

جامعة غرداية

كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

الميدان : علوم اقتصادية، تجارية وعلوم التسيير

الشعبة : علوم تجارية

التخصص : إتصال تسويقي

إعداد الطالب: أولاد سعيد خيرة

بعنوان

الإدارة الإلكترونية وتأثيرها على رضا الزبون في المؤسسة الخدمية

دراسة حالة وكالة اتصالات الجزائر بولاية غارداية 2015

نوقشت وأجيزت بتاريخ: 14/ 05/ 2015

أمام اللجنة المكونة من السادة :

الدكتور / شنيني حسين (..... - جامعة غرداية) رئيسا

الأستاذة / بهاز لويزة (..... - جامعة غرداية) مقرا

الأستاذة / بوقليمينة عائشة (..... - جامعة غرداية) مناقشا

السنة الجامعية : 2015/2014

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة مدى تأثير تطبيق الادارة الالكترونية على رضا الزبون في وكالة اتصالات الجزائر من خلال استعمال وسائل الادارة الحديثة المتمثلة في الحواسيب والبرمجيات، ومن أجل الحصول على الاجابة، إستخدم الإستبيان كأداة للدراسة حيث أن حجم العينة بلغ(60) مفردة، و تم 70 استبيان على زبائن الوكالة منها 08 استبيانات غير مسترجعة و02 استبعدت لعدم اكتمالها، فاعتماد على 60 استمارة للتحليل، و تم التحليل بإستعمال عدة أساليب وأدوات إحصائية وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج من أهمها: تعد السرية والخصوصية في الخدمات المقدمة من طرف الادارة الالكترونية أكثر مميزات الخدمة تأثيرا على رضا الزبائن بوكالة اتصالات الجزائر، وفي الأخير تقديم مجموعة من المقترحات التي تهدف إلى تطوير مجال خدمات الادارة الإلكترونية في مؤسسات الخدمية في الجزائر في ظل التطور التكنولوجي المتسارع.

الكلمات المفتاحية: الادارة الالكترونية – مرونة المعاملات – رضا الزبون – التطور التكنولوجي.

Summary:

This study aims to determine the effect of the application of electronic management on customer satisfaction and communications agency in Algeria through the use of management tools of modern computers and software. In order to get the answer, use the survey as a tool to study where the sample size was (60) single, and was 70 questionnaire on the agency customers, including 08 questionnaires is retrieved and 02 were excluded for lack of completeness, adoption of the 60 form for analysis, and the analysis using several methods and tools statistical study and concluded that a set of results from the most important: The confidentiality and privacy in the services provided by electronic management more service features impact on customer satisfaction agency Algeria Telecom, and in the latter to provide a set of proposals which aim to develop the field of e-governance services in the service institutions in Algeria under the accelerated technological development.

Key words: Electronic management – flexible transactions – satisfaction In exchange- technological development.

الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلوات والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين

أهدي ثمرة جهدي وعملي هذا إلى:

إلى من ربّنتني وأنارت دربي وأعاننتني بالصلوات والدعوات، إلى

أخلى إنسان في هذا الوجود بعد الله ورسوله أمي الغالية.

إلى أبي العزيز حفظه الله ورعاه

إلى أخي سليمان وأحمد وإلى أخواتي فائزة ونعيمة

وأعمامي وخالاتي وإلى كل أفراد العائلة صغير وكبير

إلى مهيري محبة وكل أفراد عائلته وإلى صديقتي الغالية الراعي

فاطمة

ورفقاء الدراسة لدفعة اتصال تسويقي 2015

إلى كل من يحبني

طافية، عائشة، فتحية، أم الخير، أمال، زينب، حميدة، فاطنة

الشكر

أحمد الله عز وجل حمداً كثيراً مباركاً على توفيقه لإتمام هذا البحث راجياً منه التوفيق والسداد.

كما أتقدم بالشكر الجزيل والثناء الخالص والتقدير إلى كل من مد لي يد المساعدة وساهم في تذليل ما واجهته من صعوبات طيلة أطوار إنجاز هذا العمل ولو بكلمة طيبة.

وأخص بالذكر

الأستاذة المشرفة: بهاز الويزة التي لم تبخل عليا بتوجيهاتها ونصائحها القيمة، اعترافاً وتقديراً لجميل صبرها وحسن تواصلها راجياً من المولى عز وجل أن يزيد بها رفعة.

طاقم وأساتذة كلية العلوم الاقتصادية ، العلوم التجارية و علوم التسيير بجامعة "غرداية".

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى:

مدير قسم الخدمات عبد القادر طيفور وكل عمال وكالة اتصالات الجزائر لولاية غرداية.

العنوان	رقم الصفحة
I.....الإهداء.....	
II.....الشكر.....	
III.....الملخص.....	
IV.....قائمة المحتويات.....	
V.....قائمة الجداول.....	
VI.....قائمة الأشكال البيانية.....	
VI.....قائمة الملاحق.....	
أ.....المقدمة العامة.....	
2.....الفصل الأول : الأدبيات النظرية.....	
3.....المبحث الأول : الإطار النظري والمفاهيمي.....	
4.....المطلب الأول : الإطار النظري للإدارة الالكترونية.....	
11.....المطلب الثاني : الإطار النظري رضا الزبون.....	
18.....المبحث الثاني : الدراسات السابقة.....	
18.....المطلب الأول : الدراسات العربية.....	
21.....المطلب الثاني : الدراسات الأجنبية.....	
23.....المطلب الثالث : مقارنة الدراسة الحالية والدراسات السابقة.....	
24.....خلاصة الفصل.....	
26.....الفصل الثاني : الإطار التطبيقي دراسة حالة وكالة اتصالات الجزائر.....	
27.....المبحث الأول : الدراسة التطبيقية الطريقة والإجراءات.....	
27.....المطلب الأول : منهجية الدراسة وأسلوب جمع البيانات.....	
30.....المطلب الثاني : تحديد مجتمع الدراسة والعينة.....	
31.....المطلب الثالث : المعالجة الإحصائية.....	
32.....المطلب الرابع : صدق الاستبيان وطبيعة توزيع البيانات.....	
34.....المبحث الثاني : وصف وتحليل ومناقشة النتائج.....	
34.....المطلب الأول : دراسة الخصائص الديمغرافية لزبائن وكالة اتصالات الجزائر.....	
41.....المطلب الثاني : تحليل محاور الدراسة.....	
50.....المطلب الثالث : إختبار فرضيات الدراسة.....	
55.....المطلب الرابع : نتائج اختبار الفرضيات.....	
58.....خلاصة الفصل.....	
60.....الخاتمة العامة.....	
64.....المراجع.....	
.....الملاحق.....	

قائمة الجداول

رقم الصفحة	العنوان	رقم الجدول
06	الفرق بين الادارة الالكترونية والادارة التقليدية؛	1-1
30	تقسيم الدرجات حسب مقياس ليكارت الخماسي؛	1-2
31	الاستبيانات الموزعة والمسترجعة في عينة زبائن وكالة إتصالات الجزائر بولاية غارداية؛	2-2
33	اختبار Kolmogorov-Smirnov لطبيعة توزيع البيانات	3-2
34	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب الجنس؛	4-2
35	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب العمر؛	5-2
36	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب المستوى التعليمي؛	6-2
37	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب الصفة؛	7-2
38	توزع عينة زبائن الوكالة حسب زيارة المؤسسة؛	8-2
39	توزع عينة زبائن الوكالة حسب طريقة الإنصال؛	9-2
40	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب الهدف الرئيسي من الزيارة؛	10-2
41	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات السرعة والوضوح	11-2
42	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات عدم التقيد بالمكان والزمان	12-2
43	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات ادارة المعلومات لا الاحتفاظ بها.	13-2
44	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات المرونة	14-2
45	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الرقابة المباشرة والصادقة	15-2
46	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات سرية وخصوصية المعاملات	16-2
47	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات سرية وخصوصية المعاملات	17-2
48	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور الثاني(رضا الزبون)	18-2
50	علاقة الارتباط بين الادارة الالكترونية ورضا الزبون	19-2
51	يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الأولى	20-2
52	يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثانية	21-2
52	يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة	22-2
53	يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة	23-2
54	يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة	24-2
55	يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية السادسة	25-2

قائمة الأشكال

رقم الصفحة	العنوان	رقم الشكل
12	طبيعة الرضا من خلال الخصائص	1-1
15	النموذج الامريكي لقياس رضا الزبون ACSI؛	2-1
34	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب الجنس؛	1-2
35	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب العمر؛	2-2
36	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب المستوى العلمي؛	3-2
37	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب الصفة؛	4-2
38	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب زيارة المؤسسة؛	5-2
39	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب طريقة الاتصال؛	6-2
40	توزيع عينة زبائن الوكالة حسب الهدف الرئيسي من الزيارة؛	7-2

قائمة الملاحق

العنوان	رقم الملحق
الاستبيان 01؛	01
قائمة المحكمين؛	02
القيم الاحصائية المستخرجة من برنامج .spss.	03

أ-توطئة:

يشهد العالم في السنوات الأخيرة تغيرات وتطورات كبيرة ومتسارعة وبشكل متنامي في مختلف قطاعات ومجالات الحياة بشكل عام وفي القطاعات الاقتصادية والتبادلات التجارية وانفتاح الأسواق بشكل خاص، حيث أصبح العالم قرية صغيرة تحت مبدأ: لا حواجز جغرافية أو حدود مكانية، ومن بين أهم هذه التطورات ما يعرف بالإدارة الإلكترونية.

لقد أصبحت المؤسسات تتجه نحو تبني هذا المفهوم باعتباره إحدى أهم المرتكزات التي تسمح للمؤسسة باختلاف نشاطها وحجمها من وضع استراتيجية تضمن لها النجاح لبلوغ أهدافها المسطرة، فالحصول على المعلومة والاستغلال الجيد لها يعني اتخاذ القرار الصائب، باستخدام التكنولوجيا ووسائل الإدارة الحديثة يعني تنفيذ هذا القرار في الوقت المناسب وبالشكل الأمثل وبالطريقة الأفضل.

وتعتبر المؤسسات الخدمية بصفة عامة وبحكم طبيعة نشاطها بحاجة أكبر لاستخدام الإدارة الإلكترونية وخلق منتجات خدمية ذات درجة عالية من التطور التكنولوجي لأن الخدمة تتوقف أساسا على مدى جودتها وتحقيقها لأكثر إشباع ممكن لمتلقيها وعلى مستوى من الرضا لديه لأنه أساس نشاطها . لذلك أصبح الزامها عليها طرح خدمات تتماشى ومتطلبات السوق وحاجات ورغبات الزبائن و التي من خلالها تستطيع التأثير فيهم واستهداف أكبر عدد ممكن منهم وكسب رضاهم.

ب-إشكالية البحث :

أصبحت المؤسسات الخدمية تولي اهتماما كبيرا بالإدارة الإلكترونية لما تقدمه لها من تسهيلات في القيام بنشاطها وإحدى أهم الوسائل التي تسهل عليها تقديم خدمات الكترونية لزيائنها، وانطلاقا من هذا تم صياغة الإشكالية التالية :

مامدى تأثير تطبيق الإدارة الإلكترونية على رضا زبائن في وكالة اتصالات الجزائر بغارداية؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية الرئيسية مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

1. إلى أي مدى تأثر سرعة ووضوح الخدمة المقدمة في تحقيق رضا الزبون؟
2. إلى أي مدى يأتى عدم التقيد بزمان ومكان تقديم الخدمة في تحقيق رضا الزبون؟
3. إلى أي مدى تأثر إدارة المعلومات في تحقيق رضا الزبون؟
4. إلى أي مدى تأثر المرونة في الخدمة المقدمة في تحقيق رضا الزبون؟
5. إلى أي مدى تأثر الرقابة المباشرة و الصادقة للخدمة المقدمة في تحقيق رضا الزبون؟
6. إلى أي مدى تأثر سرية و خصوصية المعاملات في تحقيق رضا الزبون؟

ج-فرضيات البحث:

-الفرضية الرئيسية:

توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رضا الزبائن والخدمات المقدمة من طرف الإدارة الالكترونية. و قد تشعبت الى الفرضيات فرعية التالية:

H1-هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين مدى سرعة ووضوح الخدمات المقدمة ورضا الزبون؛

H2-هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين عدم التقيد بالزمان والمكان في تقديم الخدمة ورضا الزبون؛

H3-هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين إدارة المعلومات ورضا الزبون؛

H4-هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين المرونة في إنجاز المعاملات ورضا الزبون؛

H5-هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين الرقابة المباشرة والصادقة ورضا الزبون؛

H6-هناك أثر ذو دلالة إحصائية بين السرية والخصوصية في المعاملات ورضا الزبون؛

ح-أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذه الدراسة إلى إبراز جملة من الأهداف أهمها:

- 1- لفت انتباه المؤسسات الخدمية إلى أهمية تحقيق رضا الزبون من خلال تطبيق الادارة الالكترونية.
 - 2- إبراز أهمية التكنولوجيا على تحسين الأداء التسويقي بشكل خاص والأداء الكلي بشكل عام .
 - 3- تبيان مدى التطبيق الفعلي للإدارة الالكترونية داخل المؤسسة الخدمية والتعرف على أهم الانعكاسات التي تسفر عن تقديم المنتجات الخدمية المتطورة تكنولوجيا على مستوى الرضا لدى الزبائن.
- كما نأمل من خلال هذه الأهداف أن تصل هذه الدراسة إلى مستوى المساهمة في المعرفة العلمية وإثراء المكتبة بمرجع علمي وميداني جديد.

خ-أهمية الدراسة:

تبرز أهمية هذا الموضوع في معرفة مدى اهتمام المؤسسة الخدمية بالإدارة الالكترونية وتوعية الزبون بضرورة وأهمية إدخال واستخدام الخدمات التكنولوجية الحديثة من طرف هذه المؤسسات باعتبارها أداة مهمة في تلبية حاجاته ورغباته بشكل فعال، كذلك الكشف عن مفهوم الإدارة الالكترونية باعتبارها هامة خاصة في مجال تسويق الخدمات، انه موضوع من المواضيع الحديثة حيث هناك توجه إلى دراسة تسيير العلاقة مع الزبائن، تقديم الحلول العلمية والعملية للمؤسسة عينة الدراسة من اجل تحسين مستوى جودة خدماتها وكسب رضا زبائنها.

د-أسباب اختيار الموضوع:

يرجع اختيارنا لهذا الموضوع إلي:

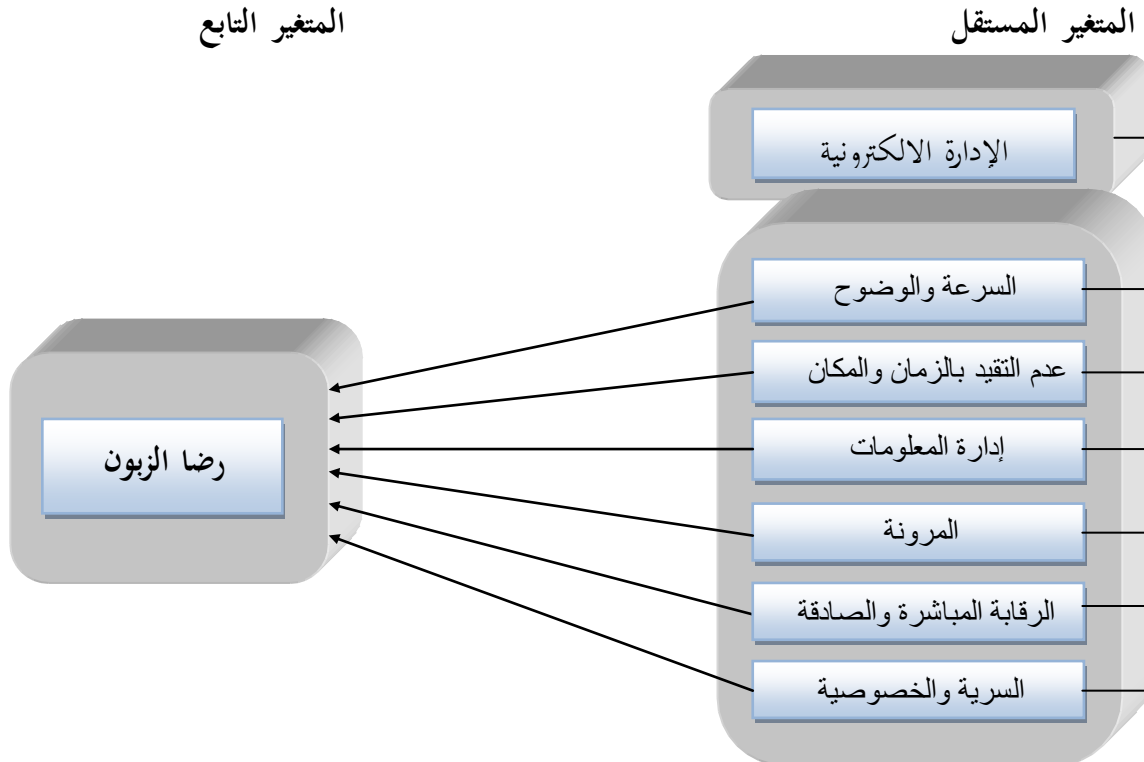
- ✓ الرغبة في تنمية وإثراء معلوماتنا التسويقية في هذا المجال بحكم التخصص.
- ✓ قلة الدراسات والبحوث الكافية التي تدرس العلاقة بين رضا الزبون و الإدارة الإلكترونية.
- ✓ الاستفادة من الدراسات التطبيقية التي تعطينا فكرة عن مدى مسايرة المؤسسات الجزائرية للتطورات الحاصلة في التسويق بشكل عام ورضا الزبون بشكل خاص.

ر-متغيرات الدراسة:

المتغير المستقل: الإدارة الإلكترونية المتضمنة للمتغيرات الفرعية التالية: السرعة والوضوح، عدم التقيد بالزمان والمكان، إدارة المعلومات ، المرونة، الرقابة المباشرة والصادقة، السرية والخصوصية.

المتغير التابع: رضا الزبون

ز-نموذج الدراسة :



س -مرجعية الدراسة: بغرض إتمام إنجاز هذه الدراسة على أكمل وجه استعملنا عدة مصادر لجمع البيانات تمثلت في:

أولا: مصادر البيانات الثانوية:

تتمثل في الكتب والمراجع العربية والأجنبية ذات العلاقة بالموضوع، والدوريات والمقالات والتقارير، والأبحاث والدراسات السابقة التي تناولت موضوع الدراسة، والبحث والمطالعة في مواقع الإنترنت المختلفة وذلك بهدف الإحاطة بجوانب الموضوع وفهم مكوناته وتحليل أبعاده.

ثانيا: مصادر البيانات الأولية:

سيتم استخدام الاستبيان لجمع البيانات المطلوبة من مجتمع الدراسة، إضافة إلى اعتماد أسلوب المقابلة والملاحظة بحيث سيتم توزيع استمارات الاختبار داخل المؤسسة ومن ثم استرجاعها أي سيتم جمع البيانات المطلوبة من الاستبيان ويتم التحقق من صحتها وسوف نستخدم الحزمة الإحصائية SPSS وبرنامج Excel من أجل اختبار أداة الدراسة والمتغيرات المدروسة وتحليل معطيات الاستبيان واختبار الفرضيات .

ص-حدود الدراسة: تتمثل حدود الدراسة في مايلي:

1-الحدود الموضوعية:

سيتم التطرق إلى مفهوم الإدارة الالكترونية بالتركيز على متطلبات ومعوقات تطبيقها في المؤسسات وتحديد الدور الذي تساهم به في تحقيق رضا الزبون.

2-الحدود المكانية:

تمت هذه الدراسة في مؤسسة" وكالة اتصالات الجزائر "بغارداية.

3-الحدود الزمنية:

امتدت الدراسة من فيفري إلى ماي 2015 .

هـ-المنهج المستخدم:

للإجابة عن إشكالية البحث المطروحة؛ ونظرا لأهمية الدراسة وطبيعة الموضوع وللإلمام بأهم جوانبه لهذا استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي؛ فهو أكثر المناهج موافقة مع موضوع الدراسة والأكثر شيوعا وانتشارا واستخداما في الدراسات الاجتماعية؛ كما انتهجنا أسلوب دراسة الحالة (الدراسة الميدانية).

ولتحقيق منهجية هذه الدراسة تم استخلاص الأدوات ومصادر البيانات الآتية:

✓ الاستبيان:وهي الاستمارة الموجهة لعينة الدراسة (زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر).

✓ المقابلات الشخصية: تتمثل في الزيارات الميدانية إلى المؤسسة للحصول على المعلومات.

- ✓ المسح المكتبي: الإطلاع على مختلف المراجع التي لها علاقة بجوانب الموضوع.
- ✓ بحث في الانترنت: تحميل (مذكرات ومقالات وكتب) المتعلقة بموضوع الدراسة.
- ✓ الملاحظة: تمثلت في تسجيل ما يلاحظ في الوكالة فيما يخص العمال والزبائن.

و- هيكل البحث:

لأجل الإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار الفرضيات قمنا بتقسيم البحث إلى: فصلين وفق منهجية .IMRAD

الفصل الأول: متعلق بالإطار النظري للدراسة، ويتضمن مبحثين؛ المبحث الأول الأدبيات النظرية حول الإدارة الالكترونية ورضا الزبون أما المبحث الثاني تم التطرق فيه إلى الدراسات السابقة لنفس موضوع بحثنا إضافة إلى موقع دراستنا الحالية من الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: متعلق بالدراسة الميدانية تم من خلال هذا الفصل إسقاط الجانب النظري للدراسة على الواقع من خلال القيام بدراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية غارداية حيث قمنا بتوزيع استمارات استبيان وجهت لزبائن المؤسسة وذلك للتعرف على أثر استخدام الإدارة الالكترونية في المؤسسة على رضا الزبون؛ ويشتمل على مبحثين هو الآخر. ففي المبحث الأول تطرقنا إلى الطريقة والإجراءات المتبعة في الدراسة الميدانية أما المبحث الثاني تطرقنا فيه إلى نتائج الدراسة الميدانية تفسيرها والتوصيات.

ي- صعوبات الدراسة :

- قلة المراجع الخاصة بالإدارة الإلكترونية.
- قلة المؤسسات الخدمية التي تطبق الإدارة الالكترونية بشكل واضح للقيام بالدراسة الميدانية.
- صعوبة شرح أسئلة الاستبيان لبعض مفردات العينة الغير مثقفين .
- صعوبة الموضوع في حد ذاته؛ حيث يضم عدد كبيرا من المفاهيم المتداخلة فيما بينها.

تمهيد :

بعد تطرقنا في الفصل الأول إلى أهم المفاهيم التطبيقية والنظرية حول الادارة الالكترونية ورضا الزبون، فإننا من خلال دراستنا الميدانية في هذا الفصل سوف نحاول إسقاط المفاهيم النظرية على الواقع وذلك من خلال إبراز دور الادارة الالكترونية في المؤسسة الخدمية في تحقيق رضا زبائن وكالة اتصالات الجزائر بولاية غارداية وهو مكان دراستنا الميدانية.

ويعرض هذا الفصل توضيحا للمنهجية التي اعتمدت في هذه الدراسة، من حيث أسلوب الدراسة وطرق جمع البيانات وتحديد مجتمع الدراسة، وكذلك مراحل تطور الاستبيان وإجراءات توزيعه، ومن ثم تحديد أهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات وعرض النتائج المتحصل عليها.

حيث سنتناول في هذا الفصل مبحثين هم:

المبحث الأول: الدراسة التطبيقية الطريقة والاجراءات

المبحث الثاني: وصف وتحليل ومناقشة النتائج

المبحث الأول: الدراسة التطبيقية الطريقة والاجراءات

سيتم من خلال هذا المبحث عرض منهجية الدراسة المستخدمة ومجتمع الدراسة وعينته، وأدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات والمعالجة الإحصائية المستخدمة وصدق أداة الدراسة وثباتها.

المطلب الأول: منهجية الدراسة وأسلوب جمع البيانات

أولاً: منهجية الدراسة

الغرض من الدراسة معرفة فيما اذا كان هنالك تأثير للادارة الالكترونية على رضا الزبون على المؤسسات الخدمية، ولاستكمال الهدف الذي تسعى الدراسة لتحقيقه، اتبعنا دراسة المنهج الوصفي التحليلي الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، والتركيز على مسح الدراسة الميدانية للحصول على البيانات والمعلومات من مصادرها الرئيسية من خلال الاعتماد على استبانة تم تصميمها وفق الخطوات العلمية المعتمدة بهذا الشأن ومعالجة البيانات وتحليلها إحصائياً لاختبار الفرضيات قصد الوصول إلى استنتاجات وتوصيات تساهم في دعم المؤسسات الخدمية.

. الأسلوب الوصفي في بعض أجزاء البحث بتكوين القاعدة النظرية المستقاة من مختلف المراجع، ويعتبر الأسلوب الوصفي مناسباً لتقرير الحقائق والتعريف بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع.
. الأسلوب التحليلي لنتائج الدراسة الميدانية ومعرفة تأثير الإدارة الالكترونية على رضا الزبون وتبيان مدى تطبيقها ودورها في تقديم خدماتها، واستخلاص النتائج التي تخدم أغراض هذا البحث.

ثانياً: أدوات الدراسة ومصادر الحصول على المعلومات

من أجل جمع البيانات ومعالجتها في هذا البحث تم الاعتماد على 3 طرق للحصول على المعلومات اللازمة، وهي كالتالي:

1. المقابلات

يعتبر عنصر المقابلة من الأدوات الهامة والرئيسية للحصول على المعلومات، حيث تم إجراء مقابلة مع مدير الخدمات لوكالة اتصالات الجزائر وبعض موظفين، تمحور الحوار فيها حول مدى تطبيق الإدارة الالكترونية في وكالة اتصالات الجزائر، بالإضافة إلى تأثير الإدارة الالكترونية على رضا الزبون، كانت اجابة الموظفين عن مدى تطبيق

- الادارة الالكترونية:- أن المعاملات التي تكون بين الموظفين والزبائن لا تكون الا بالحاسب الالي والاجهزة الالكترونية، أن الوكالة تركز أساسا على الاجهزة الالكترونية والبرمجيات في تقديمها للخدمات.
- ان الادارة الالكترونية تسهل المعاملات وتختصر في وقت إنجازها من خلال تقليلها لاستخدام الورق.

2. الملاحظات

من خلال الزيارة الميدانية التي قمنا بها لوكالة اتصالات الجزائر بولاية غارداية استطعنا تسجيل بعض الملاحظات منها:

- حسن استقبال الموظفين للزبائن، بل الاستقبال الجيد للزبائن ؛
- مساعدة موظفي الوكالة في توزيع الاستبيان على الزبائن والذي أدى الى تجاوب الزبائن؛
- تمتع الموظفين بمهارات عالية في فن التعامل مع الزبائن وهذا راجع لكون أغلب الموظفين حاصلين على شهادة ليسانس بالإضافة الى ديبلومات اخرى متخصصة في الاعلام الآلي؛
- تعتمد الوكالة على أجهزة الحاسوب في تسوية عملياتها ؛
- تحتوي الوكالة على تقنيات حديثة تساعد على تسهيل وتنظيم تقديم الخدمة للزبائن؛

3. الاستبيان: (موجود في الملحق رقم (01)).

إن أول ما قمنا به لإعداد الاستبيان هو تحديد محاوره، فتم ذلك انطلاقا من الأسئلة والفرضيات المطروحة وبعض الاستبيانات التي تتمحور حول نفس متغيرات الدراسة التي قمت بها وقد تم وضع أسئلة الاستبيان كما يلي:

- تصميم استمارة استبيان موجهة لزبائن وكالة اتصالات الجزائر وتهدف استمارة إلى التعرف على مدى رضاهم على الادارة الالكترونية في وكالة اتصالات الجزائر؛ وقد تم تقسيم الاستبيان إلى جزئين:

◀ الجزء الأول :

يتضمن أسئلة شخصية متعلقة بالزبون و التي تتمثل في الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الصفة، زيارة المؤسسة، كيفية عملية الاتصال، الهدف الرئيسي من الزيارة.

◀ الجزء الثاني:

المحور الأول: هو متعلق بخدمات الادارة الالكترونية للوكالة ، بحيث يحتوي هذا الجزء على 18 عبارة، وترجم بالمميزات الستة الأساسية لخدمة الادارة الالكترونية وهي (السرعة والوضوح، عدم التقيد بالمكان

والزمن، ادارة المعلومات، المرونة، الرقابة المباشرة والصادقة، سرية وخصوصية المعاملات) وكانت العبارات موزعة كما يلي:

- السرعة والوضوح: وتتكون من ثلاثة عبارات من 01 إلى 03 تتعلق السرعة والسهولة والتفاعلية.
-عدم التقيد بالمكان والزمان: وتتكون من ثلاث عبارات أي من العبارة 04 إلى 06 تتعلق بالحدود المكانية، والحدود الزمانية.

-ادارة المعلومات: ويتضمن هذا المؤشر ثلاث عبارات من 07 إلى 09 وتتعلق بالدقة، ثقة في المعاملات.

-المرونة : ويحتوي هذا المؤشر على ثلاث عبارات من 10 إلى 12 وتتعلق بسرعة الاستجابة والتجاوب في تقديم الخدمة.

-الرقابة المباشرة والصادقة: ويتضمن هذا المؤشر ثلاث عبارات من 13 إلى 15 وتتعلق الرقابة الالكترونية، وأنظمة المتابعة.

-سرية وخصوصية المعاملات: ويتضمن هذا المؤشر ثلاث عبارات من 16 إلى 18 وتتعلق بخصوصية المعاملات وكشف المعلومات.

المحور الثاني: ويتعلق هذا الجزء برضا الزبون عن الخدمات المقدمة له من قبل الادارة العامة في وكالة اتصالات الجزائر بغارداية، ويتضمن هذا الجزء 12 سؤال تحدد مدى رضا الزبائن عن الخدمات.

- متغيرات الدراسة:

◀ المتغيرات المستقلة : الادارة الالكترونية (السرعة والوضوح، عدم التقيد بالمكان والزمان، ادارة المعلومات، المرونة، الرقابة المباشرة والصادقة، سرية وخصوصية المعاملات).

◀ المتغيرات التابعة: رضا الزبون.

ثالثا: مقياس الدراسة: وقد تم الاعتماد على التدرج الخماسي "مقياس ليكرت" في الجزء الثاني من

الاستبيان، حيث تم تقييم الإجابات وفقا لسلم الدرجات التالي:

الجدول رقم(2-1): تقسيم الدرجات حسب مقياس ليكرت الخماسي

التصنيف	موافق بشدة	موافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
النقاط	5	4	3	2	1
مجال المتوسط الحسابي المرجح	من 4.21 الى 5	من 3.41 الى 4.2	من 2.61 الى 3.4	من 1.81 الى 2.6	من 1 الى 1.8
أهمية النسبة (الدرجة)	مرتفعة جدا	مرتفعة	متوسطة	منخفضة	منخفضة جدا

المصدر: من إعداد الطالبة

وقد كانت إجابات كل فقرة وفق مقياس ليكرت الخماسي كما هو موضح في الجدول أعلاه حيث تم تحديد مجال المتوسط الحسابي من خلال المدى (5-1=4) ثم نقسمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية (0.8=5/4) ثم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وهي (01) وذلك لتحديد الحد الأدنى لهذه الخلية وهكذا أصبح طول الخلايا كالتالي: 0.8

المطلب الثاني: تحديد مجتمع الدراسة والعينة

يشمل مجتمع الدراسة لزبائن وكالة اتصالات الجزائر لولاية غرداية والمتمثلة في 60 زبون؛ حيث تم توزيع استبيان صمم لأغراض هذه الدراسة على عينة من الزبائن ، وبصفة عشوائية، وتم توزيعه شخصيا مع الاستعانة ببعض عمال الوكالة في عملية التوزيع، بحيث تم توزيع 70 استبيان على زبائن الوكالة منها 08 استبيانات غير مسترجعة اي بنسبة 11.42%، 62 استمارة مسترجعة أي بنسبة 88.57% و 02 استبعدت لعدم اكتماله، وبعدها اعتمادنا على 60 استمارة للتحليل أي بنسبة 85.71%، وتم توضيح ذلك في الجدول الموالي:

الجدول رقم (2-2): الاستبيانات الموزعة والمسترجعة في عينة وكالة اتصالات الجزائر

النسبة	زبائن الوكالة	البيان
100%	70	الاستبيانات الموزعة
88.57%	62	الاستبيانات المسترجعة
11.42%	8	الاستبيانات الغير مسترجعة
85.71%	60	الاستبيانات القابلة للتحليل

المصدر: من إعداد الطالبة

المطلب الثالث: المعالجة الإحصائية

بهدف الوصول إلى نتائج معتمدة تحقق أهداف الدراسة وتختبر فرضياتها، تم تفرغ البيانات الواردة بالاستبيان وتبويبها، وجدولتها، ليسهل التعامل معها بواسطة الكمبيوتر، وتمت معالجة البيانات بغية اختبار نموذج الدراسة وفرضياته وذلك باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS/V19) وبرنامج Excel.

لتحليل بيانات الاستبيان والحصول على أجوبة لفقراته بغية التعرف على مدى موافقة أفراد العينة لها استخدمنا الأدوات والأساليب الإحصائية التالية:

- 1-النسب المئوية والتكرارات.
- 2-المتوسط الحسابي والانحراف المعياري : القيمة الأكثر استخداما من بين مقاييس التشتت الإحصائي لقياس مدى التبعر الإحصائي، أي أنه يدل على مدى امتداد مجالات القيم ضمن مجموعة نتائج الاستبيان.
- 3-اختبار ألفا كرونباخ (Cronbach's Alpha) لمعرفة ثبات فقرات الاستبيان.
- 4-معامل ارتباط بيرسون (Pearson's R) وللانحدار الخطي (linear Regression Analysis) لقياس قوة الارتباط والعلاقة بين المتغيرين: فإذا كان المعامل قريب من (+1)فإن الارتباط قوي وموجب (طردي)، وإذا كان قريب من (-1)فإن الارتباط قوي وسالب (عكسي)، وكلما قرب من (0) يضعف إلى أن ينعدم.
- 5-اختبار Kolmogorov-Smirnov لطبيعة توزيع البيانات

المطلب الرابع: صدق وثبات الاستبيان

أولاً: صدق الاستبانة

وتم التحقق من الصدق الظاهري لأداة الدراسة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين والمختصين في مجال التسويق، للأخذ بملاحظاتهم في بناء الاستبيان، الملحق رقم (02)، وبعد ذلك تم صياغة العبارات بشكل أوضح بناء على ملاحظات الأساتذة المحكمين لتظهر في شكلها النهائي.

ثانياً: قياس ثبات الاستبانة

يقصد بثبات الاستبانة أنها تعطي نفس النتيجة لو تم إعادة توزيعها أكثر من مرة تحت نفس الظروف والشروط، أو بعبارة أخرى أن ثبات الاستبانة يعني الاستقرار في نتائجها وعدم تغييرها بشكل كبير فيما لو تم إعادة توزيعها على أفراد العينة عدة مرات خلال فترات زمنية معينة وقد تحقق الباحث من ثبات استبانة الدراسة من خلال: معامل ألفا كرونباخ: إن معامل الارتباط ألفا كرونباخ من بين الطرق المستخدمة لتقييم الثقة و الثبات في القياس وتتسم بدرجة عالية من الدقة من حيث قدرتها على قياس درجة التوافق أو الاتساق فيما بين المحتويات المتعددة للمقياس المستخدم.

للتأكد من صدق أداة القياس المستخدمة في الدراسة تم احتساب معامل (ألفا كرونباخ) لأبعاد الدراسة، إذ أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن مستوى الصدق كان عالياً وفقاً للمعايير الإحصائية المتعارف عليها حيث بلغت نسبة الصدق فقرات الاستبيان 0.934؛ وهو ما يفوق 60% مما يجعل المعيار مقبول جداً.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,934	30

ثالثاً: اختبار Kolmogorov-Smirnov لطبيعة توزيع البيانات

لمعرفة إن كانت البيانات التي تم الحصول عليها من المبحوثين تتبع التوزيع الطبيعي أم لا، استخدمنا اختبار Kolmogorov-Smirnov وذلك لتحديد طبيعة التشتت.

الجدول رقم (2-3): طبيعة تشتت بيانات العينة حسب اختبار Kolmogorov-Smirnov

العنوان	قيمة Z	مستوى الدلالة
المحور الكلي	1.012	0.285

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على برنامج spss

يتضح من خلال الجدول أن مستوى الدلالة له قيم أكبر من (0.05) و هذا يدل على أن البيانات في حالة من التوزيع الطبيعي.

المبحث الثاني: وصف وتحليل ومناقشة النتائج

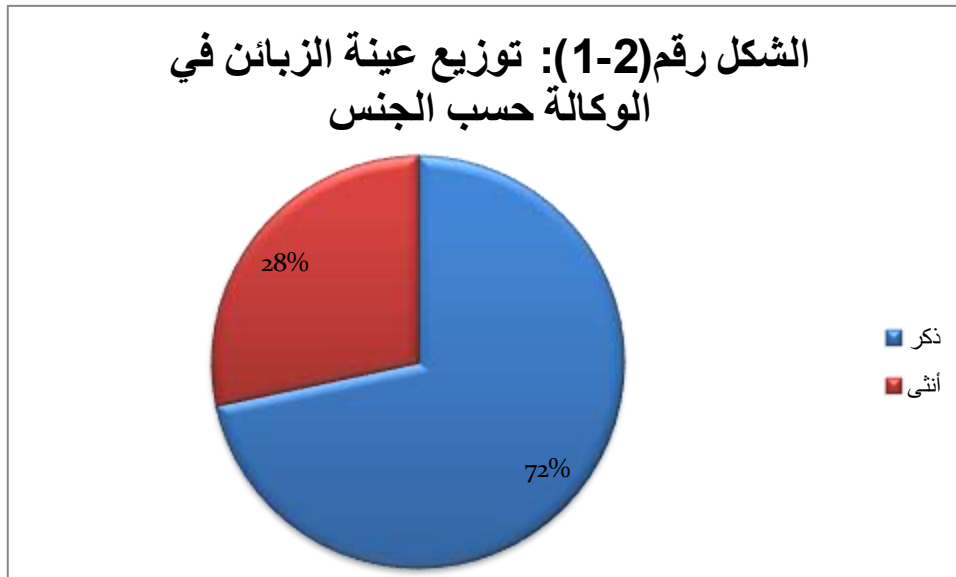
بعد ما تطرقنا في المبحث الأول إلى كل من أدوات ومنهجية الدراسة و الأساليب الإحصائية التي قمنا بإتباعها لتحليل المعطيات المجمعة سوف نبين من خلال هذا المبحث أهم النتائج التي تحصلنا عليها وذلك بهدف الإجابة على التساؤلات التي طرحناها في بداية دراستنا.

المطلب الأول: دراسة الخصائص الديموغرافية لزبائن وكالة اتصالات الجزائر

الجدول رقم (2-4): توزيع عينة الزبائن في الوكالة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	43	71.7%
أنثى	17	28.3%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على برنامج Excel



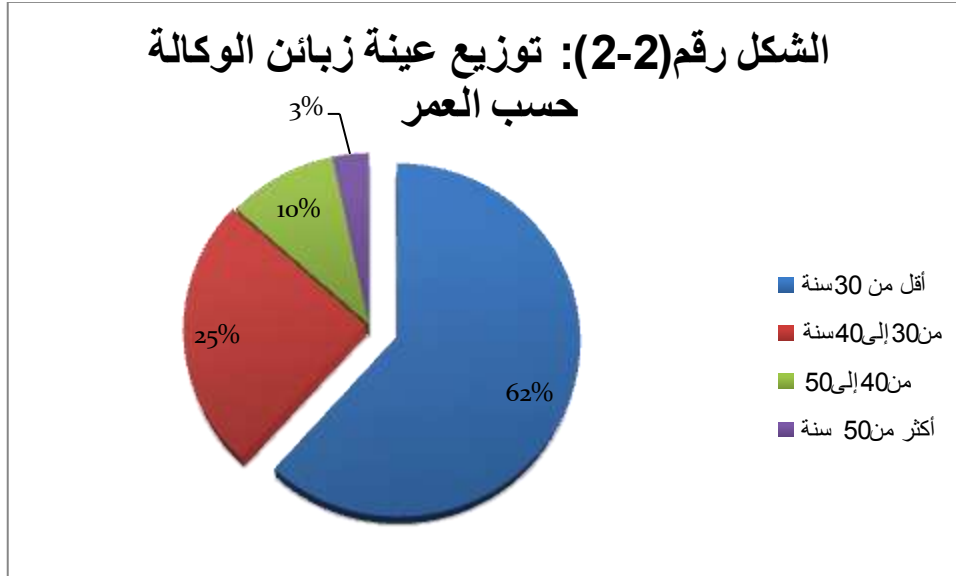
المصدر: من إعداد الطالبة باعتماد على برنامج Excel

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة هم ذكور بنسبة 71.7% من مجموع المستجوبين بينما بلغت نسبة الإناث في العينة 28.3%.

جدول رقم(2-5): توزيع عينة زبائن الوكالة حسب العمر

النسبة	التكرار	الفئة
61.7%	37	أقل من 30 سنة
25%	15	من 30 إلى 40 سنة
10%	6	من 40 إلى 50
3.3%	2	أكثر من 50 سنة
100%	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

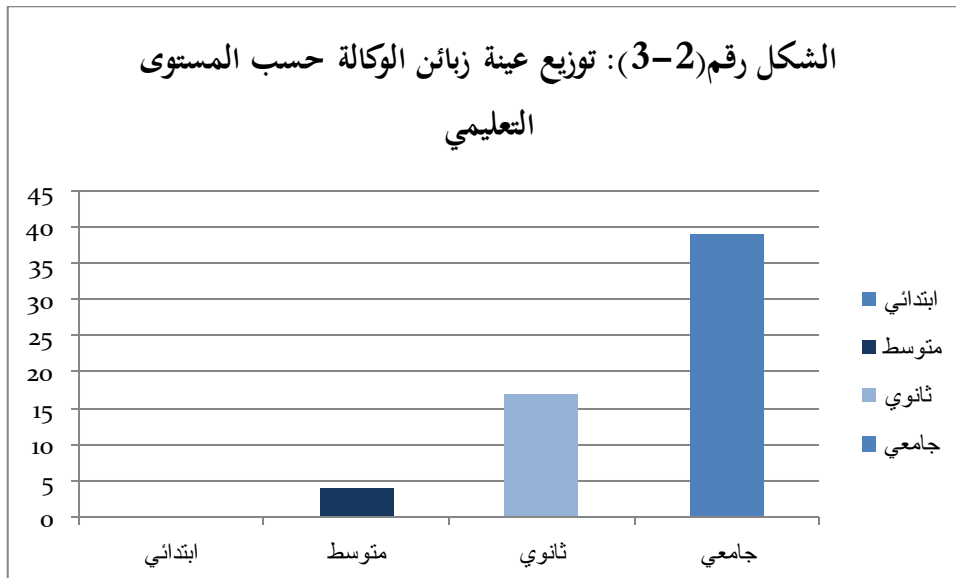
جاء توزيع عينة زبائن الوكالة حسب العمر كالتالي:

الفئة العمرية أقل من 30 سنة كانت بنسبة 61.7% وهي الفئة الغالبة وتلتها الفئة العمرية من 30 إلى 40 سنة بنسبة 25% من مجموع المستجوبين، أي أن أغلب زبائن الوكالة هم شباب، أما الفئة العمرية من 41 إلى 50 فكانت بنسبة 10% من مجموع المستجوبين، والفئة الأكثر من 50 سنة بنسبة 3.3% من المستجوبين.

الجدول رقم (2-6): توزيع عينة زبائن الوكالة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	الفئة
0%	0	ابتدائي
6.7%	4	متوسط
28.3%	17	ثانوي
65%	39	جامعي
100%	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن:

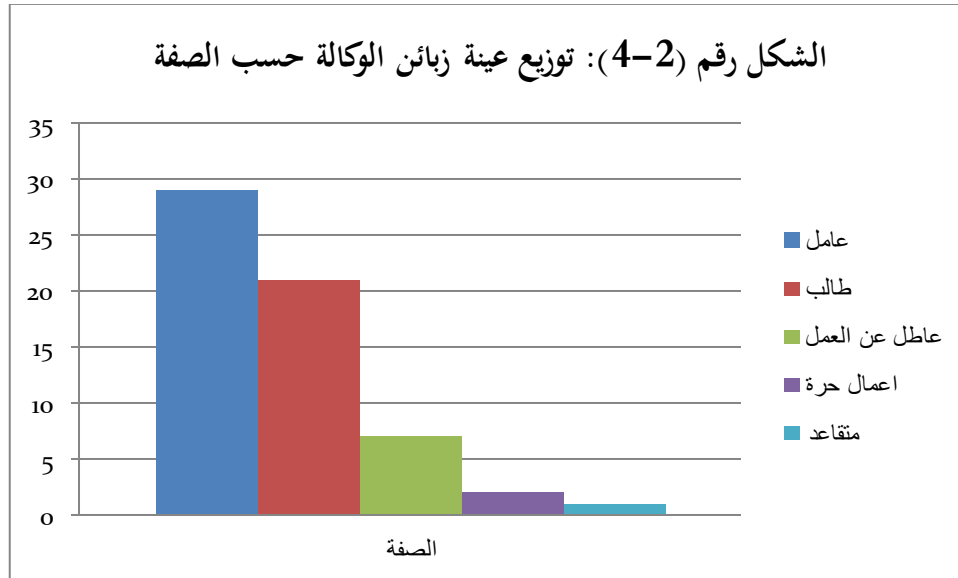
نسبة 65% من الزبائن المستجوبين في الوكالة لديهم مؤهل علمي جامعي، و 28.3% من أفراد العينة لديهم

مستوى ثانوي، و 6.7% لديهم مستوى متوسط.

الجدول رقم (2-7): توزيع عينة زبائن الوكالة حسب الصفة

الفئة	التكرار	النسبة
عامل	29	48.3%
طالب	21	35%
عاطل عن العمل	7	11.7%
اعمال حرة	2	3.3%
متقاعد	1	1.7%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel



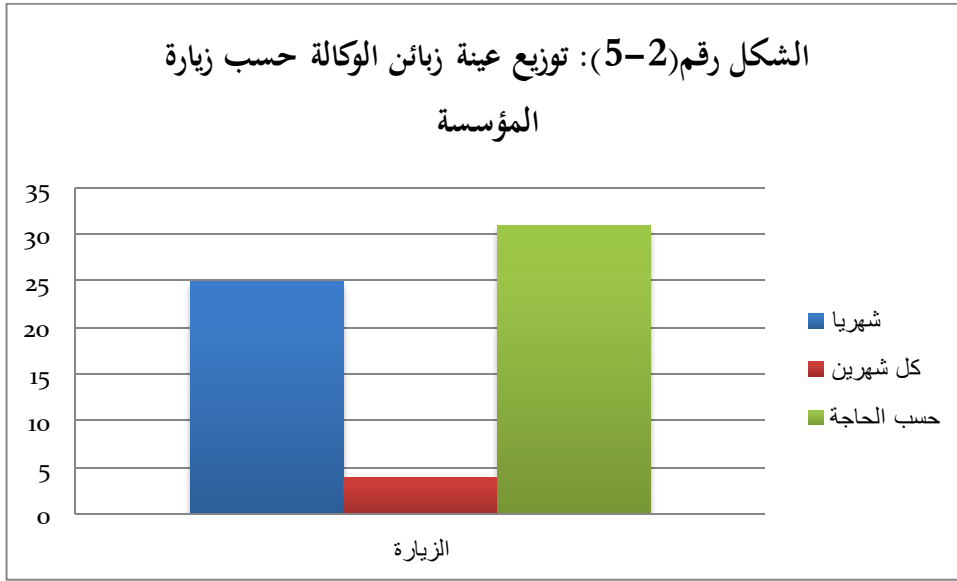
المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب زبائن الوكالة عاملون بنسبة 48.3% من المستجوبين، و 21 طالب أي بنسبة 35% من مجموع المستجوبين، وتلتها 7 مفردات من العينة عاطلون عن العمل بنسبة 11.7%، ومفردتين من الاعمال الحرة بنسبة 3.3%، ومفردة واحدة من الفئة المتقاعدة بنسبة 1.7%.

جدول رقم (2-8): توزيع عينة زبائن الوكالة حسب زيارة المؤسسة

الفترة	التكرار	النسبة
شهريا	25	41.7%
كل شهرين	4	6.7%
حسب الحاجة	31	51.7%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

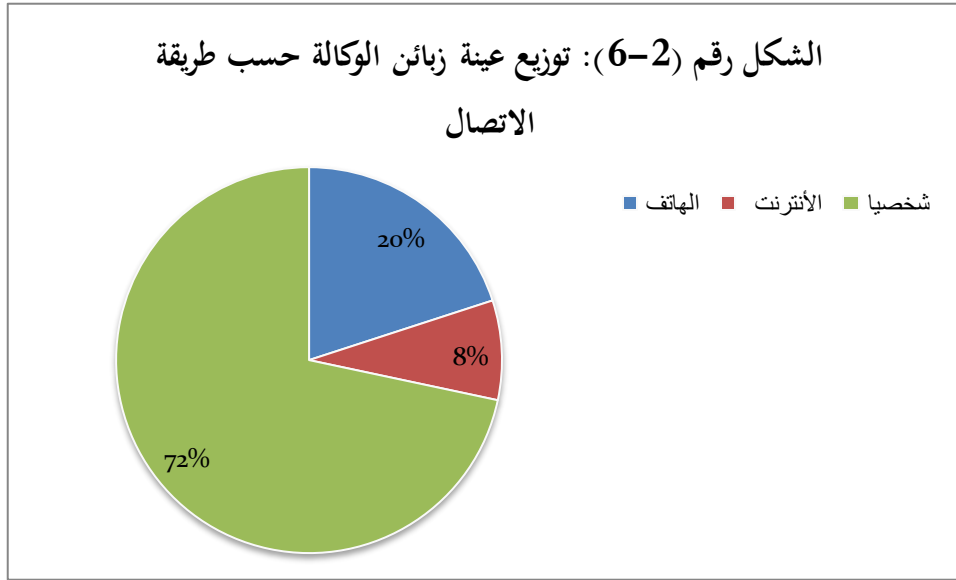
يتضح من خلال الجدول أن 51.7% من الزبائن يقومون بزيارة الوكالة حسب الحاجة و 41.7% من الزبائن

يقومون بالزيارة شهريا، و 6.7% من الزبائن فقط يقومون بالزيارة كل شهرين.

جدول رقم (2-9): توزيع عينة زبائن الوكالة حسب طريقة الاتصال

الفئة	التكرار	النسبة
الهاتف	12	20%
الأنترنت	5	8.3%
شخصيا	43	71.7%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

من خلال الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن أغلب الزبائن في الوكالة تتم عملية الاتصال بينهم وبين المؤسسة شخصيا بنسبة 71.7% من مجموع الأفراد المستجوبين وما نسبته 20% من الزبائن يقومون بعملية الاتصال هاتفيا بالوكالة اما الاتصال بالانترنت فكانت نسبته 8.3%.

جدول رقم (2-10): توزيع عينة زبائن الوكالة حسب الهدف الرئيسي من الزيارة

النسبة	التكرار	الفئة
86.7%	52	خدمة الانترنت
13.3%	8	خدمة الاتصال
100%	60	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel



المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج Excel

من خلال الشكل والجدول أعلاه نلاحظ أن 86.7% من أجبوا بأن هدفهم الرئيسي من زيارة المؤسسة هو الحصول على خدمة الانترنت، أما الفئة المتبقية بنسبة 13.3% هدفهم الرئيسي الحصول على خدمة الاتصالات.

المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة

أولاً: تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الأول (مميزات خدمة الادارة الالكترونية)

I. يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى التقييم وأهمية العبارة لكل ميزة من مميزات خدمة الادارة الالكترونية:

الجدول رقم (2-11): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات السرعة والوضوح.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
1.	الادارة الالكترونية توفر السرعة في تقديم الخدمة داخل المؤسسة	3.95	0.111	1	مرتفعة
2.	الادارة الالكترونية تسهل لي الحصول على المعلومات الخاصة بالخدمة التي أريدها	3.93	0.954	2	مرتفعة
3.	تحتوي تلك النظم على واجه استخدام تفاعلية سهلة	3.50	1.050	3	مرتفعة
	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري	3.79	0.705		مرتفعة

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات برنامج spss.

توضح نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المجمعة من الاستبانة، أن السرعة والوضوح لخدمات وكالة اتصالات الجزائر تساعد في زيادة رضاهم عن الخدمات، من خلال الجدول نلاحظ أن الفقرة الأولى " الادارة الالكترونية توفر السرعة في تقديم الخدمة داخل المؤسسة" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.95 وانحراف معياري بلغ 0.111 وهذا لأن خدمات الادارة الالكترونية في الوكالة تتميز بالسرعة، وبعدها مباشرة جاءت الفقرة الثانية " الادارة الالكترونية تسهل لي الحصول على المعلومات الخاصة بالخدمة التي أريدها " في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 3.93 وانحراف معياري بلغ 0.954 هذا دليل على حرص الوكالة على تسهيل المعاملات بالادارة الالكترونية، أما الفقرة الثالثة التي تنص على أن "الادارة الالكترونية تحتوي على النظم وواجه استخدام تفاعلية سهلة" كانت في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 3.50 وهي قيمة مرتفعة تؤكد على أن واجهة الاستخدام سهلة و تفاعلية.

الجدول رقم (2-12): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات عدم التقييد بالمكان والزمان.

الدرجة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	السؤال	الرقم
مرتفعة	2	1.231	3.90	الادارة الالكترونية توفر عليك جهد و عناء التنقل	1.
مرتفعة	3	1.140	3.77	يجعلك تقديم خدمة المعاملات الالكترونية على مدار 24 ساعة راض دائما	2.
مرتفعة	1	0.907	3.92	تسهل إجراء الاتصال بين المؤسسة والمتعاملين داخل وخارج بلد المؤسسة	3.
مرتفعة		1.092	3.86	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات برنامج spss.

توضح نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المجمعة من الاستبانة، أن عدم التقييد بالمكان و الزمان لخدمات وكالة اتصالات الجزائر تساعد في زيادة رضاهم عن الخدمات، من خلال الجدول نلاحظ أن الفقرة الثالثة "تسهل إجراء الاتصال بين المؤسسة والمتعاملين داخل وخارج بلد المؤسسة" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.92 وانحراف معياري بلغ 0.907 وهذا لأن خدمات الادارة الالكترونية تسهل اجراءات الاتصال مع المتعاملين، وبعدها مباشرة جاءت الفقرة الاولى " الادارة الالكترونية توفر عليك جهد وعناء التنقل "في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 3.90 وانحراف معياري بلغ 1.231 هذا دليل على أن الادارة الالكترونية توفر الجهد التنقل على العملاء، أما الفقرة الثانية التي تنص على أن "يجعلك تقديم خدمة المعاملات الالكترونية على مدار 24 ساعة راض دائما" كانت في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 3.77 وهي قيمة مرتفعة تؤكد على أن واجهة الاستخدام سهلة و تفاعلية.

الجدول رقم (2-13): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات ادارة المعلومات لا الاحتفاظ بها.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
1.	تعتمد على الادارة الالكترونية لثقتك الكبيرة فيها بدلا من التعاملات الورقية	3.78	1.075	3	مرتفعة
2.	الادارة الالكترونية توفر الدقة في انجاز الخدمة	3.87	1.255	2	مرتفعة
3.	تقلل استخدام الورق بشكل ملحوظ مما يؤثر ايجابيا علي عمل المؤسسة	3.92	0.907	1	مرتفعة
	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري	3.85	1.079		مرتفعة

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات برنامج spss.

توضح نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المجمعة من الاستبانة، أن ادارة المعلومات للادارة الالكترونية في وكالة اتصالات الجزائر تساعد في زيادة رضاهم عن الخدمات، من خلال الجدول نلاحظ أن الفقرة الثالثة "تقلل استخدام الورق بشكل ملحوظ مما يؤثر ايجابيا على عمل المؤسسة" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.92 وانحراف معياري بلغ 0.907 وهذا لأن خدمات الادارة الالكترونية تقلل من استخدام الورق في الوكالة، وبعدها مباشرة جاءت الفقرة الثانية "الادارة الالكترونية توفر الدقة في انجاز الخدمة" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 3.87 وانحراف معياري بلغ 1.255 هذا دليل على أن الادارة الالكترونية توفر الدقة في إنجاز معاملاتها مع العملاء، أما الفقرة الأولى التي تنص على أن "تعتمد على الادارة الالكترونية لثقتك الكبيرة فيها بدلا من التعاملات الورقية" كانت في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 3.78 وهي قيمة مرتفعة تدل على أن معاملات الادارة الالكترونية موثوق فيها.

الجدول رقم (2-14): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات المرونة.

الدرجة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	السؤال	الرقم
مرتفعة	1	1.104	3.97	توفر الادارة الالكترونية اختصار في مدة انجاز المعاملات الإدارية	1.
مرتفعة	3	0.954	3.85	تقدم الادارة الالكترونية استجابة سريعة للأحداث وتتجاوب معها	2.
مرتفعة	2	1.043	3.88	الادارة الالكترونية احسن من الادارة التقليدية من حيث استجابة للطلبات	3.
مرتفعة		1.033	3.90	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات برنامج spss.

توضح نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المجمع من الاستبانة، أن المرونة للادارة الالكترونية في وكالة اتصالات الجزائر تساعد في زيادة رضاهم عن الخدمات، من خلال الجدول نلاحظ أن الفقرة الاولى "توفر الادارة الالكترونية اختصار في مدة انجاز المعاملات الإدارية" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.97 وانحراف معياري بلغ 1.104 وهذا لأن خدمات الادارة الالكترونية توفر في مدة انجاز المعاملة في الوكالة، وبعدها مباشرة جاءت الفقرة الثالثة " الادارة الالكترونية احسن من الادارة التقليدية من حيث استجابة للطلبات "في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 3.88 وانحراف معياري بلغ 1.043 هذا دليل على أن الادارة الالكترونية احسن من الادارة التقليدية من حيث الاستجابة، أما الفقرة الثانية التي تنص على أن "تقدم الادارة الالكترونية استجابة سريعة للأحداث وتتجاوب معها" كانت في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 3.85 وهي قيمة مرتفعة تدل على أن معاملات الادارة الالكترونية تقدم استجابة سريعة .

الجدول رقم (2-15): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات الرقابة المباشرة والصادقة.

الدرجة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	السؤال	الرقم
مرتفعة	2	1.078	3.70	تأثر أجهزة الرقابة الالكترونية (الكاميرات) على نظام والأمن السائد بالمؤسسة	1.
مرتفعة	1	0.890	3.77	توفير الادارة الالكترونية أنظمة المتابعة الفورية وأنظمة الشراء الالكتروني	2.
مرتفعة	2	1.046	3.70	اجهزة الرقابة الالكترونية تكسبك الراحة والاطمئنان	3.
مرتفعة		1.004	3.72	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري	

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات برنامج spss.

توضح نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المجمعة من الاستبانة، أن الرقابة المباشرة والصادقة للادارة الالكترونية في وكالة اتصالات الجزائر تساعد في زيادة رضاهم عن الخدمات، من خلال الجدول نلاحظ أن الفقرة الثانية " توفير الادارة الالكترونية أنظمة المتابعة الفورية وأنظمة الشراء الالكتروني" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.77 وانحراف معياري بلغ 0.890 وهذا لأن خدمات الادارة الالكترونية توفر أنظمة المتابعة الفورية في المعاملات، وبعدها مباشرة جاءت الفقرة الأولى والثالثة في نفس الرتبة، بالنسبة للفقرة الأولى " تأثر أجهزة الرقابة الالكترونية (الكاميرات) على نظام وأمن السائد بالمؤسسة " بلغ متوسطها الحسابي 3.70 وانحراف معياري 1.078 هذا دليل على أن الادارة الالكترونية تأثر على نظام من حيث أجهزة الرقابة الالكترونية، أما الفقرة الثالثة التي تنص على أن "اجهزة الرقابة الالكترونية تكسبك الراحة والاطمئنان " كانت بمتوسط حسابي 3.70 وانحراف معياري 1.046 وهي قيمة مرتفعة تدل على أن اجهزة الادارة الالكترونية تكسب الراحة.

الجدول رقم (2-16): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لفقرات سرية وخصوصية المعاملات.

الرقم	السؤال	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الدرجة
1.	الادارة الالكترونية لا تكشف المعلومات الا لدوي الصلاحية الذين يملكون كلمة المرور	3.92	1.094	3	مرتفعة
2.	الادارة الالكترونية تسبب لك مشاكل و اخطاء في انجاز المعاملة	3.93	1.056	2	مرتفعة
3.	انت موافق على استخدام الادارة الالكترونية في عملية إتمام إجراءات المعاملة	3.98	1.017	1	مرتفعة
	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري	3.94	1.055		مرتفعة

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات برنامج spss.

توضح نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المجمعة من الاستبانة، أن سرية وخصوصية المعاملات للادارة الالكترونية في وكالة اتصالات الجزائر تساعد في زيادة رضاهم عن الخدمات، من خلال الجدول نلاحظ أن الفقرة الثالثة "انت موافق على استخدام الادارة الالكترونية في عملية إتمام إجراءات المعاملة" جاءت في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.98 وانحراف معياري بلغ 1.017 وهذا دليل على أن اتمام اجراءات المعاملة باستخدام الادارة الالكترونية يتلقى قبول من طرف زبائن الوكالة، وبعدها مباشرة جاءت الفقرة الثانية " الادارة الالكترونية تسبب لك مشاكل و اخطاء في انجاز المعاملة "في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 3.93 وانحراف معياري بلغ 1.056 هذا دليل على أن الادارة الالكترونية لم تسبب مشاكل وأخطاء في المعاملات المنجزة، أما الفقرة الأولى التي تنص على أن "الادارة الالكترونية لا تكشف المعلومات الا لدوي الصلاحية الذين يملكون كلمة المرور" كانت في الرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 3.92 وهي قيمة مرتفعة تدل على أن الادارة الالكترونية تتميز بالسرية.

II. يبين المتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومستوى التقييم وأهمية العبارة لجميع مميزات خدمة الادارة الالكترونية:

الجدول رقم (2-17): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لجميع مميزات خدمة الادارة الالكترونية

درجة الاهمية	الرتبة	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	مميزات الخدمة
مرتفع	5	0.705	3.79	السرعة والوضوح
مرتفع	3	1.092	3.86	عدم التقيد بالمكان والزمان
مرتفع	4	1.079	3.85	ادارة المعلومات لا الاحتفاظ بها
مرتفع	2	1.033	3.90	المرونة
مرتفع	6	1.004	3.72	الرقابة المباشرة والصادقة
مرتفع	1	1.055	3.94	سرية وخصوصية المعاملات
مرتفع		0.994	3.84	المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لكل مميزات خدمات الإدارة الإلكترونية

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على معطيات البرنامج spss

توضح نتائج التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة المجمعة من الاستبانة، من خلال الجدول نلاحظ أن المتوسط الحسابي لجميع مميزات خدمة الإدارة الإلكترونية في وكالة اتصالات الجزائر 3.84 وانحرافها المعياري بلغ 0.994؛ أما بالنسبة للمميزات الفرعية جاءت ميزة "سرية وخصوصية المعاملات" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي بلغ 3.94 وانحراف معياري بلغ 1.055 وهذا دليل على أن سرية وخصوصية المعاملات تحظى بدرجة أهمية مرتفعة بالنسبة لزبائن الوكالة، وبعدها مباشرة جاءت ميزة "المرونة" في الترتيب الثاني بمتوسط حسابي بلغ 3.90 وانحراف معياري بلغ 1.033 هذا دليل على أن المرونة أيضا مرتفعة في درجة الأهمية حسب رأي الزبون، أما ميزة "الرقابة المباشرة والصادقة" كانت في الرتبة السادسة بمتوسط حسابي 3.72 وانحراف معياري بلغ 1.004 هي الأقل أهمية مقارنة بجميع المميزات الأخرى بنسبة لرأي الزبون.

ثانياً: تحليل البيانات المتعلقة بالمحور الثاني (رضا الزبون)

الجدول رقم (2-18): المتوسط الحسابي والانحراف المعياري للمحور الثاني (رضا الزبون)

الدرجة	الترتيب	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	السؤال	الرقم
مرتفعة	2	1.060	3.83	احظى باستقبال جيد كلما أتيت إلى المؤسسة	1.
مرتفعة	1	1.145	3.90	اتعامل مع هذه المؤسسة لعدم وجود بديل عنها	2.
مرتفعة	3	1.102	3.80	تتميز المؤسسة بالنظافة العامة والمظهر اللائق	3.
مرتفعة	4	1.094	3.58	تتوفر المؤسسة على أجهزة اتصال حديثة	4.
مرتفعة	6	1.016	3.53	إن مراكز تقديم الخدمة جيدة من حيث نظام في قاعة الانتظار	5.
متوسطة	9	1.291	3.17	يتعامل موظفو الإدارة مع الجميع بروح المساواة وعدم التحيز	6.
مرتفعة	5	1.016	3.53	تضع المؤسسة مصلحة الزبون ضمن أولوياته	7.
متوسطة	8	1.336	3.25	يوفر المؤسسة المرفقات الضرورية لضمان راحة زبائنه (موقف سيارات، مقاعد، المكيفات الهوائية... الخ)	8.
مرتفعة	7	1.017	3.48	إن المؤسسة تشغل عمال اكفاء	9.
متوسطة	10	1.181	3.17	انت راض عن جودة و نوعية الخدمات المقدمة لك	10.
متوسطة	11	1.278	3.00	هناك سرعة الإجابة عند إتصال الزبائن بالمؤسسة	11.
متوسطة	12	1.228	2.98	تتعامل المؤسسة مع شكاوى الزبائن باهتمام وبطريقة خاصة	12.
مرتفعة		1.146	3.43	المتوسط الحسابي العام والانحراف المعياري	

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

نلاحظ من خلال جدول تقييم مستوى الرضا لزبائن وكالة اتصالات الجزائر أن العبارة " اتعامل مع هذه المؤسسة لعدم وجود بديل عنها " قد حلت في أعلى ترتيب عبارات المحور الثاني للاستبيان بمتوسط حسابي بلغ 3.90 وانحراف معياري يساوي 1.145 وهذا يعني أن الزبائن يتعاملون مع الوكالة لعدم وجود بديل لها، وتلتها مباشرة العبارة التي تنص على "احظى باستقبال جيد كلما أتيت إلى المؤسسة" بمتوسط حسابي 3.83 وانحراف معياري يساوي 1.060 وقد يعود هذا إلى أن نسبة كبيرة من المستجوبين راضين عن الاستقبال وهذه ميزة تحسب للوكالة وتضفي عليه مزيدا من التميز.

بينما جاءت عبارة "تتعامل المؤسسة مع شكاوى الزبائن باهتمام وبطريقة خاصة" في آخر ترتيب عبارات قياس الرضا بمتوسط حسابي يساوي 2.98 وانحراف معياري 1.228 وهذا شيء يعاب على الوكالة بحيث أنها لا تهتم بشكاوي الزبائن بطريقة جيدة، فيجب عليها النظر في هذا الجانب كي تبقى الوكالة في الريادة بكل الخدمات التي تقدمها.

المطلب الثالث: اختبار فرضيات الدراسة

سنقوم في هذا المطلب باختبار مدى صحة أو نفي فرضيات الدراسة

أولاً: علاقة الارتباط بين الإدارة الالكترونية ورضا الزبون

من أجل اختبار الفرضية الرئيسية استعملنا معامل ارتباط بيرسون

جدول رقم (2-19): علاقة الارتباط بين الإدارة الالكترونية ورضا الزبون

المتغير التابع	المتغير المستقل						
	سرعة وسرية المعاملات	الرقابة المباشرة والصادقة	المرونة	إدارة المعلومات	عدم التقييد بالمكان والزمان	السرعة والوضوح	
رضا الزبون	معامل الارتباط R	0.557	0.547	0.547	0.528	0.390	0.495
	مستوى الدلالة α	0.000	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

يلاحظ وجود علاقات ارتباطية موجبة ذات دلالة إحصائية بين أبعاد المتغير المستقل للإلكترونية أي مميزات خدمته الفرعية: السرعة والوضوح، عدم التقييد بالمكان والزمان، إدارة المعلومات لا الاحتفاظ بها، المرونة، الرقابة المباشرة والصادقة، سرية وخصوصية المعاملات.

حيث كانت أقوى علاقة ارتباطية بين سرية وخصوصية المعاملات ورضا الزبون حيث كان مقدارها 0.557

أما عدم التقييد بالمكان والزمان فسجل علاقة ارتباطية لكن ضعيفة في مستوى الدلالة α أقل من 0.05

ثانيا: اختبار الفرضية الرئيسية:

هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لخدمات الادارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبون وتتفرع

إلى الفرضيات التالية:

✓ الفرضية الفرعية الأولى:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير سرعة ووضوح الخدمة المقدمة في تحقيق

رضا الزبون وارتكزت فكرة هذه الفرضية حول وجود توقعات تشير إلى وجود تأثير دال إحصائيا، ولاختبار هذه

الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الإنحدار الخطي linear Regression Analysis ، وكانت النتائج

على النحو الموضح في الجدول أدناه:

جدول رقم (2-20): يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الأولى

مستوى الدلالة α	قيمة R المعدلة	معامل الارتباط R	قيمة F	رضا الزبائن ميزة الخدمة
0.000	0.232	0.495	18.865	السرعة والوضوح

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال المعطيات الواردة بالجدول يلاحظ وجود علاقة تأثير متوسطة بمعامل ارتباط = 0.495

بين سرعة ووضوح الخدمات المقدمة من طرف الادارة الالكترونية وتحقيق رضا الزبائن وذلك بالنظر إلى مستوى

الدلالة α (0.000) الدالة إحصائيا.

✓ الفرضية الفرعية الثانية:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير عدم التقيد بمكان وزمان تقديم الخدمة المقدمة

في تحقيق رضا الزبون وارتكزت فكرة هذه الفرضية حول وجود توقعات تشير إلى وجود تأثير دال إحصائيا،

ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الإنحدار الخطي linear Regression Analysis ،

وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول أدناه:

جدول رقم: (21-2) يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثانية

مستوى الدلالة α	قيمة R المعدلة	معامل الارتباط R	قيمة F	رضا الزبائن ميزة الخدمة
0.002	0.138	0.390	10.427	عدم التقيد بالمكان والزمن

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

من خلال المعطيات الواردة بالجدول يلاحظ وجود علاقة تأثير ضعيفة بمعدل ارتباط يساوي 0.390 بين عدم التقيد بمكان وزمان الخدمات المقدمة من طرف الإدارة الالكترونية وتحقيق رضا الزبائن وذلك بالنظر إلى مستوى الدلالة α (0.002) الدالة إحصائياً.

✓ الفرضية الفرعية الثالثة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير إدارة المعلومات للإدارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبون وارتكزت فكرة هذه الفرضية حول وجود توقعات تشير إلى وجود تأثير دال إحصائياً، ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الانحدار الخطي linear Regression Analysis ، وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول أدناه:

جدول رقم: (22-2) يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الثالثة

مستوى الدلالة α	قيمة R المعدلة	معامل الارتباط R	قيمة F	رضا الزبائن ميزة الخدمة
0.000	0.267	0.528	22.477	إدارة المعلومات

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول إلى وجود علاقة تأثير متوسطة بين إدارة المعلومات للإدارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبون حيث بلغ معامل الارتباط $R = 0.528$ عند مستوى دلالة α (0.000) وبلغت قيمة f المحسوبة 22.477.

✓ الفرضية الفرعية الرابعة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير مرونة الخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبون وارتكزت فكرة هذه الفرضية حول وجود توقعات تشير إلى وجود تأثير دال إحصائياً ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الانحدار الخطي linear Regression Analysis ، وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول أدناه:

جدول رقم: (2-23) يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الرابعة

مستوى الدلالة α	قيمة R المعدلة	معامل الارتباط R	قيمة F	رضا الزبائن ميزة الخدمة
0.000	0.287	0.547	24.768	المرونة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول إلى وجود علاقة تأثير متوسطة بين المرونة في المعاملات ورضا الزبائن حيث بلغ معامل الارتباط $R=0.547$ عند مستوى دلالة $\alpha (0.000)$ وبلغت قيمة f المحسوبة 24.768.

✓ الفرضية الفرعية الخامسة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير الرقابة المباشرة والصادقة للخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبون وارتكزت فكرة هذه الفرضية حول وجود توقعات تشير إلى وجود تأثير دال إحصائياً، ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الانحدار الخطي linear Regression Analysis ، وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول أدناه:

جدول رقم: (2-24) يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية الخامسة

مستوى الدلالة α	قيمة R المعدلة	معامل الارتباط R	قيمة F	رضا الزبائن ميزة الخدمة
0.000	0.287	0.547	24.792	الرقابة المباشرة والصادقة

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول إلى وجود علاقة تأثير متوسطة بين الرقابة المباشرة والصادقة في المعاملات ورضا الزبائن حيث بلغ معامل الارتباط $R = 0.547$ عند مستوى دلالة 0.000 وهي دالة احصائياً.

الفرضية الفرعية السادسة:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير سرية وخصوصية المعاملات للخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبون وارتكزت فكرة هذه الفرضية حول وجود توقعات تشير إلى وجود تأثير دال إحصائياً، ولاختبار هذه الفرضية فقد تم استخدام نتائج تحليل الانحدار الخطي linear Regression Analysis، وكانت النتائج على النحو الموضح في الجدول أدناه:

جدول رقم: (2-25) يوضح نتائج تحليل الانحدار لاختبار الفرضية الفرعية السادسة

مستوى الدلالة α	قيمة R المعدلة	معامل الارتباط R	قيمة F	رضا الزبائن ميزة الخدمة
0.000	0.299	0.557	26.127	سرية وخصوصية المعاملات

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على برنامج SPSS

تشير المعطيات الإحصائية في الجدول إلى وجود علاقة تأثير متوسطة بين سرية وخصوصية المعاملات ورضا الزبائن حيث بلغ معامل الارتباط $R = 0.557$ عند مستوى دلالة 0.000 وهي دالة احصائياً.

المطلب الرابع: نتائج اختبار الفرضيات

أولاً: نتائج اختبار الفرضية الرئيسة

من خلال نتائج الارتباط للفرضية الرئيسة تبين وجود علاقة ارتباط موجبة بين مميزات الخدمات الفرعية للإدارة الالكترونية ورضا الزبائن، حيث بلغ معامل ارتباط ($R=0.557$) بين سرية وخصوصية المعاملات والرضا العملاء وهو أقوى علاقة ارتباطية من بين باقي مميزات الخدمة وهذا يدل على أن للسرية والخصوصية دور كبير في تحقيق رضا الزبون من خلال حفظ المعلومات السرية للزبائن على أكمل وجه وبالتالي تحقيق الرضا.

ثانياً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

نصت الفرضية الفرعية الأولى على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير سرعة ووضوح الخدمة المقدمة في تحقيق رضا الزبون وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كالتالي:

- بلغت قيمة الارتباط بنسبة 49.5% موجبة (طردية) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي قيمة دالة إحصائية،

مما يعني قبول الفرضية الأولى.

ثالثاً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

نصت الفرضية الفرعية الثانية على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير عدم

التقيد بمكان وزمان تقديم الخدمة المقدمة في تحقيق رضا الزبون وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كالتالي:

- بلغت قيمة الارتباط بنسبة 39% موجبة (طردية) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.002$) وهي قيمة دالة إحصائية،

مما يعني قبول الفرضية الثانية.

رابعاً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

نصت الفرضية الفرعية الثالثة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير ادارة المعلومات التي تتيحها الادارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبون، وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كالتالي:

- عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) بلغت قيمة الارتباط بنسبة 52.8% موجبة (طردية)، وهي قيمة دالة احصائيا، مما يقتضي قبول الفرضية الثالثة.

خامساً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

نصت الفرضية الفرعية الرابعة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير مرونة الخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبون، وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كالتالي:

- بلغت قيمة الارتباط بنسبة 54.7% موجبة (طردية) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي قيمة دالة احصائيا، مما يقتضي قبول الفرضية الرابعة.

سادساً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية الخامسة

نصت الفرضية الفرعية الخامسة على وجود يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير الرقابة المباشرة والصادقة للخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبون، وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كالتالي:

- عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) بلغت قيمة الارتباط بنسبة 54.7% وهي قيمة دالة إحصائيا، مما يقتضي قبول الفرضية الخامسة.

سابعاً: نتائج اختبار الفرضية الفرعية السادسة

نصت الفرضية الفرعية السادسة على وجود أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى 0.05 حول مدى تأثير سرية وخصوصية المعاملات للخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبون، وكانت نتائج اختبار هذه الفرضية كالتالي:

- بلغت قيمة الارتباط بنسبة 55.7% موجبة (طردية) عند مستوى دلالة ($\alpha = 0.000$) وهي قيمة دالة إحصائية،

مما يقتضي قبول الفرضية السادسة.

خلاصة الفصل:

احتوى هذا الفصل على دراسة ميدانية لوكالة اتصالات الجزائر بغارداية أجريت لإظهار أهمية الإدارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبون وقد جاءت نتائج الدراسة لتؤكد على ذلك حيث أن تقييم الزبائن لمدى تأثير سرعة ووضوح الخدمة المقدمة جاءت إيجابية من حيث مساهمتها في تحقيق رضا الزبون إلى جانب أن الإدارة الالكترونية تسهل الحصول على المعلومات الخاصة بالخدمة لزبائن باستعمالها لواجهة استخدام سهلة وتفاعلية.

وبالنسبة لعدم التقيد بالمكان والزمان فقد أكد النتائج على وجود تأثير بينها وبين رضا زبائن الوكالة، وفيما يخص مدى تأثير إدارة المعلومات لخدمات الإدارة الالكترونية في تحقيق رضا الزبون فإن الزبائن قدموا تقييما إيجابيا.

وأكد الزبائن على أن الوكالة تتميز بالنظافة العامة والمظهر اللائق و تشغل عمال أكفاء ولكن ما يعاب على الوكالة هو أنها لا تتعامل مع شكاوى الزبائن باهتمام وبطريقة خاصة.

ومن نتائج اختبار الارتباط فقد تبين وجود تأثير إيجابي لكنه أقل ارتباطا بين عدم التقيد بمكان وزمان الخدمات المقدمة من طرف الإدارة الالكترونية وتحقيق رضا الزبائن، أما عن اختبار الارتباط بين سرية وخصوصية المعاملات المقدمة من طرف الإدارة ورضا الزبون فقد تبين وجود ارتباط أقوى.

تمهيد:

إن تشعب الخدمات والأنشطة والفعاليات التي تقدمها الإدارات الخدمية وأهميتها للمواطنين والمقيمين والمؤسسات تحتم ضرورة تحولها إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية من خلال استخدام الوسائل والتقنيات الإلكترونية الحديثة لتوفير المرونة اللازمة استجابة للمتغيرات الداخلية والخارجية المتلاحقة، وصولاً إلى اختصار الإجراءات التي تبذل الوقت والجهد والنفقات؛

فأصبحت المؤسسات تستخدم تكنولوجيا حديثة في إدارتها للخدمات المقدمة للزبائن، وسعياً منها إلى تلبية حاجاتهم ورغباتهم بما يحقق رضاهم عنها؛

لأن المؤسسات تهدف لتحقيق أعلى مستوى من الرضا لدى الزبون، فنجاحها واستمرارها مرتبط برضا و قناعة الزبون بالخدمات التي تقدمها له، فالمؤسسات تسعى لتقديم تشكيلة خدمات ذات تنوع و تطور تكنولوجي كبير حيث سنتناول في هذا الفصل مبحثين وهما:

المبحث الأول: الاطار النظري للإدارة الالكترونية ورضا الزبون

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

المبحث الأول: الإطار النظري للإدارة الإلكترونية و رضا الزبون

تعتبر الادارة الالكترونية بالنسبة لمديري المؤسسات الوسيلة التي تسهل وتسرع تقديم الخدمة، بحيث يجب أن تحقق رغبات الزبون وتكسب رضاهم بأحسن خدمة مقدمة لهم، بجملة من الخصائص التي تجعلها مقبولة من طرف الزبون .

المطلب الأول: الإطار المفاهيمي للإدارة الإلكترونية

بالرغم من حداثة مصطلح الإدارة الإلكترونية وفق ما تشير إليه أدبيات الفكر الإداري المعاصر، إلا أن هناك العديد من التعاريف التي قدمت لهذا المصطلح، وأن كان أغلبها قدم لتعريف الحكومة الإلكترونية نظرا لوجود تداخل وترايط مفاهيمي بين مصطلح الحكومة الإلكترونية، والإدارة الإلكترونية .

أولا: تعريف الإدارة الإلكترونية:

تعرف الادارة الالكترونية " بأها استخدام الوسائل، والتقنيات الالكترونية بكل ما تقتضيه الممارسة، أو التنظيم ، أو الإجراءات أو التجارة، أو الإعلان"¹.

"الإدارة الإلكترونية هي وسيلة لرفع اداء وكفاءة الحكومة وليست بديلا عنها ولا تهدف لإنهاء دورها، وهي إدارة بلا ورق لأنها تستخدم الأرشيف الالكتروني والأدلة والمفكرات الالكترونية والرسائل الصوتية وهي إدارة بلا مكان وتعتمد اساسا على الهاتف المحمول وهي إدارة بلا زمان حيث تعمل 365/7/24 أي العالم يعمل في الزمن الحقيقي 24 ساعة"².

"الإدارة الإلكترونية ما هي إلا نمط جديد من أنماط الإدارة، ترك آثاره الواسعة على المؤسسات ومجالات عملها، وعلى الإدارة، واستراتيجياتها، ووظائفها، والواقع أن هذه التأثيرات لا تعود فقط إلى البعد التكنولوجي المتمثل بالتكنولوجيات الرقمية، وإنما تعود أيضا إلى البعد الإداري المتمثل بتطوير المفاهيم الإدارية التي تراكمت لعقود عديدة، وأصبحت تعمل على تحقيق المزيد من المرونة الإدارية في التفويض، والتمكين الإداري"³.

"إن فكرة الإدارة الإلكترونية تتعدى بكثير مفهوم الميكنة الخاصة بإدارات العمل داخل المؤسسة، إلى مفهوم تكامل البيانات والمعلومات بين الإدارات المختلفة والمتعددة واستخدام تلك البيانات والمعلومات في توجيه سياسة

¹ - عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري-قسنطينة، الجزائر، 2010، ص13.

² - بن خليفة أحمد، المعرفة الإلكترونية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص اقتصاد وإدارة المعرفة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر ، 2009، ص21.

³ -إيمان حسن مصطفى خلوف، واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في المدارس الحكومية الثانوية في الضفة الغربية من وجهة نظر المديرين والمديرات، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص الادارة التربوية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2010، ص13.

وإجراءات عمل المؤسسة نحو تحقيق أهدافها وتوفير المرونة اللازمة للاستجابة للمتغيرات المتلاحقة سواء الداخلية أو الخارجية"¹.

من التعريفات السابقة نستخلص التعريف التالي: الإدارة الإلكترونية هي مصطلح إداري وتعني مجموعة من العمليات والأنشطة التي تتم باستخدام وسائل و تقنيات الكترونية بين المستفيد والمنظمات لتحقيق أهداف المنشأة من تطوير وتحسين أداء و كفاءة، باختصارها للوقت والجهد المبذول من طرف المنظمة/العميل.

ثانياً: مراحل تطور الإدارة الإلكترونية:

التحول إلى الإدارة الإلكترونية يحتاج إلى عدة مراحل كي تتم العملية بشكل يحقق الأهداف المرجوة. ومن تلك المراحل ما يلي²:

1. قناعة ودعم الإدارة العليا بالمنظمة: ينبغي على المسؤولين بالمنظمة أن يكون لديهم القناعة التامة والرؤية الواضحة لتحويل جميع المعاملات الورقية إلى إلكترونية كي يقدموا الدعم الكامل والإمكانيات اللازمة للتحويل إلى الإدارة الإلكترونية.

2. تدريب وتأهيل الموظفين: الموظف هو العنصر الأساسي للتحويل إلى الإدارة الإلكترونية، لذا لا بد من تدريب وتأهيل الموظفين كي يُجزوا الأعمال عبر الوسائل الإلكترونية المتوفرة. وهذا يتطلب عقد دورات تدريبية للموظفين، أو تأهيلهم على رأس العمل.

3. توثيق وتطوير إجراءات العمل: من المعروف أن لكل منظمة مجموعة من العمليات الإدارية أو ما يسمى بإجراءات العمل، فبعض تلك الإجراءات غير مدونة على ورق، أو أن بعضها مدون منذ سنوات طويلة ولم يطرأ عليها أي تطوير، لذا لا بد من توثيق جميع الإجراءات وتطوير القديم منها كي تتوافق مع كثافة العمل.

4. توفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية: يقصد بالبنية التحتية أي الجانب المحسوس في الإدارة الإلكترونية. من تأمين أجهزة الحاسب الآلي، وربط الشبكات الحاسوبية السريعة والأجهزة المرفقة معها، وتأمين وسائل الاتصال الحديثة.

¹ -محمود حسين الوادي وبلال محمود الوادي ،المعرفة والادارة الالكترونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط 01، 2011،ص290.

² - درمان سليمان صادق، عوامل النجاح الحرجة لمشروعات الإدارة الإلكترونية دراسة ميدانية في عينة من المنظمات التكنولوجية في مدينة الموصل - العراق، مشاركة في مؤتمر الثاني لكلية الأعمال - الجامعة الأردنية، 2009،ص17.

5. البدء بتوثيق المعاملات الورقية القديمة إلكترونياً: المعاملات الورقية القديمة والمحفوظة في الملفات الورقية ينبغي حفظها إلكترونياً بواسطة المسحات الضوئية (Scanners) وتصنيفها ليسهل الرجوع إليها. على سبيل المثال: إحدى الجهات الحكومية لديها أكثر من 42 مليون مستند ورقي، تم تحويل 70٪ تقريباً إلى مستند إلكتروني.

6. البدء ببرمجة المعاملات الأكثر انتشاراً: البدء بالمعاملات الورقية الأكثر انتشاراً في جميع الأقسام وبرمجتها إلى معاملات إلكترونية لتقليل الهدر في استخدام الورق¹.

¹ - محمود القدوة، الحكومة الإلكترونية و الإدارة المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان-الاردن، ط01، 2010، ص113.

ثالثاً: اختلاف الإدارة الإلكترونية عن الإدارة التقليدية:

الجدول رقم (1-1): الفرق بين الإدارة الإلكترونية والإدارة التقليدية

الرقم	المقارنة أسس	الإدارة التقليدية	الإلكترونية الإدارة
1	الوسائل المستخدمة	الاتصالات المباشرة، والمراسلات الورقية.	شبكات الاتصال الإلكترونية.
2	الوثائق المستخدمة	ورقية	إلكترونية
3	مدى الاعتماد على الإمكانيات المادية والبشرية	تعتمد على استغلال أمثل للإمكانيات المادية والبشرية في تحقيق الأهداف.	استخدام التكنولوجيا في تحقيق الأهداف.
4	التفاعل	تحتاج إلى وقت أطول حتى يتم التفاعل بالشكل المرجو من أجل تحقيق الهدف.	إرسال الرسالة إلى عدد لا نهائي في الوقت ذاته
5	التكلفة	مكلفة على المدى البعيد	اقتصادية على المدى البعيد
6	الوصول للبيانات	صعوبة الوصول بسبب التسلسل البيروقراطي وكثرة المستندات الورقية	سهولة الوصول بسبب توافر قواعد بيانات ضخمة جداً
7	الثوقية	أقل وثوقية بسبب عدم توافر نظم حماية للبيانات	وثوقية عالية بسبب توافر نظم الحماية للبيانات
8	الجودة	جودة أقل	جودة عالية جداً

المصدر: إيمان حسن مصطفى خلوف، مرجع سبق ذكره، ص 14.

رابعاً: عناصر الإدارة الإلكترونية:

تتكون الإدارة الإلكترونية من أربعة عناصر أساسية هي: عتاد الحاسوب، والبرمجيات، وشبكة الاتصالات Communication Network، ويقع في قلب هذه المكونات صناع المعرفة من الخبراء والمختصين الذين يمثلون البنية الإنسانية والوظيفية لمنظومة الإدارة الإلكترونية¹.

1-عتاد الحاسوب : يقصد به أجهزة الحاسوب وملحقاتها. ونظراً لتطور برامج الحاسوب والزيادة المستمرة في عدد مستخدمي الأجهزة في المؤسسات فانه من الأفضل للمؤسسة السعي وراء امتلاك أحدث ما توصل إليه صانعو العتاد في العالم حتى تحقق ميزتين أساسيتين هما:
-توفير تكاليف التطوير المستمر وتكاليف الصيانة.
-ملائمة عتاد الحاسوب للتطورات البرمجية وبرمجيات نظم المعلومات.

2-البرمجيات والشبكات : البرمجيات هي مجموعة البرامج المستخدمة لتشغيل جهاز الحاسب الآلي والاستفادة من إمكانياته المختلفة، بينما الشبكات فهي الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الإنترنت، الإكسترنات، وشبكة الإنترنت التي تمثل شبكة القيمة للمؤسسة وإدارتها الإلكترونية.

3-صناع المعرفة: وهو العنصر الأهم في منظومة الإدارة الإلكترونية من القيادات الرقميةLeaderships Digital، والمديون والمحللون للموارد المعرفية ورأس المال الفكري في المؤسسة. ويتولى صناع المعرفة إدارة التعاقد الإستراتيجي لعناصر الإدارة الإلكترونية من جهة وتغيير طرق التفكير السائدة للوصول إلى ثقافة المعرفة من جهة أخرى.

4-شبكة الاتصالات (Communication Network) :

هي الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الانترنتIntrane، التي تمثل شبكة القيمة للمنظمة وإدارتها الإلكترونية الاكسترنات Extranet وشبكة الانترنتInternet².

وبناء على ما سبق يمكن القول بأن الإدارة الإلكترونية هي الإدارة التي تمارس عناصرها الاربعة(البرمجيات والشبكات، المكونات المادية، وصناع المعرفة، شبكة الاتصالات) والاستخدام الكفاء والفعال لتكنولوجيا المعلومات.

¹-موسي عبد الناصر ومحمد قريشي، مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي(دراسة حالة كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة - بسكرة - الجزائر)،مجلة الباحث-عدد9-2011، ص90.

²- سميرة مطر المسعودي، معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة الموارد البشرية بالقطاع الصحي الخاص بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر مديري وموظفي، الجامعة الافتراضية الدولية، المملكة المتحدة، 2011، ص29.

خامسا: خصائص الادارة الالكترونية

يمكن التعرف على الادارة الالكترونية من خلال مميزات الخدمات التي تقدمها والمتمثلة في الخصائص التالية¹:

أ- السرعة والوضوح: إن كثيراً من المعوقات الإدارية والعقبات التي ترسّخت وبقيت لسنوات على حواجز البيروقراطية ، التي تعطلّ قوانينها وظروف أعمالها الورقية إنجّازَ المعاملات، يمكن أن تتلاشى وتصبح ماضياً بفعل التحول إلى أسلوب الإدارة الإلكترونية . ففي ظل الإدارة الإلكترونية لن تجد تلك الأوراق التي يحتاج إنجازها إلى وقت طويل، ليس إنجازها فحسب، بل أيضاً نسخها أكثر من نسخة إذا استلزم الأمر، وحفظها وإرسالها إلى الجهة التي ستبت في أمرها، ثم انتظار عودتها وإمكان تكرار ذلك مرات ومرات في حال وقوع خطأ ما.

ب - عدم التقيد بالزمان والمكان: إذا ما تم تعميمها وانتشارها في مختلف الإدارات أنه بالإمكان مراجعتها طوال ساعات اليوم، فهي لا تتقيد في عملها بزمن معين، فمواقع هذه الإدارة متاحة عبر الإنترنت أو عبر أجهزتها المنتشرة في الشوارع، كما أن وصلات شبكاتها الداخلية أو وصلات شبكة الإنترنت ليست في حاجة إلى مبانٍ ضخمة لاستيعاب موظفيها ومكاتبها ودواليبها الكثيرة المتخمة بالملفات والأوراق، وإنما مكان صغير محدود يكفي لاستيعاب بعض أجهزة الحاسوب ومتعلقاتها.

ج - إدارة المعلومات لا الاحتفاظ بها: لا تقوم الإدارة الإلكترونية على ممارسات الأفراد من موظفيها وجهدهم اليدوي في إدارة معاملاتها، بقدر ما تقوم على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها في دوائرها حسب برامج معينة، ومن ضمن تلك البرامج ما يتيح للمراجع إنجاز معاملاته عبر شاشاتها وأزرارها وتبسيطها له بدرجة أشبه بالتعليمية كما تهتم بإدارة الملفات وليس الاحتفاظ بها وتكديسها فوق بعضها على أرفف أرشيف الإدارة، ولا يعني هذا أن الإدارة الإلكترونية لا تحتفظ بالمعلومات والبيانات.

د - المرونة: الإدارة الإلكترونية إدارة مرنة يمكنها بفعل التقنية وبفعل إمكاناتها: الاستجابة السريعة للأحداث والتجاوب معها، متعدية بذلك حدود الزمان والمكان وصعوبة الاتصال، مما يعين الإدارة على تقديم كثير من الخدمات التي لم تكن متاحة أبداً بفعل تلك العوائق في ظل الإدارات التقليدية.

¹ - العوض أحمد محمد الحسن، الادارة الالكترونية: المفاهيم - السمات - العناصر (دراسة وثائقية)، مشاركة في المؤتمر العالمي الأول للإدارة الالكترونية، طرابلس-ليبيا، في 1-4/6/2010، ص15ص16.

هـ - الرقابة المباشرة والصادقة: أصبح بإمكان الإدارة أن تتابع مواقع عملها المختلفة عبر الشاشات والكاميرات الرقمية التي في وسع الإدارة الإلكترونية أن تسلطها على كل بقعة من مواقعها الإدارية، وكذلك على منافذها وأجهزتها التي يتعامل معها الجمهور، وهكذا يصبح لدى الإدارة تلك الأداة المضمونة الصادقة التي تقيّم بها أنشطتها، وتتابع بها مواقعها باطمئنان.

و- السرية والخصوصية: السرية والخصوصية للمعلومات المهمة التي تملكها تلك الإدارة من برامج تمكّنها من حجب المعلومات والبيانات المهمة، وعدم إتاحتها إلا لذوي الصلاحيات الذين يملكون كلمة المرور للنفوذ إلى تلك المعلومات، فعلى الرغم من الوضوح والشفافية اللذين تتمتع بهما الإدارات الإلكترونية إلا أن هذا لا ينطبق بطبيعة الحال على مختلف أنواع المعلومات.

سادسا: المتطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية: للإدارة الإلكترونية عدة متطلبات منها¹:

- 1- البنية التحتية، إذ أن الإدارة الإلكترونية تتطلب وجود مستوى مناسب ان لم نقل عال من البنية التحتية التي تتضمن شبكة حديثة للاتصالات و البيانات و بنية تحتية متطورة للاتصالات السلكية و اللاسلكية.
- 2- توافر الوسائل الإلكترونية اللازمة للاستفادة من الخدمات التي تقدمها الإدارة الإلكترونية و التي نستطيع بواسطتها التواصل معها ومنها أجهزة الكمبيوتر الشخصية و المحمولة و الهاتف الشبكي و غيرها.
- 3- توافر عدد لا بأس به من مزودي الخدمة بالإنترنت، و نشدد على أن تكون الأسعار معقولة قدر الإمكان من اجل فتح المجال لأكبر عدد ممكن من المواطنين للتفاعل مع الإدارة الإلكترونية في أقل جهد و أقصر وقت و أقل كلفة ممكنة.
- 4- التدريب و بناء القدرات، و هو يشمل تدريب كافة الموظفين على طرق استعمال أجهزة الكمبيوتر و إدارة الشبكات و قواعد المعلومات و البيانات و كافة المعلومات اللازمة للعمل على إدارة و توجيه " الإدارة الإلكترونية".
- 5- توافر مستوى مناسب من التمويل، بحيث يمكن التمويل الحكومة من إجراء صيانة دورية و تدريب للكوادر و الموظفين و الحفاظ على مستوى عال من تقديم الخدمات و مواكبة أي تطور يحصل في إطار التكنولوجيا .
- 6- توفر الإدارة السياسية، بحيث يكون هناك مسؤول أو لجنة محددة تتولى تطبيق هذا المشروع و تعمل على تهيئة البيئة اللازمة و المناسبة للعمل و تتولى الإشراف على التطبيق و تقييم المستويات التي وصلت إليها في التنفيذ.
- 7- وجود التشريعات و النصوص القانونية التي تسهل عمل الإدارة الإلكترونية و تضيء عليها المشروعية و المصدقية و كافة النتائج القانونية المترتبة عليها.

¹- كلثم محمد الكبيسي، متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مراكز نظم المعلومات التابعة للحكومة الإلكترونية في دولة قطر، مذكرة ماجستير غير منشورة، تخصص ادارة اعمال، الجامعة الافتراضية الدولية، 2008، ص36 ص37.

- 8- توفير الأمن الإلكتروني و السرية الالكترونية على مستوى عال لحماية المعلومات الوطنية و الشخصية ولصون الأرشيف الإلكتروني من أي عبث والتركيز على هذه النقطة لما لها من أهمية وخطورة.
- 9- خطة تسويقية دعائية شاملة للترويج لاستخدام الإدارة الالكترونية وإبراز محاسنها وضرورة مشاركة جميع المواطنين فيها والتفاعل معها ويشارك في هذه الحملة جميع وسائل الإعلام الوطنية من إذاعة وتلفزيون وصحف. بالإضافة إلى هذه العناصر يجب توفير بعض العناصر الفنية و التقنية التي تساعد على تبسيط و تسهيل استخدام الإدارة الالكترونية بما يتناسب مع ثقافة جميع المواطنين.

سابعاً: معوقات تطبيق الإدارة الالكترونية: للإدارة الالكترونية عدة معوقات منها¹:

- 1-الرؤية الضبابية للإدارة الالكترونية وعدم استيعاب اهدافها.
- 2-عدم وجود انظمة وتشريعات امنية أو التساهل في تطبيقها.
- 3-قلة الموارد المالية وصعوبة توفير السيولة النقدية.
- 4-النظرة السلبية لمفهوم الادارة الالكترونية من حيث تقليصها للعنصر البشري.
- 5-التمسك بالمركزية وعدم الرضا بالتغيير الاداري.
- 6-وجود الفجوة الرقمية بين أناس متخصصين في مجال التقنية وآخرين لا يفقهون شيئاً من ابجدياتها.

ثامناً: أهم الفوائد التي تعود على المنظمة من تطبيق الادارة الالكترونية: أحدثت الإدارة الإلكترونية نقلة نوعية في عمل المنظمات ، واستطاعت أن تحقق لها مجموعة من الفوائد التي تشكل إحدى أهم العوامل المساعدة في مواجهة تحديات العالم المعاصر الذي تميز بثورة المعلومات، ومن تلك الفوائد²:

- 1-توفير الشفافية والمساءلة.
- 2-تشجيع المبادرات والإبداع والابتكار.
- 3-توسيع المشاركة في المعلومات وتبادلها من خلال أساليب التقنية الحديثة.
- 4-التركيز على مجالات إدارية جديدة، وهي اتساع المشاركة في اتخاذ القرار، ونشر الوعي بأهمية المعرفة وتنمية رأس المال الذكي .

¹ -محمود القدوة، مرجع سبق ذكره، ص111.

² -عبد الله بن سعيد آل دحوان، دور إدارة التطوير الإداري في تطبيق الإدارة الالكترونية، مذكرة ماجستير في الإدارة العامة غير منشورة، قسم الادارة، كلية ادارة الاعمال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2008، ص27.

- 5- تبسيط الإجراءات داخل المؤسسات والأجهزة وانعكاسه على مستوى الخدمة المقدمة.
6- اختصار وقت تنفيذ المعاملات الإدارية المختلفة.

المطلب الثاني: الاطار النظري لرضا الزبون

الرضا هو فلسفة العمل التي تميل إلى خلق قيمة مضافة للزبائن يعد رضا الزبون أساسى لقياس جودة الخدمات المقدمة، حيث أصبح يحتل مركزاً محورياً في دراسة سلوك الزبون بهدف التعرف على الأسواق ووضع الخطط التسويقية.

أولاً: مفهوم رضا الزبون: تعددت التعاريف لرضا الزبون

حيث "عرف انطوان(1996) رضا العملاء على انه حالة ذهنية للزبون بعد تلبية احتياجاته، وتحقيق التوقعات تجاه المنتج، و يمكن استنتاجه من إعادة الشراء و الولاء في المستقبل. بعض الباحثين يؤيد فكرة أن رضا يمكن قياسه من منظور تقييم الأداء"¹.

"رضا العملاء هو تقييم الشخصي الناتج إما عن تأكيد أو عدم التأكيد من التوقعات الفردية فيما يتعلق بالخدمة أو المنتج، وينظر اليه انه النتيجة النهائية لجميع الانشطة التي نفذت خلال عملي الشراء و الاستهلاك"².

" churchill وSuprenant عرفا الرضا على انه ناتج الاساسي لنشاط التسويقى، و يساعد على الربط بين عملية الشراء و الاستهلاك مع أحاسيس ما بعد الشراء مثل تغير الاتجاهات و إعادة الشراء و الولاء للماركة"³.

وقد عرف (Kotler)" أن الرضا عبارة عن شعور الشخص بالسعادة أو الخيبة التي تنتج من مقارنة الأداء المدرك للمنتج (الناتج) بتوقعاته"⁴.

وعرفته" (العبيدي 2005) هو أعلى درجة من القناعة يدركها الزبون بخصوص منتج معين يشبع حاجاته المعلنة والضمنية مما ينعكس على تقبل هذه المنظمة ومنتجاتها وفعاليتها وتحسين صورتها لديه"¹.

¹ -Muhannad M.A Abdallat ,Hesham El-sayd El-Emam, **customer satisfaction**, faculty of tourism and archeology king saud university, 2011 p07

² -Rana Mostaghel, **customer satisfaction**, master thesis, departement of business administration and social sciences, lulea University ,iran, 2006,p 79.

³ -عائشة مصطفى المياوي، سلوك المستهلك(المفاهيم و الاستراتيجيات)، مكتبة عين الشمس القاهرة، مصر، الطبعة 02، 1998، ص43.

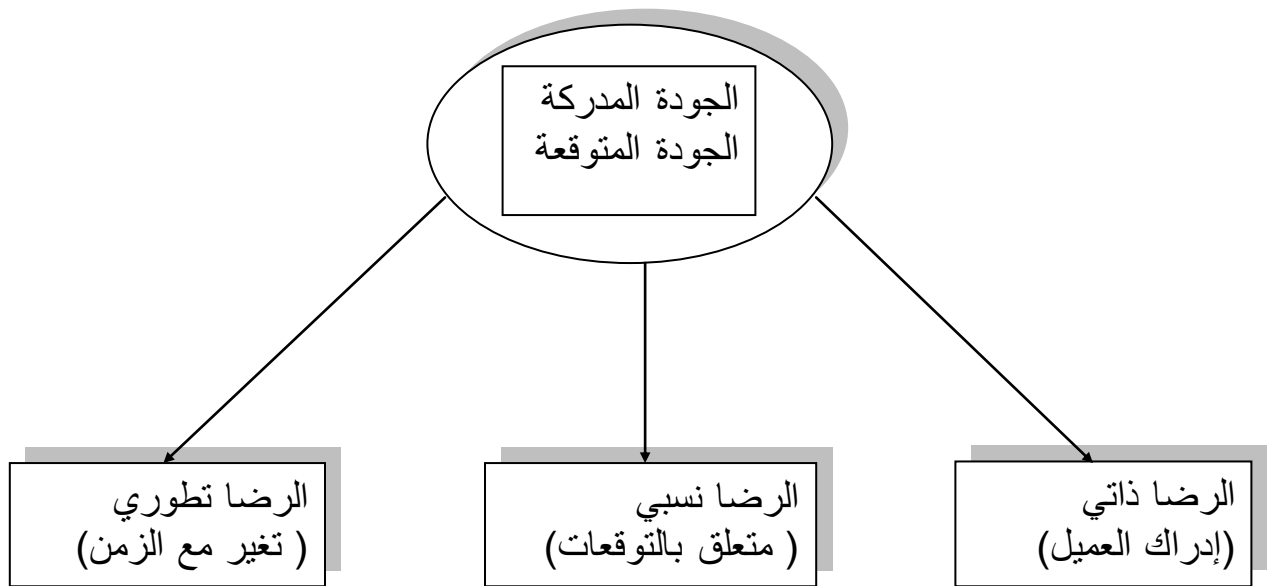
⁴ -سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، سورية، العدد 01، المجلد29، 2013، ص308.

نستنتج إذاً أن الرضا لدى العميل هو إدراك العميل لمستوى تلبية مطالبه وحاجاته مقارنة بما قدمه من تضحيات (مال, جهد, وقت....) ويجري ذلك بمقارنة النتائج أو المنافع المتوقعة من استخدام السلعة أو الخدمة وبين النتائج أو المنافع المجربة التي يختبرها العميل عند السلعة أو الخدمة شراء أو استهلاكها.

ثانياً: خصائص رضا الزبون:

يمكن التعرف على طبيعة الرضا من خلال الخصائص الثلاث الموضحة في الشكل التالي:

الشكل رقم(1-1): طبيعة الرضا من خلال الخصائص.



المصدر: بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا الزبون، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وع التسويق، جامعة المسيلة، 2007، ص114.

¹ -زوزو فاطمة الزهراء، دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون(دراسة حالة عيادة الضياء بورقلة)، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص، تسويق خدمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسويق، جامعة ورقلة، 2011، ص10.

وتتمثل خصائص الرضا في التالي¹:

1- الرضا ذاتي: يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين: طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، فنظرة العميل هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الإعتبار فيما يخص موضوع الرضا، فالعميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية.

2- الرضا نسبي: لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق.

فبرغم من أن الرضا ذاتي إلا أنه يتغير حسب مستويات التوقع، ففي حالة عميلان يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماما لأن توقعاتهما الأساسية نحو الخدمة مختلفة.

3- الرضا تطوري: يتغير رضا العميل من خلال تطوير هذين المعيارين: مستوى التوقع من جهة، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى، فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، وذلك بسبب زيادة المنافسة.

ثالثا: أهمية رضا الزبون²

يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي مؤسسة ويعد من أكثر المعايير فاعلية للحكم على أدائها لاسيما عندما تكون هذه المؤسسة متوجهة نحو الجودة. فتتضح أهمية الرضا كالاتي:

* إذا كان الزبون راضيا عن أداء المؤسسة فانه سيتحدث للآخرين مما يولد زبائن جدد.

* إذا كان الزبون راضيا عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة، فإن قراره بالعودة إليها سيكون سريعا.

* إن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه من قبل المؤسسة سيقلل من احتمال توجه الزبون إلى مؤسسات أخرى منافسة.

* إن المؤسسة التي تهتم برضا الزبون ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين ولا سيما فيما يخص المنافسة السعرية.

* أن رضا الزبون عن الخدمة المقدمة إليه سيقوده إلى التعامل مع المؤسسة في المستقبل مرة أخرى

* يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود المؤسسة إلى تطوير خدماتها المقدمة إلى المستهلك.

* إن المؤسسة التي تسعى إلى قياس رضا الزبون تتمكن من تحديد حصتها السوقية.

* يعد رضا الزبون مقياس لجودة الخدمة المقدمة.

¹ - بوعمان نور الدين، مرجع سبق ذكره، ص115.

² - زوزو فاطمة الزهرة، مرجع سبق ذكره، ص13.

رابعاً: محددات الرضا وعدم الرضا:

تتمثل محددات الرضا وعدم الرضا في:

1- التوقع¹:

ويقصد بالتوقع تقدير الزبون وقت الشراء او قبل الاستخدام حول قدرة او عدم قدرة الخدمة لتوفير منافعته وهناك ثلاثة انواع من التوقع.

(أ) **التوقع التنبؤي:** وهو يوضح مستوى الخدمة الذي يعتقد الزبائن بأنه يمكن أن يحدث.

(ب) **التوقع المعياري:** وهو المستوى المالي الذي يكون الزبائن على استعداد لتقبله (المعيار الذي عنده تتحقق حالة القبول عند الزبائن).

(ج) **التوقع المقارن:** وهو يمثل أداء الخدمة معينة مقارنة بالخدمات الأخرى. وهناك ثلاثة ابعاد للتوقع:

* **توقع حول طبيعة وأداء الخدمة:** وهذا التوقع يبين الخبرة السابقة وهي: المنافع التي يتوقع الزبون الحصول عليها من شراء واستخدام الخدمة نفسها.

* **التكلفة المتوقعة:** وهي التكاليف التي يتوقع الزبون أن يتحملها من أجل الحصول على الخدمة.

* **المنافع الاجتماعية:** من شراء واستخدام الخدمة تحقق منافع اجتماعية مستقلة تماما عن خصائص وصفات الخدمة وهو رد الفعل المتوقع للأفراد الآخرين وذلك عند شراء الفرد للخدمة.

2- الأداء المدرك²: هو مستوى الأداء الذي يحصل عليه المستهلك فعلا نتيجة استهلاكه للمنتج..

3- المطابقة (التشبيث)³: تعرف على أنها درجة انحراف أداء المنتج عن مستوى التوقع الذي يظهر قبل عملية الشراء، وتميز حالتين من الانحراف هما:

الانحراف الموجب: يكون فيه الاداء الفعلي أكبر من التوقعات، وهو المطلوب.

الانحراف السلبي: يكون فيه الاداء الفعلي أقل من التوقعات.

¹عبادات سليمة، تسويق الخدمات البنكية و أثرها على رضا الزبون، رسالة ماستر غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وع التسيير، المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج، الجزائر 2012، ص 58 ص 59.

²مهدي عائشة، دور التسويق بالعلاقات في تحقيق رضا الزبون، رسالة ماستر غير منشورة، تخصص تسويق خدمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وع التسيير، جامعة قاصدي مرباح، 2013، ص 10.

³نفس المرجع، ص 10.

خامسا: أهمية قياس رضا الزبون:

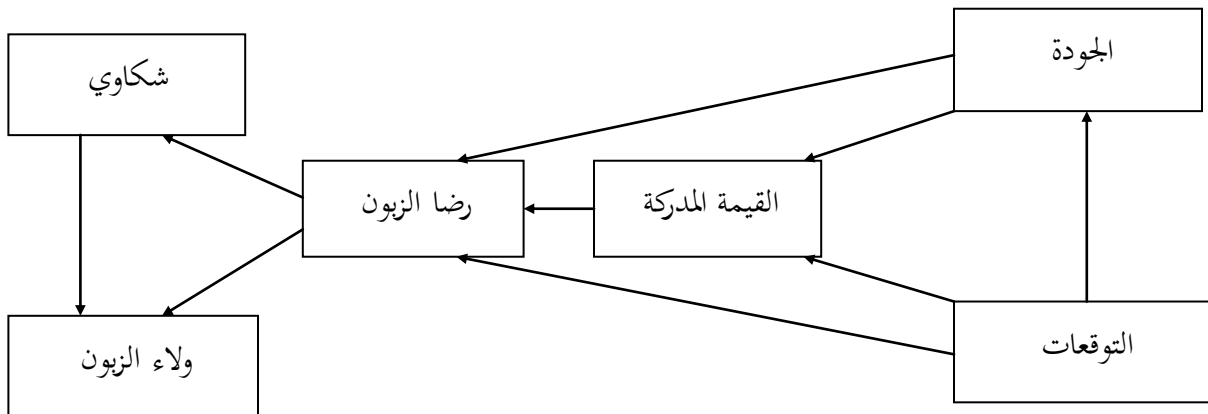
يكتسب رضا الزبون أهمية كبيرة لذا تحتاج جميع المنظمات الراغبة في تحقيق الاستمرار والنمو في السوق قياسه، إذ إن رضا الزبائن هو موضوع بالغ الأهمية لتحقيق النجاح في أي الأعمال سواء التقليدية أو عبر الإنترنت، وتبرز أهمية قياس رضا الزبون ل (Abdul Kadir ,2011) من خلال الآتي¹:

- للوقوف على تحديد مدى رضا الزبون.
- تقديم النتائج للشركاء في أي منظمة ومنهم مثلا جميع الممولين.
- يساعد في تشخيص أسباب عدم تحقيق أهداف المنظمات.
- معرفة هل إن الفئة المستهدفة قد استفادت من الخدمة المقدمة.
- يساعد المشرفين على إمكانية توسيع نطاق الأنشطة والخدمات التي تقدمها المنظمة في لتشمل مجتمعات أخرى.
- تجنب تكرار نفس الأخطاء في الأنشطة والخدمات التي سوف تقدمها المنظمة.
- معرفة اذا كان نمط الإدارة المتبع يحقق رضا الزبائن ام يحتاج إلى مراجعة.

سادسا: أهم نماذج قياس رضا الزبون:

من النماذج المهمة في هذا الصدد، النموذج الأمريكي لقياس رضا الزبون

الشكل رقم 02: النموذج الأمريكي لقياس رضا الزبون ACSI



المصدر: بوزيان حسان، أثر جودة الخدمات على رضا الزبون (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر)، مجلة رؤى اقتصادية، قسنطينة، العدد 06، 2014، ص 67.

¹ -حاكم جبوري الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي/فرع النجف، دراسة احصائية، كلية الادارة الاقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، 2006، ص 85.

يمكن من خلال الشكل ملاحظة العناصر الثلاثة التي تسبق رضا الزبون وتمثل في ¹ :

1- **الجودة المدركة:** وهي المحدد الأول لرضا الزبون وتمثل في تقييم السوق (المقدم إليه الخدمة) لتجربة الاستهلاك الأخيرة، ويتوقع أن يكون لها تأثير مباشر وإيجابي على رضا الزبون .

2- **القيمة المدركة:** وهي المحدد الثاني لرضا الزبون، وتمثل في المستوى المدرك لجودة المنتج نسبة إلى السعر المدفوع، القيمة المدركة هي قياس للجودة نسبة إلى السعر المدفوع فعلى الرغم من أن السعر يكون أحيانا مهما جدا بالنسبة للزبائن خاصة في مرحلة الشراء لأول مرة إلا أن له تأثير قليل على الرضا من أجل إعادة الشراء .

3- **توقعات الزبائن:** وتمثل التوقعات كل من مرحلة ما قبل التجربة الاستهلاكية والتي تتضمن بعض المعلومات غير مجربة مثل (الإشهار، الكلمة من الفم إلى الأذن) وتوقعات عن قدرة المؤسسة على تقديم جودة في المستقبل.

سابعا: خطوات قياس رضا الزبون:

لقياس رضا الزبون نقوم بعدة خطوات كالاتي ²:

1- لماذا يجب القياس؟

- اتجاهات وأراء وتفصيلات الزبائن.

- نواحي القوة والضعف.

- تشخيص احتياجات الزبائن.

- فرص التطوير والتحسين.

2- ما الذي يجب قياسه؟

- الإتاحة، السرعة.

- السعر، الخدمات.

- الاستجابة، الملائمة.

- الاعتمادية، الدقة.

3- كيف يمكن القياس؟

- الاستقصاءات، المقابلات.

- المجموعات الموجهة.

- تقرير الصناعة.

¹-بوزيان حسان، أثر جودة الخدمات على رضا الزبون(دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر)، مجلة رؤى اقتصادية، قسنطينة، العدد 06، 2014، ص67-68.

²-عبدات سليمة، مرجع سبق ذكره، ص64-65.

4-تحليل البيانات:

- الأسباب الوضعية.
- الأساليب الكمية.
- نشر النتائج.
- الوحدات ذات العلاقة بخدمة الزبائن.
- الوحدات الأخرى.

ثامنا: أدوات قياس رضا الزبون: من أجل قياس رضا الزبائن تستعمل المؤسسة عدة أدوات، ومنها¹:

- 1-نظام الشكاوى والمقترحات: وهو النظام الذي تلجأ إليه أغلب المؤسسات وذلك من أجل تسهيل تقديم الشكاوى والاقتراحات وقد يكون ذلك طريق وضع استمارات في جهة الاستقبال في المؤسسة أو عن طريق تخصيص خط هاتفى أو بريد أو موقع الكتروني وكل ذلك من أجل تلقي كل ما يتقدم به الزبائن من شكاوى واقتراحات التي تمس وتكشف عن نقاط الضعف في خدمات أو أنشطة المؤسسة.
- 2-المسح الميداني لرضا الزبون: وتكون دورية وميدانية حيث تقوم المؤسسة باستقصاء الزبائن عن طريق الاستبيان لقياس مستوى الرضا لديهم، وتستخدم فيه مجموعة من العبارات وبعتماد مقاييس محددة.
- 3-التسويق الوهمي: حيث تستخدم المؤسسة أشخاص ليتقمصوا دور زبائن من أجل الوصول لمنتجات المنافسين ومعرفة نقاط قوتهم وضعفهم، وقد يقوموا المدراء ورجال التسويق بهذا الدور بأنفسهم أو من خلال الاتصال بالمنافسين عن طريق الهاتف أو البريد الالكتروني وزيادة مواقع البيع.
- 4-تحليل الزبائن المتوقعين عن التعامل مع المنظمة: ويتم من خلاله الاتصال بالزبائن الذين تحولوا للتعامل مع المنافسين لاكتشاف السبب في ذلك من جهة ومراقبة معدل الزبائن الذين تفقدتهم من جهة أخرى.
- 5-المقابلات الشخصية والاتصال بالزبائن الحاليين : ويقوم بذلك المدراء أو موظفين في المؤسسة مكلفين بهذه المهمة وذلك قصد معرفة واستطلاع التغيرات في رغبات وتطلعات زبائنها ومعرفة وقياس مستوى رضاهم.

¹-قيجي كريمة، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و تأثيرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية، تخصص تسويق خدمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجاري وع التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012، ص43.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة

هناك عدة دراسات سابقة منها ما هو عربي ومنها الأجنبي التي تتناول جزء من إشكالية الدراسة

المطلب الأول: دراسات عربية

أولاً: دراسة مروان الآغا و خليل جعفر حجاج ورؤى علي كساب، سنة 2012، "العلاقة بين بعض متغيرات التنظيمية و تطبيق الادارة الالكترونية في الجامعة الفلسطينية بقطاع غزة " و هي عبارة عن مقالة في مجلة سلسلة العلوم الانسانية، جامعة الأزهر بغزة؛

هدفت الدراسة الى التعرف على العلاقة بين بعض المتغيرات التنظيمية تطبيق الادارة الالكترونية في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة ولتحقيق أهداف الدراسة قام الباحثون باستخدام الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات وطبقت الدراسة على عينة عشوائية من مجتمع مكون من (153) عامل في الجامعة الفلسطينية بقطاع غزة وتم التحليل باستعمال أساليب احصائية (معامل بيرسون، والمتوسطات الحسابية) وبعد اجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة و الفرضيات توصلت الى النتائج التالية وأبرزها:

-توجد علاقة ارتباط موجبة بين الثقافة التنظيمية السائدة والجامعات الفلسطينية بقطاع غزة وتطبيق تلك الجامعات للادارة الالكترونية .

-توجد علاقة ارتباط موجبة بين أنماط القيادة الادارية السائدة في الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة و تطبيق تلك الجامعات للادارة الالكترونية .

-يوجد اختلاف واضح في اهتمام الجامعات الفلسطينية بقطاع غزة بتوفير متطلبات تطبيق الادارة الالكترونية،

ثانياً: دراسة فهد ابراهيم جورج حوا، سنة 2013، "أثر الادارة اللوجستية في رضا الزبائن دراسة حالة على شركة باسيفيك انترناشونال لاينز -الأردن "وهي عبارة عن مذكرة ماجستير في ادارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط؛

ومن بين أهداف هذه الدراسة هي بيان اثر الادارة اللوجستية في رضا الزبائن في شركة باسيفيك انترناشونال لاينز-الأردن .

ولتحقيق اهداف الدراسة، تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية spss وتم استخدام العديد من الأساليب الاحصائية لتحقيق أهداف الدراسة، منها تحليل الانحدار المتعدد والبسيط وأهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة:

1- وجود أثر ذي دلالة احصائية للادارة اللوجستية (النقل والتخزين والتوريد) في تحقيق رضا الزبائن (جودة الخدمة) عند مستوى دلالة (0.05) .

2- وجود أثر ذي دلالة احصائية للادارة اللوجستية (النقل والتخزين والتوريد) في تحقيق رضا الزبائن (تقليل الوقت) عند مستوى دلالة (0.05) .

ثالثا: دراسة بوعنان نور الدين، سنة 2007، "جودة الخدمات و أثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيكدة " وهي عبارة عن مذكرة ماجستير في علوم التسيير جامعة محمد بوضياف المسيلة، ومن بين التساؤلات المطروحة في هذه المذكرة والمتعلقة برضا الزبون:

-مامدى تأثير جودة الخدمة المينائية في تحقيق رضا العميل ؟

-هل هناك ارتباط بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء؟

وهدفت هذه الدراسة الى تحليل العلاقة الموجودة بين جودة الخدمة المدركة ورضا العملاء ولتحقيق اهداف الدراسة تم تحليل الاستمارات المقدمة للعملاء باستعمال برنامج spss/20، بعد اجراء عملية التحليل لبيانات الدراسة والفرضيات توصلت الدراسة الى النتائج التالية وأبرزها:

-تأثير جودة المدركة للخدمة المينائية المقدمة من طرف المؤسسة المينائية لسكيكدة على رضا العملاء .

-المؤشرات التي أثرت على رضا العملاء تأثير أكبر مقارنة بالمؤشرات الأخرى هما مؤشري الاستجابة والأمان.

رابعا: دراسة محمد بن سعيد محمد العريشي، سنة 2008، "امكانية تطبيق الادارة الالكترونية في الادارة العامة للتربية والتعليم بالعاصمة المقدسة (بنين)"، جامعة أم القرى بمكة المكرمة.

من بين أهداف هذه الدراسة:

-التعرف على درجة اهمية تطبيق الادارة الالكترونية في الادارة العامة للتربية والتعليم بالعاصمة المقدسة.

-تحديد الفروق ذات الدلالة الاحصائية بين أفراد عينة الدراسة بالنسبة لامكانية تطبيق الادارة الالكترونية ،تعزى الى المتغيرات الديموغرافية التالية: المؤهل العلمي، العمل الحالي، سنوات الخبرة، دورات الحاسب الآلي .

استخدم الباحث استبانة مقلدة كأداة للدراسة، وكون مجتمع الدراسة من جميع العاملين بالادارة العامة للتربية و التعليم بالعاصمة المقدسة (بنين)، كما استخدم الأسلوب الاحصائي(المتوسط الحسابي، الانحراف المعياري، اختبار تحليل التباين الاحادي anova)، ومن بين النتائج المتوصل اليها:

-أن أفراد عينة الدراسة يرون أن هناك أهمية لتطبيق الادارة الالكترونية في الادارة العامة للتربية و التعليم بالعاصمة المقدسة.

-وجود فروق ذات دلالة احصائية بالنسبة لمعوقات تطبيق الادارة الالكترونية تعزى للمؤهل العلمي لصالح الحاصلين على الماجستير .

-وجود فروق ذات دلالة احصائية بالنسبة لمعوقات تطبيق الادارة الالكترونية تعزى لدورات الحاسب الآلي لصالح الحاصلين على أكثر من ثلاث دورات .

خامسا: دراسة عبد الجليل طواهري وجمال الهواري، سنة 2013، "محاولة الإللكترونية باستعمال مقياس NetQual دراسة حالة موقع ويب مؤسسة بريد الجزائر" و هي عبارة عن مقالة في مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة ليايس سيدي بلعباس؛ الجزائر.

ومن بين التساؤلات المطروحة في هذه المقالة والمتعلقة برضا الزبون هل لأبعاد جودة الخدمات الالكترونية المقدمة عبر موقع مؤسسة بريد الجزائر دور في تحقيق رضا الزبون باستعمال مقياس NetQual؟

تم تحليل البيانات واختبار الفرضيات باستخدام الحزمة الاحصائية للعلوم الاجتماعية spss وتم استخدام التحليل الوصفي وبعض الأساليب الاحصائية لتحقيق أهداف الدراسة، منها تحليل الانحدار المتعدد والبسيط وأهم النتائج التي توصلت اليها هذه الدراسة:

-أن أكثر الخدمات طلبا من بين الخدمات الالكترونية للمؤسسة هي معرفة الرصيد، والخدمة التي يأمل أغلب المستعملين الحصول عليها مستقبلا هي خدمة التحويل الالكتروني.

-أظهرت نتائج الاستبيان أن هناك علاقة طردية متوسطة بين أبعاد جودة الخدمة الاللكترونية المقترحة ورضا المستعملين عن جودة هذه الخدمات.

المطلب الثاني: الدراسات الاجنبية

Fahad Abdullah Al-Sahli 2008 , "Organizational Culture Role in اولا Activating Electronic Management Applications in Riyadh Principality",

هي عبارة عن رسالة ماستر في العلوم الادارية، كلية الدراسات العليا جامعة الملك عبد العزيز،

تتلخص مشكلة البحث في تحديد دور الثقافة التنظيمية في تفعيل تطبيقات إدارة الإللكترونية في منطقة إمارة الرياض، ويتكون مجتمع الدراسة من مجموعة الموظفين في الإمارة أي (450) موظفا.

استخدم الباحث الوصفي التحليلي، ethod اعتماد على الأداة الاستبانة التي ساعده على جمع البيانات واختبار فرضيات الدراسة، وأهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة :

1- الإدارة الإللكترونية المتاحة مع الثقافة التنظيمية السائدة في انخفاض معدل التطبيقات.

2 - أهم المتطلبات التي توفير و تدعم الثقافة التنظيمية هي الإدارة الإللكترونية في امارة الرياض.

3- الادارة الاللكترونية مطبقة في الامارة وبتوفير قوة عاملة المدربة على استخدام تطبيقات إدارة الاللكترونية.

العمل الإللكترونية، وتوفير ذوي القدرات المالية والتقنية اللازمة لدعم الإدارة الإللكترونية مشاريع وتوفير مع هيكل الطابق السفلي مناسبة لاستخدام الإدارة الإللكترونية.

4 - إن أهم المعوقات تؤخر دور الثقافة التنظيمية في تفعيل تطبيقات الإدارة الإللكترونية في الرياض إمارة هي بقوة: غياب البنية التحتية اللازمة لاستخدام تطبيقات الإدارة الإللكترونية.

Biljana angelova, Juzuf zekiri 2011, Measuring customer ثانياً:

satisfaction with service Quality using american customer satisfaction model (acsi model)

هي عبارة عن مقالة في جريدة البحوث الاكاديمية في التجارة والعلوم الاجتماعية ، استكشاف رأس المال الفكري، جامعة جنوب شرق أوروبا؛

كان الغرض من هذه الدراسة قياس رضا العملاء على جودة الخدمة المقدمة من قبل شركات الاتصالات، من بين أهداف هذه الدراسة:

وصف كيف ينظر الزبائن لجودة الخدمة واما اذا كانت راضيا عن الخدمات التي تقدمها موبايلي وONE, VIP (ثلاثة علامات الاتصالات المتنقلة) وقد تم تطوير استبيان منظم من نموذج ACSI وتم توزيع عشوائي للمستخدمين من مشغلي شبكات الهاتف النقال الثلاث لتحديد رضاهم عن جودة الخدمة في السوق المقدموني الاتصالات اللاسلكية.

وكانت النتائج التجريبية من آراء عملاء مستخدمي الهاتف النقال :

-أثبتت الاختبارات بثقة 95% ان العملاء لم تكن راضية عن جودة الخدمة .

-يجب على الشركات الاستفادة من واقع معرفة كيف ينظر الزبائن إلى جودة الخدمة ومعرفة كيفية قياس جودة الخدمة.

المطلب الثالث: مقارنة الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة

تتميز الدراسات الحالية عن الدراسات السابقة المذكورة في المطلب الأول والثاني بما يلي:

من ناحية المنهج: اعتماد الدراسة الحالية على ثلاث أدوات أساسية، وهي المقابلة، الملاحظة والاستمارة مما جعل الباحثة تطابق بين أجوبة إدارة الوكالة وما لاحظته وبين أجوبة المستجوبين (الزبائن). أما فيما يخص أسلوب تحليل البيانات فقد اعتمدت على برنامجي SPSS/V19 و Excel.

من ناحية الموضوع: كون الدراسات السابقة تناولت الادارة الالكترونية ورضا الزبون كلا على حدا أما الدراسة الحالية تناولت الادارة الالكترونية ورضا الزبون في موضوع واحد.

كون الدراسة الحالية تناولت الادارة الالكترونية وتأثيرها على رضا الزبون على مستوى وكالة اتصالات الجزائر بولاية غارداية، كذلك حاولت دراستنا ابراز الأهمية الكبيرة لتطبيق الادارة الالكترونية في المؤسسة الخدمية، نظرا لأن أغلب المؤسسات الخدمية لا توليها اهتماما كبيرا وذلك لعدم الوعي بالدور الكبير الذي يمكنها من كسب ود الزبائن وتحقيق رغباتهم ونيل رضاهم.

خلاصة الفصل

نستخلص من خلال دراستنا لهذا الفصل مجموعة النقاط التالية :

إن مفهوم الادارة الالكترونية فيما يخص المؤسسات الخدمية أنها تتم باستخدام وسائل و تقنيات الكترونية بين المستفيد والمنظمات لتحقيق أهداف المنشأة من تطوير وتحسين أداء و كفاءة، وباختصارها للوقت والجهد المبذول من طرف المنظمة والعميل؛

إن تقييم الخدمات المقدمة من طرف الادارة الالكترونية في المؤسسات يعتمد على خصائص و مميزات الخدمة التي تكون موضعاً لملاحظة الزبون وتقديره لأهميتها، آخذاً بعين الاعتبار عوامل مختلفة: الفرق الذي أضافته التقنية، وسهولة الاستخدام، ودقة الانجاز،.... إلخ؛

من جهة أخرى يرتبط تقييم الادارة الالكترونية من طرف الزبون بإدراكه لمستوى تلبية الخدمة الكلية المقدمة لمطالبه وحاجاته مقارنة بما قدمه من تضحيات (مال، جهد، وقت... إلخ)؛

إن تحقيق رضا الزبون بشكل دائم ومستمر يكون من خلال عمليات التحسين المستمرة داخليا عن طريق تكييف الأنظمة الإدارية وتطوير إجراءات العمل وخارجيا بواسطة البحث عن التميز في خدمة الزبون وضمان ولائه ورضاه.

خاتمة:

إن نوعية الإدارة في ظل التحولات الإلكترونية والرقمية قد بدأت تتشكل، بإعادة هيكلة شاملة لمفاهيم البنى التنظيمية، والمؤسسية، النظم المالية، والإدارية، والسلوكية، والتقنية، نحو غاية الارتقاء بفعالية الإدارة في كافة جوانبها، وأبعادها الكمية، والنوعية ومعايير الكلفة والتوقيت، والرضا العام للمستهلكين والعاملين والمستثمرين؛

فتعد التقنية أحد أهم التطبيقات الادارية التي دفعت كل المؤسسات إلى الدخول في مرحلة تطبيق الإدارة الإلكترونية، ذلك نظرا لما تتيحه تكنولوجيا الاتصال والمعلومات كأداة لترقية أنشطة وتسهيل مهام مؤسسات الخدمة، ويعتمد نجاح أي مؤسسة خدمية في إدارة أعمالها على وضع وتنفيذ استراتيجية خدمية قادرة على تحقيق الفاعلية في البيئة المحيطة بها، وترفع من مستوى الأداء للمنظمة من حيث تقديم خدمة، بما يتيح درجة عالية من الجودة على وظائفها وهذه الفاعلية تتحقق من خلال تطبيق المؤسسة لعناصر ومتطلبات الادارة الالكترونية وتوفير حلول لمعوقاتها التي قد تحول على نجاحها،

فالادارة الالكترونية تركز على تقديمها خدمة تتميز ب(السرعة والوضوح، وعدم التقييد بالمكان والزمان، وادارة المعلومات لا الاحتفاظ بها، المرونة، والرقابة المباشرة، والسرية والخصوصية) وهذه خاصية تميزها عن باقي الادارات في طريقة عملها وتقديم الخدمة للزبون، ومن خلال دراستنا هذه فنحن نوجه الاهتمام إلى عنصر مهم جدا في المجال الخدمي والمتمثل في الادارة الالكترونية ومدى تأثيرها في تحقيق رضا الزبون، وقد قمنا بالدراسة في وكالة مهمة بالجزائر، وكالة اتصالات الجزائر بغارداية وذلك لكي نجيب على أهم التساؤلات التي طرحت حول أثر تطبيق الادارة الالكترونية في الوكالة وبين الوصول إلى تحقيق رضا زبائنها والدور الذي تلعبه كل ميزة من مميزات الخدمة الخاصة بالادارة الالكترونية في الوكالة في تحقيق أهدافها، ومن خلال قيامنا بالدراسة الميدانية توصلنا إلى الخروج بالنتائج التالية:

أما أهم نتائج الدراسة التطبيقية فتتجلى فيما يلي:

أولا: نتائج الدراسة

أ-النتائج المستخلصة من الجانب النظري:

- ✓ إن الإدارة الإلكترونية تتكون من عناصر أساسية ألا وهي عتاد الحاسوب، والبرمجيات، وشبكة الاتصالات، صناعات المعرفة والمختصين، لا تقوم إلا بتوفر كل العناصر وتكاملها لتقديم أفضل خدمة.
- ✓ السمات الخاصة بالادارة الالكترونية التي تفرضها خصائص الميزة للخدمة تجعل المؤسسة في موقع حساس للمتغيرات البيئية مما يتوجب عليها الاستمرار و التطوير الدائم.

✓ إن الإدارة الالكترونية تمنح المؤسسات الخدمية التميز في ظل المنافسة القوية مما يساعدها على تحقيق رضا زبائنها؛

✓ إن رضا الزبون هدف تسعى كل المؤسسات لتحقيقه، وتظهر أهميته في أن رضا الزبون يتمثل في التغذية العكسية للمؤسسة فيما يتعلق بالخدمة المقدمة إليه مما يقود المؤسسة إلى تطوير خدماتها المقدمة إلى المستهلك.

✓ يتيح تطبيق الإدارة الالكترونية فرصة القضاء على صفوف الانتظار والذهاب إلى المؤسسة قصد الحصول على الخدمة وذلك بتقديم الخدمات عن بعد بوسائل الاتصال الحديثة.

✓ الإدارة الالكترونية هي بديل جديد يعيد النظر في علاقة الفرد بالمؤسسات، والتحول للروابط الافتراضية، بما يحسن من سرعة الاستجابة ويزيد من مستوى الفعالية لدى الأجهزة والمنظمات أثناء تأدية الخدمات.

ب- النتائج المستخلصة من الدراسة الميدانية لوكالة " اتصالات الجزائر "

لتطبيق الإدارة الالكترونية دور في تحقيق رضا الزبون؛

✓ تعد السرية والخصوصية في الخدمات المقدمة من طرف الإدارة الالكترونية أكثر مميزات الخدمة تأثيرا على رضا الزبائن بوكالة اتصالات الجزائر وهذا مثبت بصحة الفرضية السادسة.

✓ تعد عدم التقييد بالمكان والزمان في الخدمات المقدمة من طرف الإدارة الالكترونية الأقل تأثيرا على رضا الزبائن بوكالة اتصالات الجزائر وهذا ما تثبته الفرضية الثانية.

ثانيا :الإقتراحات

✓ يجب على الوكالة إنشاء قسم خاص بتدريب وتأهيل العمال في مجال الالكترونيات؛

✓ يجب على الوكالة الاهتمام بشكاوي الزبائن بصفة خاصة؛

✓ يجب على الوكالة توفير خط خاص بالزبائن وانشغالهم، لكي يكون هناك سرعة في الاجابة على الاتصالات؛

✓ يجب على الوكالة العمل على اتباع اجراءات جديدة من شأنها تقليل وقت تقديم الخدمة؛

✓ يجب الاهتمام بدراسة الادارة الالكترونية وأنشطتها لما لها من أهمية كبيرة في دعم الميزة التنافسية وتحقيق رضا الزبون؛

✓ تشجيع العاملين في مجال الإدارة وتهيئتهم للتحويل نحو الإدارة الالكترونية من خلال رصد أنظمة جيدة للحوافز للتغلب على المقاومة التي يبديها البعض لعملية التغيير.

- ✓ دعم برامج التعليم الخاصة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مختلف مستويات، وأطوار الدراسة، بهدف خلق مجتمع معلومات قادر على التواصل، والتفاعل مع التقنية الحديثة؛
- ✓ النهوض بالقطاع الخدمي الحكومي، وإعادة الاختراع للخدمات الحكومية من خلال آلية الإدارة الالكترونية والتحول الى الحكومة الالكترونية.

ثالثا: أفاق الدراسة:

- من خلال دراستنا وجدنا أن هناك عدة مواضيع تحتاج إلى الدراسة في المستقبل نذكر منها:
- ✓ أهمية الادارة الالكترونية في المؤسسات المصرفية؛
 - ✓ أثر تبني الادارة الالكترونية في تحسين أداء المؤسسات العمومية؛
 - ✓ معوقات تطبيق الادارة الالكترونية في البلدان العربية.

قائمة المراجع:

أ - المراجع العربية:

أولاً: الكتب :

- 1) عائشة مصطفى المياوي، سلوك المستهلك (المفاهيم و الاستراتيجيات)، مكتبة عين الشمس القاهرة، مصر، الطبعة 02، 1998.
- 2) محمود حسين الوادي وبلال محمود الوادي، المعرفة والادارة الالكترونية، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط01، 2011.
- 3) محمود القدوة، الحكومة الالكترونية و الإدارة المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع عمان-الاردن، ط01، 2010.

ثانياً: الرسائل الجامعية:

- 4) بن خليفة أحمد، المعرفة الالكترونية، اطروحة دكتوراه غير منشورة، تخصص اقتصاد وإدارة المعرفة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، بالجزائر ، 2009.
- 5) ايمان حسن مصطفى خلوف، واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية في المدارس الحكومية الثانوية في الضفة الغربية من وجهة نظرا لمديرين والمديرات، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص الادارة التربوية، كلية الدراسات العليا، جامعة النجاح الوطنية، فلسطين، 2010.
- 6) بوعنان نور الدين، جودة الخدمات وأثرها على رضا الزبون، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وع التسيير، جامعة المسيلة، 2007.
- 7) حاكم جبوري الخفاجي، رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون دراسة حالة في مصرف بابل الأهلي/ فرع النجف، دراسة احصائية، كلية الادارة الاقتصاد، جامعة الكوفة، العراق، 2006.
- 8) زوزو فاطمة الزهراء، دور جودة الخدمات في تحقيق رضا الزبون(دراسة حالة عيادة الضياء بورقلة)، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص، تسويق خدمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير، جامعة ورقلة، 2011.
- 9) سميرة مطر المسعودي، معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في إدارة الموارد البشرية بالقطاع الصحي الخاص بمدينة مكة المكرمة من وجهة نظر مديري وموظفي، الجامعة الافتراضية الدولية، المملكة المتحدة، السعودية، 2011.

- 10) قيجي كريمة، تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و تأثيرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية، مذكرة رسالة ماستر، تخصص تسويق خدمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وع التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2012.
- 11) عشور عبد الكريم، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية والجزائر، رسالة ماجستير غير منشورة، قسم العلوم السياسية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة منتوري-قسنطينة، الجزائر، 2010.
- 12) عبدات سليمة، تسويق الخدمات البنكية و أثرها على رضا الزبون، رسالة ماستر غير منشورة، تخصص تسويق، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وع التسيير، المركز الجامعي العقيد أكلي محند أولحاج، الجزائر، 2012.
- 13) عبد الله بن سعيد آل دحوان، دور إدارة التطوير الإداري في تطبيق الإدارة الإلكترونية، مذكرة ماجستير في الإدارة العامة غير منشورة، قسم الادارة، كلية ادارة الاعمال، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2008.
- 14) مهدي عائشة، دور التسويق بالعلاقات في تحقيق رضا الزبون، رسالة ماستر غير منشورة، تخصص تسويق خدمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وع التسيير، جامعة قاصدي مرباح، 2013.
- 15) كلثم محمد الكبيسي، متطلبات تطبيق الادارة الالكترونية في مراكز نظم المعلومات التابعة للحكومة الالكترونية في دولة قطر، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص ادارة اعمال، الجامعة الافتراضية الدولية، 2008.

ثانيا: المؤتمرات:

- 16) درمان سليمان صادق، عوامل النجاح الحرجة لمشروعات الإدارة الإلكترونية دراسة ميدانية في عينة من المنظمات التكنولوجية في مدينة الموصل- العراق، مشاركة في مؤتمر الثاني لكلية الأعمال- الجامعة الأردنية، 2009.
- 17) موسي عبد الناصر ومحمد قريشي، مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العملاء لإداري بمؤسسات التعليم العالي (دراسة حالة كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة - بسكرة - الجزائر)، مجلة الباحث- عدد 09-2011.
- 18) العوض أحمد محمد الحسن، الادارة الالكترونية: المفاهيم- السمات- العناصر (دراسة وثائقية)، مشاركة في المؤتمر العالمي الأول للإدارة الإلكترونية، طرابلس-ليبيا، في 1-4/6/2010.

ثالثا: المجالات:

19) موسى عبد الناصر ومحمد قريشي، مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي(دراسة حالة كلية العلوم والتكنولوجيا بجامعة - بسكرة - الجزائر)،مجلة الباحث- عدد9-2011، ص90.

20) سامر المصطفى، أثر خدمة ضمان المنتج في تعزيز رضا العملاء، مجلة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، سورية، 01، المجلد29، 2013.

21) بوزيان حسان، أثر جودة الخدمات على رضا الزبون(دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر)، مجلة رؤى اقتصادية، قسنطينة، العدد 06، 2014.

المراجع الأجنبية:

22) Muhannad M.A Abdallat ,Hesham El-sayd El-Emam, customer satisfaction, faculty of tourism and archeology king sauduniversity, 2011.

23) RanaMostaghel , customer satisfaction,master thesis, departement of business administration and social sciences, lulea University ,iran, 2006.

الملحق رقم 01: الاستبيان

أخي الزبون:

في اطار التحضير لمذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال تسويقي حول موضوع الادارة الالكترونية و تأثيرها على رضا الزبون في المؤسسة الخدمية "دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بغارداية" نضع بين يديك هذا الاستبيان الموجه لعينة من زبائن المؤسسة والذي نرجو من خلاله الى التعرف على ارائكم حول الفقرات التي يتضمنها الاستبيان.

نرجو منكم الاجابة على فقراته بدقة وموضوعية مع العلم أن هذه المعلومات سوف تستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

شكرا لكم على تعاونكم

الأستاذة المشرفة: أ. مجاز لويقة

الطالبة:

أولاد سعيد خيرة

جامعة غارداية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، تخصص اتصال تسويقي

EMAIL :amalhanine91@gmail.com

أولا: بيانات خاصة بالزبون

1. الجنس: ذكر أنثى
2. العمر: اقل من 30 سنة من 30 الى 40 سنة من 40 الى 50 سنة اكثر من 50
3. المستوى التعليمي: ابتدائي متوسط ثانوي جامعي
4. الصفة: عامل طالب عاطل عن العمل اعمال حرة متقاعد
5. تقوم بزيارة المؤسسة: شهريا كل شهرين حسب الحاجة
6. كيف تتم عملية الاتصال بينك و بين المؤسسة : الهاتف الانترنت شخصيا وسيلة اخرى أذكرها:
7. هدفك الرئيسي من زيارة المؤسسة حصول على: خدمة الانترنت خدمة الاتصالات

ثانيا: يرجى وضع علامة (X) في الخانة التي تتناسب مع آرائكم

الإدارة الإلكترونية هي إنجاز المعاملات بالاعتماد على تقنيات الاتصالات والمعلومات بدلا من العمل الإداري اليدوي، والأعمال التي تنفذ بواسطة التقنيات الرقمية الحديثة.

المحور الأول: أسئلة خاصة بالإدارة الإلكترونية

الترتيب	العبارات	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
السرعة والوضوح						
1	الإدارة الإلكترونية توفر السرعة في تقديم الخدمة داخل المؤسسة					
2	الإدارة الإلكترونية تسهل لي الحصول على المعلومات الخاصة بالخدمة التي أريدها					
3	تحتوي تلك النظم على واجه استخدام تفاعلية سهلة					
عدم التقييد بالمكان والزمان						
4	الإدارة الإلكترونية توفر عليك جهد و عناء التنقل					
5	يجعلك تقدم خدمة المعاملات الإلكترونية على مدار 24 ساعة راض دائما					
6	تسهل إجراء الاتصال بين المؤسسة و المتعاملين داخل وخارج بلد المؤسسة					
إدارة المعلومات لا الاحتفاظ بها						
7	تعتمد على الإدارة الإلكترونية لثقتك الكبيرة فيها بدلا من التعاملات الورقية					

الترتيب	العبارات	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
8	الادارة الالكترونية توفر الدقة في انجاز الخدمة					
9	تقلل استخدام الورق بشكل ملحوظ مما يؤثر ايجابيا علي عمل المؤسسة					
المرونة						
10	توفر الادارة الالكترونية اختصار في مدة انجاز المعاملات الإدارية					
11	تقدم الادارة الالكترونية استجابة سريعة للأحداث وتتجاوب معها					
12	الادارة الالكترونية احسن من الادارة التقليدية من حيث استجابة للطلبات					
الرقابة المباشرة والصادقة						
13	تأثر أجهزة الرقابة الالكترونية (الكاميرات) على نظام والأمن السائد بالمؤسسة					
14	توفير الادارة الالكترونية أنظمة المتابعة الفورية وأنظمة الشراء الالكتروني					
15	اجهزة الرقابة الالكترونية تكسبك الراحة والاطمئنان					
سرية وخصوصية المعاملات						
16	الادارة الالكترونية لا تكشف المعلومات الا لدوي الصلاحية الذين يملكون كلمة المرور					
17	الادارة الالكترونية تسبب لك مشاكل و اخطاء في انجاز المعاملة					

الترتيب	العبارات	موافق جدا	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
18	انت موافق على استخدام الادارة الالكترونية في عملية إتمام إجراءات المعاملة					

المحور الثاني: أسئلة خاصة برضا الزبون عن الادارة العامة

19	احظى باستقبال جيد كلما أتيت إلى المؤسسة					
20	اتعامل مع هذه المؤسسة لعدم وجود بديل عنها					
21	تتميز المؤسسة بالنظافة العامة والمظهر اللائق					
22	تتوفر المؤسسة على أجهزة اتصال حديثة					
23	إن مراكز تقديم الخدمة جيدة من حيث نظام في قاعة الانتظار					
24	يتعامل موظفو الإدارة مع الجميع بروح المساواة وعدم التحيز					
25	تضع المؤسسة مصلحة الزبون ضمن أولوياته					
26	يوفر المؤسسة المرفقات الضرورية لضمان راحة زبائنه(موقف سيارات، مقاعد، المكيفات الهوائية...الخ)					
27	إن المؤسسة تشغل عمال اكفاء					
28	انت راض عن جودة و نوعية الخدمات المقدمة لك					
29	هناك سرعة الإجابة عند إتصال الزبائن بالمؤسسة					
30	تتعامل المؤسسة مع شكاوى الزبائن باهتمام وبطريقة خاصة					

الملحق رقم: 02

قائمة المحكمين

الإمضاء	مجال التخصص	اسم الأستاذ المحكم
		د. شنيبي حسين
		أ. شنيبي عبد الرحيم
		أستاذة المشرفة: بهاز لويذة

الملحق رقم 03: القيم الاحصائية المستخرجة من برنامج V19/SPSS.

قيمة الصدق والثبات لإختبار Cronbach's Alpha

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,934	30

قيمة التشتت باستعمل اختبار Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		المحور الكلي
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	3,6134
	Std. Deviation	,64524
Most Extreme	Absolute	,131
Differences	Positive	,073
	Negative	-,131
Kolmogorov-Smirnov Z		1,012
Asymp. Sig. (2-tailed)		,258

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأسئلة متغير السرعة والوضوح

الادارة الالكترونية توفر السرعة في تقديم الخدمة داخل المؤسسة	الادارة الالكترونية تسهل لي الحصول على المعلومات الخاصة بالخدمة التي أريدها	تحتوي تلك النظم على واجه استخدام تفاعلية سهلة
60	60	60
0	0	0
3,95	3,93	3,50
1,111	,954	1,050

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأسئلة متغير عدم التقيد بالزمان والمكان

الادارة الالكترونية توفر عليك جهد و عناء التنقل	يجعلك تقديم خدمة المعاملات الالكترونية على مدار 24 ساعة راض دانما	تسهيل إجراء الاتصال بين المؤسسة و المتعاملين داخل و خارج بلد المؤسسة
60	60	60
0	0	0
3,90	3,77	3,92
1,231	1,140	,907

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأسئلة متغير ادارة المعلومات لا الاحتفاظ بها

تعتمد على الإدارة الإلكترونية لتتفك الكبيرة فيها بدلا من التعاملات الورقية	الإدارة الإلكترونية توفر النقة في انجاز الخدمة	تقلل استخدام الورق بشكل ملحوظ مما يؤثر ايجابيا على عمل المؤسسة
60	60	60
0	0	0
3,78	3,87	3,92
1,075	1,255	,907

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأسئلة متغير المرونة

توفر الإدارة الإلكترونية اختصار في مدة انجاز المعاملات الإدارية	تقدم الإدارة الإلكترونية استجابة سريعة للأحداث وتتجاوب معها	الإدارة الإلكترونية احسن من الادارة التقليدية من حيث استجابة للطلبات
60	60	60
0	0	0
3,97	3,85	3,88
1,104	,954	1,043

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأسئلة متغير الرقابة الصادقة والمباشرة

تأثر أجهزة الرقابة الإلكترونية (الكاميرات) على نظام وأمن السائد بالمؤسسة	توفير الإدارة الإلكترونية أنظمة المتابعة الفورية وأنظمة الشراء الإلكتروني	اجهزة الرقابة الإلكترونية تكسيك الراحة والإطمئنان
60	60	60
0	0	0
3,70	3,77	3,70
1,078	,890	1,046

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأسئلة متغير سرية وخصوصية المعاملات

الإدارة الإلكترونية لا تكشف المعلومات الا لودي الصلاحية الذين يملكون كلمة المرور	الإدارة الإلكترونية تسبب لك مشاكل و اخطاء في انجاز المعاملة	انت موافق على استخدام الإدارة الإلكترونية في عملية إتمام إجراءات المعاملة
60	60	60
0	0	0
3,92	2,93	3,98
1,094	1,056	1,017

المتوسط الحسابي والانحراف المعياري لأسئلة متغير رضا الزبون

يتعامل موظفو الإدارة مع الجميع بروح المساواة وعدم التحيز	إن مراكز تقديم الخدمة جيدة من حيث نظام في قاعة الانتظار	تتوفر المؤسسة على أجهزة اتصال حديثة	تتميز المؤسسة بالنظافة العامة والمظهر اللائق	اتعامل مع هذه المؤسسة لعدم وجود بديل عنها	احظى باستقبال جيد كلما أتيت إلى المؤسسة
3,17	3,53	3,58	3,80	3,90	3,83
1,291	1,016	1,094	1,102	1,145	1,060

تتعامل المؤسسة مع شكاوى الزبائن باهتمام وبطريقة خاصة	هناك سرعة الإجابة عند إتصال الزبائن بالمؤسسة	انت راض عن جودة و نوعية الخدمات المقدمة لك	إن المؤسسة تشغل عمال اكفاء	يوفر المؤسسة المرفقات الضرورية لضمان راحة زبائنه(موقف سيارات، مقاعد، المكيفات الهوائية... الخ)	تضع المؤسسة مصلحة الزبون ضمن أولوياته
2,98	3,00	3,17	3,48	3,25	3,53
1,228	1,276	1,181	1,017	1,336	1,016

نتائج اختبار الفرضيات:

H1

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	,495	,245	,232	,65653	,245	18,865	1	58	,000

H2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	,390	,152	,138	,84004	,152	10,427	1	58	,002

H3

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	,528	,279	,267	,75671	,279	22,477	1	58	,000

H4

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	,547	,299	,287	,69576	,299	24,768	1	58	,000

H5

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	,547	,299	,287	,66583	,299	24,792	1	58	,000

H6

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	,557	,311	,299	,62561	,311	26,127	1	58	,000

المقدمة العامة

الخبائمه العالمه

الفصل الأول: الأدبيات النظرية

قائمة المراجع

الفصل الثاني:

الإطار التطبيقي دراسة

حالة وكالة اتصالات

الجزائر