72% ثم الفئة الثانوية بنسبة 5.56%. هذا يشير إلى أن تطبيقات الهاتف هي البوابة الرقمية الرئيسية للفئات الأقل تعليما.

يوجد تفاوت كبير في استخدام الخدمات الرقمية بحسب المستوى التعليمي. الفئة الجامعية هم الأكثر استخداما للخدمات المتقدمة ألياف بصرية، دفع إلكتروني. بينما يعتمد الفئة المتوسطة بشكل كبير على تطبيقات الهاتف، لكنهم محرومون تماما من الدفع الإلكتروني، مما يستدعي جهودا للشمول الرقمي لهذه الفئة.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون:

- بالنسبة للمواطن العادي: كانت أغلب إجابات المبحوثين حول تطبيق الهاتف بنسبة 15.28%، تليها الألياف البصرية و الهاتف الثابت بنسبةمتساوية بلغت 11.11%، أما أضعف نسبة جاءت عند الدفع الالكتروني وبلغت نسبة 9.72%.
- بالنسبة للإداري: نجد معظم إجابات المبحوثين حول الألياف البصرية بنسبة 22.22%، تليها تطبيق الهاتف بنسبة 13.89%، ثم نجد إجابة الهاتف الثابتوالتي بلغت نسبة 12.50%، أما أقل نسبة جاءت عند وبلغت نسبة 4.17%.

الشكل رقم05: توزيع المبحوثينالخدمات الرقمية المستخدمة



من خلال قراءتنا لبيانات الشكل رقم05 المتعلقة بالخدمات الرقمية المستخدمة من طرف المبحوثين، نلاحظ أن معظم المبحوثين يستخدمون الألياف البصرية بنسبة 33.33%، تليها في المرتبة الثانية خدمة تطبيق الهاتف بنسبة 29.17%، في المرتبة الثالثة نجد خدمة الهاتف الثابت بنسبة 13.89% ممثلة ل 42 مفردة، أما أضعف نسبة كانت عند فئة المبحوثين الذين يستخدمون بالدفع الالكتروني بلغت 13.89%.

نستنتج أن الإداريون يميلون لاستخدام الألياف البصرية والهاتف الثابت بنسبة أعلى مقارنة بالمواطنين العاديين، بينما المواطنون العاديون يفضلون تطبيق الهاتف والدفع الإلكتروني بنسبة أعلى من الإداريين، خاصة في مجال الدفع الإلكتروني حيث أن الفارق كبير.

2/–تحليل نتائج السؤال 6: الغرض الأساسي من استخدام لخدمات اتصالات الجزائر

الجدول رقم (06): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

الإجابة المتغير		استعمال منزلي شخصي		اعمال حرة (عيادة، مكتب.... الخ)		ترفيهي (تصفح، ألعاب ...إلخ)		إداري أو مؤسسي		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	5	6.94%	1	1.39%	3	4.17%	7	9.72%	16	22.22%
	ثانوي	9	12.50%	2	2.78%	1	1.39%	2	2.78%	14	19.44%
	جامعي	19	26.39%	6	8.33%	10	13.89%	7	9.72%	42	58.33%
المجموع		33	45.83%	9	12.50%	14	19.44%	16	22.22%	72	100.00%

نوع الزبون	مواطن عادي	23	31.94%	1	1.39%	10	13.89%	0	0.00%	34	47.22%
	إداري	10	13.89%	8	11.11%	4	5.56%	16	22.22%	38	52.78%
المجموع		33	45.83%	9	12.50%	14	19.44%	16	22.22%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي:

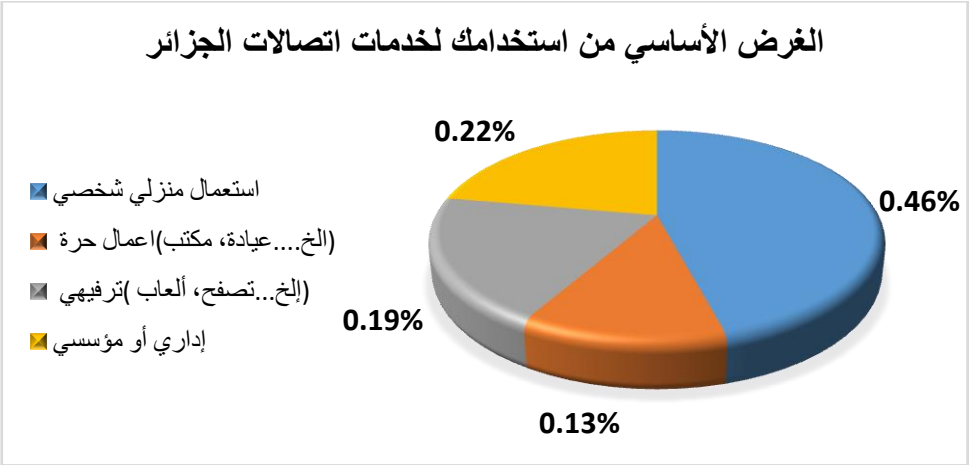
تظهر النتائج أن الغرض الأساسي من استخدام خدمات اتصالات الجزائر يختلف باختلاف المستوى التعليمي.

- الفئة الجامعية تستخدم الخدمات بشكل أساسي للاستعمال المنزلي الشخصي بنسبة 26.39%، يليه الاستخدام الترفيهي بنسبة 13.89%، ثم الأغراض الإدارية أو المؤسسية وأغراض الأعمال الحرة.
- الفئة الثانوية أيضا تستخدم الخدمات بشكل رئيسي للاستعمال المنزلي الشخصي بنسبة 12.50%، وتظهر نسب منخفضة جدا للأغراض الأخرى.
- بالنسبة للفئة المتوسطة، تتوزع استخداماتهم بين الاستعمال المنزلي الشخصي بنسبة 6.94% والإداري أو المؤسسي بنسبة 9.72%، مع نسب أقل للأعمال الحرة والترفيه.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون:

جاءت نتائج الجدول رقم08 المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير نوع الزبون كالتالي:

- المواطنون العاديون يستخدمون خدمات اتصالات الجزائر بشكل أساسي للأغراض المنزلية الشخصية بنسبة 31.94% والترفيهية بنسبة 13.89%. نسبة قليلة جدا منهم يستخدمونها لأعمال حرة.
- الإداريون يستخدمون الخدمات بشكل رئيسي لأغراض إدارية أو مؤسسية بنسبة 22.22%، تليها الاستخدامات المنزلية الشخصية بنسبة 13.89% والأعمال الحرة بنسبة 11.11%. الاستخدام الترفيهي لديهم أقل بكثير.
- **الشكل رقم 06:** توزيع المبحوثين حسب آراءهم حول الغرض الأساسي من استخدام خدمات اتصالات الجزائر



- تكشف البيانات الواردة في الشكل رقم06، أن نسبة 45.83% من أفراد العينة تستخدم خدمات اتصالات الجزائر لغرض استعمال منزلي شخصي ما يعادل 33 مفردة، في حين بلغت نسبة 22.22% ممثلة في 16 مفردة من المبحوثين تستخدم لغرض إداري، تليها نسبة 19.44% تستخدم خدمات اتصالات الجزائر لغرض ترفيهي من تصفح أو ألعاب ما يعادل 9 مفردات، وكانت أضعف نسبة عند المبحوثين الذين يستخدمون اتصالات الجزائر لغرض أعمال حرة بنسبة 12.50% ممثلة ل 9 مفردات.

تظهر البيانات بوضوح الاختلاف في الأهداف الرئيسية لاستخدام خدمات اتصالات الجزائر بين المواطنين العاديين والفئة الإدارية، بما يتماشى مع طبيعة أدوار كل منهم.

3/–تحليل نتائج السؤال 7: آراء المبحوثين حول مدى معرفتهم بالخدمات الرقمية للمؤسسة

الجدول رقم (07): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

الإجابة المتغير		ضعيفة		متوسطة		كبيرة		كبيرة جدا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	0	0.00%	6	8.33%	1	1.39%	9	12.50%	16	22.22%
	ثانوي	1	1.39%	10	13.89%	2	2.78%	1	1.39%	14	19.44%
	جامعي	2	2.78%	19	26.39%	17	23.61%	4	5.56%	42	58.33%
المجموع		3	4.17%	35	48.61%	20	27.78%	14	19.44%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	1	1.39%	21	29.17%	7	9.72%	5	6.94%	34	47.22%
	إداري	2	2.78%	14	19.44%	13	18.06%	9	12.50%	38	52.78%
المجموع		3	4.17%	35	48.61%	20	27.78%	14	19.44%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي:

جاءت نتائج الجدول رقم07 المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي كالتالي:

- الفئة الجامعية: يظهرون أعلى مستويات المعرفة بنسبة 26.39% معرفة "متوسطة" وبنسبة 23.61% معرفة "كبيرة"، وبنسبة 5.56% معرفة "كبيرة جدا".
- الفئة الثانوية: معرفتهم أقل بشكل عام بنسبة 13.89% معرفة "متوسطة" وبنسبة 2.78% معرفة "كبيرة". نسبة ضئيلة جدا "كبيرة جدا" بنسبة 1.39%.
- الفئة المتوسطة: يظهرون نمطا مختلفا بنسبة 12.50% لديهم معرفة "كبيرة جدا" وهي أعلى نسبة في هذه الفئة، بينما نسبة 8.33% لديهم معرفة "متوسطة". لا يوجد لديهم معرفة "ضعيفة" 0.00%.

على الرغم من أن الفئة الجامعية لديهم معرفة جيدة، إلا أن هناك حاجة لتعزيز الوعي بالخدمات الرقمية للمؤسسة، خاصة بين الفئة الثانوية، وربما توضيح الخدمات بشكل أفضل للفئة المتوسطة للاستفادة من اهتمامهم بالخدمة "الكبيرة جدا".

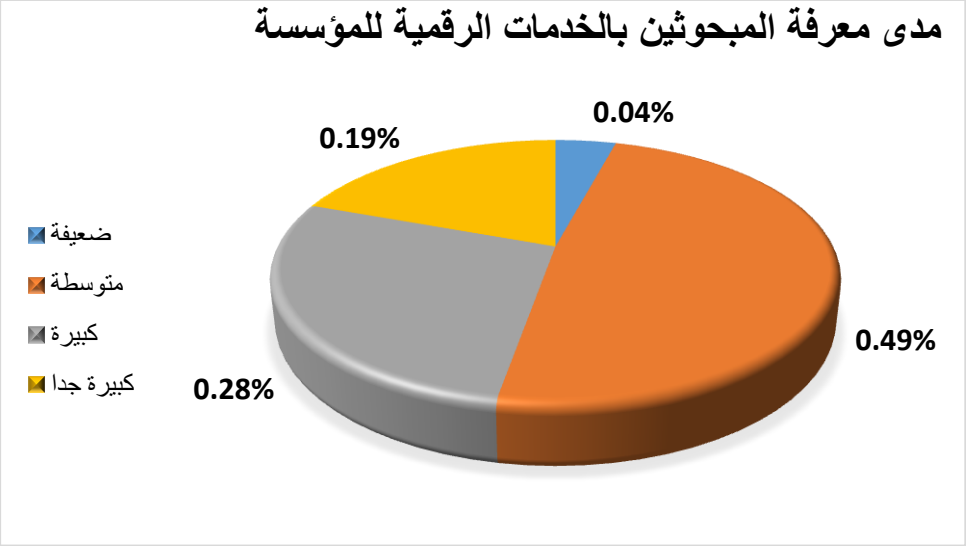
تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون:

جاءت نتائج الجدول رقم 10 المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير نوع الزبون كالتالي:

تشير البيانات إلى أن كلا الفئتين الإداريين والمواطنين العاديين لديهما مستويات متفاوتة من المعرفة بالخدمات الرقمية التي تقدمها المؤسسة.

- المواطنون العاديون: يتركز أغلبهم في فئة المعرفة "المتوسطة" بنسبة 29.17%. وهناك نسب أقل لمعرفة "كبيرة" بنسبة 9.72% و"كبيرة جدا" بنسبة 6.94%، مع نسبة ضئيلة جدا للمعرفة "الضعيفة" بلغت 1.39%
- الإداريون: يظهرون نسبة أعلى من المعرفة "الكبيرة" 18.06% و"كبيرة جدا" بنسبة 12.50% مقارنة بالمواطنين العاديين. كما أن لديهم نسبة لا بأس بها من المعرفة "المتوسطة" بنسبة 19.44%، ونسبة قليلة من المعرفة "الضعيفة" 2.78%

الشكل رقم07: توزيع المبحوثين حسب مدى معرفة المبحوثين بالخدمات الرقمية للمؤسسة



تكشف البيانات الواردة في ال شكل رقم 07، أن نسبة 48.61% من أفراد العينة لها معرفة متوسطة بالخدمات الرقمية التي توفرها المؤسسة ما يعادل 35مفردة، في حين بلغت نسبة 27.78% ممثلة في 20 مفردة من المبحوثين لها معرفة كبيرة بالخدمات، تليها نسبة 19.44% لها معرفة كبيرة جدا بالخدمات الرقمية ما يعادل 14 مفردة، وكانت أضعف نسبة عند المبحوثين معرفتهم بالخدمات ضعيفة بنسبة 4.17% ممثلة ل 3 مفردة.

ومنه فإن الإداريون يمتلكون عموما مستوى معرفة أعلى بالخدمات الرقمية للمؤسسة، خاصة في مستويي المعرفة "الكبيرة" و"كبيرة جدا"، مقارنة بالمواطنين العاديين الذين تتركز معرفتهم في الفئة المتوسطة.

4/–تحليل نتائج السؤال 8: آراء المبحوثين حسب ما مدى سهولة الوصول إلى الخدمات الرقمية

الجدول رقم (08): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

الإجابة / المتغير		سهلة		متوسطة		صعبة		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	10	13.89%	6	8.33%	0	0.00%	16	22.22%
	ثانوي	6	8.33%	6	8.33%	2	2.78%	14	19.44%
	جامعي	23	31.94%	18	25.00%	1	1.39%	42	58.33%
المجموع		39	54.17%	30	41.67%	3	4.17%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	17	23.61%	17	23.61%	0	0.00%	34	47.22%
	إداري	22	30.56%	13	18.06%	3	4.17%	38	52.78%
المجموع		39	54.17%	30	41.67%	3	4.17%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: جاءت نتائج الجدول رقم 08المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي كالتالي:

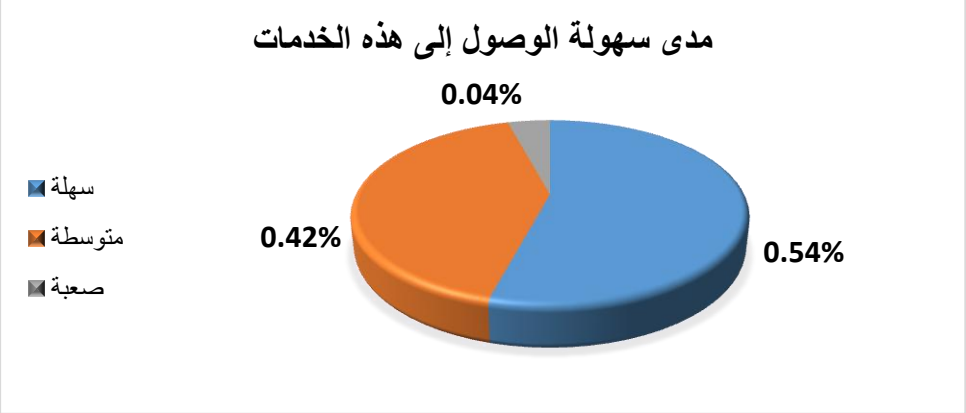
- الفئة الجامعية: يعتبرون الوصول "سهل" بنسبة عالية جدا بنسبة 31.94%، و"متوسط" بنسبة 25.00%. نسبة قليلة فقط تجده "صعب" 1.39%. يعكس هذا وصولا ممتازا وتجربة سلسة لهذه الفئة. أما الفئة المتوسطة: لديهم نسبة جيدة جدا يرون أن الوصول "سهل" بنسبة 13.89%، ونسبة 8.33% يرونها "متوسطة". لا يوجد لديهم من يجد الوصول "صعب" 0.00%. هذا يشير إلى أنهم يجدون الخدمات سهلة الاستخدام أو الوصول بشكل عام . وفيما يخص الفئة الثانوية نسبة من يجدون الوصول "سهل" بنسبة 8.33% أو "متوسط" بنسبة 8.33% متساوية ومنخفضة نسبيا مقارنة بالفئة الجامعية والفئة المتوسطة. كما أن لديهم أعلى نسبة من يجدون الوصول "صعب" بنسبة 2.78% بين الفئات الثلاث.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: جاءت نتائج الجدول رقم 08 المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير نوع الزبون كالتالي:

يرى الإداريون أن الوصول إلى الخدمات سهل بنسبة أعلى 30.56% مقارنة بالمواطنين العاديين بنسبة 23.61%، بينما يعتبر المواطنون العاديون سهولة الوصول "متوسطة" بنفس نسبة "سهلة" 23.61% لكل منهما، بينما تقل هذه النسبة قليلا لدى الإداريين بنسبة 18.06%

لا يرى أي من المواطنين العاديين أن الوصول إلى الخدمات "صعب"، في حين يرى نسبة 4.17% من الإداريين أن الوصول "صعب."

الشكل رقم08: توزيع المبحوثينحسب ما مدى سهولة الوصول إلى الخدمات الرقمية



تظهر النتائج المستخلصة في ال شكل رقم 08 بشأن سهولة الوصول إلى الخدمات الرقمية التي تقدمها اتصالات الجزائر أن 54.17% من المبحوثين 39 مفردة يعتبرون الوصول إلى الخدمات الرقمية "سهلا". في المقابل، يرى 41.67% منهم 30 مفردة أن مستوى الوصول متوسط، بينما تشير نسبة ضئيلة جدا، بلغت 4.17% فقط 3 أفراد، إلى صعوبة الوصول لهذه الخدمات.

بشكل عام، تظهر البيانات أن كلتا الفئتين تميلان إلى اعتبار الوصول إلى الخدمات سهلا أو متوسطا، مع ميل الإداريين أكثر نحو تصنيفها بأنها "سهلة". من الملاحظ عدم وجود أي مواطن عادي يعتبر الوصول صعبا، بينما توجد نسبة صغيرة من الإداريين يرون ذلك.

5/–تحليل نتائج السؤال 9: مدى الاستفادة من خدمات اتصالات الجزائر

الجدول رقم (09): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

الإجابة / المتغير		نعم		لا		أحيانا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	10	13.89%	1	1.39%	5	6.94%	16	22.22%
	ثانوي	6	8.33%	4	5.56%	4	5.56%	14	19.44%
	جامعي	17	23.61%	6	8.33%	19	26.39%	42	58.33%
المجموع		33	45.83%	11	15.28%	28	38.89%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	16	22.22%	3	4.17%	15	20.83%	34	47.22%
	إداري	17	23.61%	8	11.11%	13	18.06%	38	52.78%
المجموع		33	45.83%	11	15.28%	28	38.89%	72	100.00%

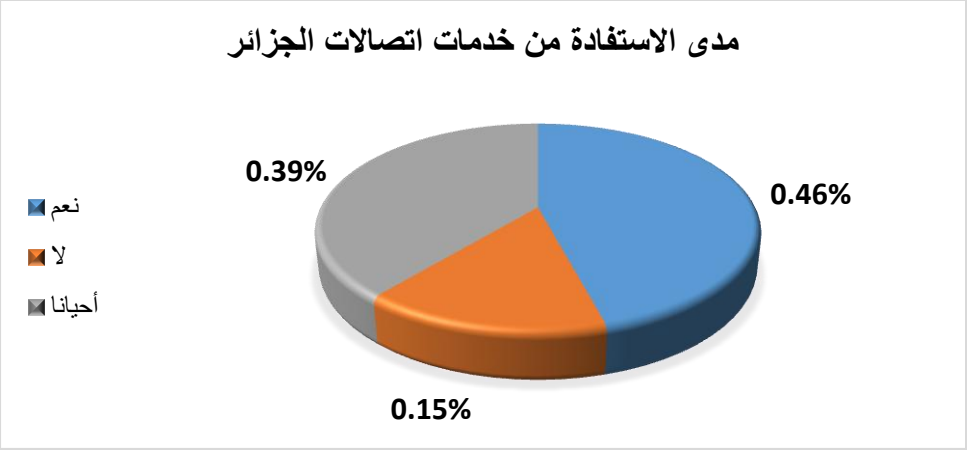
تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: تظهر النتائج أن هناك تباينا في مدى الاستفادة من خدمات اتصالات الجزائر حسب المستوى التعليمي للمبحثين حيث أن الفئة الجامعية هي الأكثر استفادة بشكل كامل "نعم" بنسبة 23.61%، كما أنها الأعلى في الاستفادة "أحيانا" بنسبة 26.39% تليها الفئة المتوسطة الفئة الجامعية في الاستفادة الكاملة "نعم" بنسبة 13.89% أما الفئة الثانوية هي الأقل استفادة بشكل كامل "نعم" بنسبة 8.33.%، بالنسبة لعدم الاستفادة "لا"، فإن الفئة الجامعية والمتوسطة لديهم أعلى نسبة 8.33%، بينما الفئة المتوسطة هي الأقل في عدم الاستفادة 1.39%.

بشكل عام، يبدو أن المبحوثين ذوي المستوى التعليمي الجامعي هم الأكثر تفاعلا واستفادة من خدمات اتصالات الجزائر، سواء بشكل كامل أو جزئي.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون : تظهر النتائج أن نسبة كبيرة من المبحوثين من كلا الفئتين يستخدمون خدمات اتصالات الجزائر بشكل إيجابي نعم أو أحيانا . نسبة الإجابة بـ «نعم" الاستخدام الدائم

أعلى قليلا بين الإداريين بنسبة 23.61% مقارنة بالمواطنين العاديين بنسبة 22.22%، وكانت نسبة من لا يستخدمون الخدمات لا أعلى بشكل ملحوظ بين الإداريين بنسبة 11.11% مقارنة بالمواطنين العاديين بنسبة 4.17%. هذا قد يشير إلى أن الإداريين قد يمتلكون بدائل أو متطلبات مختلفة . أما بالنسبة للاستخدام "أحيانا"، فإن النسبة أعلى قليلا لدى المواطنين العاديين بنسبة 20.83% مقارنة بالإداريين بنسبة 18.06%

الشكل رقم 09: توزيع المبحوثين حسب مدى الاستفادة من خدمات اتصالات الجزائر



تظهر النتائج الموضحة في ال شكل رقم 09على تباين ملحوظ في مدى استفادة المبحوثين من الخدمات الرقمية التي تقدمها اتصالات الجزائر. حيث تشير النتائج إلى أن 45.83% من المبحوثين ما يعادل 33 مفردة يحققون استفادة كاملة من هذه الخدمات، مما يعكس تفاعلا إيجابيا وفعالا مع المحتوى الرقمي المتاح. في المقابل، تفيد نسبة 38.89% ممثلة في 28 مفردة بالاستفادة "أحيانا"، مما يشير إلى استخدام غير منتظم أو جزئي لمجموعة الخدمات المتكاملة. بينما تعرب نسبة 15.28% ممثلة في 11 مفردة عن عدم الاستفادة الكاملة من الخدمات الرقمية المقدمة.

بشكل عام، بينما يستخدم كلا الفئتين خدمات اتصالات الجزائر، يبدو أن الإداريين إما يستخدمونها بشكل منتظم أكثر "نعم" أو لا يستخدمونها على الإطلاق "لا" بنسبة أعلى، بينما يميل المواطنون العاديون إلى استخدامها بشكل أكثر تقطعا "أحيانا" أو بشكل دائم.

6/–تحليل نتائج السؤال 10: الخدمة الرقمية الأكثر استخداما وفاعلية من وجهة نظر المبحوثين

الجدول رقم (10): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

الإجابة المتغير	الدفع الالكتروني	الانترنت	الألياف البصرية	الهاتف	المجموع

		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	6	8.33%	5	6.94%	2	2.78%	3	4.17%	16	22.22%
	ثانوي	3	4.17%	7	9.72%	3	4.17%	1	1.39%	14	19.44%
	جامعي	7	9.72%	25	34.72%	8	11.11%	2	2.78%	42	58.33%
المجموع		16	22.22%	37	51.39%	13	18.06%	6	8.33%	72	100.00 %
نوع الزبون	مواطن عادي	6	8.33%	23	31.94%	2	2.78%	3	4.17%	34	47.22%
	إداري	10	13.89%	14	19.44%	11	15.28%	3	4.17%	38	52.78%
المجموع		16	22.22%	37	51.39%	13	18.06%	6	8.33%	72	100.00 %

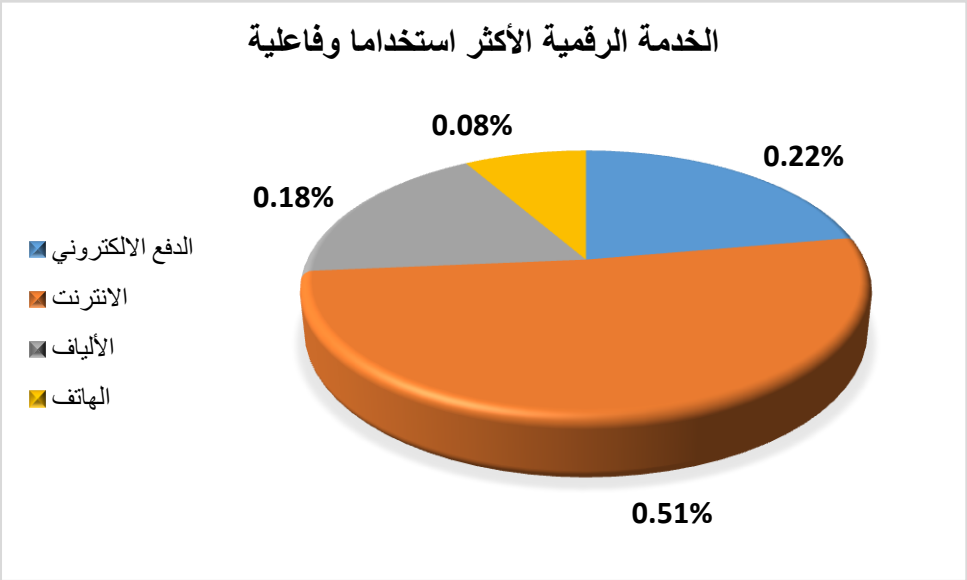
تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: الجدول يوضح أي الخدمات الرقمية يرى المبحوثون أنها تستخدم بشكل كبير وأكثر فاعلية الدفع الإلكتروني، الإنترنت، الألياف، الهاتف، مقسمة حسب المستوى التعليمي

- الألياف البصرية: يستخدمها الفئة الجامعية بكثرة بنسبة 11.11%، بينما استخدامها قليل جدا بين الفئة الثانوية بنسبة 4.17% والفئة المتوسطة بنسبة 2.78%.
- الهاتف الثابت: الاستخدام متقارب بين الفئات الثلاث حوالي نسبة 4.17% للفئة المتوسطة و 2.78 نسبة% للفئة الجامعية ونسبة 1.39% للفئة الثانوية، مما يدل على استمرارية هذه الخدمة.
- الدفع الإلكتروني: يستخدمه الفئة الجامعية 9.72% والفئة الثانوية 4.17%، والفئة المتوسطة 8.33%.
- الانترنت: الاستخدام الأعلى بشكل لافت هو لدى الفئة الجامعية 34.72%، يليهم الفئة الثانوية 9.72%، ثم الفئة المتوسطة 6.94%، مما يؤكد أن الانترنت هي البوابة الرقمية الرئيسية للفئات الجامعية.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: يرى المواطنون العاديون أن الإنترنت هي الخدمة الرقمية الأكثر استخداما وفاعلية بشكل كبير 31.94%. بينما يعتبرون الدفع الإلكتروني، الألياف، والهاتف أقل أهمية بكثير.

بالنسبة للإداريين، فإن الإنترنت لا تزال مهمة 19.44%، ولكن الألياف البصرية تظهر كخدمة فعالة ومستخدمة بشكل كبير بنسبة عالية 15.28% مقارنة بالمواطنين العاديين. كما أن الدفع الإلكتروني له أهمية أكبر نسبيا لديهم 13.89%، أما نسبة استخدام الهاتف وفاعليته فإنها تتشابه بين الفئتين 4.17% لكل منهما.

الشكل رقم 10: توزيع المبحوثين حسب آراءهم حول الخدمة الرقمية الأكثر استخداما وفاعلية



تظهر النتائج أن الإنترنت هي الخدمة الرقمية الأكثر استخداما وفاعلية من وجهة نظر المبحوثين، حيث حصلت على النسبة الأكبر من الإجابات بواقع 51.39% ممثلة ل 37 مفردة. هذا يشير إلى اعتماد كبير على الإنترنت في الأنشطة اليومية للمبحثين وثقتهم بفعاليته . يأتي في المرتبة الثانية الدفع الإلكتروني بنسبة 22.22% ما يعادل 16 مفردة، مما يعكس تزايد أهمية وراحة استخدام هذه الخدمة في المعاملات المالية. أما الألياف البصرية فقد حلت في المرتبة الثالثة بنسبة 18.06% أي 13 مفردة، وهو ما يدل على تقدير المبحوثين لسرعة وجودة الاتصال التي توفرها. وأخيرا، جاء الهاتف في المرتبة الأخيرة بنسبة 8.33% أي 6 مفردة، حيث تظهر هذه البيانات أن الإنترنت هو المحرك الأساسي للخدمات الرقمية الفعالة للمبحوثين، يليه الدفع الإلكتروني والألياف البصرية كخدمات حيوية.

بشكل عام، بينما يتفق الطرفان على أهمية الإنترنت، يركز المواطنون العاديون على الإنترنت بشكل أساسي، في حين يرى الإداريون أهمية أكبر للألياف البصرية والدفع الإلكتروني، مما يعكس ربما طبيعة استخدامهم الإداري لهذه الخدمات.

المطلب الثاني: مزايا الرقمنة في تحسين الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة

تحليل النتائج المتعلقة بالمحور الثاني: مزايا الرقمنة في تحسين الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة

1/–تحليل نتائج السؤال 11:تأثير الخدمات الرقمية في تقليل أوقات الانتظار داخل مؤسسة اتصالات الجزائر

الجدول رقم (11): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	15	20.83%	1	1.39%	16	22.22%
	ثانوي	12	16.67%	2	2.78%	14	19.44%
	جامعي	37	51.39%	5	6.94%	42	58.33%
المجموع		64	88.89%	8	11.11%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	30	41.67%	4	5.56%	34	47.22%
	إداري	34	47.22%	4	5.56%	38	52.78%
المجموع		64	88.89%	8	11.11%	72	100.00%

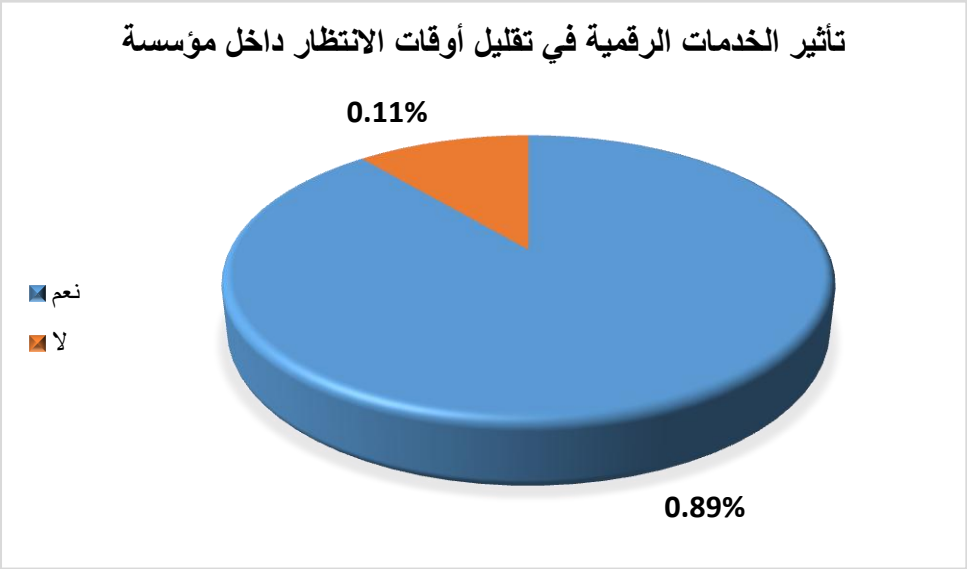
تحليل النتائج حسب متغير المستوىالتعليمي: أغلبالمبحوثينيرونتحسنافيتقليلأوقاتالانتظار حيث أن النسبةالأعلىمنالموافقةكانتلدىالفئة الجامعية 51.39%،ممايدلعلىإدراكواضحلفوائدالرقمنة. أما ف ئة "متوسط"بنسبة 20.83% و"ثانوي"بنسبة 16.67% أبدوا أيضاملاحظاتإيجابية،لكنبنسبأقل.

بالنسبةالرفضلا كانت منخفضةفيجميعالفئات حيث ت راوحتبين 1.39% متوسطو6.94% جامعي،مايشيرإلىأنأغلبالمستخدمينيلاحظونفعلياتحسنافيتقليلالوقتداخلالمؤسسة.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون:تظهرالنتائجأنالغالبيةالعظممنالمبحوثينمنكلاالفئتينالمواطنينالعاديينوالإداريينيتفقونعلىأنالخدماتالرقميةقد ساهمتفيتقليلأوقاتالانتظارفيالمؤسسة.

نسبةالموافقينعلىهذاالتأثيرالإيجابيأعلىقليلابينالإداريينبنسبة 47.22% مقارنةبالمواطنينالعاديينبنسبة 41.67%، أمانسبةمنيعتقدونأنالخدماتالرقميةلمتقللأوقاتالانتظارفهيمتساويةومنخفضةجدافيكلاالفئتين 5.56% لكلمنهما.

الشكل رقم11:توزيع المبحوثين حسبتأثير الخدمات الرقمية في تقليل أوقات الانتظار داخل مؤسسة



تشير النتائج الموضحة في الشكل رقم11 إلى أن الغالبية من المبحوثين يرون أن الخدمات الرقمية قد قللت بشكل كبير من أوقات الانتظار في المؤسسة. حيث أفاد 88.89% منهم 64 مفردة بأنهم لاحظوا هذا التأثير الإيجابي .في المقابل، يرى 11.11% فقط من المبحوثين 8 مفردة أن الخدمات الرقمية لم تسهم في تقليل أوقات الانتظار .هذه البيانات تؤكد أن تبني الخدمات الرقمية في المؤسسة كان له تأثير إيجابي وواضح على تحسين كفاءة الخدمة وتقليل زمن الانتظار بالنسبة للغالبية العظمى من المتعاملين. هذا يعكس نجاح المؤسسة في استغلال التقنيات الرقمية لتقديم تجربة أفضل للمستخدمين.

بشكلعام،هناكإجماعواسععلىأنالخدماتالرقميةلهاتأثيرإيجابيفيتقليلأوقاتالانتظار،وهذامايشعربهكلمنالموظفينالإداريينوالمستفيدينالمواطنينالعاديينعلىحدسواء.

2/-تحليل نتائج

السؤال12:دورالرقمنةفيتقليلالأخطاءوسوءالفهمفيالمعاملاتداخلمؤسسةاتصالاتالجزائر

الجدول رقم (12): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	14	19.44%	2	2.78%	16	22.22%
	ثانوي	12	16.67%	2	2.78%	14	19.44%
	جامعي	35	48.61%	7	9.72%	42	58.33%
المجموع		61	84.72%	11	15.28%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	31	43.06%	3	4.17%	34	47.22%
	إداري	30	41.67%	8	11.11%	38	52.78%
المجموع		61	84.72%	11	15.28%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: جاءت نتائج الجدول رقم 12 المتعلقة لآراء المبحوثين حول دور الرقمنة في تقليل الأخطاء وسوء الفهم في المعاملات داخل مؤسسة اتصالات الجزائر حسب متغير المستوى التعليمي كالتالي:

أغلبية المبحوثين ترى أن الرقمنة قللت من الأخطاء حيث نجد أن النسبة الأعلى من الموافقة جاءت من الفئة الجامعية بنسبة 48.61%، مما يدل على أن الأنظمة الرقمية في توحيد الإجراءات وتقليل التداخل البشري. بينما فئتا "متوسط" بنسبة 19.44% و "ثانوي" بنسبة 16.67% أظهرتا قبولا أيضا، لكن بدرجة أقل.

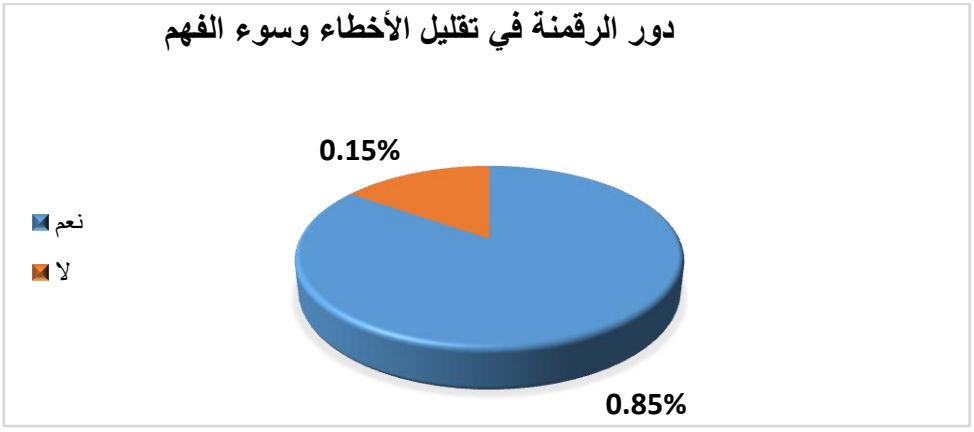
نسبة المبحوثين الرافضين منخفضة في كلا الفئات أعلى نسبة رفض ظهرت في فئة الجامعية بنسبة 9.72%، وربما يعود ذلك إلى توقعاتهم العالية من الأنظمة الرقمية. أما فئتا « متوسط" و "ثانوي" نجد نسبة الرافضين متساوية 2.78%، ما يشير إلى قلة المشاكل الملحوظة لديهم.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين من كلا الفئتين يعتقدون أن الرقمنة قد ساهمت بشكل إيجابي في تقليل الأخطاء وسوء الفهم في المعاملات.

نسبة الموافقين على هذا التأثير الإيجابي مرتفعة جدا لدى كل من المواطنين العاديين بلغت 43.06% والإداريين 41.67%، مع أفضلية طفيفة للمواطنين العاديين.

أما نسبة من يعتقدون أن الرقمنة لم تساهم في تقليل الأخطاء وسوء الفهم، فهي منخفضة بشكل عام، ولكنها أعلى بشكل ملحوظ بين الإداريين بنسبة 11.11% مقارنة بالمواطنين العاديين بنسبة 4.17%. قد يشير هذا إلى أن الإداريين قد يواجهون أنواعا معينة من التحديات تؤثر بشكل أخر في تأثير الرقمنة على الأخطاء.

الشكل رقم12: توزيع المبحوثين حسب آراءهم حول ما إذا كانت الرقمنة ساعدت في تقليل الأخطاء وسوء الفهم في المعاملات



تكشف البيانات الواردة في الشكل رقم12أن الغالبية من المبحوثين يرون أن الرقمنة ساعدت بشكل كبير في تقليل الأخطاء وسوء الفهم في المعاملات، فقد أفاد ما يقارب 93.06%منهم 61 مفردة بأنهم لاحظوا هذا التأثير الإيجابي ، في المقابليرى 6.94%فقط من المبحوثين 11 مفردة أن الرقمنةلم تسهم في تقليل الأخطاء وسوء الفهم.

هذه البيانات تؤكد أن تبني الرقمنة داخل المؤسسة كان له أثر بالغ الأهمية في تحسين دقة المعاملات ووضوحها، مما أدى إلى تقليل المشاكل الناجمة عن الأخطاء أو سوء وهذا يعكس نجاح المؤسسة في استخدام التقنيات الرقمية لتعزيز الكفاءة والشفافية في عملياتها.

بشكلعام،هناكاعتقادسائدبأنالرقمنةأدتإلىتحسيندقةالمعاملاتوتقليلسوءالفهملكلتاالفئتين،معوجودنسبةأكبرمنا لإداريينيرونعكسذلك.

3/–تحليل نتائج السؤال

13:مساهمةالخدماتالرقميةفيتسهيلالحصولعلىالخدمةبمؤسسةاتصالاتالجزائر

الجدول رقم (13): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	16	22.22%	0	0.00%	16	22.22%
	ثانوي	12	16.67%	2	2.78%	14	19.44%
	جامعي	39	54.17%	3	4.17%	42	58.33%
المجموع		67	93.06%	5	6.94%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	33	45.83%	1	1.39%	34	47.22%
	إداري	34	47.22%	4	5.56%	38	52.78%
المجموع		67	93.06%	5	6.94%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: جاءت نتائج الجدول رقم 13 المتعلقةآراءالمبحوثينحولمساهمةالخدماتالرقميةفيتسهيلالحصولعلىالخدمةبمؤسسةاتصالاتالجزائر حسب متغير المستوى التعليمي كالتالي:

أغلبالمبحوثينيرونأنالخدماتالرقميةسهلتالحصولعلىالخدمة، حيث أعلىنسبةتأييدكانتمنالفئة الجامعيةبنسبة 54.17%،مايدلعلىأنهذهالفئةاستفادتبشكلواضحمنالوسائلالرقمية. أما فئة " متوسط" سجلتنسبةمرتفعةنسبيابنسبة 22.22%،فيحينأنفئة "ثانوي" أقلقليلابنسبة 16.67%.

نسبةالرفضمنخفضةجدا: لمتسجلفئة " متوسط" أيرفضهنسبة 0.00%،بينماظهرتنسبضئيلةجدالدى "ثانوي"بنسبة 2.78% و"جامعي"بنسبة 4.17%، ونفسر هذا أن الخدماتالرقميةتلقىقبولاواسعا،حتىوإنبدرجاتمتفاوتةحسبالتعليم.

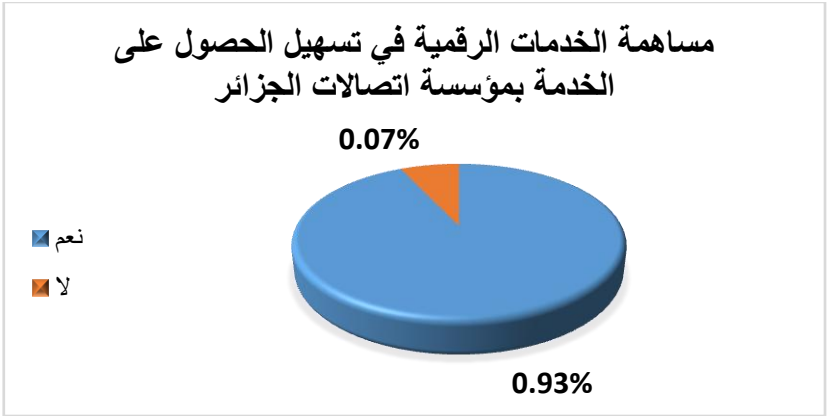
تحليل النتائج حسب متغير نوع

الزبون:تظهرالنتائجأنالغالبيةالعظمىمنالمبحوثينمنكلاالفئتينيتفقونعلىأنالخدماتالرقميةقدساهمتبشكلكبيرفيتسهيلح صولهمعلىالخدمات.

نسبةالموافقينعلىهذاالتأثيرالإيجابيمرتفعةجدالدىكلمنالإداريينبنسبة 47.22% والمواطنينالعاديينبنسبة 45.83%،معأفضليةطفيفةللإداريين.

أمانسبةمنيعتقدونأنالخدماتالرقميةلمتسهلالحصولعلىالخدمةفهيمنخفضةجدابشكلعام،ولكنهاأعلىبشكلملحو ظبينالإداريينبنسبة 5.56% مقارنةبالمواطنينالعاديين 1.39%. قديشيرهذاإلىأنالإداريينقديواجهونبعضالتعقيداتأوالفروقاتالتيتجعلهميرونأنالتسهيلليسمطلقا.

الشكل رقم13:توزيع المبحوثين حسب رأيهم حول ما إذا كانت الخدمات الرقمية ساهمت في تسهيل حصولهم على الخدمة



من خلال قراءتنا لبيانات الشكل رقم 13 نلاحظ أن أغلب إجابات المبحوثين يرون أن الخدمات الرقمية قد ساهمت بشكل كبير في تسهيل حصولهم على الخدمة. فقد أفاد ما يقارب 93.06% منهم 67 مفردة بأنهم لمسوا هذا التسهيل بشكل مباشر ، بينما يرى 6.94% فقط من المبحوثين 5 مفردة أن الخدمات الرقمية لم تسهم في تسهيل الحصول على الخدمة .هذه البيانات تؤكد أن استراتيجية التحول

الرقمي للمؤسسة كانت ناجحة للغاية في تحقيق هدفها الأساسي المتمثل في تبسيط وتسهيل وصول المتعاملين إلى الخدمات. النسبة المرتفعة جدا للموافقين على هذا الطرح تعكس رض ا واسعا عن التجربة الرقمية المقدمة.

بشكلعام،هناكإجماعقويعلىأنالرقمنةعززتمنسهولةالوصولإلىالخدماتلكلتاالفئتين،ممايعكستجربةإيجابيةبشك لواسع.

4/-تحليل نتائج السؤال 14:الميزة الأهم التي قدمتها الرقمنة في خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر

الجدول رقم (14): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	السرعة في الخدمة		تقليل طوابير الانتظار		إمكانية التتبع والمراقبة		تعدد قنوات الخدمة		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	6	8.33%	7	9.72%	1	1.39%	2	2.78%	16	22.22%
	ثانوي	6	8.33%	6	8.33%	1	1.39%	1	1.39%	14	19.44%
	جامعي	26	36.11%	9	12.50%	2	2.78%	5	6.94%	42	58.33%
المجموع		38	52.78%	22	30.56%	4	5.56%	8	11.11%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	20	27.78%	8	11.11%	3	4.17%	3	4.17%	34	47.22%
	إداري	18	25.00%	14	19.44%	1	1.39%	5	6.94%	38	52.78%
المجموع		38	52.78%	22	30.56%	4	5.56%	8	11.11%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: يقدم هذاالجدولتحليللآراءالمبحوثينحول "ماالميزةالأهمالتيقدمتهافيخدماتمؤسسةاتصالاتالجزائر؟" مقسمةحسبالمستوىالتعليمي:

السرعةفيالخدمة: هيالميزةالأبرزبشكلكبيربينالفئة الجامعية بنسبة 36.11%،بينماتقلأهميتهالدىالثانويوالمتوسط 8.33% لكلمنهما. وبالنسبة ل تقليلطوابيرالانتظار: يحتلالمرتبةالثانيةفيالأهمية،خاصةلدىالفئة الجامعية بنسبة 12.50% والمتوسطبنسبة 9.72%. أما إمكانيةالتتبعوالمراقبةوتعددقنواتالخدمة: ذكرهمانسبقليلةمنالمبحوثينفيجميعالمستوياتالتعليمية.

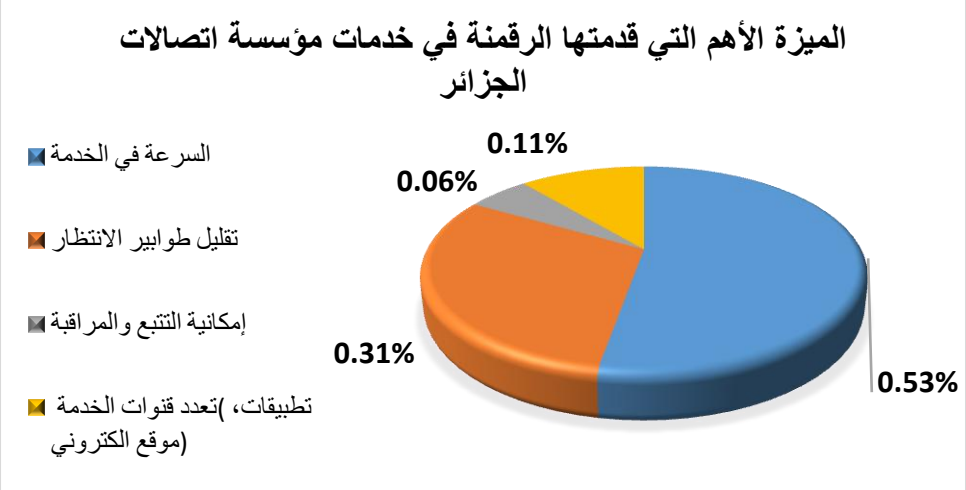
باختصار،يرىالفئة الجامعيةأنسرعةالخدمةهيأهمميزةفيخدماتاتصالاتالجزائر،بينماتتوزعالآراءبشكلأكبربينالمستوياتالتعليميةالأخرى .

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: جاءت نتائج الجدول رقم المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير نوع الزبون كالتالي:

يربكلمنالمواطنينالعاديينوالإداريينأنالسرعةفيالخدمةهيالميزةالأهمالتيقدمتهاالرقمنة،وإنكانتالنسبةأعلىقليلاًلد بالمواطنينالعاديين بنسبة 27.78%.

بالنسبةللإداريين،يعتبرتقليلطوابيرالانتظارميزةمهمةجدابنسبة 19.44%،وهينسبةأعلىبكثيرممايراهاالمواطنونالعاديونبنسبة 11.11%، أما ميزةإمكانيةالتتبعوالمراقبةفهي مهمةنسبياًللمواطنينالعاديينبنسبة 4.17%،ولكنهاأقلأهميةللإداريينبنسبة 1.39%، وتعدتعددقنواتالخدمةميزةيراهاالإداريونأكثرأهميةمنالمواطنينالعاديين.

الشكل رقم 14: توزيع المبحوثين ا لميزة الأهم التي قدمتها الرقمنة في خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر



من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الشكل أعلاه والمتعلقة بالميزة الأهم التي قدمتها الرقمنة في خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر، **حيث** تظهر النتائج أن "السرعة في الخدمة" هي الميزة الأبرز والأكثر تقديرا للرقمنة في خدمات اتصالات الجزائر من وجهة نظر المبحوثين بنسبة 52.78% ممثلة ل 38 مفردة، مما يشير إلى أن المستفيدين يقدرون بشكل كبير الكفاءة والسرعة التي توفرها الخدمات الرقمية، تأتي في المرتبة الثانية "تقليل طوابير الانتظار" بنسبة 30.56%ممثلة ل 22 مفردة. هذا يؤكد على أهمية الرقمنة في تحسين تجربة العملاء من خلال تخفيف الازدحام وتبسيط الإجراءات، بينما جاءت ميزة "تعدد قنوات الخدمة تطبيقات، موقع الكتروني" في المرتبة الثالثة بنسبة 11.11%ممثلة ل 8 مفردة. هذا يدل على أن توفر قنوات متعددة للوصول إلى الخدمات يعد ميزة مهمة للمبحوثين، حيث يمنحهم مرونة أكبر . وأخيرا، كانت "إمكانية التتبع والمراقبة" هي الأقل أهمية من بين الخيارات المطروحة، بنسبة 5.56%ممثلة ل 4 مفردة.

بشكلعام،بينمايتفقالطرفانعلىأهميةالسرعةفيالخدمة،يميلالإداريونإلىتقديرأكبرلتقليلطوابيرالانتظاروتعددقنواتا لخدمة،بينمايربالمواطنونالعاديونقيمةأكبرفيالسرعةوإمكانيةالتتبع.

5/-تحليل نتائج السؤال 15: المفاضلة بين التوجه إلى الوكالة بدلا من استخدام الوسائل الرقمية

الجدول رقم (15): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	2	2.78%	14	19.44%	16	22.22%
	ثانوي	1	1.39%	13	18.06%	14	19.44%
	جامعي	11	15.28%	31	43.06%	42	58.33%
نوع الزبون	مواطن عادي	7	9.72%	27	37.50%	34	47.22%
	إداري	7	9.72%	31	43.06%	38	52.78%
المجموع		14	19.44%	58	80.56%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي:

يظهرهذاالجدولنتائجاستبيانحولتفضيلاتالمبحوثينللتوجهإلىالوكالةبدلامناستخدامالوسائلالرقمية،مقسمةحسبالمستوى التعليمي:

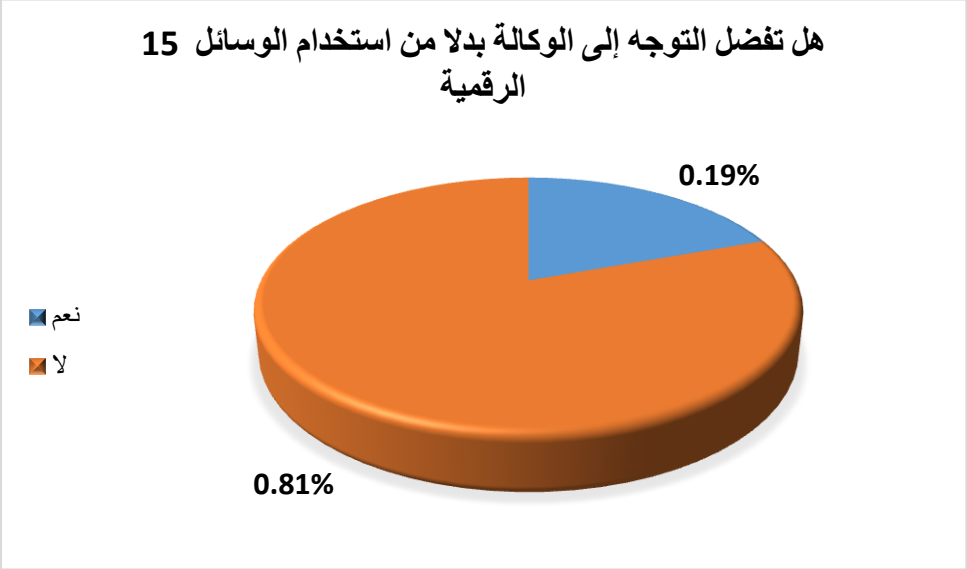
المستوى الجامعي نجد نعميفضلونالذهابللوكالة بنسبة 15.28% ولا يفضلونالوسائلالرقمية بنسبة 43.06%، أما الثانوي نجد نعم بنسبة 1.39% ولا بنسبة 18.06%، وفيما يخص المتوسطبلغت نسبة نعم 2.78% ولا 19.44%.

تشيرالبياناتإلىأنالأغلبيةالساحقةمنالمبحوثين،عبرجميعالمستوياتالتعليمية،يفضلوناستخدامالوسائلالرقمية علىالتوجهالشخصيإلىالوكالة. هذاالتفضيللوسائلالرقميةيظهربشكلأكبروواضحبينخريجيالجامعات.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون:تظهرالنتائجبوضوحأنالغالبيةالعظمىمنالمبحوثينمنكلاالفئتينيفضلوناستخدامالوسائلالرقميةبدلامنالتوجهال شخصيإلىالوكالة. حيث بلغت نسبة الموافقينعلىالتوجهإلىالوكالة "نعم" متساويةومنخفضةجدافيكلاالفئتينبنسبة 9.72% لكلمنهما.

فيالمقابل،فإننسبةمنيفضلونالوسائلالرقمية " لا" مرتفعةجدافيكلتاالفئتين،وهيأعلىبشكلملحوظلدىالإداريينبنسبة 43.06% مقارنةبالمواطنينالعاديين 37.50%.

الشكل رقم15:توزيع المبحوثين حسب مفاضلتهم بين التوجه إلى الوكالة بدلا من استخدام الوسائل



تكشف البيانات الواردة في الشكلرقم15آراء المبحوثين حول المفاضلة بين التوجه إلى الوكالة بد لا من استخدام الوسائل الرقمية. فقد أفاد 80.56% منهم 58 مفردة بأنهم لا يفضلون الذهاب إلى الوكالة عندما تتوفر البدائل الرقمية، بينما يرى 19.44% فقط من المبحوثين 14 مفردة أنهم لا يزالون يفضلون التوجه إلى الوكالة. بسبب ضمان الخدمات بشكل كامل أو للتفاعل المباشر، أو الحاجة لخدمات لا تتوفر بالكامل رقميا بعد، أو حتى عدم الإلمام الكافي بالوسائل الرقمية . ونفسر ذه البيانات إلى نجاح كبير في جهود الرقمنة المبذولة، حيث أصبحت الوسائل الرقمية الخيار المفضل للمبحوثين للحصول على الخدمات.

بشكلعام،هناكتفضيلقويوشبهإجماععلىاستخداموسائلالرقميةللتعاملمعالمؤسسة،ممايشيرإلىنجاحهذهالوس ائلفيتلبيةاحتياجاتغالبيةالمستخدمين،وخاصةالإداريين.

المطلب الثالث: المعيقات التي يواجها زبائن اتصالات الجزائر لولاية المدية مع الرقمنة

تحليل النتائج المتعلقة بالمحور الثالث: المعيقات التي يواجها زبائن اتصالات الجزائر لولاية المدية مع الرقمنة

1/–تحليل نتائج السؤال 16: الشعور بالأمان عند استخدام الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر

الجدول رقم (16): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	13	18.06%	3	4.17%	16	22.22%
	ثانوي	11	15.28%	3	4.17%	14	19.44%
	جامعي	35	48.61%	7	9.72%	42	58.33%

المجموع		59	81.94%	13	18.06%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	26	36.11%	8	11.11%	34	47.22%
	إداري	33	45.83%	5	6.94%	38	52.78%
المجموع		59	81.94%	13	18.06%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى

التعليمي: تظهر البيانات أن غالبية المبحوثين يشعرون بالأمان عند استخدام الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر ،لكن هناك تباين في ذا الشعور بين المستويات التعليمية:

الفئة الجامعية : النسبة الأكبر من المبحوثين الذين يشعرون بالأمان تأتي من الفئة الجامعية بنسبة 48.61%. ومعذلك،فإنهم يمثلون أيضا أعلن نسبة ممن لا يشعرون بالأمان بنسبة 9.72%، أما ال فئة المتوسطة : تظهر نسبة كبيرة منهم مشعورا بالأمان بنسبة 18.06% ،معنسبة منخفضة نسبيا ممن لا يشعرون بالأمان بنسبة 4.17.%

الفئة الثانوية : تتقارب نسبتهم مع الفئة المتوسطة في الشعور بالأمان بنسبة 15.28% ،وتتطابق معهم في نسبة عدم الشعور بالأمان بنسبة 4.17.%

بشكل عام ،هناك مستوى عالٍ من الثقة والأمان لدى مستخدمي الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر ،خاصة بين الفئة الجامعية. ومعذلك ،فإن وجود نسبة من عدم الشعور بالأمان ،لاسيما بين الفئة الجامعية ،يشير إلى أهمية تعزيز الإجراءات الأمنية والتواصل بشأنها لبناء ثقة أكبر وشاملة عبر جميع شرائح المستخدمين.

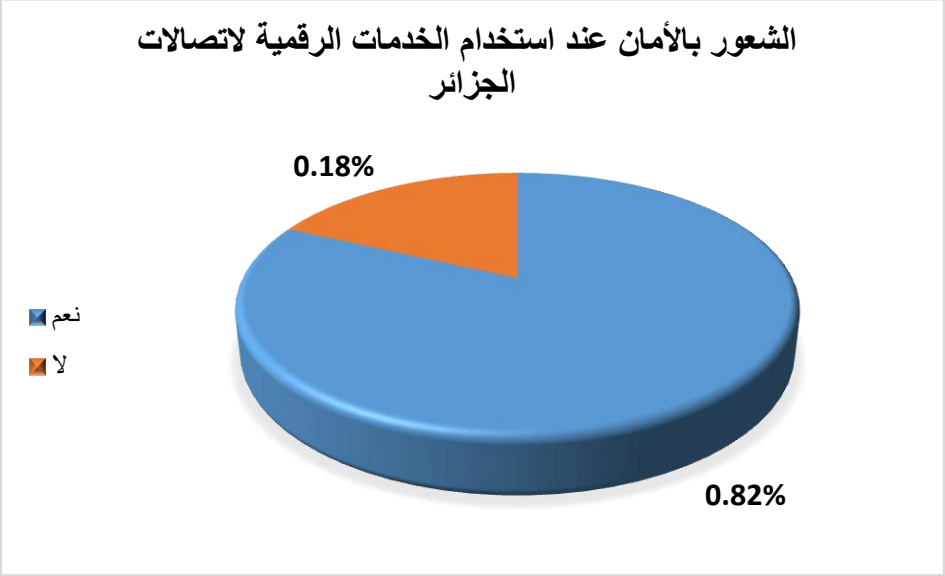
تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون:

تظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين من كلا الفئتين يشعرون بالأمان عند استخدام الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر.

نسبة من يشعرون بالأمان " نعم" أعلى بكثير لدى الإداريين بنسبة 45.83% مقارنة بالمواطنين العاديين بنسبة 36.11%.

يشير هذا إلى أن الإداريين قد يمتلكون ثقة أكبر أو خبرة أوسع في التعامل مع الجوانب الأمنية للخدمات الرقمية. أما نسبة من لا يشعرون بالأمان "لا" فهي أقل بشكل عام ،ولكنها أعلى قليلا لدى المواطنين العاديين بنسبة 11.11% مقارنة بالإداريين بنسبة 6.94%. هذا قد يعكس وجود بعض التحفظات أو المخاوف الأمنية بين شريحة من المواطنين.

الشكل رقم16: توزيع المبحوثين حسب الشعور بالأمان عند استخدام الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر



من خلال قراءتنا لبيانات الشكل رقم16، نلاحظ أن آراء المبحوثين فيما يخص الشعور بالأمان عند استخدام الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر كانت معظمها "نعم" يشعرون بالأمان عند استخدام الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر بنسبة 81.94% منهم 59 مفردة .في المقابل، أ قر 18.06% من المبحوثين ممثلة ل 13 مفردة عن عدم شعورهم بالأمان عند استخدام الخدمات الرقمية. قد يعكس هذا مخاوف بشأن الخصوصية، أو أمن البيانات، أو تجارب سابقة سلبية، أو نقصا في الوعي بالإجراءات الأمنية المتبعة. حيث تدل هذه البيانات على أن اتصالات الجزائر قد نجحت إلى حد كبير في بناء الثقة لدى مستخدميها فيما يتعلق بأمان خدماتها الرقمية. ومع ذلك، يبقى هناك شريحة من المستخدمين تحتاج إلى مزيد من التوعية لتعزيز شعورهم بالأمان.

بشكلعام،هناكمستوىعالٍمنالثقةوالأمانفياستخدامالخدماتالرقميةلاتصالاتالجزائر ،معتفوقواضحفيهذاالشعورل دىالفئةالإدارية.

2/–تحليل نتائج السؤال 17:آراء المبحوثين التعليمات أو الواجهة الرقمية مفهومة وسهلة الاستعمال

الجدول رقم (17): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	14	19.44%	2	2.78%	16	22.22%
	ثانوي	13	18.06%	1	1.39%	14	19.44%
	جامعي	36	50.00%	6	8.33%	42	58.33%
المجموع		63	87.50%	9	12.50%	72	100.00%

نوع الزبون	مواطن عادي	30	41.67%	4	5.56%	34	47.22%
	إداري	33	45.83%	5	6.94%	38	52.78%
المجموع		63	87.50%	9	12.50%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: جاءت نتائج الجدول رقم 17 المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي كالتالي:

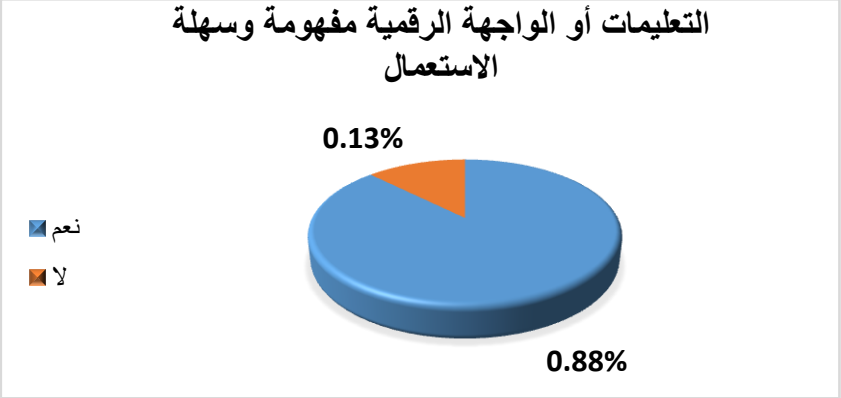
تظهر البيانات أن غالبية المبحوثين يجدون التعليمات أو الواجهات الرقمية مفهومة وسهلة الاستخدام، مع فروقات واضحة بينا لمستويات التعليمية فبالنسبة ل لفئة الجامعية : يعدون الأكثر رضا، حيث أن 50.00% منهم يجدونها مفهومة وسهلة الاستخدام. وعلى الرغم من ذلك، فإن نسبة 8.33% منهم لا يجدونها كذلك، وهي أعلى نسبة "لا" بين الفئات. وفيما يخص الفئة المتوسطة : نجد نسبة 19.44% يرون أنها مفهومة وسهلة، و2.78% لا يرون ذلك. أما الفئة الثانوية : تتقارب نسبتهم مع الفئة المتوسطة، حيث أن نسبة 18.06% يرون أنها مفهومة وسهلة، ونسبة 1.39% فقط لا يرون ذلك، وهي أقل نسبة "لا."

بشكل عام، تعتبر الواجهات والتعليمات الرقمية مقبولة وجيدة الفهم لمعظم المستخدمين، خاصة الفئة الجامعية . ومع ذلك، فإن وجود نسبة منعدمة من الرضا، حتى لو كانت قليلة، تشير إلى أنه هناك مجال للتحسين في وضوح التعليمات وتصميم الواجهات لجعلها أكثر شمولية وسهولة في الاستخدام لجميع الشرائح، وخاصة معالجة الأسباب التي تجعل بعض الفئة الجامعية يجدونها صعبة.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين من كلا الفئتين يعتقدون أن التطبيقات والواجهات الرقمية مفهومة وسهلة الاستعمال.

نسبة الموافقين على هذا الرأي " نعم" مرتفعة جدا في كلتا الفئتين، وهي أعلى قليلا لدى الإداريين بنسبة 45.83% مقارنة بالمواطنين العاديين 41.67%. أما نسبة من لا يرون أنها كذلك " لا" فهي منخفضة ولكنها أعلى قليلا بين الإداريين بنسبة 6.94% مقارنة بالمواطنين العاديين 5.56%. قد يشير هذا إلى أن بعض الإداريين قد يواجهون تحديات أكبر مع تعقيدات معينة في الأنظمة الرقمية أو يتوقعون مستوى أعلى من البساطة.

الشكل رقم17: توزيع المبحوثين حسب رأيهم حول أن التعليمات أو الواجهة الرقمية مفهومة وسهلة الاستعمال



من خلال المعطيات الإحصائية الواردة في الشكلأعلاه، نلاحظ أن أكبر نسبةما يقارب 87.50% منهم 63 مفردة يجدون هذه الخدمات واضحة وسهلة التعامل ، في حين يرى 12.50% من المبحوثينممثلة ل 9 مفردة أن التعليمات أو الواجهة الرقمية ليست مفهومة أو سهلة الاستخدام. قد يكون هذا بسبب قلة الخبرة بالتقنيات الرقمية، أو وجود بعض التعقيدات في اللغة المستخدمة أو التصميم ، أو عدم وضوح بعض التعليمات.

بشكلعام،هناكإدراكواسعبأنالخدماتالرقميةمصممةبشكلجيدوسهلةالاستخداملمعظمالمستخدمين،معوجودإيجابيةأكبرلدىالفئةالإدارية.

3/–تحليل نتائج السؤال 18:مدى صعوبة متابعة حالة شكوى أو طلب تم تقديمه رقميا

الجدول رقم(18): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

الإجابة المتغير		نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	2	2.78%	14	19.44%	16	22.22%
	ثانوي	3	4.17%	11	15.28%	14	19.44%
	جامعي	11	15.28%	31	43.06%	42	58.33%
المجموع		16	22.22%	56	77.78%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	7	9.72%	27	37.50%	34	47.22%
	إداري	9	12.50%	29	40.28%	38	52.78%
المجموع		16	22.22%	56	77.78%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي:

تظهرالبياناتالمقدمةأنغالبيةالمبحوثينلايواجهونصعوبةفيمتابعةحالةالشكاوىأوالطلباتالمقدمةرقميا.

ومعذلك،تختلفمستوياتالصعوبةالمبلغعنهابينالمستوياتالتعليميةالمختلفة.

الغالبية لاتواجه صعوبة: النسبة الأكبر من المبحوثين الذين لا يجدون صعوبة في متابعة الشكاوى/الطلبات هم من الفئة الجامعية بنسبة 43.06%. يتبعهما الفئة المتوسطة بنسبة 19.44% ثم الفئة الثانوية بنسبة 15.28%. هذا يشير إلى أن آليات المتابعة الرقمية فعالة إلى حد كبير لمعظم المستخدمين.

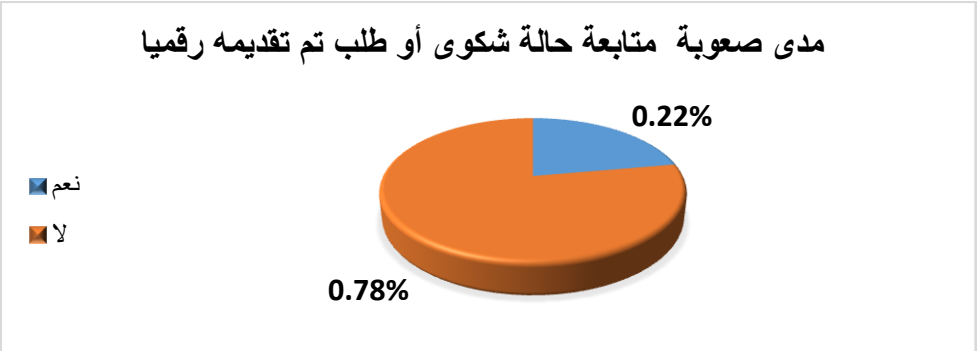
الفئة الجامعية يمثلون أعلى نسبة من الذين يجدون صعوبة بنسبة 15.28% في متابعة الشكاوى/الطلبات. قد يعكس هذا حجم الشكاوى أو الطلبات التي يقدمونها، أو تعقيد بعض استفساراتهم، أو توقعاتهم العالية لعملية المتابعة. أما الفئة المتوسطة هم الفئة الأقل إبلاغا عن صعوبة في المتابعة 2.78%، ونجد نسبة 4.17% من الفئة الثانوية يواجهون صعوبة في المتابعة، وهي أعلى من الفئة المتوسطة وأقل من الفئة الجامعية.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين من كلا الفئتين لا يجدون صعوبة في متابعة الشكاوى أو الطلبات المقدمة رقميا .

نسبة من لا يجدون صعوبة " لا" مرتفعة جدا في كلتا الفئتين، وهي أعلى قليلا لدى الإداريين بنسبة 40.28% مقارنة بالمواطنين العاديين بنسبة 37.50%. يشير هذا إلى أن نظام المتابعة الرقمي فعال بالنسبة لمعظم المستخدمين، أما نسبة من يجدون صعوبة " نعم" فهي أقل بشكل عام، ولكنها أعلى قليلا بين الإداريين بنسبة 12.50% مقارنة بالمواطنين العاديين بنسبة 9.72%.

قد يعكس هذا أن الإداريين قد يتعاملون مع أنواع أكثر تعقيدا من الطلبات أو الشكاوى التي تتطلب متابعة أدق، أو أن لديهم توقعات مختلفة لم ستوى السهولة.

الشكل رقم18: توزيع المبحوثين حسب رأيهم ما إذا وجدوا صعوبة في متابعة حالة شكوى أو طلب تم تقديمه رقميا



من خلال قراءتنا لبيانات الشكل رقم 18 فيما يخص آراء المبحوثين حول ما إذا وجدوا صعوبة في متابعة حالة شكوى أو طلب تم تقديمه رقميا ، حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين لم يواجهوا صعوبة في متابعة

حالة شكواهم أو طلباتهم المقدمة رقميا بنسبة 77.78% منهم 56 مفردة. هذا يشير إلى أن آليات التتبع والمراقبة الرقمية فعالة وواضحة بالنسبة لمعظم المستخدمين .على الجانب الآخر، واجه 22.22% من المبحوثينممثلة ل 16 مفردة صعوبة في متابعة حالات شكواهم أو طلباتهم الرقمية. قد يكون هذا بسبب عدة عوامل مثل: عدم وضوح لوحات المتابعة، نقص التحديثات في الوقت المناسب، الحاجة إلى خطوات متعددة، أو قلة الإشعارات المتعلقة بتطورات الشكوى/الطلب.

بشكلعام،يبدوأنأنظمةالمتابعةالرقميةللشكاوىوالطلباتفعالةومباشرةلمعظمالمستخدمين،معوجودنسبةقليلةفق طمنكلاالفئتينتواجهبعضالصعوبات.

4/-تحليل نتائج السؤال 19:مدىتأثيرمستوىالاتصالبالانترنتفيالمنطقةعلىالاستفادةمنالخدماتالرقمية

الجدول رقم (19): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	4	5.56%	12	16.67%	16	22.22%
	ثانوي	7	9.72%	7	9.72%	14	19.44%
	جامعي	18	25.00%	24	33.33%	42	58.33%
المجموع		29	40.28%	43	59.72%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	13	18.06%	21	29.17%	34	47.22%
	إداري	16	22.22%	22	30.56%	38	52.78%
المجموع		29	40.28%	43	59.72%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: جاءت نتائج الجدول رقم 19 المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي كالتالي:

الفئة

الجامعيةهمالأكثرتأثرا:أكبرنسبةمنالمبحوثينالذينيرونأنمستوىالاتصالبالإنترنتيؤثرعلىاستفادتهممنالفئة الجامعية 25.00%وعلىالرغممنذلك،فإننسبةكبيرةمنهم 33.33% لايرونهذاالتأثير. هذايشيرإلىأنالفئة الجامعية،الذينغالباما يكونونمستخدمينمكثفينللإنترنتوالخدماتالرقمية،أكثرحساسيةلجودةالاتصال.

تأثيرملحوظعلىالفئة الثانوية :نسبة 9.72% منالفئة الثانويةيرونأنمستوىالاتصاليؤثرعلىاستفادتهم،وهينفسالنسبةتقريبامنلايرونهذاالتأثير 9.72%.هذايعكسأنجودةالاتصالهيعاملمهملهذهالفئةأيضا.

الفئة المتوسطةالأقلتأثراأوالأقلإدراكاللتأثير :فقطنسبة 5.56% منالفئة المتوسطةيرونأنمستوىالاتصالبالإنترنتيؤثرعلىاستفادتهم.بينماالغالبيةالعظمىمنهم 16.67% لايرونهذاالتأثير.

قديعكسهذااستخداماأقلكثافةأومتطلباتأقللللخدماتالتيتتطلباتصالاعاليالسرعة،أوربماوعياأقلبالتأثيرالمباشرل ضعفالاتصال.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون:

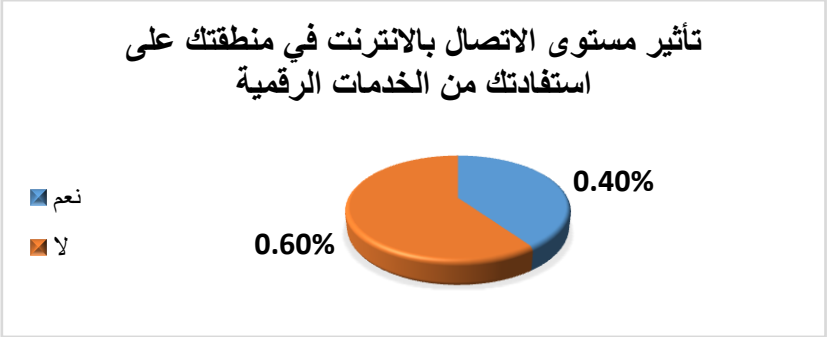
تظهرالنتائجأنالغالبيةالعظمىمنالمبحوثينمنكلاالفئتينلايعتقدونأنمستوىالاتصالبالإنترنتفيمنطقتهميؤثرسلباعلىاستفاد تهممنالخدماتالرقمية.

نسبةمنيعتقدونأنمستوىالاتصاللايؤثر " لا" هيالغالبةفيكلتاالفئتين،وهيأعلىقليلاًلدىالإداريين 30.56% مقارنةبالمواطنينالعاديين 29.17%. يشيرهذاإلىأنمستوىالإنترنتالحاليمقبولبشكلعاموليسعيقالاستفادة.

أمانسبةمنيرونأنمستوىالاتصاليؤثر " نعم" فهيأقل،ولكنهاأعلىقليلابينالإداريين 22.22% مقارنةبالمواطنينالعاديين 18.06%.

قديشيرهذاإلىأنالإداريينقديحتاجونإلىمستوياتاتصالأعلىلمتطلباتعملهم،أوأنهمأكثرحساسيةلأيتذبذبفيجودةالخدمة.

الشكل رقم19:توزيع المبحوثين حسب مدى تأثير مستوى الاتصال بالانترنت في المنطقة على الاستفادة من الخدمات الرقمية.



من خلال قراءتنا لبيانات الشكل رقم19، نلاحظ أن آراء المبحوثين عن مدى تأثير مستوى الاتصال بالانترنت في المنطقة على الاستفادة من الخدمات الرقمية كانت معظمها لا يرون أن مستوى الاتصال بالإنترنت في منطقتهم يؤثر على استفادتهم من الخدمات الرقمية بنسبة 59.72% ما يعادل 43 مفردة. هذا يشير إلى أن الاتصال بالإنترنت، على الأقل بالنسبة لهؤلاء المبحوثين، كافٍ ومستقر بما يكفي لتمكينهم من الاستفادة الكاملة من الخدمات الرقمية دون عوائق كبيرة. على الجانب الآخر، يرى 40.28% من المبحوثين 29 مفردة أن مستوى الاتصال بالإنترنت يؤثر بالفعل على استفادتهم من الخدمات الرقمية. هذه النسبة لا يستهان بها وتدل على أن هناك شريحة كبيرة من المستخدمين تواجه تحديات متعلقة بجودة الاتصال بالإنترنت، مما قد يعيق قدرتهم على الوصول إلى الخدمات الرقمية أو

استخدامها بكفاءة. يمكن أن تشمل هذه التحديات سرعات الاتصال المنخفضة، الانقطاعات عند الضغط، أو عدم التغطية في مناطق معينة.

بشكل عام، على الرغم من أن غالبية المستخدمين يبدون راضين عن تأثير اتصال الإنترنت على استفادتهم، إلا أن وجود ما يقرب من 40% من المبحوثين يتأثرون سلبا بمستوى الاتصال يشير إلى وجود فجوة في جودة الخدمة تحتاج إلى معالجة لضمان وصول رقمي عادل وشامل لجميع المستخدمين في الجزائر.

بشكلعام،هناكشعورعامبأنجودةالاتصالبالإنترنتليستعائقاكبيراللاستفادةمنالخدماتالرقمية،معوجودنسبةقليلة فقطمنكلاالفئتينتربتأثيراسلبيا.

5/–تحليل نتائج السؤال 20:مدى وجودمشاكل تقنية (تعطل المنصة الرقمية عند الاستخدام، ضعف تدفق الانترنت.... الخ)

الجدول رقم (20): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	4	5.56%	12	16.67%	16	22.22%
	ثانوي	8	11.11%	6	8.33%	14	19.44%
	جامعي	20	27.78%	22	30.56%	42	58.33%
المجموع		32	44.44%	40	55.56%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	16	22.22%	18	25.00%	34	47.22%
	إداري	16	22.22%	22	30.56%	38	52.78%
المجموع		32	44.44%	40	55.56%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي:

تظهر البيانات المقدمة أنها كنسبة من المبحوثين يواجهون مشاكل تقنية، وتختلف هذه النسبة بشكل ملحوظ بين المستويات التعليمية المختلفة.

الفئة الجامعية هما الأكثر معاناة من المشاكل التقنية:

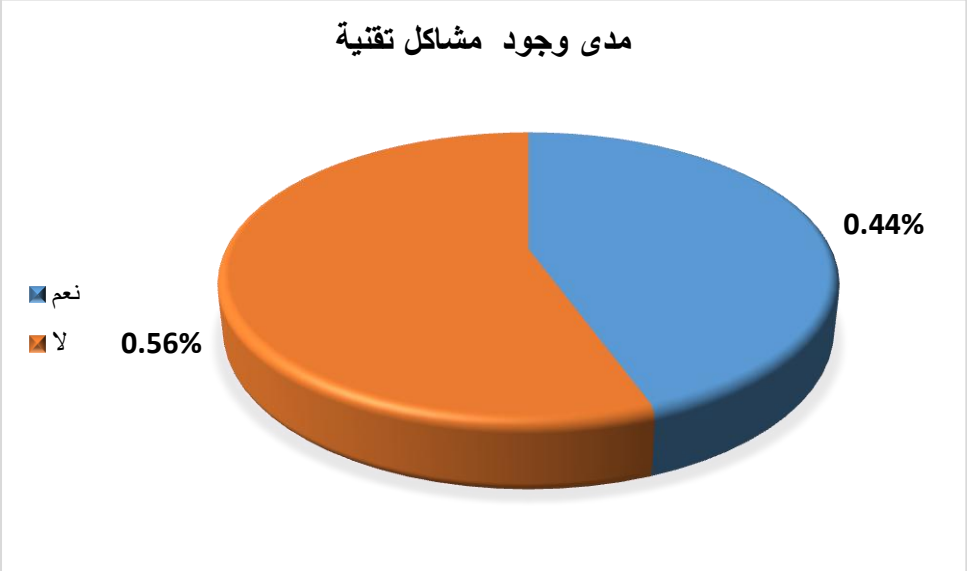
النسبة الأكبر من المبحوثين الذين يعانون من مشاكل تقنية هم من الفئة الجامعية بنسبة 27.78% على الرغم من أنهما الفئة الأكثر استخداما للتقنية، إلا أنهما أيضا الأكثر إبلاغا عن المشاكل. كما أنهما يمثلون النسبة الأكبر من الذين لا يعانون من مشاكل تقنية بنسبة 30.56%، مما يشير إلى أنهما قد يكونون المستخدمين الأكثر نشاطا للخدمات الرقمية بشكل عام، وبالتالي تزداد فرصهما في مواجهة المشاكل.

نسبة متوسطة من المشاكل بين الفئة الثانوية: نسبة 11.11% من الفئة الثانوية يعانون من مشاكل تقنية، بينما 8.33% لا يعانون. هذه الفئة تظهر توازنا بين من يواجهون المشاكل ومن لا يواجهونها مقارنة بالفئات الأخرى.

الفئة المتوسطة الأقل معاناة من المشاكل التقنية: فقط نسبة 5.56% من الفئة المتوسطة يعانون من مشاكل تقنية. والنسبة الأكبر منهم 16.67% لا يعانون من مشاكل تقنية. قد يشير هذا إلى أنا استخدامهم للخدمات الرقمية قد يكون أبسط أو أقل تعقيدا، مما يقلل من فرص مواجهة المشاكل.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أنها كنسبة متساوية من المواطنين العاديين والإداريين يعانون من مشاكل تقنية 22.22% لكلمنهما. في المقابل، فإن نسبة من لا يعانون من مشاكل تقنية أعلى بشكل ملحوظ لدى الإداريين 30.56% مقارنة بالمواطنين العاديين بنسبة 25.00%

الشكل رقم20: توزيع المبحوثين حسب رأيهم في وجود مشاكل تقنية



يتبين من الشكلرقم20 مدى اطلاع المبحوثين على وجود مشاكل تقنيةكتعطل المنصة الرقمية عند الاستخدام، ضعف تدفق الانترنت حيث كانت أغلب الآراء حول أن أكثر من نصف المبحوثين 55.56% أي 40 مفردة لم يواجهوا مشاكل تقنية مثل تعطل المنصة الرقمية أو ضعف تدفق الإنترنت عند استخدام الخدمات الرقمية. هذا يشير إلى أن الخدمات الرقمية تعمل بشكل مستقر وفعال لمعظم المستخدمين.مع ذلك، فإن 44.44% من المبحوثينممثلة ل 32 مفردة قد واجهوا مشاكل تقنية عند استخدام الخدمات الرقمية. هذه نسبة لا يستهان بها وتدل على وجود تحديات فنية تؤثر على تجربة جزء كبير من المستخدمين. هذه المشاكل يمكن أن تتراوح بين انقطاع الخدمة، بطء التحميل، صعوبات في الوصول إلى المنصات، أو ضعف في جودة الاتصال بالإنترنت.

بشكل عام، على الرغم من أن الخدمات الرقمية توفر تجربة جيدة للغالبية، إلا أن المؤسسة بحاجة إلى معالجة المشاكل التقنية التي يواجهها ما يقرب من نصف المستخدمين لتحسين موثوقية الخدمات وضمان تجربة سلسة للجميع في الجزائر.

بشكلعام،بينماتوجدمشاكلتقنيةيشعربهاحواليربعالمبحوثينمنكلتاالفئتين،إلاأنالإداريينيميلونأكثرإلىعدممواجهة هذهالمشاكلمقارنةبالمواطنينالعاديين.

6/–تحليل نتائج السؤال 21: هل واجهت مشاكل في تسجيل الدخول أو إنشاء حساب على المنصات الرقمية للمؤسسة

الجدول رقم (21): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	2	2.78%	14	19.44%	16	22.22%
	ثانوي	3	4.17%	11	15.28%	14	19.44%
	جامعي	10	13.89%	32	44.44%	42	58.33%
المجموع		15	20.83%	57	79.17%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	8	11.11%	26	36.11%	34	47.22%
	إداري	7	9.72%	31	43.06%	38	52.78%
المجموع		15	20.83%	57	79.17%	72	100.00%

تظهر البيانات المقدمة أن غالبية المبحوثين لم يواجهوا مشاكل في تسجيل الدخول لإنشاء حساب على المنصات الرقمية للمؤسسة. ومعذلك، تختلف نسب المشاكل التي واجهتها الفئات التعليمية المختلفة.

حيث أن الغالبية لا تواجه مشاكل وكانت أعلى نسبة من المبحوثين الذين لم يواجهوا مشاكل هم من الفئة الجامعية 44.44% يتبعهم الفئة المتوسطة بنسبة 19.44% ثم الفئة الثانوية بنسبة 15.28%، هذه الأرقام تشير إلى أن عملية تسجيل الدخول وإنشاء الحساب سلسة نسبيا لمعظم المستخدمين.

الفئة الجامعية يواجهون مشاكل أكثر نسبيا على الرغم من أن غالبية الفئة الجامعية لا يواجهون مشاكل، إلا أنهم يمثلون أعلى نسبة من الذين واجهوا مشاكل بنسبة 13.89% مقارنة بالفئات الأخرى. هذه النتيجة قد تبدو متناقضة مع كونهما الأكثر استخداما للخدمات الرقمية، ولكنها قد تعكس استخداما أوسع أو محاولات أكثر تعقيدا. وكانت أقل نسبة مشاكل بين الفئة المتوسطة بنسبة 2.78% أما الفئة الثانوية فلديها مستوى متوسط من المشاكل بنسبة 4.17%، وهي أعلى من الفئة المتوسطة وأقل من الفئة الجامعية.

ونفسر هذا بأنه قد يكون الفئة الجامعية يقومون بمحاولات تسجيل دخول لإنشاء حساب أكثر تنوعا أو تعقيدا مثل استخدام أجهزة مختلفة، أو محاولة استعادة كلما تمرور منسية بشكل متكرر، مما يزيد من فرص مواجهة المشاكل.

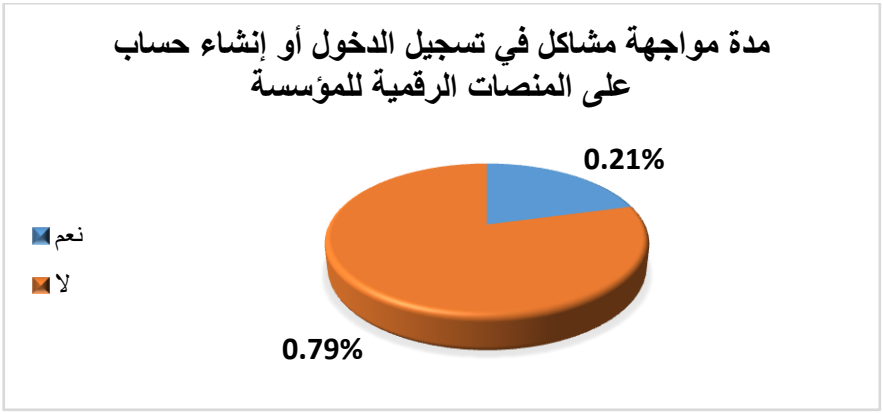
أو قد يكون لديهم حساسية أكبر لأي عقبات طفيفة. أما الفئة المتوسطة فقد يميلون إلى استخدام العمليات الأساسية بطريقة مباشرة، مما يقلل من فرص مواجهة المشاكل. كما يشير إلى أنها نقاط ضعف محتملة في تصميم عملية تسجيل الدخول/إنشاء الحساب أو في الإرشادات المقدمة.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين من كلا الفئتين لم يواجهوا مشاكل في تسجيل الدخول لأول إنشاء حساب على المنصات الرقمية للمؤسسة.

نسبةمنلميواجهوامشاكل " لا" هيالغالبةفيكلتاالفئتين،وهيأعلىبشكلملحوظلدىالإداريينبنسبة 43.06% مقارنةبالمواطنينالعاديينبنسبة 36.11%.

هذايشيرإلىأنتجربةتسجيلالدخولوإنشاءالحسابسلسةبشكلعام.أمانسبةمنواجهوامشاكل " نعم" فهيأقلبشكلعام،ولكنهاأعلىقليلابينالمواطنينالعاديينبنسبة 11.11% مقارنةبالإداريين 9.72%. قديعكسهذاأنالمواطنينالعاديينقديحتاجونإلىدعمإضافيأوأنهمأكثرعرضةلمواجهةمشكلاتبسيطة.

الشكل رقم21:توزيع المبحوثين حسبمواجهتم لمشاكل في تسجيل الدخول أو إنشاء حساب على المنصات الرقمية للمؤسسة



يتبين من الشكل رقم 21آراء المبحوثين حول مواجهتم لمشاكل في تسجيل الدخول أو إنشاء حساب على المنصات الرقمية للمؤسسة حيث كانت أغلب الآراءعلى أن المبحوثين لم يواجهوا مشاكل في تسجيل الدخول أو إنشاء حسابات على المنصات الرقمية للمؤسسة وذلك بنسبة 79.17% ما يعادل 57 مفردة. هذا يشير إلى أن عمليات التسجيل والوصول إلى الحسابات مصممة بشكل جيد وسهلة الاستخدام بالنسبة لأغلب المستخدمين، في المقابل واجه 20.83%من المبحوثين ممثلة ل 15 مفردة صعوبة في تسجيل الدخول أو إنشاء حسا بهذه النسبة، وإن كانت أقلية، تشير إلى أن هناك شريحة من المستخدمين تواجه تحديات في الخطوات الأولية للوصول إلى الخدمات الرقمية. يمكن أن تكون هذه الصعوبات ناتجة عن مشكلات فنية في المنصة، أو تعقيد في الإجراءات، أو نقص في التوجيه الواضح.

بشكل عام، على الرغم من أن المؤسسة قد نجحت في توفير تجربة تسجيل دخول وإنشاء حساب سلسة لمعظم المستخدمين، إلا أن معالجة المشاكل التي تواجهها الشريحة الأقلية تعد خطوة مهمة لضمان وصول رقمي شامل وفعال للجميع.

بشكلعام،يبدوأنعمليةتسجيلالدخولوإنشاءالحسابعلىالمنصاتالرقميةللمؤسسةتتمبيسرلمعظمالمستخدمين،مع وجودنسبةقليلةفقطمنكلاالفئتينتواجهبعضالمشاكل.

المطلب الرابع: تقييم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها الرقمية

تحليل النتائج المتعلقة بالمحور الرابع: تقييم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها الرقمية

1/-تحليل نتائج السؤال 22:تقييم جودة الخدمات الرقمية

الجدول رقم (22): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	ضعيفة		متوسطة		جيدة		ممتازة		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	0	0.00%	3	4.17%	6	8.33%	7	9.72%	16	22.22%
	ثانوي	1	1.39%	5	6.94%	7	9.72%	1	1.39%	14	19.44%
	جامعي	0	0.00%	17	23.61%	23	31.94%	2	2.78%	42	58.33%
المجموع		1	1.39%	25	34.72%	36	50.00%	10	13.89%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	0	0.00%	11	15.28%	20	27.78%	3	4.17%	34	47.22%
	إداري	1	1.39%	14	19.44%	16	22.22%	7	9.72%	38	52.78%
المجموع		1	1.39%	25	34.72%	36	50.00%	10	13.89%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: جاءت نتائج الجدول رقم 22 المتعلقة بتوزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي كالتالي:

الفئة الجامعية: الغالبية العظمى من الفئة الجامعية يقيمون الخدمات بـ "جيدة" بنسبة 31.94% أو "متوسطة" بنسبة 23.61.% ونسبة صغيرة جدا 2.78% تعتبرها "ممتازة" ولا يوجد من يعتبرها "ضعيفة". هذا يشير إلى أن الفئة الجامعية يرون جودة الخدمات على أنها جيدة إلى حد ما، ولكن ربما مع وجود مساحة للوصول إلى مستوى "ممتاز."

الفئة الثانوية: يميل الفئة الثانوية إلى تقييم الخدمات بـ "جيدة" 9.72%، أو "متوسطة" 6.94.%

نسبة قليلة جدا تعتبرها "ممتازة" بنسبة 1.39% أو "ضعيفة" 1.39.%

الفئة المتوسطة: تعد نسبة تقييم "ممتازة" هي الأعلى لدى الفئة المتوسطة بنسبة 9.72%، تليها "جيدة" بنسبة 8.33.% ونسبة "متوسطة" لديهم هي 4.17%، ولا يوجد من يعتبرها "ضعيفة". هذه النتيجة

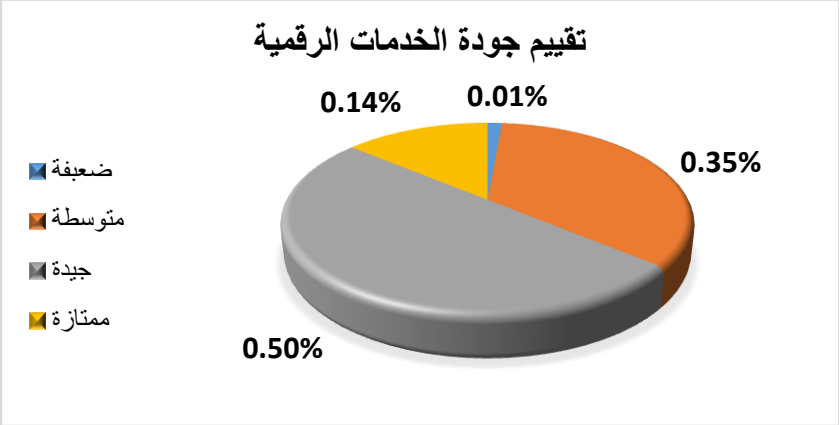
تختلف عن الفئات الأخرى، حيث أن نسبة كبيرة من الفئة المتوسطة يرون الخدمات ممتازة، مما قد يشير إلى أن توقعاتهم قد تكون مختلفة أو أن الخدمات تلبي احتياجاتهم الأساسية بشكل جيد جدا.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين من كلا الفئتين يقيمون جودة الخدمات الرقمية بأنها جيدة أو ممتازة.

بالنسبة للمواطنين العاديين، فإن التقييم الأكثر شيوعا هو "جيدة" بنسبة 27.78%، تليه "متوسطة" بنسبة 15.28%، ثم "ممتازة" بنسبة 4.17%. لم يسجل أي مواطن عادي تقييم "ضعيفة"

بالنسبة للإداريين، يميلون أكثر نحو تقييم "جيدة" بنسبة 22.22%، لكن نسبة "ممتازة" لديهم أعلى بكثير من المواطنين العاديين 9.72% مقابل 4.17%. كما أن نسبة التقييم "متوسطة" لديهم أعلى قليلا 19.44%، وهناك نسبة ضئيلة جدا تقيم الجودة بأنها "ضعيفة" 1.39%

الشكل رقم22: توزيع المبحوثين حسب تقييم جودة الخدمات الرقمية



من خلال قراءتنا لبيانات الشكل رقم 22، نلاحظ أن آراء المبحوثين حسب تقييم جودة الخدمات الرقميةكانت معظمها يقيمون جودة الخدمات الرقمية بأنها "جيدة" أو "ممتازة"فنسبة 50.00%ممثلة ل 36 مفردة صنفتها "جيدة"، بينما وصفتها نسبة 13.89% بما يعادل 10مفردةبأنها "ممتازة". هذا يعني أن أكثر من 63% من المبحوثين راضون بشكل إيجابي عن جودة الخدمات الرقمية ، تأتي الخدمات "المتوسطة" في المرتبة الثانية بنسبة 34.72%أي 25 مفردة. هذه الشريحة من المبحوثين ترى أن هناك مجالا للتحسين، ولكن الخدمات ليست سيئة بشكل كبير ، أما التقييم "ضعيفة" فكان ضئيلا للغاية بنسبة 1.39%ممثلة ل 1مفردة فقط. هذا يشير إلى أن حالات عدم الرضا الشديد عن جودة الخدمات الرقمية نادرة جدا.

بشكل عام، هناك إدراك إيجابي لجودة الخدمات الرقمية، حيث يرى عدد أكبر من الإداريين جودة "ممتازة"، بينما يرى المواطنون العاديون جودة "جيدة" بشكل أكبر.

2/–تحليل نتائج السؤال 23:العوامل الأكثر أهمية بالنسبة لك عند تقييم الخدمات الرقمي :

الجدول رقم (23): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

الإجابة		سهولة الاستخدام		السرعة		الأمان		الشفافية		المجموع	
المتغير		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	3	4.17%	3	4.17%	4	5.56%	6	8.33%	16	22.22%
	ثانوي	5	6.94%	2	2.78%	6	8.33%	1	1.39%	14	19.44%
	جامعي	9	12.50%	20	27.78%	10	13.89%	3	4.17%	42	58.33%
المجموع		17	23.61%	25	34.72%	20	27.78%	10	13.89%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	10	13.89%	13	18.06%	10	13.89%	1	1.39%	34	47.22%
	إداري	7	9.72%	12	16.67%	10	13.89%	9	12.50%	38	52.78%
المجموع		17	23.61%	25	34.72%	20	27.78%	10	13.89%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي تظهر البيانات المقدمة تباينا في أولويات المبحوثين حول العوامل الأكثر أهمية عند تقييم الخدمات الرقمية، وذلك باختلاف مستوياتهم التعليمية.

الفئة الجامعية: يعطون الأولوية القصوى لـ السرعة 27.78%، يليها الأمان 13.89%، ثم سهولة الاستخدام 12.50.% حيث تشير هذه الأرقام إلى أن الفئة الجامعية يبحثون عن خدمات رقمية سريعة، آمنة، وسهلة الاستخدام، مما يعكس غالبا خبرتهم العالية وتوقعاتهم الكبيرة.

الفئة الثانوية : يضعون الأمان بنسبة 8.33% كأولوية قصوى، يليه سهولة الاستخدام بنسبة 6.94.% تعد السرعة والتفاعلية أقل أهمية بكثير لهم. هذا قد يشير إلى أن الفئة الثانوية يبحثون عن خدمات موثوقة وآمنة أولا، مع التركيز على القدرة على استخدامها دون تعقيد.

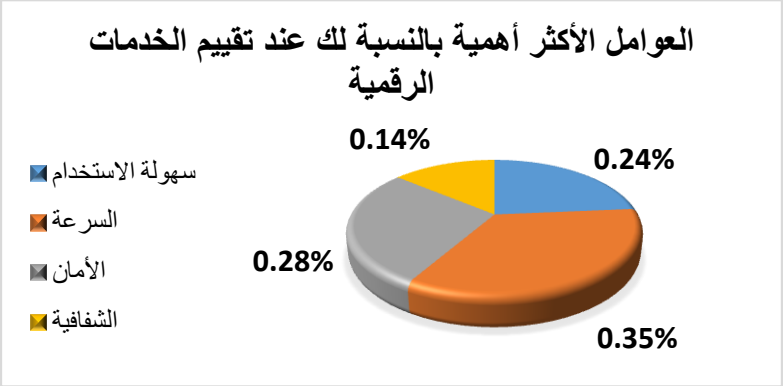
الفئة المتوسطة: يعطون الأولوية لـ التفاعلية بنسبة 8.33%، تليها الأمان بنسبة 5.56.% وتعد سهولة الاستخدام والسرعة متساويتين في الأهمية لديهم بنسبة 4.17% لكل منهما. هذا قد يشير إلى أن هذه الفئة قد تحتاج إلى تجربة أكثر توجيها وتفاعلا لتشعر بالراحة والأمان عند استخدام الخدمات الرقمية.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن هناك اختلافات واضحة في أهمية العوامل بين المواطنين العاديين والإداريين عند تقييم الخدمات الرقمية.

بالنسبة للمواطنين العاديين، تعد السرعة هي العامل الأكثر أهمية بنسبة 18.06%، تليها سهولة الاستخدام والأمان بنسب متساوية 13.89% لكل منهما. أما الشفافية فهي الأقل أهمية بكثير بنسبة 1.39%

بالنسبة للإداريين، تعد السرعة أيضا هي العامل الأكثر أهمية بنسبة 16.67%، يليها الأمان 13.89 بنسبة %. ومع ذلك، فإن الشفافية تكتسب أهمية كبيرة لديهم 12.50%، وهي نسبة أعلى بكثير من المواطنين العاديين. سهولة الاستخدام أقل أهمية نسبيا للإداريين مقارنة بالمواطنين العاديين.

الشكل رقم 23: توزيع المبحوثين حسب رأيهم في العوامل الأكثر أهمية بالنسبة لك عند تقييم الخدمات الرقمية



نلاحظ من خلال الشكل أعلاه توزيع المبحوثين حسب آراءهم حول العوامل الأكثر أهمية بالنسبة لك عند تقييم الخدمات الرقمية حيث كانت أغلب الإجابات تظهر النتائج أن "السرعة" هي العامل الأكثر أهمية للمبحوثين عند تقييم الخدمات الرقمية، حيث حازت على النسبة الأكبر بـ 34.72% ممثلة ل 25 مفردة. هذا يؤكد على أن المستفيدين يقدرون الكفاءة وسرعة إنجاز المعاملات بشكل كبير، يأتي في المرتبة الثانية عامل "الأمان" بنسبة 27.78% ممثلة ل 20 مفردة. هذه النتيجة تعكس القلق المتزايد للمستخدمين بشأن حماية بياناتهم وخصوصيتهم عند التعامل مع الخدمات الرقمية، أما "سهولة الاستخدام" فقد حلت في المرتبة الثالثة بنسبة 23.61% ممثلة ل 17 مفردة. هذا يشير إلى أن تصميم الواجهات البسيطة والعملية لا تزال عاملا حيويا في تجربة المستخدم، وأخيرا، جاءت "الشفافية" كأقل العوامل أهمية من بين الخيارات المطروحة، بنسبة 13.89% ممثلة ل 10 مفردة. على الرغم من أهميتها بشكل عام، إلا أن المبحوثين يضعونها في مرتبة أدنى مقارنة بالسرعة والأمان وسهولة الاستخدام.

وبالتالي يمكن القول إن السرعة والأمان هما الركيزتان الأساسيتان اللتان يبني عليهما المبحوثون تقييمهم للخدمات الرقمية، يليهما مباشرة سهولة الاستخدام. يجب على المؤسسات التي تقدم خدمات رقمية في الجزائر التركيز على هذه العوامل الثلاثة لتحقيق رضا المستخدمين.

بشكل عام، بينما يتفق الطرفان على أهمية السرعة، يركز المواطنون العاديون أكثر على سهولة الاستخدام، في حين يولي الإداريون أهمية أكبر للشفافية. الأمان يحظى بنفس الأهمية لدى كلتا الفئتين.

3/–تحليل نتائج السؤال 24: مدى وجود صعوبة في فهم واجهات المستخدم الرقمية لاتصالات الجزائر

الجدول رقم (24): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	3	4.17%	13	18.06%	16	22.22%
	ثانوي	3	4.17%	11	15.28%	14	19.44%
	جامعي	4	5.56%	38	52.78%	42	58.33%
المجموع		10	13.89%	62	86.11%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	3	4.17%	31	43.06%	34	47.22%
	إداري	7	9.72%	31	43.06%	38	52.78%
المجموع		10	13.89%	62	86.11%	72	100.00%

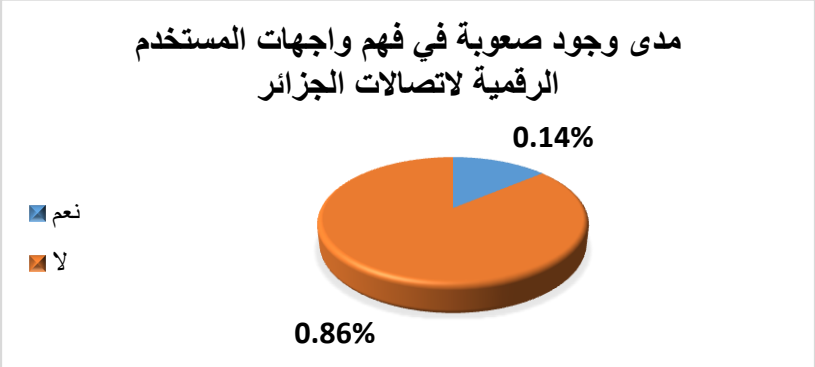
تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: تظهر البيانات المقدمة أن غالبية المبحوثين لا يواجهون صعوبة في فهم واجهات المستخدم الرقمية لاتصالات الجزائر، وذلك عبر جميع المستويات التعليمية

الفئة الجامعية: يشكل خريجو الجامعات الشريحة الأقل مواجهة للصعوبة، حيث أن نسبة 52.78% منهم لا يواجهون أي صعوبة في فهم واجهات المستخدم، بينما نسبة 5.56% فقط يواجهون صعوبة. تشير هذه النتيجة إلى أن ذوي التعليم العالي قد يكونون أكثر ألفة وتأقلما مع التقنيات الرقمية . أما الفئة الثانوية والفئة المتوسطة فتبدو النتائج متقاربة بين حاملي الشهادة الثانوية والمتوسطة. فنسبة 15.28% من الفئة الثانوية و 18.06% من الفئة المتوسطة لا يواجهون صعوبة، مقابل نسبة 4.17% من كلتا الفئتين يواجهون صعوبة. على الرغم من أن نسبة "لا" أعلى، إلا أنها أقل بكثير من نسبة الفئة الجامعية، مما قد يشير إلى حاجة هاتين الفئتين لدعم أو توجيه أكبر.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين من كلا الفئتين لا يواجهون صعوبة في فهم واجهات المستخدم للخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر. حيث أن نسبة من لا يواجهون صعوبة "لا" متساوية ومرتفعة جدا في كلتا الفئتين بنسبة 43.06% لكل منهما. يشير هذا إلى أن واجهات المستخدم مصممة بشكل جيد ومباشر لمعظم المستخدمين .أما نسبة من يواجهون صعوبة "نعم" فهي منخفضة بشكل عام، ولكنها أعلى قليلا بين الإداريين بنسبة 9.72% مقارنة بالمواطنين

العاديين 4.17%. قد يشير هذا إلى أن الإداريين قد يتعاملون مع جوانب أكثر تعقيدا في الأنظمة أو يتوقعون مستوى مختلفا من التفاعل مع الواجهات الرقمية.

الشكل رقم 24: توزيع المبحوثين حسب ما إذا واجهوا صعوبة في فهم واجهات المستخدم الرقمية لاتصالات الجزائر



نلاحظ من خلال ال شكل رقم 24 أن آراء كانت أغلبها لم يواجهوا صعوبة في فهم واجهات المستخدم الرقمية لاتصالات الجزائر وذلك بنسبة 86.11% بما يعادل 62 مفردة. هذا يعكس نجاحا كبيرا في تصميم واجهات بسيطة وسهلة الاستخدام، مما يقلل من حاجة المستخدمين إلى مساعدة إضافية أو تدريب، في حين واجه 13.89% من المبحوثين 10 مفردة صعوبة في فهم هذه الواجهات. على الرغم من أن هذه النسبة قليلة، إلا أنها تدل على أن هناك مجموعة من المستخدمين قد يواجهون تحديات، والتي يمكن أن تكون بسبب نقص الخبرة التقنية، أو تصميم واجهات معينة تتطلب مزيدا من التوضيح، أو عدم كفاية الدعم المقدم لهم في فهم كيفية استخدام المنصات.

4/–تحليل نتائج السؤال 25: آراء المبحوثين حول مدى استجابة الخدمات الرقمية لتوقعاتهم واحتياجاتهم

الجدول رقم (25): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		أحيانا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	9	12.50%	0	0.00%	7	9.72%	16	22.22%
	ثانوي	5	6.94%	2	2.78%	7	9.72%	14	19.44%
	جامعي	26	36.11%	3	4.17%	13	18.06%	42	58.33%
المجموع		40	55.56%	5	6.94%	27	37.50%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	13	18.06%	0	0.00%	21	29.17%	34	47.22%
	إداري	27	37.50%	5	6.94%	6	8.33%	38	52.78%
المجموع		40	55.56%	5	6.94%	27	37.50%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: تظهر البيانات أن هناك تباينا في آراء المبحوثين حول مدى استجابة الخدمات الرقمية لتوقعاتهم واحتياجاتهم، وذلك باختلاف مستوياتهم التعليمية.

الفئة الجامعية هي الأكثر رضا: النسبة الأكبر من المبحوثين الذين يرون أن الخدمات الرقمية تستجيب لتوقعاتهم واحتياجاتهم تأتي من الفئة الجامعية، حيث أجاب نسبة 36.11% منهم بـ "نعم". هذه النسبة أعلى بكثير من الفئات الأخرى . وكانت نسبة من يرون أن الخدمات لا تستجيب لتوقعاتهم "لا" منخفضة عبر جميع المستويات التعليمية، حيث بلغت نسبة 4.17% للفئة الجامعية، ونسبة 2.78% لفئة الثانوية، ونسبة 0.00% للفئة المتوسطة.

هناك نسبة ملحوظة من المبحوثين من الفئة المتوسطة والثانوية الذين يرون أن الخدمات تستجيب "أحيانا" بنسبة 9.72% لكل منهما. هذه النسبة تشير إلى وجود تذبذب في مستوى الرضا أو استجابة غير كاملة لاحتياجاتهم في جميع الأوقات. بينما هذه النسبة أعلى في الفئة الجامعية 18.06%، قد يعكس هذا وعيا أكبر بتعقيدات الخدمات أو توقعات أعلى . في حين أن 12.50% من الفئة المتوسطة و6.94% من الفئة الثانوية يرون أن الخدمات تستجيب لاحتياجاتهم بـ "نعم"، فإن هذه النسب أقل بكثير مقارنة بالفئة الجامعية 36.11%.

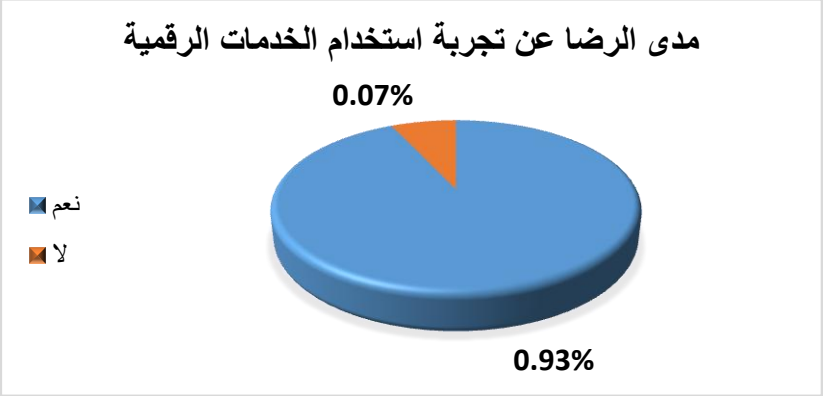
تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن هناك تباينا واضحا في مدى استجابة الخدمات الرقمية لتوقعات واحتياجات المستخدمين بين الفئتين.

بالنسبة للإداريين، فإن الغالبية العظمى بنسبة 37.50% يرون أن الخدمات الرقمية تستجيب لتوقعاتهم واحتياجاتهم بشكل كامل "نعم". وهناك نسبة صغيرة جدا بنسبة 6.94% لا توافق على ذلك "لا"، ونسبة أقل بنسبة 8.33% ترى أنها تستجيب "أحيانا." أما بالنسبة للمواطنين العاديين، فإن النسبة الأكبر منهم 29.17% يرون أن الخدمات تستجيب "أحيانا" فقط لتوقعاتهم. في حين أن نسبة 18.06% منهم يرون أنها تستجيب بشكل كامل "نعم". من الملاحظ أنه لم يسجل أي مواطن عادي إجابة "لا" مطلقا.

بشكل عام، يبدو أن الإداريين أكثر رضا عن مدى استجابة الخدمات الرقمية لتوقعاتهم واحتياجاتهم، بينما يميل المواطنون العاديون إلى رؤية هذه الاستجابة بشكل أكثر تقطعا أو "أحيانا".

5/–تحليل نتائج السؤال 26: مدى الرضا عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية (تطبيق، موقع، دفع الكتروني ...إلخ)

الشكل رقم26: توزيع المبحوثين حسب رضاهم عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية تطبيق، موقع، دفع الكتروني ...إلخ



من خلال قراءتنا لبيانات الشكل رقم26، نلاحظ أن آراء المبحوثين فيما يخص رضاهم عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية تطبيق، موقع، دفع الكتروني ...إلخ راضون بشكل كبير عن تجربتهم في استخدام الخدمات الرقمية وذلك بنسبة 93.06% ممثلة في 67 مفردة، والتي تشمل التطبيقات، المواقع الإلكترونية، والدفع الإلكتروني، وغيرها. هذه النسبة المرتفعة للغاية تشير إلى نجاح باهر للمؤسسة في تقديم خدمات رقمية تلبي أو تتجاوز توقعات المستخدمين، بينما ترى نسبة ضئيلة جدا، بلغت 6.94% ممثلة ل 5 مفردة، عن عدم رضاها. على الرغم من أن هذه الفئة صغيرة، إلا أنها تشير إلى وجود مساحة للتحسين المستمر، أو قد تعكس تحديات محددة يواجهها بعض المستخدمين دون غيرهم . ومنه نقول إن الخدمات الرقمية للمؤسسة تحظى بقبول واسع ورضا عالٍ بين المستخدمين. هذا الرضا الواضح يعد مؤشرا قويا على فعالية استراتيجية التحول الرقمي وجهود المؤسسة في تحسين تجربة العملاء.

الجدول رقم (26): توزيع المبحوثين وذلك بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي ونوع الزبون

المتغير	الإجابة	نعم		لا		المجموع	
		ت	%	ت	%	ت	%
المستوى التعليمي	متوسط	15	20.83%	1	1.39%	16	22.22%
	ثانوي	13	18.06%	1	1.39%	14	19.44%
	جامعي	39	54.17%	3	4.17%	42	58.33%
المجموع		67	93.06%	5	6.94%	72	100.00%
نوع الزبون	مواطن عادي	31	43.06%	3	4.17%	34	47.22%
	إداري	36	50.00%	2	2.78%	38	52.78%
المجموع		67	93.06%	5	6.94%	72	100.00%

تحليل النتائج حسب متغير المستوى التعليمي: تظهر البيانات المقدمة أن هناك مستويات متفاوتة من الرضا عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية بين المبحوثين، وذلك تبعا لمستواهم التعليمي.

الفئة الجامعية هم الأكثر رضا: النسبة الأكبر من المبحوثين الراضين عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية هم من الفئة الجامعية، حيث أعرب 54.17% منهم عن رضاهم "نعم". هذه النسبة تفوق بكثير

نسبة الرضا في الفئات التعليمية الأخرى . ونجد نسبة الرضا بين حاملي الشهادة المتوسطة والثانوية متقاربة، حيث بلغت نسبة 20.83% للفئة المتوسطة ونسبة 18.06% للفئة الثانوية.

مستويات رفض منخفضة بشكل عام: نسبة عدم الرضا "لا" منخفضة عبر جميع المستويات التعليمية. فقد بلغت نسبة 4.17% بين الفئة الجامعية، ونسبة 1.39% بين الفئة الثانوية والفئة المتوسطة. هذا يشير إلى أن الرفض التام للتجربة ليس شائعا، ولكن هذا لا يعني بالضرورة رضا عاليا، بل قد يعني قبولا لواقع معين أو عدم وجود بدائل.

تحليل النتائج حسب متغير نوع الزبون: تظهر النتائج أن الغالبية العظمى من المبحوثين من كلا الفئتين راضون عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية . حيث أنن نسبة الرضا "نعم" مرتفعة جدا في كلتا الفئتين، وهي أعلى بشكل ملحوظ لدى الإداريين 50.00% مقارنة بالمواطنين العاديين 43.06%. يشير هذا إلى مستوى عالٍ من الرضا العام. أما نسبة عدم الرضا "لا" فهي منخفضة جدا في كلتا الفئتين، ولكنها أعلى قليلا لدى المواطنين العاديين 4.17% مقارنة بالإداريين 2.78%

بشكل عام، تعكس هذه البيانات تجربة إيجابية ومرضية بشكل واسع مع الخدمات الرقمية لكلتا الفئتين من المستخدمين.

تحليل نتائج السؤال 27: اقتراحات لتحسين جودة الخدمات الرقمية في مؤسسة اتصالات الجزائر

لتحسين جودة الخدمات الرقمية في مؤسسة اتصالات الجزائر، قدم المبحوثين العديد من الاقتراحات التي تركز على الجوانب التقنية، التشغيلية، وتجربة العملاء منها:

- تحسين البنية التحتية للشبكة
- توسيع وتحديث شبكة الألياف البصريةأي التركيز على نشر الألياف البصرية إلى المنازل بشكل واسع النطاق، خاصة في المناطق ذات الكثافة السكانية العالية.
- تحسين تغطية وجودة شبكات الهاتف المحمولضمان تغطية ممتازة في جميع المناطق، بما في ذلك المناطق النائية، مع التركيز على استقرار الخدمة وسرعاتها.
- تحديث وتوسيع مراكز البيانات لضمان استمرارية الخدمات، وتحسين أوقات الاستجابة، ودعم الكم الهائل من البيانات.
- تطوير المنصات والخدمات الرقمية:
- تصميم واجهات مستخدم سهلة وعملية :إعادة تصميم المواقع والتطبيقات لتكون بسيطة، جذابة، وسهلة الاستخدام لجميع شرائح العملاء.

- دمج جميع الخدمات (الدفع، الاشتراك، الدعم الفني، تتبع الاستهلاك) في منصات رقمية موحدة (تطبيقات ومواقع ويب)، مما يوفر تجربة سلسة للعملاء.
- تبسيط إجراءات الحصول على الخدمات بمعنى تقليل الخطوات المطلوبة لإتمام أي عملية
- توفير خيارات دفع متعددة وآمنة دعم البطاقات الائتمانية، المحافظ الرقمية، والدفع الإلكتروني لتسهيل المعاملات.
- قنوات دعم متعددة: توفير قنوات دعم متنوعة (دردشة مباشرة، واتساب، هاتف، بريد إلكتروني، وسائل التواصل الاجتماعي)
- استخدام روبوتات الدردشة المدعمة بالذكاء الاصطناعي للإجابة على الاستفسارات المتكررة وتقديم الدعم الأولي على مدار الساعة.
- تحسين كفاءة مراكز الاتصال: تدريب الموظفين على حل المشكلات بفعالية وسرعة، مع توفير صلاحيات كافية لهم لحل المشكلات من أول اتصال.
- جمع الملاحظات والتحسين المستمر:
- استبيانات رضا العملاء: إجراء استبيانات دورية لتقييم جودة الخدمات وتحديد نقاط الضعف.
- التوعية الرقمية للعملاء: تقديم برامج توعية وشروحات حول كيفية استخدام الخدمات الرقمية الجديدة والاستفادة القصوى منها.
- تخصيص العروض والخدمات: تقديم عروض مخصصة للعملاء بناءً على أنماط استهلاكهم وتفضيلاتهم
- تدريب الموظفين على أحدث التقنيات والبرامج، وعلى كيفية التعامل مع العملاء بفعالية واحترافية في البيئة الرقمية.
- تشجيع الموظفين على تبني التحول الرقمي واستخدامه في جميع جوانب العمل.

كشفت آراء المبحوثين حول سبل تحسين جودة الخدمات الرقمية عن وعي عميق واهتمام فعلي بتطوير هذه الخدمات بما يتماشى مع تطلعات المستخدمين واحتياجاتهم. فقد تمحورت أبرز الاقتراحات حول ضرورة تعزيز البنية التحتية الرقمية، لا سيما توسيع شبكة الألياف البصرية وتحسين التغطية، إضافة إلى تطوير منصات رقمية أكثر تفاعلية وسهلة الاستخدام، وتوفير قنوات دعم فني فعالة ومتعددة. كما أبدى المبحوثون اهتماماً بإدماج تقنيات الذكاء الاصطناعي لتسريع التفاعل وحل المشكلات. ويشير هذا إلى إدراك متزايد بين الزبائن لأهمية تجربة المستخدم، وتكامل العمليات الرقمية، مما يعزز من ضرورة اعتماد المؤسسة لنهج التحسين المستمر وتحديث خدماتها بانتظام.

أما من حيث المستوى التعليمي، فقد تبين أن الفئة الجامعية ركزت في اقتراحاتها على الجوانب التقنية والخدماتية، مثل تطوير التطبيقات وتسهيل إجراءات الاشتراك والدفع، مما يعكس استيعاباً أعمق لتقنيات التحول الرقمي، في حين ركزت الفئتان الثانوية والمتوسطة على الحاجة إلى تبسيط الواجهات وتحسين الدعم والمرافقة، وهو ما يشير إلى أن بعض الفئات ما تزال بحاجة إلى مزيد من التوجيه الرقمي والتكوين.

وبالنسبة لنوع الزبون، فقد جاءت اقتراحات الإداريين أكثر شمولاً، حيث تضمنت تحسينات على مستوى الأداء الداخلي للمؤسسة، مثل مراكز الاتصال، وربط الخدمات، ومؤشرات الأداء، بينما ركز المواطنون العاديون بشكل أكبر على جودة الشبكة وسهولة الوصول للخدمات، مما يُبرز اختلافًا في التجربة والتوقعات بحسب طبيعة الاستخدام.

بشكل عام، تعكس هذه الاقتراحات طموحات واضحة لتطوير شامل ومستدام للخدمات الرقمية، وتقدم خارطة طريق واقعية يمكن أن تستند إليها المؤسسة في تحسين استراتيجياتها الرقمية ومواكبة تطورات السوق.

❖ استنتاجات الدراسة

المحور الأول: الخدمات الرقمية المقدمة من قبل مؤسسة اتصالات الجزائر

1. تُقدّم مؤسسة اتصالات الجزائر مجموعة متنوعة من الخدمات الرقمية تشمل الدفع الإلكتروني، تتبع الفواتير، الاشتراك في العروض، وغيرها، ما يدل على تبنٍ فعلي للتحول الرقمي.

2. أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة معتبرة من الزبائن يستخدمون الخدمات الرقمية بانتظام، مما يعكس وعيًا عامًا بأهميتها وفعاليتها.

3. الفئة الجامعية والمهنيون هم الأكثر استخدامًا للخدمات الرقمية مقارنة بباقي الفئات، ما يشير إلى وجود علاقة بين المستوى التعليمي أو النوع المهني ومدى التفاعل الرقمي.

4. هناك تفاوت في درجة استخدام الخدمات حسب نوع الزبون، حيث يفضل المهنيون خدمات ذات طابع عملي كالدفع الإلكتروني وتتبع الفواتير.

5. رغم تنوع الخدمات الرقمية، لا تزال بعض الفئات، خصوصًا الأقل تعليمًا، تفضل الطرق التقليدية، مما يكشف عن تحديات في الوصول الرقمي الشامل.

6. أظهرت النتائج أن غالبية الزبائن يقيّمون خدمات المؤسسة بأنها جيدة إلى حد ما، مع إشارات لوجود قصور في بعض الجوانب مثل استقرار المنصات أو محدودية بعض الوظائف.

7. المؤسسة نجحت إلى حد كبير في رقمنة المعاملات اليومية، ولكن لم تصل بعد إلى مرحلة الرقمنة المتكاملة لجميع الخدمات.

8. يتطلب الأمر مزيدًا من التوعية والتبسيط في تقديم الخدمات للفئات غير المتمكنة تقنيًا لضمان استخدام أوسع وأكثر شمولية.

المحورالثاني: مزاياالرقمنةفيتحسينالخدماتالمقدمة للزبائن

1. أبرز المزايا التي لمسها الزبائن نتيجة التحول الرقمي تمثلت في السرعة وتوفير الوقت والجهد مقارنة بالطرق التقليدية.

2. سهولة الوصول للخدمات في أي وقت ومكان تُعد من أكثر الجوانب الإيجابية التي حفزت الزبائن على الاعتماد على الرقمنة.

3. يرى الزبائن المهنيون أن الرقمنة حسّنت من جودة تسيير المعاملات المهنية اليومية وخففت من العبء الإداري.

4. الفئة الجامعية عبّرت بشكل كبير عن رضاها إزاء الرقمنة، ما يشير إلى وجود علاقة بين المستوى المعرفي ومدى استفادة الزبون من المزايا الرقمية.

5. خدمات الدفع الإلكتروني وتسجيل الطلبات عبر الإنترنت كانت من أكثر الخدمات التي لاقت استحسانًا كبيرًا من المستخدمين.

6. أظهر التحول الرقمي قدرة المؤسسة على تلبية متطلبات العصر وتقديم خدمات أكثر مرونة وسرعة مقارنة بالماضي.

7. الرقمنة ساهمت أيضًا في تخفيض الضغط على الهياكل الإدارية التقليدية للمؤسسة.

8. رغم هذه المزايا، لا يزال بعض الزبائن يعانون من ضعف تغطية الإنترنت أو البطء، مما يحد من استفادتهم الكاملة.

المحورالثالث: المعوقاتالتييواجهاالزبائنفياستخدامالخدماتالرقمية

1. من أبرز المعوقات التي ذكرها الزبائن هي ضعف التكوين الرقمي، خاصة لدى الفئات الأقل تعليما وكبار السن.

2. ضعف التغطية الشبكية في بعض المناطق يمثل عائقا ماديا مباشرا يحول دون الوصول السلس للخدمات الرقمية.

3. أشار العديد من الزبائن إلى أن بعض المنصات الرقمية تعاني من تعقيد في الواجهة أو عدم وضوح الخطوات.

4. الحواجز النفسية والثقافية، مثل الخوف من ارتكاب أخطاء أثناء الاستخدام، تُعد من أسباب الإحجام عن اعتماد الرقمنة.

5. بعض الزبائن، خاصة من الفئة المتوسطة، يعانون من قلة الثقة في الخدمات الرقمية بسبب ضعف التوعية بالأمان السيبراني.

6. لا تزال الفروقات بين استخدام الزبائن المهنيين والفرديين واضحة، ما يبرز غياب مقاربات متخصصة حسب نوع المستخدم.

7. ضعف الدعم التقني الفوري في حالات الطوارئ، مثل انقطاع الخدمات أو فشل المعاملات، يفاقم من مشكلات الثقة الرقمية.

8. الحاجة إلى دعم متعدد اللغات أو أكثر شمولًا لبعض الفئات الهشة لا تزال من النقاط التي يجب على المؤسسة تحسينها.

المحورالرابع: تقييمالزبائنللخدماتالرقميةالمقدمة

1. عبّر غالبية المبحوثين عن رضاهم العام عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية، مع تصنيفها "جيدة" أو "ممتازة" من طرف أكثر من 60.%

2. تمثلت أهم العوامل التي يبني عليها الزبائن تقييمهم للخدمات في "السرعة"، تليها "الأمان"، ثم "سهولة الاستخدام"، مما يعكس أولويات المستخدم الجزائري الرقمي.

3. الفئة الجامعية والإداريون هم الأكثر تقييمًا إيجابيًا، مما يدل على نضج توقعاتهم الرقمية واستفادتهم الفعلية من المنظومة.

4. رغم هذا التقييم الإيجابي، يرى عدد معتبر من الزبائن أن الخدمات الرقمية لا تلبي احتياجاتهم دائمًا، مما يشير إلى فجوة بين التوقعات والواقع.

5. أشاد معظم الزبائن بسهولة واجهات المستخدم، وهو ما يدل على نجاح المؤسسة في التصميم والتجربة البصرية، ولكن بعض الفئات لا تزال تعاني من فهم بعض التفاصيل.

6. الدعم الفني الرقمي يُعتبر مقبولًا لدى معظم الزبائن، لكنه يحتاج إلى تحسينات مستمرة خصوصًا في أوقات الذروة.

7. تعد التغطية الجغرافية وسرعة الرد عبر المنصات من أهم المحددات التي تؤثر في درجة الرضا العام.

8. قدم الزبائن مجموعة من الاقتراحات تمحورت حول تحسين البنية التحتية، تطوير واجهات الاستخدام، وتوفير دعم فني آني، ما يُظهر وعيًا مرتفعًا بالمشكلات وسبل معالجتها.

❖ نتائج الدراسة

1-خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر الرقمية: أظهرت نتائج الدراسة أن غالبية الزبائن يدركون وجود خدمات رقمية متعددة توفرها مؤسسة اتصالات الجزائر، حيث أكدوا استفادتهم من هذه الخدمات خاصة تلك المتعلقة بالإنترنت والتطبيقات الرقمية. كما بيّن التحليل أن هناك استخدامًا فعّالًا لمواقع وتطبيقات المؤسسة، مع إدراك واضح لتطور الخدمات وتحسّن جودتها بمرور الوقت، في حين تفاوتت درجة الإلمام بالخدمات بين الزبائن الأفراد والمهنيين، حيث بدت الفئة المهنية أكثر وعيًا واستفادة من تلك الخدمات الرقمية.

2-مزايا الرقمنة في تحسين الخدمات المقدمة: أبرزت الدراسة أن الرقمنة ساهمت بشكل ملموس في تسهيل حصول الزبائن على الخدمات، وتقليص أوقات الانتظار، وتقليل الحاجة للتنقل، إضافة إلى تحسين جودة التواصل مع المؤسسة. وقد أشار الزبائن إلى أهمية الخدمات الرقمية في الوصول إلى المعلومات بسرعة ومرونة، مؤكدين أن تجربة الرقمنة عززت كفاءة الخدمة بشكل عام، وإن اختلفت درجة الاستفادة حسب المستوى التعليمي والفئة العمرية، حيث بدت الفئات الأكثر تعليماً أكثر وعياً بمزايا الرقمنة.

3-معوقات استخدام الخدمات الرقمية: كشفت نتائج الدراسة عن وجود بعض المعوقات التي تحد من الاستخدام الأمثل للخدمات الرقمية، أبرزها الانقطاعات المتكررة أو ضعف التغطية، إلى جانب صعوبة فهم بعض الواجهات الرقمية من طرف بعض الزبائن، خاصة من لديهم خبرة تقنية محدودة. كما ظهر أن غياب الدعم التقني الفوري ونقص التكوين الرقمي يساهمان في ضعف الثقة بهذه الخدمات لدى فئة من المستجوبين، ما يستدعي ضرورة تعزيز التوعية الرقمية وتحسين الدعم التقني.

4-تقييم الزبائن لجودة الخدمات الرقمية: أظهرت النتائج أن تقييم الزبائن لجودة الخدمات الرقمية كان في معظمه إيجابيًا، حيث اعتبرها كثيرون "جيدة" أو "ممتازة"، وكان معيار السرعة والأمان وسهولة الاستخدام من أهم العوامل في التقييم. كما أكدت نسبة كبيرة من المستجوبين أن واجهات الاستخدام الرقمية واضحة وسهلة الفهم، وأن الخدمات الرقمية تستجيب بدرجة مقبولة لتوقعاتهم. وقد أبدى الزبائن رضاهم العام عن تجربة الاستخدام، مع وجود رضا أكبر نسبيًا لدى الزبائن المهنيين مقارنة بالأفراد.

❖ اقتراحات وتوصيات

- تحسين البنية التحتية الرقمية، خاصة في المناطق ذات التغطية الضعيفة.
- توسيع شبكة الألياف البصرية وتحديث مراكز البيانات لتسريع الخدمات.
- تبسيط واجهات التطبيقات والمواقع لتناسب جميع فئات المستخدمين.
- توفير وسائل دفع إلكتروني متنوعة وآمنة لجميع الزبائن.
- تكثيف حملات التوعية الرقمية لمساعدة المستخدمين على فهم واستعمال الخدمات بفعالية.
- تعزيز أمن المعلومات وحماية خصوصية الزبائن ضمن المنصات الرقمية.
- تطوير قنوات دعم فني متعددة، مثل الشات المباشر وروبوتات المحادثة.
- إطلاق استبيانات دورية لتقييم رضا الزبائن ومعالجة أوجه القصور.
- تدريب الموظفين على استخدام أدوات الرقمنة وتقديم خدمات احترافية.
- إشراك الزبائن في اقتراح حلول لتحسين جودة الخدمات الرقمية باستمرار

خاتمة

خاتمة

في ختام هذه الدراسة التي تناولت موضوع "دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات المقدمة لزبائن مؤسسة اتصالات الجزائر – المدية نموذجًا"، يمكن القول إن التحول الرقمي أضحى من الضروريات التي تفرضها متطلبات العصر، لا سيما في قطاع الاتصالات الذي يشهد تنافسًا متسارعًا وتطورًا تكنولوجيا مستمرًا. وقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن غالبية الزبائن لديهم تصورات إيجابية حول الخدمات الرقمية المقدمة، خاصة فيما يتعلق بالسرعة، سهولة الاستخدام، وتوفير الوقت والجهد. كما أبرزت النتائج وجود رضا عام على مستوى جودة الخدمات، رغم تسجيل بعض النقائص المرتبطة بالبنية التحتية، ضعف التغطية، أو محدودية التفاعل الرقمي في بعض الجوانب.

كما بين التحليل أن تقييم الخدمات الرقمية يختلف حسب المستوى التعليمي ونوع الزبون، مما يستدعي من المؤسسة تطوير استراتيجيات رقمية مرنة تأخذ بعين الاعتبار خصوصية كل فئة من فئات المستخدمين. وبناءً على ما تم التوصل إليه، نخلص إلى أن نجاح مؤسسة اتصالات الجزائر في مسارها الرقمي لا يتوقف فقط على توفير التكنولوجيا، بل على مدى قدرتها على تجويد هذه الخدمات، وتبسيط استخدامها، وضمان أمنها وموثوقيتها، إلى جانب التكوين المستمر للموظفين وتوفير الدعم الفني الفعال.

وعليه، فإن تعزيز التحول الرقمي في المؤسسة يتطلب مقاربة شاملة تعتمد على التطوير المستمر، الإنصات لانشغالات الزبائن، ودمج مختلف الأطراف المعنية في عملية التغيير. وبهذا الشكل فقط يمكن للمؤسسة تحقيق التميز الرقمي والاستجابة الفعالة لتطلعات زبائنها في بيئة اتصالية تتغير باستمرار.

قائمة المراجع

أ)–القواميس والمعاجم:

5 .المعجم الوسيط المدرسي، مجمع اللغة العربية، 0255 ،ط1.

0 .قاموس المنجد في اللغة العربية، بيروت: دار المشرق، بدون سنة، ط0.

3 .مجمع اللغة العربية، المعجم الوسيط، مصر: دار المعارف،0224 ،ط4.

ب(الكتب)اللغة العربية(:

4 .ابن منظور، لسان العرب، ج50 ،بيروت – لبنان: دار صادر، بدون سنة.

1 .التل، وائل عبد الرحمان وقحل، عيسى محمد، البحث العلمي في العلوم اإلنسانيةواالجتماعية،

أالردن –عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 0221 ،دون طبعة.

1 .الحداد، عوض بدير، تسويق الخدمات المصرفية، مصر: البيان للطباعة والنشر، 5888 ،ط5.

1 .الحسيني، أسيد. النظرية االجتماعية ودراسة التقييم، مصر: دار المعارف، 5811 ،ط5.

9 .ان: دار صفاء للنشر والتوزيع،

ّ

الد اردكة، مأمون، الجودة في المنظمات الحديثة، عم 0220 ،ط5.

8 .الد اركة، مأمون، إدارة الجودة الشاملة، عمان: دار الثقافة للنشر والتوزيع، 0225 ،ط5.

52 .ال ارزي، زين الدين محمد بن أبي بكر. مختار الصحاح، تحقيق أحمد إبراهيم زهوة،

بيروت: دار الكتاب العربي، 5403هـ، ط5.

55 .العمالق، بشير، ثقافة الخدمة، ألاردن: دار اليازوري العملية للنشر، 0258 ،بدون طبعة.

50 .تمار، يوسف، أصول تحليل المضمون وتقنياته، بن عكنون – الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 0250.

53 .دادي عدون، ناصر، إدارة ألاعمال – مدخل وظيفي، الجزائر: دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، 0255 ،ط5.

54 .دادي عدون، ناصر، اقتصاد المؤسسة، الجزائر: دار المحمدية العامة، 5889 ،دون طبعة.

51 .ان

ّ

درويش، عيد الكريم، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية، عم – ألاردن: دار المسيرة للنشر والتوزيع، 0254 ،ط0.

120

51 .زيان، عمر محمد، البحث العلمي: مناهجه وتقنياته، دار الشروق، جدة، 5893 ،ط4.

51 .سالمة اللوزي، موسى وكاظم محمود، خضير، منهجية البحث العلمي، ألاردن: دار إثاء للنشر والتوزيع، 0229 ،ط5.

59 .صخري، عمور، اقتصاد المؤسسة، الج ازئر: ديوان المطبوعات الجامعية – بن عكنون، 0221 ،ط0.

58 .عيسى، عماد وصالح، محمد، المكتبات الرقمية: ألاسس والتطبيقات العلمية، القاهرة: دار المطبوعة المصرية اللبنانية، بدون سنة.

02 .فودة، محمد حلمي وعبد الرحمان، صالح عبد الله. المرشد في كتابة األلبحاث، دار جدة، 4.ط، 5893

05 .قبرة، إسماعيل. التنظيم الحديث للمؤسسة، مصر: دار الفجر للنشر والتوزيع، 0229 ، دون طبعة،

00 .كركو، عدنان، التخطيط العملي، جامعة حلب – سوريا: مؤسسة األلماني الجامعية، 5814 ،بدون طبعة.

03 .ماكنزي، أوين جون، المقالة العلمية في عصر الرقمنة، مصر: المركز القومي للترجمة، 0225 ،دون طبعة.

04 .نبيل، جواد. إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، بيروت: مجد المؤسسة الجامعية، 0221 ،ط5.

01 .نضير، كاظم محمود، إدارة الجودة وخدمة العلماء، األلردن: دار الميسر للنشر والتوزيع، 5.ط، 0220

01 .ويليامز، ريتشاردل، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، مصر: مكتبة الحرير، 5882 ،ط5.

01 .يوسف، خالد، جودة الخدمات اإللكترونية في العصر الرقمي، األلردن: دار النشر األلكاديمي، 0200 ،بدون طبعة.

ت(المجالت:

09 .الفحواتش عبد السالم، معوقات تطبيق اإلدارةاإللكترونية في كلية اآلداب، مجلة كلية اآلداب، جامعة صبراته، ليبيا، ال عدد085.

121

08 .أورباج، سعيد، أثر تبني المزيج التسويقي على جودة الخدمة)دراسة حالة مؤسسة اتصاالت الجزائر(، مجلة المنتدى للدراسات واألبحاثاالقتصادية، العدد 5 ،جامعة الجلفة،

الجزائر: 0205.

32 .المغلوث، عبد الله بن أحمد، التحول الرقمي ودوره في تطوير المؤسسات الحكومية، المجلة العربية لإلدارة، العدد 0.

35 .أحمد، أحمد فرج، الرقمنة داخل مؤسسات المعلومات أم خارجها، مجلة دراسات المعلومات، العدد 4 ،السعودية: جمعية المكتبات والمعلومات للنشر، 0228.

30 .بن مويزة، أحمد، عالقة جودة الخدمة البنكية وجودة العالقة على رضا العمالء،)دراسة لعينة من عمالء بنك الفالحة والتنمية الريفية لواليةاألغواط(، مجلة العلوم االقتصادية وعلوم التسيير، كلية العلوم االقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، العدد 51 ،الجزائر: 0251.

33 .حسام، أحمد، التحول الرقمي واألمن السيبراني، مجلة الدراسة أألمنية، العدد 55 ، السعودية: جامعة نايف العربية للعلوم أألمنية، 0200.

34 .عطاء الله، ياسين. تقييم جودة الخدمة – دراسة عينة من زبائن بريد الجزائر لوالية أألغواط، مجلة أألصيللأبحاثاالقتصاديةواإلدارية، العدد 5 ،الجزائر، 0259.

31 .مكيد على وبوزكري، جياللي. معوقات تطبيق اإلدارةاإللكترونية في الجامعات الج ازئرية – د ارسة حالة المركز الجامعي بتيسمسيلت، مجلة الحقوق والعلوم اإلنسانية، المجلد 58 ،العدد 0 ،بدون سنة.

31 .كواديك، حمزة، دور تمكين العاملين في تحسين جودة الضمانات لتحقيق رضا الزبون)حالة تجارب رائدة لمؤسسات عالمية في تمكين العاملين في القطاع الخدمي(، مجلة االقتصاد الحديث والتنمية المستدامة، جامعة تيسمسيلت، الجزائر: 0205.

ث(الرسائل الجامعية:

31 .أمزيلي زليخة وحجاج خديجة، رقمنة الخدمة العمومية في ظل جائحة كورونا، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قالمة: 0200-0205.

39 .بوعروج محمد، أمن المعلومات في اإلدارةاإللكترونية الجزائرية – دراسة تحليلية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم، 0202.

122

38 .بوساحة ناريمان، دور التحول الرقمي في تحسين أداء الخدمات المقدمة – دراسة حالة مؤسسة اتصاالت الجزائر بوالية الوادي، كلية العلوم االقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر – الوادي، 0203.

42 .بن دادي هشام وسعيدان عبد القادر معمر، رقمنة الخدمة العمومية ومبدأ قابلية المرفق العمومي للتكيف، مذكرة ماستر، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ورقلة، 0205-0200.

45 .بن شنين مراد، دو ر التحول الرقمي في تحسين فعالية أألداءاإلداري بالمؤسسات العمومية الجزائرية – دراسة تحليلية، كلية العلوم االقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 9 ماي 5841 – قالمة، 0205.

40 .بن زيدان مراد، أثر جودة االتصالباإلنترنت على فعالية الخدمات الرقمية العمومية – دراسة ميدانية، كلية علوم اإلعالموااالتصال، جامعة باتنة 5 ،0200.

43 .بن ناصر الهزاني نورة، الخدمات اإللكترونية في أألجهزة الحكومية – دراسة لتقييم الوزارات السعودية على اإلنترنت، أطروحة دكتوراه، جامعة اإلمام محمد بن سعود اإلسالمية، السعودية، 0229.

44 .توايتية رمزي، العوائق الثقافية واالجتماعية للتحول الرقمي في اإلدارة الجزائرية – دراسة ميدانية، كلية العلوم االقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الطاهر موالي – سعيدة، 0205.

41 .جفال سامية، تحليل أثر جودة خدمات اإلنترنت على رضا المستخدمين – دراسة حالة

مؤسسة اتصاالت الجزائر، كلية العلوم االقتصادية، جامعة باجي مختار – عنابة، 0200.

41 .جني أحالم، تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك – دراسة حالة أألشغال العمومية والطرقات، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 0 ،0221.

41 .خلوف عبد القادر، التحول الرقمي وإشكالية التواصل بين اإلدارة والمواطن – قراءة في تجربة الشكاوى اإللكترونية، كلية العلوم السياسية واإلعالم، جامعة الج ازئر 5 ،0205.

49 .دبابسة كريم، تصميم الواجهة الرقمية وأثره على ولوج المستخدم للخدمة اإللكترونية – دراسة حالة منصات إدارية عمومية، جامعة محمد البشير اإلبراهيمي – برج بوعريريج، 0205.

48 .زروقي كمال، أثر تصميم الواجهات الرقمية على تجربة المستخدم في اإلدارة الجزائرية، جامعة محمد الصديق بن يحيى – جيجل، 0258.

123

12 .زواوي نذير، المشكالت التقنية في الخدمات اإللكترونية وتأثيرها على رضا المستخدم – دراسة حالة، جامعة عبد الرحمان ميرة – بجاية، 0202.

15 .سعيدي ضيف الله، دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية في ظل أزمة كورونا، جامعة ورقلة، 0200-0203.

10 .شرانيط شافية وبوشملة كريمة، دور اإلدارةاإللكترونية في تحسين جودة الخدمة، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 0259-0258.

13 .فقير جياللي وعال سفيان، دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات االقتصادية، جامعة ابن خلدون تيارت، 0258-0202.

14 .قوادري عبد الحكيم، تكنولوجيا المعلومات واالتصال وتحسين جودة الخدمة العمومية، جامعة الجزائر 3 ،0251.

11 .كحلول هاجر، دور الرقمنة في تحسين جودة المؤسسات الخدماتية، جامعة عبد الحميد

ابن باديس – مستغانم، 0203-0204.

11 .لخضر سليم، إدارة الجودة في المؤسسات العمومية الجزائرية في ظل التحول الرقمي – مقاربة تحليلية، جامعة محمد خيضر – بسكرة، 0202.

11 .لكحل رميساء، دور الرقمنة في تحسين أداء الخدمة العمومية – دراسة حالة الوحدة الوالئية لبريد الجزائر –ورقلة، جامعة قاصدي مرباح – ورقلة، 0200.

19 .مهري سهيلة، المكتبة الرقمية في الج ازئر – دراسة الواقع وتطلعات المستقبل، جامعة قسنطينة، 0221.

18 .غانم نذير، الخدمات اإللكترونية بالمكتبات الجامعية، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة، 0252.

ج(المقابالت:

12 .مقابلة مع السيدة "حورية سياوي"، رئيسة مصلحة وكالة اتصاالت الجزائر –المدية، يوم 55/24/0201 الساعة على 55:22 .

15 .مقابلة مع السيدة "حورية سياوي"، رئيسة مصلحة وكالة اتصاالت الج ازئر –المدية، يوم 53/24/0201 الساعة على 52:22 .

10 .مقابلة مع السيدة "حورية سياوي"، رئيسة مصلحة وكالة اتصاالت الج ازئر –المدية، يوم 02/24/0201 الساعة على 54:21.

124

ح(المواقع االلكترونية:

13 .الموقع االلكتروني لمؤسسة اتصاالت الجزائر

https://www.algerietelecom.dz/arتاريخ االطالع 01/21/0201 على، ساعة 54:11 .

14 .الموقع االلكتروني لمؤسسة اتصاالت الجزائر :

ساعة على، 01/21/0201 االطالع تاريخhttps://www.algerietelecom.dz/ar

54:18.

11 .الموقع االلكتروني لمؤسسة اتصاالت الجزائر :

ساعة على، 01/21/0201 االطالع تاريخhttps://www.algerietelecom.dz/ar

51:52.

11 .الموقع االلكتروني لمؤسسة اتصاالت الجزائر :

:االطالع تاريخ–http://www.algerietelecom.dz/ar/particuliers/idoom

52:03. الساعة على 01/21/0201

11 .الموقع االلكتروني لمؤسسة اتصاالت الجزائر

:الساعة على 01/21/0201اع االطل تاريخhttps://www.algerietelecom.dz/ar

52:11.

19 .الموقع االلكتروني لمؤسسة اتصاالت الجزائر:

الساعة على 01/21/0201االطالع تاريخ https://www.algerietelecom.dz/ar

55:22.

خ(المراجع االجنبية

,A. Madlelène. Crawitz : Méthodes des Sciences Sociales, Edition Dalloz

.Paris 1988

B. Terfaya Nassima, démarche qualité dans l'entreprise et l'analyse des

.risques, Alger : ED Houma, 2004

125

C. UNESCO. (2020). Education in a post-COVID world: Nine ideas for public action. Retrieved from https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373717

D. OECD. (2021). Digital Transformation in the Age of COVID-19: Building Resilience and Bridging Divides. Retrieved from https://www.oecd.org/digital/digital-economy-outlook-2020

.Paris, 1966،organisation de entreprises-Ed franche،E. Fernand Borne

,F. Le breton M. dans IA corruptibilité supérieure éd Del et Cie, paris .G. 1974

قائمة الملاحق

الملحق (1):قائمة الأساتذة المحكمين

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة	التخصص	الجامعة

01	خير الدين بوهدة	أستاذ التعليم العالي	اتصال	جامعة يحيى فارس–المدية–كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
02	جمال زاوي	أستاذ محاضر–أ–	اتصال مؤسساتي	جامعة يحيى فارس –المدية–كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
03	كمال فار	أستاذ محاضر–أ–	اتصال مؤسساتي	جامعة يحيى فارس –المدية–كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
04	مختار كيموش	أستاذ محاضر–أ–	علوم اعلام واتصال	جامعة يحيى فارس –المدية–كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
05	محمد بولصنام	أستاذ محاضر–أ–	علوم الاقتصاد	جامعة يحيى فارس –المدية–كلية علوم الاقتصادية والعلوم التجاريةوعلوم تسيير

الملحق(2): استمارة استبيانية

استمارة استبيان حول موضوع:

في إطار إعداد مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال – تخصص اتصال وعلاقات عامة نتقدم إلى سيادتكم بهذا الاستبيان حول موضوع دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية العمومية.

نرجو منكم الإجابة المناسبة عن هذه الاستمارة بعناية وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة وملا الفراغات بالأجوبة علما أن المعلومات التي ستدلون بها لا تستعمل إلا في إطار البحث العلمي وتكون في سرية تامة

نتقدم بجزيل الشكر لجهدكم ووقتكم الثمين للإجابة على فقرات الاستبيان.

البيانات الشخصية:

1/ الجنس:

ذكر ☐ أنثى ☐

2/ الفئة العمرية:

أقل من 25 سنة ☐ من 25 إلى 35 سنة ☐

من 36 إلى 50 سنة ☐ أكثر من 50 سنة ☐

3/ المستوى التعليمي:

ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐

4/ نوع الزبون:

فردي (مواطن عادي) ☐

مهني (إداري) ☐

المحور الأول: الخدمات الرقمية التي تقدمها مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية المدية لزبائنها:

5/ ما الخدمات الرقمية التي تستخدمها حاليا:

الألياف البصرية ☐ الهاتف الثابت ☐ الدفع الالكتروني ☐

تطبيق الهاتف ☐

أخرى ☐ أذكرها: .....

6/ ما الغرض الأساسي من استخدامك لخدمات اتصالات الجزائر؟

استعمال منزلي شخصي ☐ اعمال حرة (عيادة، مكتب.... الخ) ☐

ترفيهي (تصفح، ألعاب ...إلخ) إد☐ مؤسسي ☐

أخرى ☐ أذكرها: .....

7/ ما مدى معرفتك بالخدمات الرقمية التي توفرها المؤسسة؟

ضعيفة ☐ متوسطة ☐ كبيرة جدا ☐

8/ ما مدى سهولة الوصول إلى هذه الخدمات؟

سهلة ☐ متوسطة ☐ صعبة ☐

علل اجابتك .....

9/ هل تستفيدون من كل الخدمات التي تقدمها اتصالات الجزائر؟

نعم ☐ لا ☐ احيانا ☐

إذا كان "لا" أذكر الخدمات الناقصة .....

10/ ما الخدمة الرقمية التي تستخدمها بشكل كبير وتراها أكثر فاعلية؟

الدفع الالكتروني ☐ الانترنت ☐ الألياف ☐ الهاتف ☐

أخرى ☐ أذكرها: .....

المحور الثاني: مزايا الرقمنة في تحسين الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة:

11/ هل الخدمات الرقمية قللت من أوقات الانتظار في المؤسسة؟

نعم ☐ لا ☐

يرجى توضيح إجابتك في كل حالة .....

12/ هل تعتقد أن الرقمنة ساعدت في تقليل الأخطاء وسوء الفهم في المعاملات؟

نعم ☐ لا ☐

يرجى ذكر موقف أو تجربة إن أمكن: .....

13/ هل تعتقد أن الخدمات الرقمية ساهمت في تسهيل حصولك على الخدمة؟

نعم ☐ لا ☐

فيما تتمثل هذه التسهيلات: .....

14/ ما الميزة الأهم التي قدمتها الرقمنة في خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر؟

السرعة في الخدمة ☐ تقليل طوابير الانتظار ☐

إمكانية التتبع والمراقبة ☐ تعدد قنوات الخدمة (تطبيقات، موقع الكتروني) ☐

أخرى ☐ : .....

علل: .....

15/ هل تفضل التوجه إلى الوكالة بدلا من استخدام الوسائل الرقمية؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الاجابة "نعم" ما السبب: .....

المحور الثالث: المعيقات التي يوجهها زبائن اتصالات الجزائر لولاية المدية مع الرقمنة:

16/ هل تشعر بالأمان عند استخدام الخدمات الرقمية لاتصالات الجزائر؟

نعم ☐ لا ☐

علل اجابتك .....

17/ هل ترى أن التعليمات أو الواجهة الرقمية مفهومة وسهلة الاستعمال؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت غير واضحة ما الذي تقترح تغييره؟.....

18/ هل تجد صعوبة في متابعة حالة شكوى أو طلب تم تقديمه رقميا؟

نعم ☐ لا ☐

في حالة الاجابة ب "نعم" ما نوع المشكلات التي تواجهها؟.....

19/ هل يؤثر مستوى الاتصال بالأنترنت في منطقتك على استفادتك من الخدمات الرقمية؟

نعم ☐ لا ☐

ما نوع المشكلات التي تواجهها بسبب الشبكة؟.....

20/ هل تعاني من مشاكل تقنية (تعطل المنصة الرقمية عند الاستخدام، ضعف تدفق الانترنت.... الخ)؟

نعم ☐ لا ☐

في حالة الإجابة ب "نعم" ما هي المشكلات التي تواجهك: .....

21/ هل واجهت مشاكل في تسجيل الدخول أو إنشاء حساب على المنصات الرقمية للمؤسسة؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الاجابة ب «نعم" يرجى التوضيح .....

المحور الرابع: تقييم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها الرقمية:

22/ كيف تقيم جودة الخدمات الرقمية؟

ضعيفة ☐ متوسطة ☐ جيدة ☐ ممتازة ☐

23/ ما هي العوامل الأكثر أهمية بالنسبة لك عند تقييم الخدمات الرقمية؟

سهولة الاستخدام ☐ السرعة ☐ الأمان ☐ الشفافية ☐

أخرى ☐ أذكرها: .....

24/ هل تواجه صعوبة في فهم واجهات المستخدم الرقمية لاتصالات الجزائر؟

نعم ☐ لا ☐

في حالة الإجابة ب "نعم" علل؟.....

25/ هل ترى أن الخدمات الرقمية تستجيب لتوقعاتك واحتياجاتك كمستخدم؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

ما الذي ترغب في تحسينه وإضافته؟.....

26/ هل انت راضي عن تجربة استخدام الخدمات الرقمية (تطبيق، موقع، دفع الكتروني ...إلخ)؟

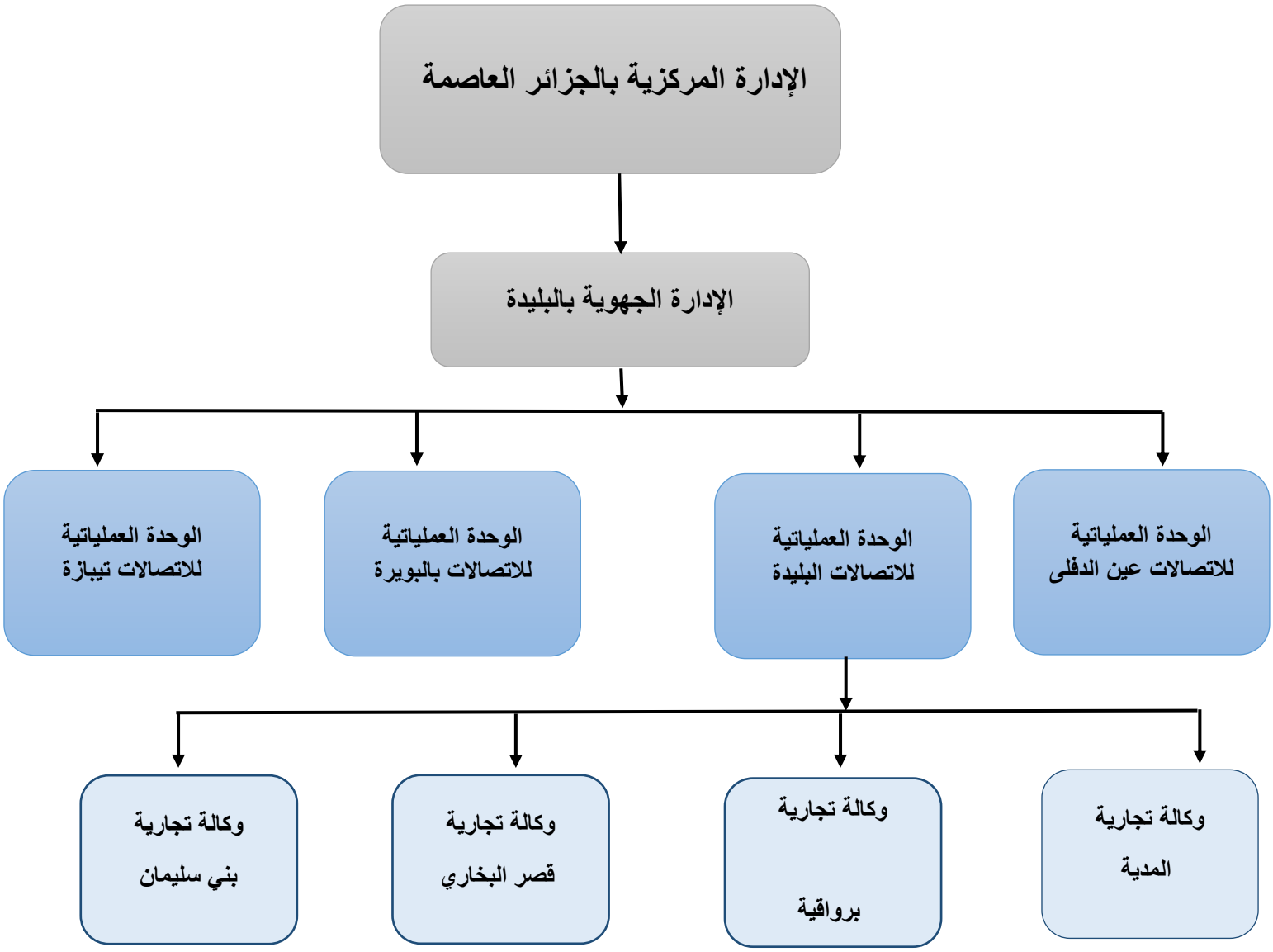
نعم ☐ لا ☐

يرجى ذكر أكثر ما أعجبك أو أزعجك في هذه التجربة؟.....

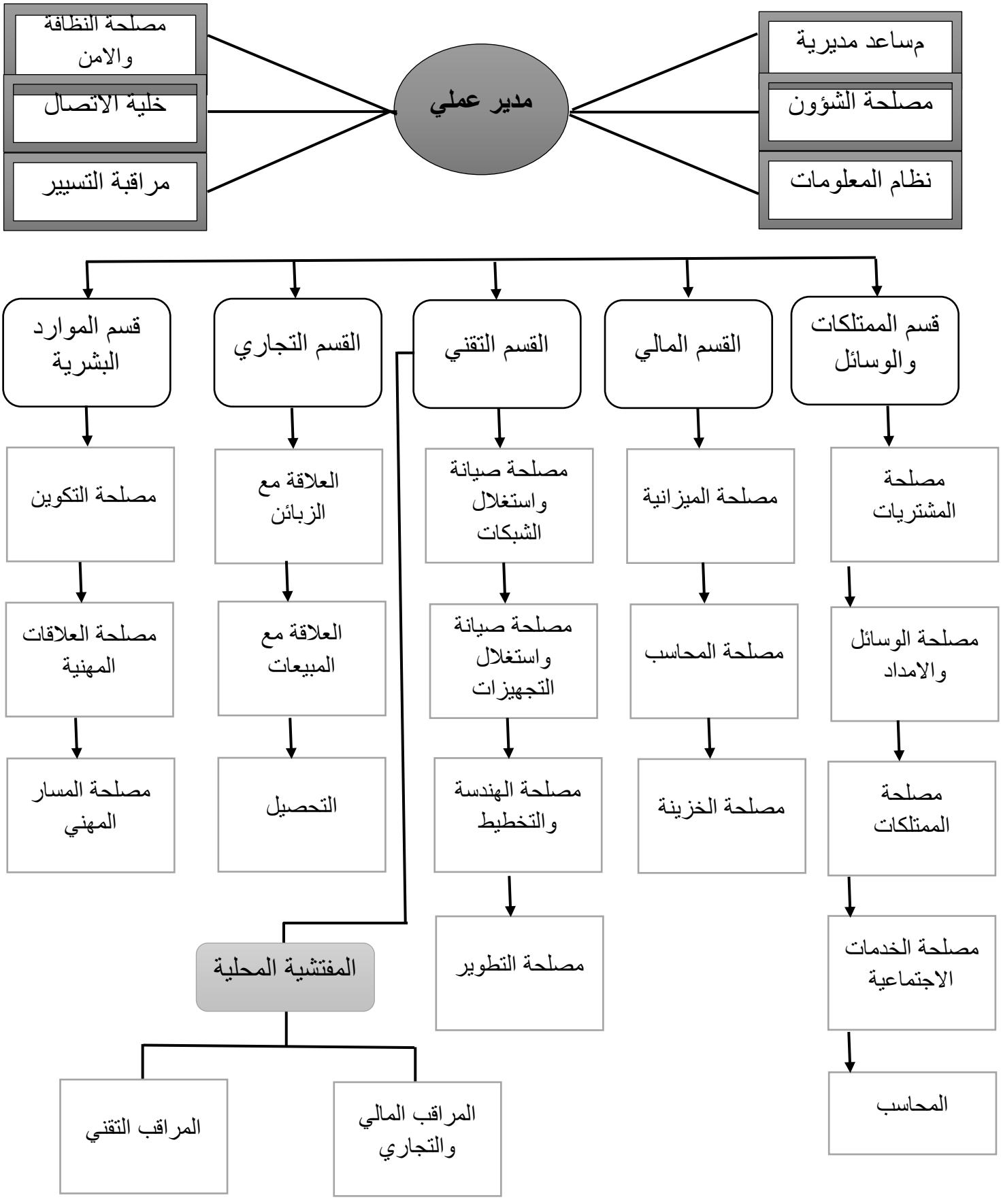
27/ ماذا تقترحون لتحسين جودة الخدمات الرقمية في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

.....

الملحق رقم(03): الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر.



الملحق رقم (04) يوضح الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر -المدية -



فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد العينة حسب متغيرالجنس	61
02	توزيع أفراد العينة حسب متغيرالفئة العمرية	62
03	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	63
04	توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع الزبون	64
05	الخدمات الرقمية التي تقدمها المؤسسة	65
06	مدى استخدام الزبائن للخدمات الرقمية	66
07	مدى معرفة الزبائن بالخدمات الرقمية	67
08	مدى سهولة الوصول إلى الخدمات الرقمية	68
09	مدى رضا الزبائن عن الخدمات الرقمية	69
10	سرعة تقديم الخدمة الرقمية	70
11	وضوح المعلومات المقدمة رقميا	71
12	سهولة استخدام المنصات الرقمية	72
13	مدى أمان المعلومات عبر الرقمنة	73
14	مدى توافر التكوين الرقمي للزبائن	74
15	فعالية الدعم الفني الرقمي	75
16	توافر البنية التحتية الرقمية	76
17	أبرز معوقات استخدام الخدمات الرقمية	77
18	الصعوبات التقنية التي تواجه الزبائن	78
19	الصعوبات المتعلقة بالثقافة الرقمية	79
20	مدى استجابة المؤسسة لشكاوى الزبائن	80
21	مدى استخدام قنوات التواصل الرقمي	81
22	تقييم الزبائن للتعامل مع الموقع الإلكتروني	82
23	مدى رضا الزبائن عن تطبيق الهاتف	83
24	مدى تطابق الخدمات الرقمية مع توقعات الزبائن	84
25	رغبة الزبائن في تطوير الخدمات الرقمية	85
26	أهمية الرقمنة في تحسين جودة الخدمات	86
27	مقترحات الزبائن لتحسين الخدمات الرقمية	87

فهرس الاشكال

الرقم	عنوان	الصفحة
01	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	61
02	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	62
03	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	63
04	شكل يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع الزبون	64
05	الخدمات الرقمية التي تقدمها المؤسسة	65
06	مدى استخدام الزبائن للخدمات الرقمية	66
07	مدى معرفة الزبائن بالخدمات الرقمية	67
08	مدى سهولة الوصول إلى الخدمات الرقمية	68
09	مدى رضا الزبائن عن الخدمات الرقمية	69
10	سرعة تقديم الخدمة الرقمية	70
11	وضوح المعلومات المقدمة رقميا	71
12	سهولة استخدام المنصات الرقمية	72
13	مدى أمان المعلومات عبر الرقمنة	73
14	مدى توافر التكوين الرقمي للزبائن	74
15	فعالية الدعم الفني الرقمي	75
16	توافر البنية التحتية الرقمية	76
17	أبرز معوقات استخدام الخدمات الرقمية	77
18	الصعوبات التقنية التي تواجه الزبائن	78
19	الصعوبات المتعلقة بالثقافة الرقمية	79
20	مدى استجابة المؤسسة لشكاوى الزبائن	80
21	مدى استخدام قنوات التواصل الرقمي	81
22	تقييم الزبائن للتعامل مع الموقع الإلكتروني	82

23	مدى رضا الزبائن عن تطبيق الهاتف	83
24	مدى تطابق الخدمات الرقمية مع توقعات الزبائن	84
25	رغبة الزبائن في تطوير الخدمات الرقمية	85
26	أهمية الرقمنة في تحسين جودة الخدمات	86
27	مقترحات الزبائن لتحسين الخدمات الرقمية	87

فهرس المحتويات

المحتويات	الصفحة
شكر وعرفان	/
إهداء	/
ملخص	/
مقدمة	01
الفصل الأول:الإطار المنهجي للدراسة	
1-اشكالية الدراسة والتساؤلات	05
2-أسباب اختيار الموضوع	06
3-أهمية الدراسة	06
4-أهداف الدراسة	07
5-المنهجوادواته	07
6-مجتمع البحث والعينة	10
7-تحديد المصطلحات	13
8-حدود الدراسة	18
9-صعوبات الدراسة	18
10-الدراسات السابقة	19
الفصل الثاني:مدخل الى الرقمنة	
تمهيد	23
المبحث الأول: ماهية الرقمنة	24
المطلب الاول: مفهوم الرقمنة	24
المطلب الثاني: خصائص الرقمنة	25
المطلب الثالث: أهمية الرقمنة	26
المطلب الرابع:أهداف الرقمنة	27

المبحث الثاني: اليات الرقمنة	29
المطلب الاول: نماذج الرقمنة	29
المطلب الثاني:متطلبات الرقمنة	31
المطلب الثالث: اشكال الرقمنة	32
المطلب الرابع: معيقات الرقمنة	33
خلاصة الفصل	37
الفصل الثالث:جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية في ظلالرقمنة	
تمهيد	39
المبحث الأول: ماهية المؤسسات الاقتصادية	40
المطلب الاول: مفهوم المؤسسات الاقتصادية	40
المطلب الثاني: خصائص المؤسسات الاقتصادية	40
المطلب الثالث:أهداف المؤسسات الاقتصادية	41
المطلب الرابع: وظائف المؤسسات الاقتصادية	43
المبحث الثاني: جودة الخدمات وإثر الرقمنة في تطويرها	44
المطلب الاول: مفهوم جودة الخدمات	44
المطلب الثاني: أهمية وأبعاد جودة الخدمات	45
المطلب الثالث: جودة الخدمات الالكترونية وخصائصها	46
المطلب الرابع:مساهمة الرقمنة في تحسين جودة الخدمات	48
خلاصة الفصل	50
الفصل الرابع: دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في مؤسسة اتصالات الجزائر –المدية–من منظور الزبائن	
تمهيد	52
المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة اتصالات الجزائر	53
المطلب الأول: لمحة تاريخية لمؤسسة اتصالات الجزائر	53
المطلب الثاني: فروع وخدمات اتصالات الجزائر	55
المطلب الثالث: المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر –مدية–	57

المطلب الرابع: الهيكل التنظيمي لوحدة العملياتية للاتصالات بالمدية	60
المبحث الثاني: تحليل البيانات	61
المطلب الأول:خدمات المديرية العملياتية لاتصالات الجزائر بالمدية	64
المطلب الثاني: مزايا الرقمنة في تحسين الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة	78
المطلب الثالث: المعيقات التي يوجهها زبائن اتصالات الجزائر لولاية المدية مع الرقمنة	88
المطلب الرابع: تقييم زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر خدماتها الرقمية	102
استنتاجات الدراسة	116
نتائج الدراسة	119
اقتراحات وتوصيات	120
الخاتمة	123
قائمةالمراجع	124
قائمة الملاحق	
فهرس الجداول	
فهرس الاشكال	
فهرس المحتويات	