

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة العربي التبسي - تبسة -



كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير الرقم التسلسلي:/ 2019

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي (ل م د)

دفعة: 2019

الميدان: علوم اقتصادية، علوم تجارية وعلوم التسيير

الشعبة: علوم التسيير

التخصص: إدارة أعمال

دور تكنولوجيا الإتصال والمعلومات في

تحسين الخدمات في المؤسسات العمومية

دراسة حالة: مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية - مطار تبسة -

تحت إشراف الدكتور

سعيدان عمر

من إعداد الطالبين:

✓ عيدودي وليد

✓ مراحي عبد الحكيم

نوقشت أمام اللجنة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
محرز صالح	أستاذ محاضر - ب -	رئيسا
سعيدان عمر	أستاذ محاضر - ب -	مشرفا ومقررا
جدي شوقي	أستاذ محاضر - أ -	عضوا مناقشا

السنة الجامعية 2019/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

ربي لك الشكر ولك الحمد ولك الثناء الحسن كما يليق بجلال وجهك وعظيم سلطانتك

لتوفيقك لنا في إتمام هذا العمل

إن الحروف لتتهادى بكلماتها لتجسد لكم أجمل عبارات الشكر والثناء.

إن الكلمات لتقف عاجزة، والعبارات تائهة، بل والأفكار قاصرة حينما نريد أن نشكركم

يخط الحروف لينظمها في سطور تمر في الخيال ولا أن هذه اللحظات يتوقف القلم ليفكر قبل في مثل

من الذكريات وصور تجمعننا برفاق أناروا لنا دربنا. يبقى لنا في نهاية المطاف إلا قليلا

فواجب علينا شكرهم ووداعهم ونحن نخطو الخطوات الأخيرة لإتمام هذه الرسالة

جزيل الشكر والعرفان إلى:

الأستاذ: سعيدان عمر الذي تفضل بالإشراف على هذا العمل، وكان لنا السند والعون والأخ والموجه في كل خطوات إعداد هذه الرسالة .

الشكر والعرفان إلى موظفي الخطوط الجوية الجزائرية - وكالة تبسة-

الشكر والعرفان إلى كل من أشعل شمعة في دروب العلم إلى الأساتذة الكرام بقسم علوم التسيير بجامعة تبسة.

إهداء

بعد شكر الله وحمده،

إلى كل أفراد عائلتي الكبيرة والصغيرة

إلى قرة عيني ابنتي رهنف

إلى كل من عرفناهم وجمعت هذه الدنيا بيننا،

رفقاء الطفولة وزملاء الدراسة والعمل

إلى هؤلاء جميعا أهدي هذا العمل.

عيد ودي وليد



إهداء

أهدي عملي المتواضع إلى التي جعل الله الجنة تحت أقدامها، والتي غمرتني

بعطفها وحنانها وأنارت لي درب حياتي بجها، إلى التي لم تبخل علي يوما

بنصيحة أو دعاء صالحا، إلى الصدر الحنون

" أمي الغالية " أطال الله في عمرها .

إلى الذي دُلّل لي الصعاب دائما وأعطاني قوة الدفع لأشق طريقي بكل إرادة وعزيمة .

" أبي الغالي " الذي لن يكرره الزمن حفظه الله ورعاه.

إلى كل أخواتي " سليمة ، رفيقة ، نادية ، هدى حفظهن الله ورعاهن بعينه التي لانتام والى أخي ورفيق دري

في هذه الحياة معك أكون أنا ودونك أكون مثل أي شيء أخي الأصغر " سليمان " سهل الله سبل حياتك.

والى براعم العائلة " إياد ، إياس ، براءة ، محمد ، محمد البخاري ، فراس "

إلى كل أحبائي وأصدقائي ، والى كل الذين لم يتسنى ذكرهم من بعيد أو من

قريب .

مراحي عبد الحكيم

المخلص

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة في مؤسسة مختارة تتمثل في مؤسسة لخطوط الجوية الجزائرية ولقد اعتمت هذه الدراسة بمحاولة معرفة مدى استخدام هذه التقنيات في تحسين الخدمات الجوية، لقد تم الاعتماد على دراسة عينة مقدره بـ ثلاثون زبون وعشرون موظف متواجدون بالمؤسسة محل الدراسة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى وجود اثر كبير لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات في المؤسسات العمومية.

الكلمات المفتاحية

تكنولوجيا المعلومات والاتصال، تحسين الخدمات، الخطوط الجوية الجزائرية.

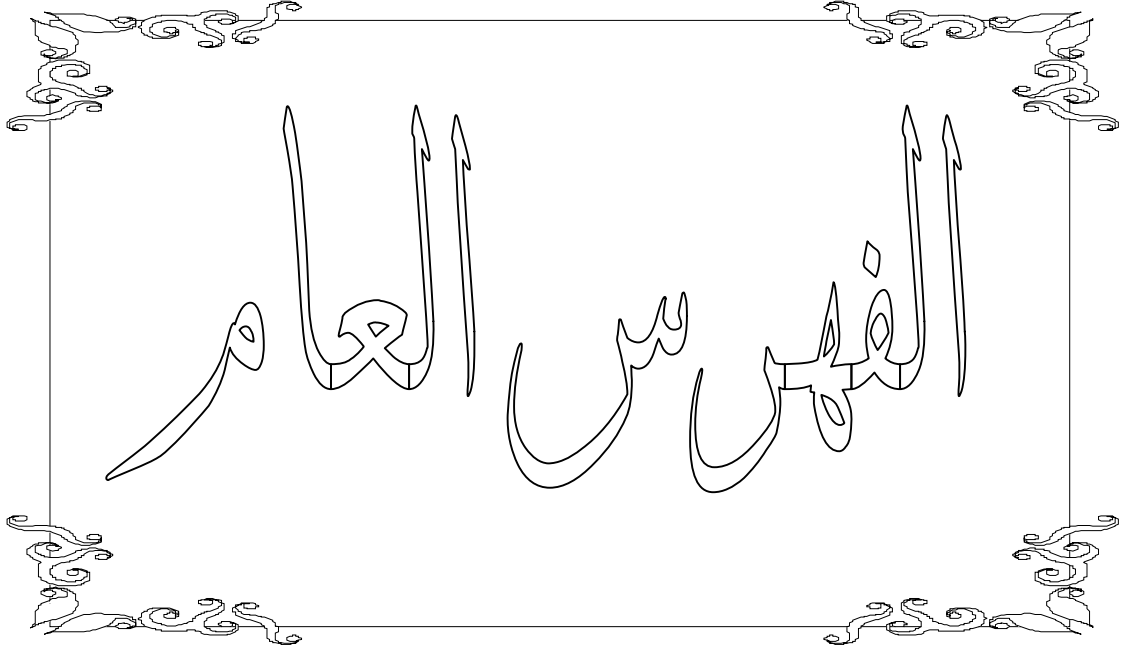
Abstract

This study aimed at illustrating the impact of information and communication technologies on the enhancement of service quality in an airline company "Air Algérie". This work tried to determine the level of usage of these techniques to improve airline services. The study sample consisted of thirty customers and twenty employees of the studied company.

This work proved a considerable impact of information and communication technologies on the improvement of service quality in public companies.

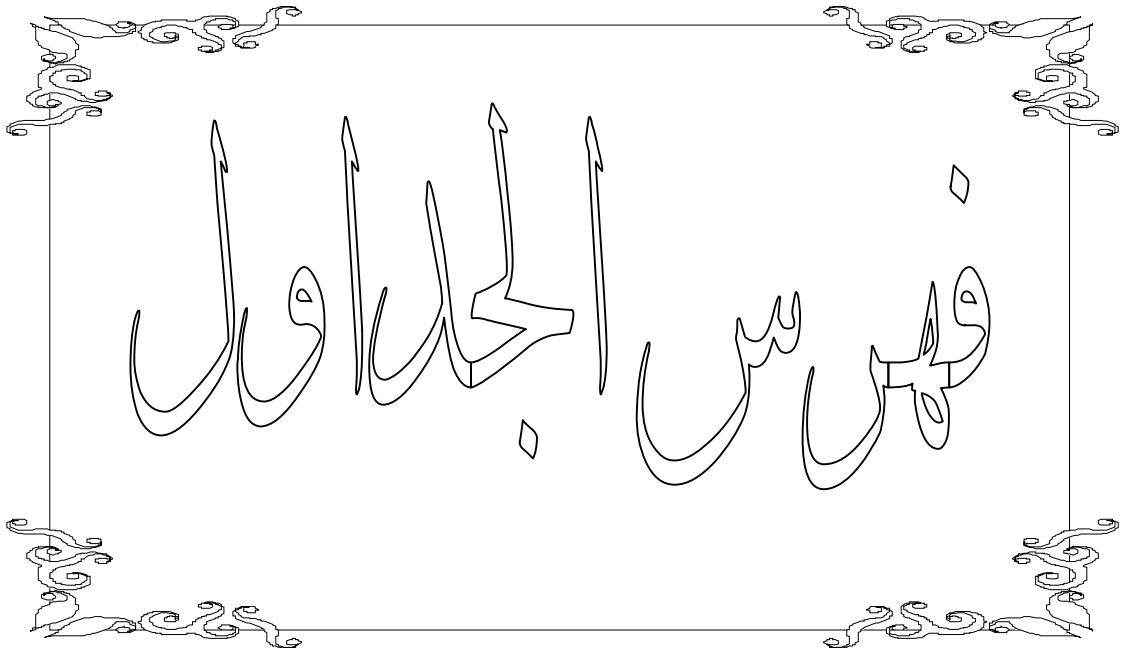
Key words:

information and communication technologies, Service improvement, Air Algérie.



الصفحة	المحتوى
-	شكر وعرقان
-	محتويات الفهرس
-	فهرس الجداول
-	فهرس الأشكال
-	مقدمة
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة	
06	تمهيد
07	المبحث الأول: مدخل لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات
07	المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال
09	المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات
11	المطلب الثالث: تعريف، أهمية، أهداف ومميزات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات
14	المطلب الرابع: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الخدمات
18	المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول تحسين الخدمة
18	المطلب الأول: مفهوم الخدمة
22	المطلب الثاني: مفهوم تحسين الخدمة ومستوياتها
24	المطلب الثالث: أبعاد تحسين الخدمة وخطوات تحقيقها
27	المطلب الرابع: علاقة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بتحسين الخدمة
31	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
31	المطلب الأول: الدراسات المحلية
35	المطلب الثاني: الدراسات العربية
38	المطلب الثالث: الدراسات الأجنبية

41	خلاصة
الفصل الثاني: دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية- مطار تبسة-	
43	تمهيد
44	المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية
44	المطلب الأول: التعريف بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية
47	المطلب الثاني: الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة
50	المطلب الثالث: تشخيص البيئة التنظيمية لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية
55	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة وخصائص عينة الدراسة
55	المطلب الأول: منهج وإطار الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، الأساليب الإحصائية للتحليل.
58	المطلب الثاني: أدوات جمع المعلومات، تصميم استمارة الاستبيان واختبار صدقها
61	المطلب الثالث: دراسة خصائص العينة
72	المبحث الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة
72	المطلب الأول: تحليل فقرات محاور الدراسة
78	المطلب الثاني: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية
81	خلاصة
83	الخاتمة العامة
87	قائمة المراجع
92	الملاحق



فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
25	المعايير المستخدمة للحكم على تحسين الخدمة	01
57	نسبة استجابة أفراد العينة وعدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة	02
59	توزيع عبارات الاستبيان على محاور الدراسة	03
59	مجالات الإجابة على أسئلة الاستبيان وأوزانها	04
60	معايير تحديد الاتجاه	05
61	قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة	06
62	توزيع العينة حسب متغير الجنس	07
63	توزيع العينة حسب متغير السن	08
64	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	09
65	توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية	10
66	توزيع العينة حسب متغير المستوى الوظيفي	11
67	توزيع العينة حسب الجنس	12
67	توزيع العينة حسب متغير السن	13
68	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	14
69	توزيع العينة حسب متغير المهنة	15
70	توزيع العينة حسب متغير مدة التعامل مع المؤسسة	16
71	توزيع العينة حسب متغير الدخل	17
73	استجابة أفراد مجتمع الدراسة نحو المتغير المستقل تكنولوجيا الاتصال والمعلومات	18
75	استجابة أفراد مجتمع الدراسة نحو المتغير التابع تحسين الخدمات	19
79	نتائج التوزيع الطبيعي	20

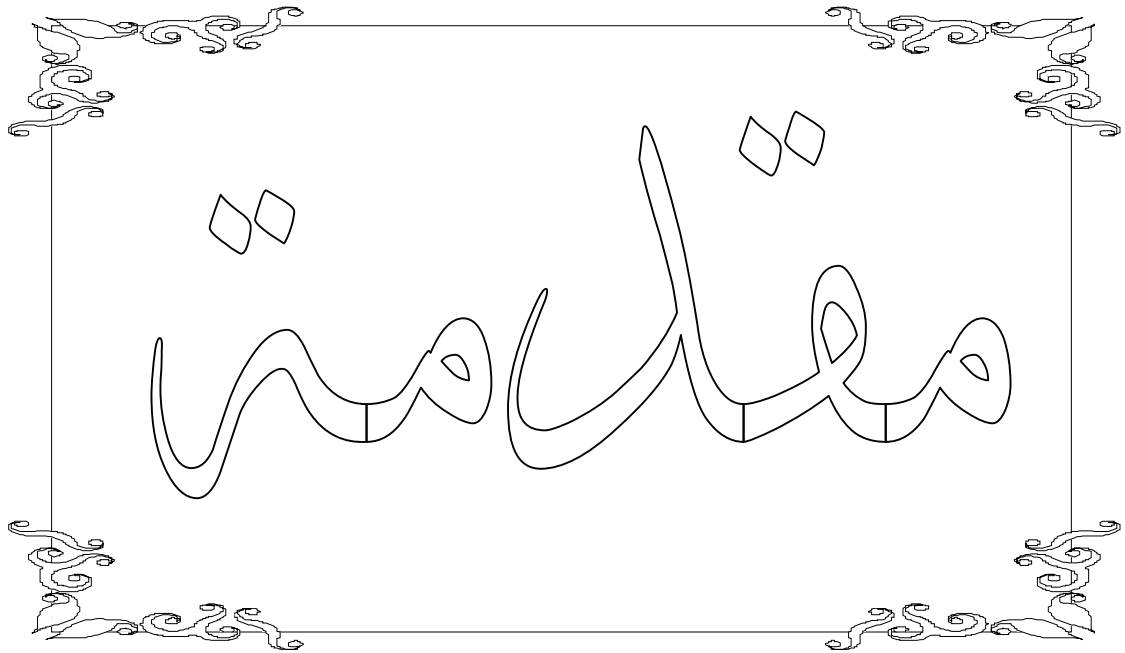
فهرس الجداول

80	نتائج إختبار الفرضية الرئيسية	21
----	-------------------------------	----

فارس الأشكال

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
62	التوزيع البياني للعينه حسب متغير الجنس	01
63	التوزيع البياني للعينه حسب متغير السن	02
64	التوزيع البياني للعينه حسب المستوى التعليمي	03
65	التوزيع البياني للعينه حسب الخبرة المهنية	04
66	التوزيع البياني للعينه حسب المستوى الوظيفي	05
67	التوزيع البياني للعينه حسب الجنس	06
67	التوزيع البياني للعينه حسب متغير السن	07
68	التوزيع البياني للعينه حسب المستوى التعليمي	08
69	التوزيع البياني للعينه حسب متغير المهنة	09
70	التوزيع البياني للعينه حسب مدة التعامل مع المؤسسة	10
71	التوزيع البياني للعينه حسب الدخل	11



تتواجد المؤسسات الاقتصادية في عالم متغير ومعقد في بيئته وأنظمتها، وفي تشابك المتغيرات الدولية والاقتصادية والتكنولوجية والاجتماعية وغيرها، عالم يشكل فيه المال والأعمال عصب الحياة والنشاط الجوهري الذي يصنع الإطار العام للأنشطة الإنسانية الأخرى.

ولقد اتسمت الألفية الثانية في ظل التحولات الاقتصادية السريعة، بالتطور والانتعاش، وزيادة حركة الاتصالات واتساع مجالاتها، واتجاه أغلب المؤسسات إلى تطبيق آليات السوق، وعولمة التبادلات التي تضع ضغوطا شديدة على القدرة التنافسية، إضافة إلى ثورة المعلومات الحديثة وما تتميز به من تطور فيما يخص تكنولوجيا المعلومات، والسعي المتواصل للمؤسسات الحديثة لمواكبة هذا التطور بفعالية بشكل عام، والقرارات التسويقية بشكل خاص.

إن الكثير من القرارات التي تتخذها المؤسسة تدخل ضمن القرارات الإستراتيجية وما تنطوي عليه من درجة مخاطرة وعدم التأكد، مما يدفع بمتخذي القرارات إلى تدعيم مركز مؤسساتهم التنافسي، ويحفزهم لانتهاز الفرص الإستراتيجية المتاحة، وبناء الهياكل التنظيمية المسيرة لمتطلبات اللامركزية، وتوهمهم لتحقيق الميزة التنافسية والمواكبة الفعلية للمستجدات العالمية، بالإضافة إلى ذلك إسهام تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال بدور جوهري في إرساء القواعد الفعالة لرشادة القرارات المستقبلية، المرتكزة على المعالجة والتحليل الفوري والسريع للكُم الهائل من المعلومات التسويقية، الناجم عن التداول الواسع والسريع للمعلومات عبر الشبكات العالمية (الانترنت).

فلقد اقتحمت التكنولوجيات الحديثة في السنوات الأخيرة كل مجالات الحياة الاقتصادية وغير الاقتصادية، فلم يعد استعمالها — خاصة في ميدان إدارة المؤسسات — يتعلق بالرفاهية ويقتصر على مؤسسات الدول المتقدمة وحدها، بل أصبح ضرورة حيوية لأجل نموها وحتى تعيشها، إذ تعمل معظم المؤسسات سواء على المستوى الدولي أو العالمي وعلى المستوى المحلي على تحسين جودة خدماتها، وتقوم أكثر المؤسسات على قاعدة أساسية وهي تبني اتجاه إدارة الجودة كقاعدة أساسية بينها، والتوجه إلى استخدام نظم المعلومات والتكنولوجيات الحديثة للمعلومات من أجل تطوير هذه القاعدة.

وما تجدر الإشارة إليه أن نجاح المؤسسة يتوقف على مدى كفاءتها وفعاليتها إدارتها في اتخاذ القرارات التسويقية، والذي يتوقف أساسا على اعتماد أحدث التقنيات المواكبة لأحداث التطورات التكنولوجية، للوصول لتقديم أفضل الخدمات من خلال إدراك وفهم وتعلم هذه المتغيرات وهذه الظروف واستثمارها.

1- الإشكالية

- ما مدى مساهمة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات في المؤسسات العمومية، وخاصة في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية؟
- التساؤلات الفرعية
- كيف يمكن توضيح أهم مفاهيم تكنولوجيا الاتصال والمعلومات؟
- ما هي أبرز تطبيقات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في مجال الخدمات؟
- كيف يمكن التفريق بين الخدمة وتحسين الخدمة: وما مستوياتها؟

2- فرضية الدراسة

- يوجد دور ذو دلالة إحصائية لدور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية.

3- أهمية الدراسة

تبرز أهمية الدراسة فيما يلي:

- الوقوف على الدور الجوهرى للمعلومات باعتبارها اللبنة الأساسية للقرار وموردا استراتيجيا من موارد المؤسسة؛
- إظهار مدى أهمية استخدام الأساليب الحديثة والمتطورة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات ودعمها للحفاظ على بقاء المؤسسة، وذلك بإبراز مدى ضرورة التأقلم والتكيف مع مستجدات العصر الرقمي؛
- تسليط الضوء على أهم الخطوات التي تعتمدها المؤسسة في التحليل الوظيفي والتقني للبيانات والمعلومات في ظل تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال قصد الوصول إلى اتخاذ القرارات الدقيقة والرشيده.

4- أهداف الدراسة

تبرز أهداف البحث فيما يلي:

- إظهار البعد التكنولوجي لنظام المعلومات وتقنيات معالجة البيانات والاتصالات ضمن منظومة متكاملة للمعلومات؛

- تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات بالاعتماد على أدوات ذكاء الأعمال في إطار بيئة تحكمها ضوابط المنافسة؛
- إبراز أهمية التفتح على المحيط الخارجي والكيفية الصائبة للإقتناء والاستخدام الأمثل لتكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال التي تسمح بأن تقدم قوة دفع قوية للمؤسسة باتجاه صياغة وتطبيق استراتيجيات للتطوير، وتحسين الجودة والكفاءة واكتساب ميزة تنافسية؛
- محاولة الوقوف على الوضع الراهن لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية في تبنيتها لفلسفة تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال في إدارة نشاطاتها التجارية بطريقة فعالة تضمن لها إدارة علاقتها مع زبائنها كجسر للتواصل والتفاعل معهم وتقديم أحسن مستوى للخدمات لكسب رضاهم، وإحراز ولائهم لها.

5- أسباب اختيار الموضوع

- إن الأسباب الدافعة لاختيارنا للموضوع محل البحث دون غيره تتمثل في الأهمية التي يحظى بها موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في المؤسسات العمومية (مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية ميدان الدراسة).
- نقص الوعي لدى المؤسسات الجزائرية بأهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في المؤسسات العمومية.

6- منهج الدراسة

- انطلاقاً من طبيعة الدراسة والأهداف التي تسعى لتحقيقها سيتم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لدراسة الموضوع والاستعانة بأسلوب دراسة حالة لذا سيتم استخدام الأدوات التالية:
- الاستبيان؛
 - عرض وتحليل نتائج الاستبيان.

7- حدود الدراسة

- سوف يتم اختصار الدراسة في هذا البحث على تحديد مختلف المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، إضافة إلى عرض المفاهيم الخاصة بتحسين الخدمة في المؤسسات العمومية، ثم دراسة تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمة بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية .

7-1- الحدود الزمانية

تمت دراسة الفترة الحالية لذا فإن كل المعلومات المسجلة تخص فقط الحالية ولا علاقة لها لفترات سابقة ولاحقة، وكانت فترة التربص بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية وذلك من 01-04-2019 إلى غاية 15-04-2019.

7-2- الحدود المكانية

يتم استنباط المفاهيم النظرية التي تم عرضها في هذه الدراسة على واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين الخدمة في المؤسسات العمومية، وقد تم اختيار مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية كعينة لذلك.

8- تقسيم الخطة

تم تقسيم المذكرة إلى فصلين أحدهما نظري والآخر تطبيقي حيث تطرقنا في:
الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للدراسة، حيث تم التطرق فيه إلى ثلاث مباحث، المبحث الأول جاء بعنوان مدخل لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات، أما المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول تحسين الخدمة في حين المبحث الثالث بعنوان الدراسات السابقة.
أما الفصل الثاني: دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية- مطار تبسة-، قسم إلى ثلاث مباحث، جاء المبحث الأول بعنوان: تقديم عام للمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، أما المبحث الثاني الإجراءات المنهجية للدراسة وخصائص عينة الدراسة، في حين المبحث الثالث بعنوان نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

الفصل الأول:

الأمبيات النظرية والتطبيقية للدراسة

تمهيد

لقد شهد العالم في الحقبة الأخيرة من القرن الماضي عدة تطورات أدت إلى تغيرات في جميع القطاعات وبات الصراع الجديد بين المؤسسات هو الوصول إلى المعلومات وامتلاك طرق تداولها وتحليلها من أجل تحقيق أهدافها وتطورها، وهو ما ساهم في بروز تكنولوجيا المعلومات، فأصبح على المؤسسة ليس فقط امتلاك هذه التكنولوجيا بل أيضا التحكم فيها وحسن استغلالها وتجسيدها على أرض الواقع كأحد مفاتيح الكفاءة والفعالية في منظمات الأعمال.

وسيتم التطرق في هذا الفصل إلى المباحث التالية:

- ✓ مدخل لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات؛
- ✓ مفاهيم أساسية حول تحسين الخدمة؛
- ✓ الدراسات السابقة.

المبحث الأول: مدخل لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات

تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال وكيفية إدارتها من القضايا الحديثة التي دخلت من أوسع الأبواب إلى العديد من المجالات، وأصبحت ضمن التحديات الإستراتيجية المهمة في بناء المؤسسة وتوجيه أداؤها عالميا، وتحقيق أهدافها وضمان إستمراريتها. إذ يشهد العالم اليوم تطورا سريعا ومتسارع في مجال تكنولوجيا المعلومات، لم يشهد له مثيل من قبل، يشكل هذا التطور تحديا كبيرا في بيئة الأعمال وفرصة استثمار كبيرة أمام المؤسسات لإحداث التغييرات الجذرية في هيكلها وأنشطتها وتوجهها باتجاه الأشكال العالمية وتوسعاتها، لذا سيتم في هذا المبحث التعرف على جميع جوانب تكنولوجيا المعلومات من خلال تقسيمه إلى ثلاث مطالب أساسية كما يلي:

- ✓ مفهوم تكنولوجيا الاتصال؛
- ✓ مفهوم تكنولوجيا المعلومات؛
- ✓ ماهية تكنولوجيا الاتصال والمعلومات؛
- ✓ تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الخدمات.

المطلب الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال

أولا: تعريف تكنولوجيا الاتصال

تعرف تكنولوجيا الاتصال على أنها "مجموع تكنولوجيا الإعلام الآلي ووسائل الاتصال، التي تسمح بتبادل المعلومات ومعالجتها، في إطار ما يعرف بشبكة الانترنت".
كما تعرف بأنها "مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يارد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات ثم تخزينها واسترجاعها ونقلها ومبادلتها"¹.

وتعرف أيضا بأنها: " تلك التقنية الأساسية المستخدمة في نظم المعلومات الحديثة المبنية على الحاسوب وتطبيقاتها بالنسبة للجهة المستفيدة منها، وتتضمن الأجهزة وشبكات الاتصال وقواعد البيانات والبرامج اللازمة"².

¹ بوياح عالية، دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات دراسة حالة قطاع الاتصالات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، قسنطينة، جامعة منتوري، 2011، ص: 49.

² -James A, Senn, **Information Technology-principles, Practices, opporunities**, Pearson, Prentice, 3th Edition, 2004.

وتعني أيضا مجموعة منظمة من الوسائل والإجراءات التي يمكن بواسطتها تجميع، وتشغيل وتخزين وتوزيع ونشر واسترجاع المعلومات عن الماضي والحاضر والتنبؤ بالمستقبل الذي يتعلق بأنشطة المؤسسة وعملياتها، وأيضا بما يحدث في بيئتها الخارجية، والتي تؤدي إلى تدعيم وظائف التخطيط والرقابة والعمليات في المؤسسة من خلال ما توفره من معلومات في توقيت مناسب لمتخذ القرار.¹

كما عرفت من قبل المهتمين بنظرية المؤسسة" بأنها العلم المستخدم في الإنتاج وتطوير أساليب العمل إضافة إلى العمليات والتقنيات والأعمال المستخدمة لتحويل المدخلات (المعلومات والأفكار والمواد (إلى مخرجات) منتجات وخدمات).²

ويعرفها روجر كارتر Roger Carter بأنها: " مجموعة المعارف والخبرات والمهارات المتراكمة والمتاحة، والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية التي يستخدمها الإنسان في الحصول على المعلومات ومعالجتها وبنها وتخزينها، بغرض تسهيل الحصول على المعلومات وتبادلها وجعلها متاحة للجميع.

ثانيا: خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

تتميز تكنولوجيا الاتصال الحديثة بالعديد من الخصائص من أبرزها³:

1- التفاعلية

وتطلق هذه السمة على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال تأثير على أدوار الآخرين واستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم الممارسة المتبادلة أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أن هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع الشخص(ب)، ويقوم بأفعاله الاتصالية، المرسل يستقبل ويرسل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ" المشاركين "بدلا من " المصادر".

¹ - عبد السلام الشناق، دور الإدارة المدرسية في توظيف برامج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2010، ص: 33 .

² -Richard.L Daft, **Organisation Theory and Design**, USA, éd,Thomson,2004, p30.

³ - سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول والثاني، سوريا، 2010، ص ص: 446-447.

2- اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت)

وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت، دون حاجة لتواجد مستقبل الرسالة.

3- الحركية

تتجه وسائل الاتصال الجديدة على صغر الحجم مع إمكانية الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان إلى آخر في أثناء تحرك مستخدميها، بمعنى أنه إذا كانت اللاتزامنية تحرر المستقبل من قيود الزمان ، فإن الحركية تتولى استكمال التحرر من قيود الزمان والمكان.

المطلب الثاني: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

إن جوهر تكنولوجيا المعلومات يتركز في استخدام الحاسبات الالكترونية والاتصالات من بعد (السلكية واللاسلكية) لخلق وتشكيل وتوزيع، التنوير والترقية، وهي أكثر تقنية في حصاد الوسائل الموظفة لكي تجمع بشكل منظم وتعالج وتخزن وتعرض وتبادل المعلومات دعما للأنشطة الفكرية للإنسان.¹

أولاً: تعريف تكنولوجيا المعلومات

إن أصل تكنولوجيا المعلومات بالمعنى الحالي للكلمة يعود إلى ظهور أولى أجهزة الكمبيوتر في المؤسسات، في السنوات الستينات، انطلاقاً من المبدأ التقني لمعالجة الالكترونية للمعلومات، ومنذ ذلك الوقت، ونظراً للتطورات الكبيرة الحاصلة في هذا المجال فقد توسع المفهوم ليشمل العديد من الأمور المرتبطة بهذا المجال والتي سنذكرها في هذه التعاريف: يعرف المجلس الاستشاري للبحوث والتطوير التطبيقي تكنولوجيا المعلومات *technologie Information* على أنها: "الجوانب العلمية والفنية والهندسية والأساليب الإدارية المستخدمة في تناول ومعالجة المعلومات، وتطبيقاتها والحواشيب وتفاعلها مع الإنسان، والآلات والقضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية المرتبطة بها".²

¹ - أحمد محمد المصري، الإدارة الحديثة (معلومات، اتصالات، اتخاذ القرارات)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006 ، ص: 19.

² - عبد الناصر الحيوشي، فعالية نظم تكنولوجيا المعلومات من وجهة نظر المستفيد في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البلدة، 2011 ، ص: 66.

أما معجم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، فيرى أنه: "وبالمعنى العام للمصطلح فإن تكنولوجيا المعلومات تشمل كل عمليات جمع تخزين، معالجة، وبث البيانات (نصوص، صور، صوت...)، وهي تتكون من عدة عناصر، كالعناد والبرامج وقواعد البيانات وشبكات الاتصالات".

ومن خلال التعاريف نلاحظ، أن تكنولوجيا المعلومات ركزت على جانبيين هما الفكري والمادي، فالجانب الفكري أو المعرفي يتمثل في علم المعلومات الذي يهتم بضبط السلوك وخواص المعلومات ويهتم بأنشطة تجهيز المعلومات وإنتاجها وبثها وتنظيمها وتخزينها واسترجاعها وتفسيرها والاستفادة منها والجانب المادي هو الذي يتمثل في التطبيق العملي للاكتشافات الاختراعات والتجارب في مجال معالجة المعلومات وعليه لا بد من تكامل الجانبين للحصول على التقنيات المتطورة التي تستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة مجالات الحياة.

ثانيا: مزايا تكنولوجيا المعلومات

تتميز تكنولوجيا المعلومات عن غيرها من التكنولوجيا التي سادت قبلها في القرن العشرين بما

يلي:¹

- سرعة التطور؛
- سهولة ممتعة؛
- سرعة التأثير والانتشار؛
- مفيدة وخطيرة.

ثالثا: أهمية تكنولوجيا المعلومات

كما تبرز الأهمية الكبيرة لتكنولوجيا المعلومات باعتبارها أحد أهم المكونات في المؤسسات في عصرنا الحالي، نظرا لما توفره من مزايا وتسهيلات ناتجة عن الخصائص التي تتميز بها هذه التكنولوجيا، حيث تؤدي دورا كبيرا في تحديث وتطوير المؤسسات والإرتقاء بأدائها وتحسين ظروف العمل بها، وتسهيل مختلف التعاملات داخل المؤسسة، لذلك فهي على درجة كبيرة من الأهمية وتبرز هذه الأهمية من خلال أنها:

- تساعد على توفير قوة عمل فعلية داخل التنظيم.
- تساعد على زيادة قنوات الاتصال الإداري بين مختلف الإدارات.

¹ - عبد الناصر الحبوشي، المرجع السابق، ص ص: 73-74.

- تساعد على تحقيق رقابة فعالة في العمليات التشغيلية.

- تساعد على توفير الوقت خاصة للإدارة العليا والتفرغ لواجبات أكثر أهمية.

- تساعد على تقليص حجم التنظيمات الإدارية.

هذا وبالإضافة إلى بعض المهام التي تساهم بها تكنولوجيا المعلومات كخفض تكاليف الإنتاج وجعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وأقل تكلفة، توفير المعلومات الدقيقة لدعم اتخاذ القرار، القضاء على هدر الوقت والجهد، زيادة كفاءة استغلال المخزون كلها تساهم بالرقمي والتطور للمؤسسات.

المطلب الثالث: تعريف، أهمية، أهداف ومميزات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

أولاً: تعريف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

عرف البعض تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على أنها: "مجموع التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة أو المرئية أو المطبوعة أو الرقمية من خلال الحاسبات (الالكترونية)، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب، ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين مسموعة أو مسموعة ومرئية أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى آخر، ومبادلتها، وقد تكون تلك التقنية يدوية أو آلية أو الالكترونية أو كهربائية حسب مرحلة التطور التاريخي لوسائل الاتصال والآلات التي يشملها هذا التطور".¹

حسب منظمة التعاون والتنمية الاقتصادية (OCDE): "تشمل مجموعة التكنولوجيا التي تسمح

بجمع، تخزين، معالجة، نقل المعلومات في شكل أصوات، بيانات وصور، فهي تشمل الإلكترونيك الدقيق، علم البعديات الالكترونية، والتكنولوجيات الملحق".²

¹ - محي محمد مسعي، ظاهرة العولمة (الأوهام والحقائق)، مطبعة الشعاع، القاهرة، 2011، ص: 26.

² - شادلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2007-2008، ص: 12.

أما "jane laudon" و "kenneth laudon" فيعرفان تكنولوجيا المعلومات والاتصال في ظل التغيرات الجديدة والعالم الرقمي على أنها: أداة من أدوات التسيير المستخدمة، والتي تتكون من خمسة مكونات، وهي:¹

- العتاد المعلوماتي؛

- البرمجيات؛

- تكنولوجيات التخزين: تتمثل في الحوامل التي تخزن فيها المعطيات والبرمجيات لتنظيم المعطيات؛

- تكنولوجيات الاتصال: هي معدات ووسائط وبرمجيات تربط مختلف اللواحق لنقل المعطيات؛

- الشبكات: تربط بين الحواسيب لتبادل المعطيات أو الموارد.

من خلال ما جاء من التعاريف، يمكن أن نحاول الجمع بينها ونعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصال من خلال وصفها بأنها: "مجلد الأدوات المادية والمعرفية المستخدمة في الجمع بين الكلمة المكتوبة والمنطوقة والصورة الساكنة والمتحركة وبين الاتصالات السلكية واللاسلكية، أرضية كانت أو فضائية، ثم تخزين المعطيات وتحليل مضامينها واتجاهاتها بالشكل المرغوب، وفي الوقت المناسب وبالسرعة اللازمة."

ثانيا: أهداف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

يمكن أن يحقق استخدام التكنولوجيا المعلومات والاتصال مزايا عديدة لمختلف القطاعات الحكومية منها والخاصة في مجال رفع مستوى الأداء والاستخدام الأمثل للطاقات داخل المؤسسة، وعلى هذا الأساس من أهدافها:²

- خفض تكاليف تعقيد الإنتاج وإزالة الميزة التنافسية الناجمة عن اقتصاديات الحجم؛

- جعل الاتصال أسرع وأكثر كفاءة وأداء وأقل تكلفة، وتوفير المعلومات الدقيقة والحديثة لدعم اتخاذ القرار؛

- توفير عمليات منظمة وإجراءات مبسطة لإدارة الموارد، وبالتالي فعالية أكبر وأفضل؛

- تعزيز الشفافية، مما يؤدي إلى تقليل الأخطاء والتزوير؛

¹ - بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012-2013، ص: 24.

² - بشير كاوجة، المرجع السابق، ص: 25-26.

- تقديم خدمات أفضل للموظفين والمراجعين، مما ينعكس إيجاباً على التنظيم؛
- القضاء على هدر الوقت والجهد والموارد، وزيادة كفاءة استغلال المخزون.

ثالثاً: مميزات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تميزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال في الوقت الحاضر بعدد من السمات والخصائص عن غيرها من التكنولوجيات، من أبرزها:¹

1-الفاعلية

وهي إمكانية تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي هناك أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية ما يسمح بخلق نوع من التفاعل.

2-تحديد المستفيد

أي أنه ستنم عملية تبادل المعلومات بدرجة كبيرة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون غيرها، وعادة يستخدم في هذه الحالة شخص يدعى المنسق الذي يقوم بترتيب هذه العملية عن طريق معرفة رغبات المستفيدين وحاجاتهم من المعلومات، وتجهيزهم للقاء مقابل لخدماته.

3-اللاتزامية

تعني إمكانية ترسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط تواجدها في وقت إرسالها، بمعنى استقبالها في الجهاز وتفحصها واستعمالها في وقت الحاجة.

4-قابلية التحرك والحركة

بمعنى إمكانية بث معلومات واستقبالها من أي مكان إلى آخر أثناء حركة المرسل والمستقبل.

5-قابلية التحويل

إمكانية نقل المعلومات من وسيط لأخر باستعمال تقنيات كجمع بالتحويل، مثل تحويل رسالة مسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.

6-قابلية التوصل

إمكانية استعمال أجهزة مصنعة من طرف شركات مختلفة والتوصيل فيما بينها بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه التصنيع.

¹ - بشير كارجة، المرجع السابق، ص: 26.

7- الشبوع والانتشار

قابلية التوسع أكثر لوسائل الاتصال حول العالم وفي الطبقات المختلفة للمجتمع.

8- العالمية والكونية

إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين من مختلف دول العالم ودون عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية.

وهناك أيضا:¹

- تقليص الوقت: السماح بالنقل اللحظي للمعلومات والمعطيات، كما تتيح قواعد البيانات الضخمة الوصول إلى المعلومات المخزنة ببسر وسهولة وفي أقل وقت.
- اقتسام المهام الفكرية مع الآلة: وهذا يعتبر كنتيجة لحدوث التفاعل بين المستخدم والنظام.
- اللاجماهيرية: إمكانية التحكم في إيصال الرسالة سواء من شخص لشخص أو من جهة واحدة إلى مجموعات أو من الكل إلى الكل.
- الانتقال من اللغة الواحدة إلى اللغات المتعددة، والانتقال من الاقتصاد المحلي إلى الاقتصاد العالمي الانتقال من تكنولوجيا التنوع إلى تكنولوجيا التكامل في الاتصال.
- الانتقال من الاعتماد على الثورة المادية إلى الاعتماد على الثورة الفكرية.
- الاهتمام أكثر بكفاءة العنصر البشري والسرعة في أداء الأعمال.

المطلب الرابع: تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في مجال الخدمات

1- تأثير تكنولوجيا المعلومات على المعلومات

إذا كانت المعلومات العلمية والتقنية تكون الغذاء الأساسي للبحث والتنمية في ميادين الصناعة والزراعة والمواصلات، فإنها في الوقت نفسه أساسية بالنسبة للخدمات الاجتماعية الأخرى كالتربية والثقافة والإعلام.

لذا بات الاهتمام بالحصول على المعلومات بصورة سريعة وسهلة أمر جعلنا نضيق أفقا، حيث أصبح كل ما نهتم به هو إرسال واستقبال المعلومة فقط، وإن التركيز الآن في تكنولوجيا المعلومات ينصب على فعالية المعلومات، وسرعتها، وليس على أهميتها، وجميعنا يعرف ويدرك مدى تأثير التقنية

¹ - عفاف خويلا، فعالية النشاط الترويجي في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم اقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2009، ص ص: 47-48.

في المعلومات، وكم رفعت من جودة المعلومات وأهميتها فأضافت إليها المحاور العديدة التي جعلت منها مصدرا من مصادر وخصائص مجتمع أطلق عليه، دون تقييد " ، مجتمع المعلومات"¹.

وقد وقع تأثير التكنولوجيا على المعلومات في كل المراحل التي تمر بها المعلومات، معالجة وتنظيمها، حفظا وتخزينها بثا وتوصيلا، ويظهر من خلال تغيير الأساليب التقليدية اليدوية أو الميكانيكية، في معالجة المعلومات بالطرق الآلية الإلكترونية، ويتجلى هذا التغيير على مستويين هما:

المستوى الأول: التطور الملحوظ على مستوى مؤسسات المعلومات من مكتبات ومراكز معلومات، ودور أرشيف عن طريق إدخال عمل الحاسبات في كل وظائفها لعملية الإثمة.

المستوى الثاني: لقد أدى التلاقي بين تكنولوجيا المعلومات إلى ظهور مؤسسات جديدة ومستحدثة للمعلومات مستفيدة من الثورة الهائلة في تكنولوجيا المعلومات والاتصال مثل: البنوك وقواعد المعلومات وشبكات المعلومات.

لقد أتاحت تكنولوجيا المعلومات مميزات هائلة المعلومات، وجعلتها تتميز بالجودة من جميع الجوانب فاستخدام التقنيات الحديثة للمعلومات والاتصالات اليوم من أجل معالجة المعلومات وتحويرها وتبادلها، وبالأخص منها المعلومات الرقمية، ويعود ظهور التقنيات الحديثة للمعلومات بالأساس إلى التقاء الإعلامية، والاتصالات السمعية البصرية، وهذا الالتقاء والتلاحم أوجد إمكانيات جديدة هي اليوم بصدد تغيير علاقتنا بالمعلومة والمسافة والزمن².

2- تأثير تكنولوجيا المعلومات على خدمة المؤسسة

إن أحوج ما تحتاج إليه المؤسسات في عصر المعلومات الذي يتميز بالانفتاح الاقتصادي وسيطرت الرأسمالي وبروز ثقافة التكتلات على جميع الأصعدة وفي مختلف الميادين هو تكنولوجيا المعلومات على جميع الأصعدة ، بشكل عام لما لها من بالغ الأثر على خدمة المؤسسات وعلى قدرتها التنافسية عبر زيادة تدفق المعلومات، ونقل المعارف وتحسين التنظيم وزيادة القدرة على الابتكار وتطوير المنتجات ويمكن إجمالها في الآتي:

¹ - بيزان حنان الصادق، عصر المعلوماتية ماذا يخفي بين طياته، مجلة المعلوماتية، ع 6 ، 2004 ، ص، 37

² - الصباغ عماد عبد الوهاب، الحاسوب في إدارة الأعمال، أنظمة- تطبيقات الإدارة، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1996، ص 47.

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات على الكفاءة الإنتاجية للمنظمة من خلال اختراع أساليب ونظم متطور عالية الكفاءة لضبط عملية الإنتاج ومراقبة الجودة وتأكيداتها لتشمل جميع عناصر، مكونات المنتجات ووسائل وأساليب إنتاجها وحفظها وتداولها فضلا عن استخدامها كنظم الإنتاج التي تتحكم فيها الحاسبات.
- مساعدة المؤسسات في تنمية الميزة التنافسية عبر استخدام برمجيات التطبيقات الشاملة المتقدمة فضلا عن التطبيقات عبر الانترنت واللذان توفران نظاما يشمل على الكلفة والوقت والجودة وعامل المرونة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات على ربحية المؤسسة وذلك من خلال تطبيق وقرات الكلفة نتيجة تطوير وسائل آليات تنظم الإنتاج للسلع والخدمات بالاستقلال الأمثل للموارد وتقليص الأخطاء، والتي تنسم بغزارة الإنتاج والجودة العالية مما يؤدي إلى إدخال تعديلات في مواصفات السلع والخدمات التي تقدم إلى السوق في أوقات قياسية، بأسعار منخفضة، ولوحظ وجود ارتباط عالي يبلغ نسبة % 76 بين نمو الإنتاجية والاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في العديد م البلدان الصناعية خلال عام 1996 حيث حققت الشركات التي رفعت من استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عملياتها أعلى معدلات النمو.¹
- إعادة هندسة وتنظيم العمل مما دفع بالشركات والمؤسسات إلى إعادة هندسة عملياتها، فأعدت تنظيم هيكلها لتصبح المؤسسة أكثر قدرة على التكيف مع المتغيرات التقنية التي تعتبر المحدد الرئيسي لبقاء المؤسسة في مجال الأعمال .
- لقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات جزء مهم للتكيف مع البيئة لذا أصبحت من إحدى الإستراتيجيات التي يجب أن تتبعها المؤسسات وهذا تعزيزا بطبيعة الحال للاستجابة التنظيمية المطلوبة لإيجاد الحلول للمشاكل المطروحة وكذا توفير خدمات مفصلة حسب رغبة العملاء.
- فقد أصبحت تكنولوجيا الحواسب وشبكات الاتصالات تستعمل في عملية تبادل الأفكار بين المتعاملين وكذا استثمارها وتطويرها.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات اللازمة والاتصالات على أنشطة التخطيط كخدمة إدارية، ويظهر ذلك جليا في تأثير استخدام الحاسوب في تقديم وتحليل المعلومات اللازمة لأداء خدمة العديد من الوظائف. كما أن استخدام الحواسب في تقديم المعلومات أصبحت لا تقل أهمية عن المهام الأخرى

¹ - العلاق بشير، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال: مدخل تشويقي، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص: 295.

- إن تكييف المؤسسات مع تكنولوجيا المعلومات لم تعد كافية خاصة وأنها تتميز بالاستمرارية والسرعة والتعقيد وقوة التأثير وأنها تتميز هي الأخرى بسرعة التغير لذا يجب عليها أن تلجأ إلى الاستخدام الواعي للمعلومات لتحسين مهارات ونوعية الموارد البشرية والاستجابة الفعالة للاحتياجات العملاء والاعتماد الأمثل للمنظمات في التنظيم والإدارة¹
- تحسين مستوى جودة ونوعية ودقة المعلومات المقدمة إلى متخذي القرارات والعاملين على المؤسسات من خلال تقليل الوقت وخفض تكلفة نقل المعلومات وتسهيل عملية تخزينها واسترجاعها خاصة في حالة اتساع السوق وكذا رفع القدرة على المنافسة.
- تمكن تكنولوجيا المعلومات المؤسسة من بناء مصادر معلومات إستراتيجية تمكننا من أخذ فرص تقدم إستراتيجي .
- تستخدم تكنولوجيا المعلومات لتحقيق التنسيق والرقابة والتحكم بهدف تحقيق المرونة والكفاءة والجودة العالية¹.

¹ - العلاق بشير، المرجع السابق، ص: 300.

المبحث الثاني: مفاهيم أساسية حول تحسين الخدمة

تعتبر المؤسسة الخدمائية من بين المؤسسات التي يعتمد نشاطاتها على الصورة الطيبة الراسخة عنها في ذهن الجمهور، والتي تتحقق من خلال جهود العلاقات العامة في تفعيل أداء موظفي المؤسسة الخدمائية، معتمدة في ذلك على أحدث التكنولوجيات في عالم الإعلام والاتصال.

وسيتم التطرق في هذا المبحث إلى المطالب التالية:

- ✓ مفهوم الخدمة
- ✓ مفهوم تحسين الخدمة ومستوياتها
- ✓ أبعاد تحسين الخدمة وخطوات تحقيقها
- ✓ علاقة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بتحسين الخدمة

المطلب الأول: مفهوم الخدمة

أولاً: تعريف الخدمة

تعد الخدمة الطريقة العلمية لخدمة الإنسان والنظام الاجتماعي، الذي يساعد على حل مشكلاته وتنمية قدراته، وهي كذلك ذلك النظام الذي يعمل على حل مشكلات الأفراد أو الجماعات، وتنمية قدراتهم وميولهم، والوصول بهم إلى مستوى من الحياة بشكل يتفق مع رغباتهم الخاصة، من خلال مجموعة من الفوائد أو إشباعات مرتبطة بسلع أو خدمات أخرى غير ملموسة.¹

فقد عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة بأنها: "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة".²

كما عرف "كرونروس" (GRONROOS) أن الخدمة هي "أي نشاط أو سلسلة من الأنشطة ذات طبيعة غير ملموسة في العادة، ولكن ليس ضرورياً أن تحدث عن طريق التفاعل بين المستهلك وموظفي الخدمة، أو الموارد المادية أو السلع أو الأنظمة والتي يتم تقديمها كحلول لمشاكل الزبون".³

¹ - زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق الخدمات، دار الراجحة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011، ص 39.

² - محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، دار المناهج، عمان، الأردن، ط1، 2001، ص 19.

³ - هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط4، 2008، ص 20.

وعرفها كوتلر (KOTLER & ARMSTRONG) على أنها: "نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة أو غير محسوسة ولا يترتب عليها أي ملكية، فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطا بمنتج مادي أو لا يكون".¹

وفي مسعى لتعريف الخدمة ميز شوستاك (SHOSTACK) بين الخدمة الجوهر والعناصر المحيطة بهذا الجوهر، حيث يقول أن هذا التمييز هو أساس يمكن اعتماده لتعريف الخدمة، فالجوهر في عرض الخدمة هو عبارة عن: المخرجات الضرورية لمؤسسة الخدمة والتي تستهدف تقديم منافع غير محسوسة يتطلع إليها المستفيدون.²

ثانياً: خصائص الخدمة

أجمع اغلب الكتاب على أربعة خصائص رئيسية للخدمات بشكل عام والتي تنسب إلى الخدمة والتي تتمثل في:

1- اللاملموسية

إن ابرز ما يميز الخدمة عن السلعة أن الخدمة غير ملموسة. بمعنى انه ليس للخدمة وجود مادي، ومن الناحية العملية فان عمليتي الإنتاج والاستهلاك تحدثان في آن واحد ويترتب على خاصية اللاملموسية صعوبة معاينة أو فحص أو تجربة الخدمة قبل شرائها، بمعنى آخر المستفيد من الخدمة لن يكون قادرا على إصدار قرارات أو إبداء رأي بالخدمة استنادا إلى تقييم محسوس ولتلافي هذي الصعوبة يتطلب الأمر تطوير الصورة الملموسة عن الخدمات، بتوضيح المنافع التي يحصل عليها المستفيد جراء استخدامه للخدمة، بإضفاء جوانب ملموسة على الخدمة مثل: الموقع والمعدات ووسائل الاتصال والبيئة المادية.³

2- التلازمية

هي عبارة عن درجة الترابط بين الخدمة ذاتها، وبين الشخص الذي يتولى تقديمها لأن درجة الترابط أعلى بكثير في الخدمات قياسا إلى السلعة المادية، وتشير خاصية التلازمية في هذي الحالة إلى وجود علاقة مباشرة بين مزود الخدمة والمستفيد، فغالبا ما يتطلب الأمر حضور المستفيد من الخدمة عند تقديمها، وهذا ما يحقق لتسويق الخدمات ميزة خاصة حيث يتم إنتاج الخدمة وتسويقها في آن واحد

¹ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 165.

² حميد الطائي، بشير العلق، مبادئ التسويق الحديث، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2009، ص 139.

³ -Kotler Ph, Armstrong Gary, **Principles of marketing**, Pearson prentice hall, New jersey, USA, 2012 , p : 91.

معاً، كما أن تواجد مزود الخدمة ومنتقليها معاً له تأثير على النتائج المتوقعة من الخدمة وهذا ما يدفع بمؤسسات الخدمة إلى توجيه إمكانياتها نحو تدريب وتأهيل مقدمي الخدمات نظراً لانعكاس مستوى مهاراتهم الإيجابية على عملية تقديم الخدمة وتحقيق ميزة تنافسية لخدماتها.

3- عدم التماثل أو عدم التجانس

تتميز الخدمات بخاصية التباين أو عدم التماثل طالما أنها تعتمد على مهارة أو أسلوب أو كفاءة مزودها وزمان ومكان تقديمها، كون مزود الخدمة يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتماداً على ظروف معينة، وبذلك تتباين الخدمة المقدمة من قبل نفس الشخص أحياناً. والواقع أن خاصية عدم التجانس في تقديم الخدمة، تجعل من غير الممكن لمقدميها تمييز خدماتهم، إذ أن كل وحدة من الخدمة تختلف عن باقي الوحدات في نفس الخدمة.¹

4- الزوالية والفناء

العديد من الخدمات ذات طبيعة هلامية غير قابلة للتخزين، فكلما زادت درجة اللاملموسية للخدمة، انخفضت فرصة تخزينها. بمعنى آخر الخدمات ذات الطبيعة الفنائية لا يمكن حفظها على شكل مخزون، وهذا ما يجعل تكلفة التخزين والإيداع منخفضة نسبياً أو معدومة بشكل كامل في المؤسسات الخدمية .

إلا أن عدم إمكانية التخزين يضع مؤسسة الخدمات في مواجهة تقلبات الطلب ما يشكل ضغطاً على مقدمي الخدمة لتخفيض القدرة الاستيعابية غير المستغلة في أوقات معينة.

5- الملكية

إن عدم انتقال الملكية تمثل صفة واضحة تميز بين الإنتاج السلعي والإنتاج الخدمي وذلك لأن الزبون له فقط الحق باستعمال الخدمة لفترة معينة دون أن يمتلكها، فالدافع يكون بهدف الاستعمال أو الاستئجار للشيء. بينما في حالة شراء السلعة، فالمستهلك له حق التصرف بها.²

ثالثاً: تصنيف الخدمات

في هذا المطلب يتم استعراض تصنيفات الخدمات كما يلي:

1- تصنيف الخدمات

توجد عدة تصنيفات للخدمات وفق المعايير المولية:

¹ حميد الطائي، بشير العلق، مرجع سابق، ص ص 146 - 147.

² هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، مرجع سابق، ص ص 29-30.

1-1-1- التصنيف الأول

1-1-1-1 من حيث الاعتمادية: حيث تتنوع الخدمات على أساس اعتمادها على المعدات أو اعتمادها على الأفراد، كما تتنوع الخدمات التي تعتمد على الأفراد حسب أدائها من قبل عمال مهرة أو غير مهرة، أو من قبل محترفين أو مهنيين.

1-1-1-2 من حيث مشاركة الزبون: حيث تتطلب لعرض الخدمات حضور الزبون ومشاركته للحصول على الخدمة اللائقة، بينما لا تتطلب خدمات أخرى مشاركة الزبون أو حضوره طوال الوقت للحصول على الخدمة.

1-1-1-3 من حيث نوع الحاجة: حيث تتباين الخدمات فيما إذا كانت تحقق حاجة شخصية أو حاجة غير فردية (حاجات الأعمال).

1-1-1-4 من حيث أهداف مزودي الخدمة: حيث تتباين أهداف مزودي الخدمة بين الربحية أو غير الربحية، أو من حيث الملكية (خاصة أو عامة)، فالبرامج التسويقية لمستشفى خاص تختلف عن تلك التي يطبقها مستشفى حكومي أو مستشفى خيرى خاص.¹

2-1- التصنيف الثاني

1-2-1-1 الخدمة الخالصة: وهنا تقوم المؤسسة بتقديم خدمة وحيدة، دون أن يكون ذلك مرتبط بمنتج مادي أو خدمات أخرى مرافقة مثل خدمات التامين، التعليم، دور الحضانه... الخ، هذه الخدمات تتطلب الحضور الشخصي للزبون.

1-2-2-1 الخدمة المرفقة بمنتج مادي: يمكن للمؤسسة تقديم خدمة أساسية مرفقة ببعض المنتجات أو الخدمات المكملة.

1-2-3-1 المنتج المرفق بعدة خدمات: تقدم المؤسسة منتجاتها مرفقة بعدة خدمات مكملة وضرورية فمثلا اقتناء سيارة أو أجهزة كهربومنزلية يتطلب خدمات مرفقة مثل النقل، الصيانة، الضمان... الخ.²

3-1- التصنيف الثالث

1-3-1- حسب الزبون المستفيد

- خدمات استهلاكية: وهي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات شخصية بحتة مثل الخدمات السياحية خدمات النقل... الخ؛

¹ حميد الطائي، بشير العلق، مرجع سابق، ص 141.

² تيسير العجارمة، تسويق مصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2005، ص 21.

- خدمات الأعمال: هي الخدمات التي تقدم لإشباع حاجات المؤسسات، كما هو الحال في الخدمات المالية والمحاسبية... الخ.

1-3-2- حسب درجة كثافة قوة العمل: وتتمثل في:

- خدمات تعتمد على قوة عمل كثيفة ومن أمثلتها: خدمات الديكور، التربية ورعاية الأطفال، خدمات البناء... الخ؛

- خدمات التي تعتمد على المستلزمات والمعدات المادية من أمثلتها خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية، خدمات النقل العام، خدمات الإطعام... الخ.

1-3-3- حسب درجة الاتصال بالمستفيد: تتمثل في ما يلي:

- خدمات ذات اتصال شخصي عالي: مثل خدمات الطبيب، المحامي، الحلاقة... الخ؛

- خدمات ذات اتصال شخصي منخفض: مثل خدمات الصراف الآلي، الخدمات الإلكترونية؛

- خدمات ذات اتصال شخصي متوسط: مثل خدمات المطاعم، خدمات المصرف... الخ.

1-3-4- حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمات: وهي:

- خدمات مهنية: مثل خدمات الأطباء، المحامين، المستشارين الإداريين... الخ؛

- خدمات غير مهنية: مثل حراسة العمارات، الفلاحة، الحدائق... الخ.¹

المطلب الثاني: مفهوم تحسين الخدمة ومستوياتها

يعد موضوع تحسين الخدمة من أكثر الموضوعات التي أشبعت بحثاً ودراسة في مجال تسويق الخدمات، وسبب ذلك يعود إلى كون تحسين الخدمة تمثل الشريان الحيوي الذي يمد المؤسسة بالمزيد من الزبائن الموالين.

1- تعريف تحسين الخدمة

أعطيت عدة تعاريف لتحسين الخدمة منها:

يعرف تحسين الخدمة على أنه: "القدرة على تحقيق رغبات الفرد بالشكل الذي يتطابق مع

توقعاته ويحقق رضاه التام عن الخدمة التي تقدم له."²

¹ - بشير العلاق، حميد الطائي، تسويق الخدمات مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي، دار زهران، الأردن، 2007، ص ص 46-47.

² - أحمد محمود الزامل وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012، ص: 131.

عرفته الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها: "المجموع الكلي للخصائص التي تؤثر في قدرة خدمة معينة على تكييف حاجات ورغبات معينة".¹

- كما يعرف أيضا بأنها: "خلو الخدمة من أي عيب أثناء تقديمها للزبون".²
من التعاريف السابقة يتضح أن لتحسين الخدمة مركبان أساسيان وهما:³

التحسين الفني: Technical quality

تشير إلى الجوانب الكمية للخدمة، بمعنى الجوانب التي يمكن التعبير عنها بشكل كمي.

التحسين الوظيفي Functional quality

تشير إلى الكيفية التي تتم فيها عملية نقل التحسين الفنية للزبون.

2- مستويات تحسين الخدمة

يمكن التمييز بين خمسة مستويات لتحسين الخدمة وهي كما يلي:⁴

3-1- التحسين المتوقعة

مثل التحسين الذي يرى الفرد وجوب توفرها.

3-2- التحسين المدرك من إدارة المؤسسة

هو التحسين التي تراها المؤسسة مناسبة.

3-3- التحسين القياسية

ذلك التحسين الذي يحدد بالموصفات النوعية للخدمة.

3-4- التحسين الفعلية

يمثل التحسين الذي يؤدي بها الخدمة فعلا.

3-5- التحسين المروجة

هو التحسين الذي وعد بها الفرد من خلال الحملات الترويجية.

¹- درمان سليمان صادق النمر ونجلة يونس محمد آل مراد، تسويق الخدمات المصرفية، شركة أبناء شريف الأنصاري للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، 2011، ص: 171

²- أريان باتمر، ترجمة بهاء شاهين وآخرون، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2009، ص: 538.

³- بشير عباس العلق وحמיד عبد النبي الطائي، تسويق الخدمات "مدخل إستراتيجي- وظيفي- تطبيقي"، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص: 256.

⁴- تيسير العفيشات العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2013، ص: 276.

المطلب الثالث: أبعاد تحسين الخدمة وخطوات تحقيقها

توصلت الدراسات إلى أن الفرد لا يدرك التحسين كمفهوم أحادي البعد، وهذا يعني أن تقدير التحسين يتضمن الإدراك لعوامل متعددة يطلق عليها أبعاد تحسين الخدمة.

1- أبعاد تحسين الخدمة

رأى Kotler بأن الأهمية النسبية للأبعاد التي يحكم بها الفرد على تحسين الخدمة هي كالاتي: الاعتمادية 32%، الاستجابة 22%، الثقة 19%، التعاطف 16%، الملموسية 11%¹.

ويمكن سرد هذه الأبعاد كما يلي:²

1-1- الاعتمادية

يتمثل بعد الاعتمادية في إدراك الفرد لمدى الاعتماد على إدارة المؤسسة في تأدية الخدمة باحتراف وجدارة، ويشير إلى المصادقية في القول والعمل والدقة في إنجاز الخدمة.

1-2- الاستجابة

تتمثل في مدى استعداد ورغبة الموظفين في مساعدة الزبائن، كما يعبر هذا البعد عن مدى تواجد الموظفين في كل وقت يكون فيه الفرد بحاجة إليهم.

1-3- الثقة

ما يبذله مقدمو الخدمة من جهد لغرس الثقة لدى الزبائن من خلال ما يبذونه من استعدادات وسلوكيات تعطي الفرد الانطباع بأن اختياره كان صائبا.

1-4- التعاطف

يشير هذا البعد إلى مدى الاهتمام الذي تبديه الإدارة في وموظفيها بحاجات الزبائن وحرصهم على إعطاء المعلومات الكافية، ومدى الاهتمام بحاجات الفرد والعمل على تلبيتها وحسن معاملته.

1-5- العناصر الملموسة

تتمثل في مدى توفير كافة التسهيلات ووسائل الراحة المادية للزبائن، بما يتضمنه ذلك من نظافة وتنظيم وتصميم داخلي...إلخ.

يظهر الجدول الآتي توضيحا لهذه الأبعاد مدعمة بأمثلة:

¹- تيسير العفيشات العجائمة، المرجع السابق، ص: 275.

²- ناجي ذيب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015، ص ص: 305-306.

جدول رقم (01): المعايير المستخدمة للحكم على تحسين الخدمة

المعيار	أمثلة
- إمكانية الاعتماد على الخدمة أي التجانس في الأداء.	- الفاتورة دقيقة وسليمة. - الاحتفاظ بسجلات دقيقة. - وقت الخدمة بدون تأخير.
- الاستجابة السريعة أي رغبة واستعداد العامل لتقديم الخدمة.	- إرسال بيان الصفقة حالاً بالبريد. - عمل مكالمات هاتفية سريعة للزبون. - تقديم الخدمات الفورية بموعد سابق
- الأدب واللطف أي طريقة التعامل من حيث الأدب والصدقة والود.	- مظهر جيد ولباقة - استقبال حار
- السمعة والثقة أي مدى الثقة والمصادقية والأمانة	- اسم الشركة وسمعتها - الخصائص الشخصية للعاملين - طريقة العرض البيعي
- الدليل المادي الملموس أي الدليل المادي للخدمة	- التسهيلات المادية - مظهر الأفراد - الأدوات والمعدات المستخدمة

المصدر: محمد موسى، التسويق وأنواعه "بين الإدارة والتجارة والخدمات"، مكتبة الوفاء القانونية، الطبعة الأولى، الإسكندرية، 2015، ص-ص 224-225.

2- خطوات تحقيق التحسين في خدمة الفرد

تباينت وجهات النظر بشأن الخطوات التي يمكن إتباعها بغية تحقيق التحسين المناسبة لخدمة

الفرد وتحقيق الرضا المستهدف، وسيتم عرض أكثر الخطوات شيوعاً في هذا المجال كما يلي:¹

¹ - علي فلاح الزعبي، إدارة التوزيع "مدخل تطبيقي متكامل"، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2010، ص ص: 279-280.

1- جذب الانتباه وإثارة الاهتمام بالفرد

يكون ذلك من خلال المواقف الإيجابية التي تظهر عادة في مجالات خدمة الفرد، فالاستعداد النفسي والذهني لمقابلة الفرد وحسن المظهر والابتسامة والسلوك الإيجابي الفعال والثقة بالنفس... إلخ، بمثابة صورة ذهنية فاعلة تعزز ولاء الفرد.¹

2- خلق الرغبة لدى الفرد وتحديد حاجاته

يمكن تحقيق ذلك من خلال الاعتماد على المهارات البيعية والتسويقية التي يتميز بها مقدم الخدمة، كالعرض السليم والتركيز على الجوانب الإنسانية كالترحيب والشعور بأهمية توفير متطلبات الحاجات الحالية والمستقبلية للزبون.

3- إقناع الفرد ومعالجة الاعتراضات لديه

يتم ذلك عن طريق التزام مقدم الخدمة بالقاعدة الذهنية في فن التعامل مع الفرد، كذلك بالاعتماد على مبدأ نعم هذا صحيح، مع الإقلال قدر الإمكان من الاعتماد على النفي المباشر، بالإضافة إلى إتباع طريقة التعويض والعكس وطريقة الاستجواب.²

4- التأكد من استمرارية تعامل الفرد مع المؤسسة

عملية التأكد من استمرارية الفرد بالتعامل مع المؤسسة وخلق الولاء لديه تأتي من خلال العديد من الخدمات البيعية والتسويقية التي تشكل مرتكز الصدارة لضمان ولاء الفرد منها:³

- الاهتمام بشكاوي الفرد وملاحظاته، إذ يجب على مقدم الخدمة استيعاب هذه الشكاوي؛
- يجب على مقدم الخدمة أن يكون قادر على كسب ثقة الفرد؛
- محاولة تقديم خدمة متميزة تفوق توقعات الفرد.

هناك عدة خطوات يمكن إتباعها بغية تحسين الخدمات المقدمة، وتتمثل فيما يلي:⁴

- المعرفة الكاملة بسلوك الفرد والتعرف على حاجاته ورغباته، ومن ثم تصميم خدمات تتلاءم معها؛

¹- صليحة رقاد، أهمية جودة الخدمة في تحقيق تميز المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الوطني الثاني حول تسيير المؤسسات، 26 و27 نوفمبر 2007، ص ص: 220-224.

²- خضير كاظم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، عمان، 2007، ص ص: 220 - 224.

³- صليحة رقاد، مرجع سابق، 2007، ص: 137.

⁴- محمد منصور أبو جليل وآخرون، المفاهيم التسويقية الحديثة وأساليبها، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2014، ص: 123.

- التركيز على الجانب الفني لمقدمي الخدمة بإجراء دورات تدريبية لهم لرفع كفاءتهم في خدمة الفرد؛
- اشتراك المديرين الإداريين في جهود ومساعي تحسين تحسين الخدمة؛
- وضع المعايير والمستويات النمطية للخدمات المقدمة للعملاء؛
- أهمية مراعاة اشتراك جميع المديرين في جهود تحسين الخدمات المقدمة ؛
- العمل على تنمية مهارات مقدمي الخدمة بشكل مستمر؛
- تقييم الأداء في مجال تقديم الخدمات المقدمة للتأكد من الممارسة الجيدة لهذا الأداء في ضوء المخطط له، ومع تحديد إجراءات التصحيح المطلوبة؛
- وضع السياسات المناسبة لحل مشكلات العملاء التي قد تطرأ على وجه السرعة.

المطلب الرابع: علاقة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بتحسين الخدمة

قبل التطرق إلى جملة الأدوار يجب في البداية القول أن خبراء الإدارة العامة يعرفون الخدمة العمومية على أنها الحاجات الضرورية لحفظ حياة الإنسان وتأمين رفاهيته والتي يجب توفيرها بالنسبة لغالبية الشعب والالتزام في منهج توفيرها على أن تكون مصلحة الغالبية من المجتمع هي المحرك الأساسي لكل سياسة في شؤون لخدمات بهدف رفع مستوى المعيشة للمواطنين، وقد عمدت العديد من التجارب الحكومية إلى تطبيق الخدمات العامة الالكترونية، بهدف تحقيق مفاهيم تمثل في مضامينها مرتكزات لتحسين الخدمات هي الشفافية، الرقابة، المحاسبة، روح المسؤولية، دولة الحق والقانون، سرعة الاستجابة للخدمات العامة، وحسب الدكتور عمار بوح وش فإنه يلخص مبادئ الإدارة الالكترونية الحكومية فيما يلي¹:

1- تقديم أحسن الخدمات للمواطنين

وهذا الاهتمام بخدمة المواطن يتطلب بيئة عمل فيها تنوع من المهارات والكفاءات المهينة مهنيا لاستخدام التكنولوجيا الحديثة، بشكل يسمح بالتعرف على كل مشكلة يتم تشخيصها، وضرورة انتقاء المعلومات حول جوهر الموضوع والقيام بتحليلات دقيقة وصادقة للمعلومات المتوفرة، مع تحديد نقاط القوة والضعف، واستخلاص النتائج، واقتراح الحلول المناسبة لكل مشكلة.

¹ - العربي بوعمامة، رقاد حليلة، الاتصال العمومي والإدارة الإلكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 09، ديسمبر 2014، ص: 40.

2- التركيز على النتائج

حيث ينصب اهتمام الحكومة الالكترونية على تحويل الأفكار إلى نتائج مجسدة في أرض الواقع، وأن تحقق فوائد للجمهور تتمثل في تخفيف العبء عن المواطنين من حيث الجهد، والمال والوقت، وتوفير خدمة مستمرة على مدار الساعة، دفعا للفواتير عن طريق بطاقات التأمين بدون التنقل إلى مراكز الهاتف، الغاز، لتسديد الرسوم، والفواتير المطلوبة.

3- سهولة الاستعمال والإتاحة للجميع

أي إتاحة تقنيات الحكومة الالكترونية للجميع في المنازل والعمل والمدارس المكتبات لكي يتمكن كل مواطن من التواصل.

4- تخفيض التكاليف

يعني أن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات، وتعدد المنافسين على تقديم الخدمات بأسعار زهيدة يؤدي إلى تخفيض التكاليف.

5- التغير المستمر

وهو مبدأ أساسي في الإدارة الالكترونية، بحكم أنها تسعى بانتظام لتحسين وإثراء ما هو موجود، ورفع مستوى الأداء سواء بقصد رضا الزبائن، أو بقصد التفوق في التنافس.

بالإضافة إلى تقليص الإجراءات الإدارية، فمع توفر المعلومات بشكلها الرقمي تنقلص الأعمال الورقية وتعبئة البيانات يدويا، وزيادة دقة البيانات فالثقة بصحة البيانات المتبادلة التي أعيد استخدامها ستكون مرتفعة وسيغيب القلق من عدم دقة المعلومات أو الأخطاء الناجمة عن الإدخال اليدوي. واستنادا إلى توربان وآخرين أن تكنولوجيا المعلومات تتطور بمعدلات سريعة ومن المتوقع أن تزداد تلك التغيرات في المستقبل مما يسمح بتطبيقات تكنولوجية جديدة وشاملة تؤدي بالتالي إلى تطوير كفاءة المؤسسات وزيادة فعاليتها.

على هذا الأساس يمكن أن نخلص إلى أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تسعى إلى القيام بعدة خدمات في إطار تعاملها مع العميل أهمها¹:

- تبسيط الإجراءات وتقليل كلفتها وإعطاء خدمة أكثر جودة.

¹ - العربي بوعمامة، رقاد حليلة، المرجع السابق، ص: 41.

- اختصار وقت تنفيذ إجراء المعاملات الإدارية بدون أن يضطر العملاء من الانتقال إلى الإدارات شخصيا لإنجاز معاملاتهم مع ما يترافق من إهدار للوقت والجهد والطاقات.
- الدقة والموضوعية في العمليات المنجزة.
- تسهيل الاتصال بين دوائر المؤسسة المختلفة ومع المؤسسات الأخرى داخل وخارج بلد المؤسسة.
- الاستغناء عن المعاملات الورقية وإحلال المكتب الإلكتروني عبر الشبكات الداخلية وشبكة الإنترنت مما يؤثر إيجابيا على عمل المؤسسة. وتعمل الإدارة الإلكترونية كنظام بالتنسيق بين متطلبات تقنيات المعلومات والاتصالات الإلكترونية، المتطلبات المالية، المتطلبات التشريعية، متطلبات تأمين وحماية أعمال ومعاملات الإدارة الإلكترونية كما يلي:
- إدخال البيانات من خلال النظام الفيزيائي للشركة ويتم معالجتها ثم تدخل إلى قاعدة البيانات.
- تستخدم المعلومات كمدخل للتطبيقات التي تعتمد على الكمبيوتر والتي تستخدم في أتمتة المكاتب عن طريق التطبيقات التالية¹:
- معالجة الكلمات.
- البريد الإلكتروني والبريد الصوتي والاجتماعات عن بعد.
- التحاور عن طريق الكمبيوتر.
- قواعد بيانات إدارية مختلفة.
- التطبيقات الأخرى.
- يستخدم بعض التطبيقات التي لا تعتمد على الكمبيوتر.
- الأنظمة الجديدة ستساعد في إنجاز المهام عن طريق الاتصال بين المستخدمين مع بعضهم بعضا أو مع البيئة المحيطة عن طريق الكمبيوتر والاتصالات.

3- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمات وتحقيق الرضا

تعتبر جودة الخدمة إحدى أهم الحلول التي تعتمد عليها المؤسسة في الحصول على الزبائن والحفاظ عليهم، فالاهتمام المتزايد بتحسين الجودة وإنتاج الخدمات وفقا لرغبات وحاجات الزبائن والأداء الجيد لمختلف وظائف المؤسسة (الإنتاجية، المالية، التسويقية) ونتيجة الاستغلال الأمثل لمواردها وأصولها البشرية والتكنولوجية، يؤدي إلى تحقيق أكبر مستوى من الرضا، فالزبون الذي يشعر بالرضا والإشباع

¹ - العربي بوعمامة، رقاد حليلة، المرجع السابق، ص: 43.

والولاء هو الذي يبقي المؤسسة متواجدة في السوق ويدعمها، من خلال وفائه تجاه خدماتها واقتنائها بصفة مستمرة، ولهذا وجب على المؤسسات المصرفية العمل على الإبداع لكي تحسن من جودة خدماتها وتحقيق رضا زبائنها، ويمكن تحقيق هذا من خلال استغلال وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال التي توفر لها ما يلي:¹

3-1- تقديم الخدمات الحرة

بواسطة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يستطيع الزبون تنفيذ الخدمة بنفسه مباشرة دون اللجوء إلى المكان المادي للمؤسسة، أو الاستعانة بأشخاص معينين، ومثال ذلك اللجوء إلى الانترنت ودخول موقع المؤسسة والبحث عن استفسارات أو طلب خدمة معينة؛

3-2- القضاء على زمن الانتظار وضياع الوقت

يتيح استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من قبل المؤسسة والزبائن خلق التفاعل بطريقة مباشرة، وبالتالي كسب الوقت من خلال تلبية المؤسسة لرغبات عدد كبير من الزبائن في وقت واحد من جهة، ومن جهة أخرى تجنب الزبون مشقة الانتقال من مكان إلى آخر، وبالتالي ربح الوقت والقضاء على زمن الانتظار؛

3-3- القضاء على المركزية

يؤدي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتفادي التنقلات والطوابير وغيرها من الأمور التي يستاء منها الزبون والتي تزيد من احتمال تركه واستغائه عن خدمات المؤسسة؛

3-4- تطوير خدمات الاستعلام عن بعد للزبائن

بفضل الوسائل الرقمية يمكن للمؤسسة متابعة زبائنها عن بعد من اجل معرفة أرائهم حول خدماتها، ويكون هذا عن طريق إرسال رسائل عبر البريد الالكتروني أو عبر الهاتف... الخ، وكل هذا لتشعر الزبون انه محل اهتمامها وبالتالي كسب رضاه عنها.

¹ شوقي شادلي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرياح، كلية الحقوق العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2008، ص : 133.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

استعرض العديد من الباحثون العرب والأجانب الدراسات ذات الصلة بموضوع الدراسة وسوف يتم إبراز أهم هذه الدراسات من خلال المطالب التالية كما يلي:

✓ الدراسات المحلية

✓ الدراسات العربية

✓ الدراسات الأجنبية

المطلب الأول: الدراسات المحلية

أولاً: الدراسة الأولى

بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الإقتصادية، دراسة الحالة بالمؤسسة الجزائرية للاتصالات، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، قسم علوم التسيير، قسنطينة، الجزائر، 2012.

1- إشكالية الدراسة

ما هو اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة على التسيير الإستراتيجي للمؤسسات

الاقتصادية؟

2- أهمية الدراسة

إن التأثير الذي أحدثته طفرة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لا زال يتدفق باستمرار وبمعدلات عالية مما يصعب معه تحديد آثاره الحالية والمستقبلية نظرا لان؛ استخدام النظم الالكترونية والرقمية، أدى إلى إحداث تغيرات كبيرة على العديد من المفاهيم الإدارية التي كانت سائدة من قبل، لذا تكمن أهمية الموضوع في:

- أصبح التنافس العالمي يمس كل المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والإدارية، نظرا للانتشار السريع للتطور التكنولوجي خاصة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعليه أصبح مهما جدا التركيز على التسيير الاستراتيجي الذي من شأنه تحقيق مزايا تنافسية للمؤسسات الاقتصادية.

- ضرورة تغيير الأساليب الإدارية التقليدية في المؤسسات الجزائرية، لضمان بقائها واستمراريتها؛

- حداثة الموضوع ، كونه يربط بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، وبالنظر للمزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال مسايرة وتتبع المؤسسة للتطورات التكنولوجية؛

- يعتبر هذا الموضوع إضافة جديدة، ومساهمة في إثراء المجال المعرفي وتدعيم للباحثين والمهتمين للقيام بدراسات جديدة في مثل هذه المواضيع؛
- يساعد هذا الموضوع بدفع المسيرين للمؤسسات الجزائرية إلى إعطاء أهمية قصوى للتسيير الاستراتيجي في ظل تطورات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

3- أهداف البحث

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح جملة من النقاط تتمثل فيما يلي:

- تقديم إطار نظري علمي ومنظم؛ من خلال دراسة أهمية التسيير الاستراتيجي للمنظمات وأهمية استعمال تكنولوجيا نظم المعلومات والاتصالات؛
- تحقيق المؤسسة الاقتصادية للميزة التنافسية مرتبط بشكل رئيسي بالتسيير الاستراتيجي في ظل التنامي الواسع لتطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- إبراز أهم الأدوار الإستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الميزة التنافسية والتطوير التنظيمي وتحقيق الجودة الشاملة وهندسة التحالفات الإستراتيجية؛
- الوقوف على واقع المؤسسة الجزائرية ومدى استفادتها من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- تكمن أهداف البحث في الإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات أو عدم صحتها من خلال الإشارة إلى الوضع الحالي وتقديم تصور حوله.

4- نتائج الدراسة

- من خلال الدراسة المتأنية للموضوع، توصلنا إلى مجموعة من الاستنتاجات، نوجزها فيما يلي:
- ممارسة المؤسسات الاقتصادية سواء كانت خاصة أو عامة لأسلوب التسيير الإستراتيجي بشكل جدي أصبح ضرورة ملحة وحتمية إن أرادت زيادة قدرتها التنافسية والذي أصبح الطريقة الوحيدة التي تضمنها بقائها واستمرارها في سوق تعصف بها رياح التنافس من كل جهة؛
- المؤسسة يجب أن تقوم وباستمرار بتشخيص دقيق وفعال لمتغيرات عمل بيئتها الداخلية لمعرفة ما هي نقاط قوتها وكيف تستفيد منها، وما هي نقاط ضعفها وكيف تعالجها أو تتخلص منها، وفي نفس الوقت دراسة وتشخيص بيئتها الخارجية للوقوف على الفرص الايجابية التي يمكن أن تعززها موقفها التنافسي وكذلك تحضير السيناريوهات اللازمة للرد على مخاطر المحيط؛

- أحدثت التطورات التكنولوجية طفرة اتصالات ومعلومات في كل المجالات فقد عملت على تحويل الاقتصاد التقليدي إلى اقتصاد معرفي تمثل فيه الموارد اللامادية (المعرفة والمعلومات) أهم وسائل الإنتاج؛

- توسيع استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في منظمات الأعمال يؤدي إلى زيادة إيراداتها وتقليل تكاليف الخدمة المعروضة وحل الكثير من المشاكل في البيئة الإدارية؛

- استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن المدراء من الحصول على المعلومات الهامة عن حجم السوق، قوة المنافسين، تغير أذواق المستهلكين، الخصائص الثقافية للمجتمع، الوسائل التكنولوجية المستخدمة من طرف المؤسسات المنافسة إلى غير ذلك، وبالتالي تفعيل الإدارة الإستراتيجية في رسم الاستراتيجيات التنافسية المناسبة؛

- وعي وإدراك المؤسسات بأن أداء الأعمال بكفاءة وفعالية يتطلب استخدام تكنولوجيا متطورة واستثمار في طاقاتها البشرية، من أجل إيجاد برامج لتبسيط وتسهيل إجراءات العمل وتوفير معلومات للعملاء لكسب ولائهم وزيادة عددهم، خاصة وان خدمات مؤسسات الاتصالات الخلوية تتشابه فيما بينها، ويبقى التميز في كيفية انجاز وتقديم الخدمات والعروض هو أساس تحقيق ميزة تنافسية.

ثانيا: الدراسة الثانية

هناك عبدوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية - دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير تخصص تسيير المؤسسات، 2015-2016.

1- إشكالية الدراسة

كيف تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في جعل المؤسسة تكتسب ميزة تنافسية على

مستوى الشركة الجزائرية للهاتف النقال - موبيليس-؟

2- أهمية الدراسة

- تتبع أهمية الدراسة من الأهمية التي تحظى بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في الوقت الحاضر وما تحققه من قوة وتطور للمؤسسات الرائدة؛

أصبح التنافس العالمي يمس كل المؤسسات الاقتصادية والاجتماعية والإدارية، نظرا للانتشار السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وعليه أصبح مهم جدا تركيز المؤسسات اليوم على تحقيق مزايا تنافسية لضمان بقائها في الأسواق؛

- ضرورة تغيير الأساليب الإدارية التقليدية في المؤسسات الجزائرية، لضمان بقائها واستمراريتها؛
- حداثة الموضوع كونه يربط بين متغيرات ذات أهمية بالغة في الوقت الراهن، وبالنظر إلى المزايا العديدة التي يمنحها التطبيق الجيد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات من خلال مسايرة وتتبع المؤسسة للتطورات التكنولوجية؛
- تعزيز القدرات التنافسية للمؤسسة وزيادة حصتها السوقية؛
- يعتبر هذا الموضوع إضافة جديدة، ومساهمة في إثراء المجال المعرفي وتدعيم للباحثين والمهتمين للقيام بدراسات جديدة في مثل هذه المواضيع؛
- يساعد هذا الموضوع بدفع المسيرين للمؤسسات الجزائرية إلى إعطاء أهمية قصوى للتميز في الأسواق في ظل اكتساب تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وحسن استغلالها؛
- قلة الدراسات التطبيقية التي تناولت الموضوع من هذا الجانب.

3- أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى توضيح جملة من النقاط نوجزها فيما يلي:

- تقديم إطار نظري علمي منظم، من خلال دراسة الأهمية البالغة لتكنولوجيات المعلومات والاتصالات بالنسبة للمؤسسة؛
- تحقيق المؤسسة للميزة التنافسية مرتبط بشكل وثيق بالاستخدام الجيد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات بكل أبعادها؛
- إبراز أهم الأدوار الاستراتيجية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة؛
- الوقوف على واقع المؤسسة الجزائرية ومدى استفادتها من تطبيقات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛
- تكمن أهداف الدراسة في الإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات أو عدم صحتها من خلال الإشارة إلى الوضع الحالي وتقديم تصور حوله؛
- تقديم مجموعة من الاقتراحات على ضوء الدراسة التطبيقية للمؤسسة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس كمحاولة لتفادي بعض النقائص الملحوظة.

4- نتائج الدراسة

- تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أحد الموارد الأكثر أهمية في بيئة الأعمال المعاصرة، إذ نجد أن المؤسسات التي تحقق نجاحا ملحوظا في مجال الأعمال هي التي تعتمد بدرجة كبيرة على تلك التكنولوجيات.

- إن الاستثمار في أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (المورد البشري، الأجهزة والمعدات، قواعد البيانات، البرمجيات، الشبكات) من شأنه أن يحقق العديد من المزايا للمؤسسة كتخفيض التكاليف، زيادة الأرباح، الحصول على الجودة وبالتالي تحقيق مزايا تنافسية.

- تعتبر الميزة التنافسية مفهوما جوهريا وهاما بالنسبة للمؤسسات في وقتنا الحالي، إذ أنها تمثل القاسم المشترك لاهتمام علماء التسيير.

- إن اكتساب المؤسسة لميزة تنافسية من شأنه أن يحقق لها أسمى أهدافها ألا وهو تحقيق رضا العملاء، وبالتالي البقاء والاستمرار في السوق.

- تتسارع منظمات الأعمال المعاصرة اليوم نحو الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لما لهذه الأخيرة من مزايا وفوائد تعود بالنفع على المؤسسة.

- هناك عدة عوامل تؤثر في بناء ووضع المؤسسات لإستراتيجية فعالة، لعل من أهمها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات التي أضحت في وقتنا الحالي ضرورة حتمية يستوجب على منظمات الأعمال المعاصرة تبنيها والعمل على تجديدها للتماشى مع التغيرات البيئية التي يشهدها عالم الأعمال اليوم.

- هناك عوامل عديدة ومتعددة خارجية وداخلية تؤثر في أداء المؤسسات، إذ تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات من بين أهم العوامل الداخلية التي تؤثر بدرجة كبير على كل من الأداء الوظيفي، والتنظيمي، وكذا الديناميكي للمؤسسة.

- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بدرجة كبيرة في تحقيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة.

المطلب الثاني: الدراسات العربية

أولا: الدراسة الأولى

كلثم محمد الكبيسي، متطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية في مركز نظم المعلومات التابع للحكومة الالكترونية في دولة قطر، من الجامعة الافتراضية الدولية، استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، قطر، 2008 .

1- إشكالية الدراسة

وتدور إشكالية هذه الدراسة حول استخدام الحاسوب وشبكات الإنترنت في إنجاز الأعمال، وتقديم الخدمات للمواطنين بطريقة الكترونية، وهذا لتطوير طرق العمل التقليدية على طرق أكثر مرونة وفعالية من ناحية، ومن ناحية أخرى الاستفادة من منجزات الثورة التقنية في توفير الوقت والجهد والتكلفة، وهذا قصد تدعيم التواصل بين الإدارة الالكترونية وفروعها وبينها وبين المواطنين.

2- أهمية الدراسة

ولهذه الدراسة أهمية نظرية وتتمثل في حيوية موضوع الدراسة والندرة النسبية في البحوث والدراسات التطبيقية في مجال الإدارة الالكترونية خاصة في أدبيات الإدارة العربية ومحاولة الوقوف عندها، كما تساهم في إيضاح مفهوم ومتطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية ببيان أهميتها للإدارة العامة المعاصرة، وللدراسة أهمية تطبيقية لكونها تنظر في إسهام الإدارة الالكترونية في حالة تطبيقها في دولة قطر من حيث سرعة ودقة وتحسين الأداء ودورها في تعليق إجراءات العمل التقليدية المتبعة في مؤسسات المعلومات في دولة قطر.

3- الهدف من الدراسة

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- التعرف على متطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية في دولة قطر.
- التعرف على مجالات توظيف الإدارة الالكترونية في دولة قطر.
- التعرف على المعوقات التي قد تواجه تطبيق الإدارة الالكترونية داخل مؤسسات المعلومات في دولة قطر.

- التعرف على سبل مواجهة المعوقات التي قد تحول دون تطبيق الإدارة الالكترونية في دولة قطر.

وقد استخدم الباحث منهج البحث المسحي الارتباطي للكشف عن متطلبات تطبيق الإدارة الالكترونية في دولة قطر، وقد استهدفت الدراسة مركز نظم المعلومات ودعم اتخاذ القرار في دولة قطر والتابعة للحكومة الالكترونية.

4- نتائج الدراسة

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج خاصة فيما تعلق بمعوقات الإدارة الالكترونية في

التنظيمات الحكومية نوردتها على النحو التالي:

- ضعف البنية التحتية للمعلومات والاتصالات.

- الأمية الالكترونية لدى قطاعات غير قليلة من المتعاملين مع الجهات الحكومية.
- عدم قدرة التشريعات والنظم الإدارية على مواكبة المستجدات في هذا المضمار.
- ضعف الوعي العام بأهمية ومزايا تطبيقات الإدارة الالكترونية في القطاعات الحكومية.

ثانياً: الدراسة الثانية

غسان العمري، الاستخدام المشترك لتكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة لتحقيق قيمة عالية لأعمال البنوك التجارية الأردنية، -دراسة تطبيقية على البنوك المدرجة في سوق عمان المالي، رسالة دكتوراه غير منشورة، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، عمان، الأردن، 2004.

1- إشكالية الدراسة

فيما يتمثل الاستخدام المشترك لتكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة لتحقيق قيمة عالية لأعمال البنوك التجارية الأردنية؟

2- هدف الدراسة

خلال الدراسة الميدانية توضيح مساهمة تكنولوجيا المعلومات ممثلة في الأبعاد المادية بالدرجة الأولى (تجهيزات، برمجيات، شبكات) ومدى مساندة أنظمة المعلومات للإدارة العليا، واعتمد الباحث على متغيرين مستقلين هما تكنولوجيا المعلومات وعمليات إدارة المعرفة، أما المتغير التابع فتمثل في تحقيق قيمة إضافية لعمليات البنوك

3- نتائج الدراسة

وتوصل الباحث لجملة من النتائج:

- استخدام هذه البنوك لتكنولوجيا متطورة توفر الدعم للإدارة العليا.
- تعمل البنوك على الاستفادة من البيانات الحديثة وتتعامل معها بسرية تامة.
- اكتساب المعرفة وتوليدها في البنوك يتم من المصادر الخارجية أكثر من الداخلية.
- تعتمد البنوك في تخزين المعرفة على نظم المعلومات وما توفره من إمكانيات وقواعد بيانات.
- وجود علاقة قوية ذات دلالة إحصائية بين الاستخدام المشترك لتكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة في زيادة القيمة العالية لأعمال البنوك.
- لا توجد فروق ذات دلالة معنوية للخصائص الشخصية لعينة البحث على الاستخدام المشترك لتكنولوجيا المعلومات وإدارة المعرفة في زيادة قيمة أعمال البنوك.

المطلب الثالث: الدراسات الأجنبية

أولاً: الدراسة الأولى

LEKHAL AMEL, TIC et changement organisationnel Cas pratique : CHIALI TUBE – Sidi –Bel –Abbés, Mémoire de magister En gestion des ressources humaines Option : management des hommes et gouvernance des entreprises , 2010-2011.

1- الإشكالية

كيف تشجع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الشركات على تبني التغيير التنظيمي أو تغيير

تشغيل الأعمال؟

2- أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في:

- ظهور تكنولوجيات جديدة بشكل جذري أو جزئي؛
- تحول عمل المؤسسات؛
- تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على ريادة الأعمال ودورها في تنفيذ التغيير لم يكن يحب أن يكون مهمة سهلة لقادة الأعمال؛
- ظهور التغيير كحل يمكن أن تضمن ميزة تنافسية للشركات.

3- النتائج

- تبدأ الشركات بتغييرات أصبحت ممكنة بفضل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وإعادة تنظيم الشركات على مستوى الهيكل، وإدارة الموارد البشرية والتعلم والمهارات طريقة العمل (الوظيفة، حالة العمل، ...)
- إن جوانب إدارة الشركة هي التي يجب إعادة النظر ، بما في ذلك البرامج التدريبية والاتصالات، لأنها تلعب دوراً داعماً أساسياً خلال تنفيذ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

ثانياً: الدراسة الثانية

MelleBENMEDAKHENE Hanane, Apport des technologies de l'information et de la communication (TIC) a la gestion des ressources humaines - Cas pratique d'E-GRH dans la Région Transport Centre (RTC) / SONATRACH – mémoire de Majister en Sciences de Gestion, 2015-2016.

1- إشكالية الدراسة

"هل هناك مساهمة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) في وظيفة الموارد البشرية (HRF)؟"

2- أهمية وأهداف الدراسة

هذا البحث جزء تظهر أهمية وأهداف البحث من خلال جزأين رئيسيين هما:

- من الناحية الأكاديمية: تعد الإدارة الإلكترونية للموارد البشرية موضوعاً حديثاً جداً ولم تتم مناقشته كثيراً ، ففي الجزائر تم إنجاز القليل جداً من العمل في هذا الموضوع ، وتأتي هذه الدراسة في إجراء صغير جداً يُضاف إلى ذلك.

- من الناحية العملية: يمكن أن يساعد في تزويد الشركة بأساس لبناء نظام معلومات فعال عن الموارد البشرية قائم على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والذي يتيح تداول المعلومات وتبادلها بشكل أفضل. هدفنا الأول في هذا البحث هو تحديد تقنيات المعلومات والاتصالات لإدارة الموارد البشرية في الجزء الأول، ثم في الجزء الثاني نسعى لتحليل تأثير هذه على إدارة الموارد الإنسان الهدف الثاني من هذا الاختيار هو قياس مستوى تكيف موظفي الشركة مع استخدام هذه التقنيات.

3- نتائج الدراسة

إن مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن رؤيتها في تطور وظيفة الموارد البشرية بفضل الأدوات التكنولوجية المستخدمة داخل الشركة ، وكذلك شبكة الكمبيوتر (الإنترنت والإنترانت والإكسترانت) ، حققت وظيفة الموارد البشرية تقدماً حقيقياً ، لكن هذا كان له تأثير كبير على تحديد موقع هذه الوظيفة وتنظيمها في الشركة، وهذا أكد لنا صحة فرضيتنا الثانية.

فيما يتعلق بفرضيتنا الثالثة والأخيرة، وهي المساهمة الأساسية لـ HRIS في أداء وظيفة الموارد البشرية توضح دراستنا العملية أن نظام معلومات الموارد البشرية (HRIS) الذي يدمج البعد التكنولوجي له فوائد ومساهمات متعددة في وظيفة الموارد البشرية داخل الشركة. من ناحية، يسمح بالحصول على مكاسب إنتاجية، من خلال أتمتة الأنشطة ذات القيمة المضافة المنخفضة (عقد العمل، الإجازة، الاتفاقية، إلخ). من ناحية أخرى، يتم استخدام هذه المكاسب في الإنتاجية لتوليد الوقت الذي يمكن تخصيصه للأنشطة ذات القيمة المضافة العالية (التوظيف، التدريب، إدارة المهارات، إلخ). على

الرغم من وجود العديد من التطبيقات داخل هذا النظام والتي لا تعمل بنسبة 100.0 % ومعدل الاستخدام لا يتجاوز 80 % في التوجيه الإداري للشركة.

بالإضافة إلى ذلك، سمحت لنا الدراسة التي أجريناها في شركة RTC وتحليل الاستبيان والمقابلة بتأكيد أن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (ICT) تسمح بوصول أفضل للمعلومات وتسهيل مشاركة هذه المعلومات لجميع موظفي RTC، مما سيؤدي إلى تحسين مستوى أداء المؤسسة. لذلك، فإن التوصيات التي يمكن أن نقدمها لمديري الشركة تشكل الاستغلال الكامل لتقنيات المعلومات والاتصالات المتاحة داخل الشركة، مما سيشجع الشركة تحسين فعالية هذه الخدمات بتوفير التدريب لموظفي الإدارة لزيادة مستوى تكيفهم مع استخدام هذه التقنيات.

خلاصة الفصل

إن التطورات الهائلة التي تشهدها تكنولوجيا المعلومات والاتصال أحدثت تغييرات جذرية في مجال تحسين الخدمات المقدمة من طرف المؤسسات العمومية، مما جعلها تأخذ أشكال أكثر فاعلية ضمن بيئة إلكترونية حيث إفرزات العصر الرقمي تمحورت في التقنيات الرقمية للممارسات الحديثة والمبتكرة في عالم تقديم الخدمات عبر وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية كافة. فانقلنا من التقديم التقليدي للخدمة إلى التقديم الإلكتروني للخدمة.

فمن خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل يبدو لنا جليا ذلك التداخل بين متغيرات الدراسة، فكل من تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الخدمات العمومية بالمؤسسات، فقد تم في البداية تناول مختلف المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال مع إبراز بعض التطبيقات الحديثة في مجال الخدمات ثم تم إظهار مختلف المفاهيم المتعلقة بتحسين الجودة، وتبيان العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والمعلومات بتحسين الخدمة في مختلف المؤسسات ودورها في مساعدة موظفي هذه المؤسسات من خلال إعطائهم الراحة والاطمئنان على سير عملهم وكذلك تقليص الوقت والجهد المبذول من طرفهم.

الفصل الثاني:

دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية

- مطار تبسة -

تمهيد

تم التطرق في الدراسة الميدانية لدور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمة في المؤسسات العمومية (مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية مطار تبسة)، والهدف منها هو إثراء ما جاء في القسم النظري وتدعيم هذا البحث بدراسة تطبيقية وذلك لأجل معرفة مدى تطابق ما هو موجود في الواقع، حيث تم تحليل كل المعلومات المرتبطة بموضوع البحث لتطبيقها ميدانيا وكانت مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية وكالة تبسة هي محل الدراسة الميدانية حيث تم دراسة تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ودورها في تحسين الخدمة في المؤسسات العمومية، وذلك من خلال تقسيم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث وكانت كالآتي:

- ✓ تقديم عام لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية؛
- ✓ الإجراءات المنهجية للدراسة وخصائص عينة الدراسة؛
- ✓ نتائج اختبار فرضيات الدراسة.

المبحث الأول: تقديم عام للمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية هي مؤسسة خدماتية، تضمن النقل الجوي الجزائري الذي يعتبر عنصرا فعالا في التطور الاقتصادي. إذ تعد هذه المؤسسة من أهم وأكبر المؤسسات في قطاع النقل الجوي الجزائري، كما تعد المؤسسة الرائدة في هذا القطاع، فهي تسعى لترسيخ ريادتها من خلال تفعيل التسويق لديها بإنشاء قيمة للزبون الذي يعد رأسمالها الزبوني، فهو لا يقل أهمية عن الأنواع الأخرى لرأس المال باعتباره الثروة المتضمنة في علاقات المؤسسة مع زبائنهم. يتم ذلك من خلال التبنى والاستعمال المكثف والعقلاني لتقنيات التكنولوجيات الحديثة للمعلومات والاتصال، تماشيا والتحديات التي تفرضها التحولات الجزرية التي تفرضها بيئة الأعمال المعاصرة.

وسيتم التطرق في هذا المبحث إلى المطالب التالية:

✓ التعريف بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

✓ تحديات بيئة المؤسسة حقيقة رسمت توجهاتها

✓ خدمات المقدمة من طرف المؤسسة

المطلب الأول: التعريف بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

شهدت الوضعية الاقتصادية في الجزائر حركة مستمرة أدت إلى بها إلى عدة تحولات على مستوى كل القطاعات، وقطاع الخدمات الجوية لم يبق على هامش هذه الحركة بل دخل في خضمها محاولا التماشي ودينامكية اقتصاد السوق، واستطاعت مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بجهودها المتواصلة أن تساهم في تدعيم نسيج النمو الاقتصادي الجزائري.

أولا: نبذة تاريخية عن مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

أنشأت مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية عام 1947، وكانت أول مؤسسة تقوم بمهام النقل الجوي الجزائري، أين كان تعاملها مع الخارج مقتصر على فرنسا فقط، أما داخل الوطن فالنقل عن طريقها كان جد محدود. أما سنة 1953 فقد اندمجت المؤسسة مع مؤسسة النقل الجزائرية، مشكلة بذلك ما يسمى "بالشركة العامة للنقل الجوي" ¹ C.G.T.A وفي 18 فيفري 1963 كان 49 % من رأس مال المؤسسة (CG.T.A) مقسم بين مؤسسة الخطوط الجوية الفرنسية والدولة الفرنسية، ولم تكن المؤسسة الوطنية آنذاك قادرة إلا على تلبية متطلبات المستعمر الفرنسي. لكن بعد الاستقلال قررت

¹ C.G.T.A (Compagne Général du Transport Aérien)

الدولة الجزائرية تأميم هذه المؤسسة وجعلها كوسيلة لاستغلال الملاحة الجوية للبلاد. وفي سنة 1970 اشترت الدولة الجزائرية الأسهم التي كانت ملك للمؤسسات الأجنبية، وأصبح نصيب المؤسسة يبلغ 83%، أما التأميم الكلي فقد كان في 15 ديسمبر 1972 وهذا بعد استرجاعها لبقية الأسهم المقدر ب 17%، وأصبحت بذلك مؤسسة تتمتع بسيادة وطنية 100%، وكان ذلك وفقا للمرسوم رقم 39-75 المؤرخ في 17 فيفري 1975، تم قسمت في سنة 1984 إلى قسمين: الخطوط الجوية الداخلية والخطوط الجوية الخارجية، لكن هذه الهيكلة لم تدم إلا أربعة (04) سنوات، بعدها تم إلغاء هذا التقسيم سنة 1988، واندمجت في مؤسسة واحدة التي هي عليه حاليا تحت اسم مؤسسة "الخطوط الجوية الجزائرية" ((AIR ALGERIE)) وتحتل هذه الأخيرة في يومنا هذا مكانة هامة في الاقتصاد الوطني، كما أنها تحتل المرتبة الثالثة بالنسبة لمؤسسات النقل في أفريقيا من حيث رأس المال .

طبقا للمادة 07 من الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الصادرة في 25 نوفمبر 1984 تعتبر " مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية" مؤسسة عمومية اقتصادية ذات طابع تجاري، تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، لها سمعة تجارية معتبرة في علاقتها مع المتعاملين معها. يقع مقر مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية الرئيسي في منطقة اودان بوسط العاصمة، وتدير عملياتها الدولية من مركزها في مطار هواري بومدين الدولي نحو 39 وجهة في 28 دولة، في كل من أوروبا وأمريكا الشمالية، وإفريقيا، وآسيا، والشرق الأوسط، بالإضافة إلى 32 وجهة محلية، وتمتلك الخطوط الجوية الجزائرية عضوية في اتحاد النقل الجوي الدولي، والاتحاد العربي للنقل الجوي¹، واتحاد شركات الطيران الأفريقية منذ عام 1968. فالخطوط الجوية الجزائرية في طريقها لتوسيع اتفاقيات المشاركة بالرمز، برنامج المسافر الدائم، وصالة المطار مع أعضاء تحالف سكاى تيمو ذلك من أجل الوصول إلى متطلبات طلب العضوية بالتحالف، كما أنها طلبت الانضمام لتحالف ستار أو تحالف سكاى تيم، وقد بدأت بالعمل بالشراكة مع الناقل الألماني لوفتهانزا .

ثانيا: نبذة تاريخية عن مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -وكالة تبسة-

أنشأت وكالة تبسة في 24-02-1975، كما أنشأت المندوبية في 01-10-1981، حيث

تتكون هذه المندوبية من:

الوكالة مقرها في مطار تبسة.

¹ https://ar.wikipedia.org/wiki/Egypt_Air-chief_to_puch-AFRAA-Aaco-co-opération.consultéle :14/12/2015.

وهذا المخطط العملياتي يتكون من خط نقل وطني فقط (تبسة الجزائر العاصمة). الوكالة تبعد 250 كلم عن المقر الجهوي التابعة له والمتواجد في مدينة عنابة. يستطيع مطار تبسة استقبال رحلات دولية وذلك لتوفر الشروط اللازمة سواء على مستوى الاستقبال في المطار الذي يحتوي الظروف الأمنية اللازمة وقاعات الاستقبال وكذلك قاعات الإنتظار. وبالنسبة لمدينة تبسة هي الأخرى تتوفر على عدة مرافق فندقية لاستقبال الزوار القادمين من مختلف الجهات.¹

ثالثا: نشاط مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

تقوم مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بترجمة أهدافها من خلال انجاز نشاطات عدة تتمثل

في:

- المشاركة في إعداد مخططات العقود المتعلقة بالوكالات التابعة للخطوط الجوية الجزائرية والوكالات المعتمدة الخاصة؛
- سن قوانين العبور والعمولات المتعلقة بالنقل الجوي وخدماته؛
- تنظيم وسائل الاتصال بالمطارات قصد تنظيم الرحلات؛
- المساهمة في إعداد عمليات تطوير أنظمة الحجز والتوزيع؛
- دراسة تطوير الأنظمة الخاصة بتوزيع الخدمات؛
- متابعة سيران المبيعات وذلك لمعرفة مدى قابلية وملائمة جانب العرض بالنسبة للطلب وذلك بالتعاون مع الهيكل العادي للعمليات والهيئات المركزية؛
- تكوين رجال البيع وتدريبهم للتأكد من قدراتهم على التعريف بالخدمة؛
- مساعدة مديري الوكالات على إكمال المسؤوليات التي يختصون بها، والمتمثلة في تخفيض نفقات التسويق الذي من خلاله يرفع مستوى الطلب للمؤسسة وتحقيق أرباح معتبرة؛
- تحقيق أكبر قدر ممكن من الحمولة في الطائرة، وكذا الرقابة الآلية للرحلات؛ (ر) المساهمة في حل النزاعات المتعلقة بعملية الحجز؛ (ز) متابعة وتحليل ممارسات المناقشة، وكذا المساهمة في تكوين ورسكلة المراقبين.

¹ - معلومات مقدمة من طرف مدير وكالة تبسة.

المطلب الثاني: الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة

تتمثل الخدمة التي تقدمها مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية جملة من الخدمات المتداخلة المرتبطة بنقل المسافرين، الأمتعة، البضائع، كراء الطائرات والمروحيات الطبية، البريد...، إلا أن مهمتها الرئيسية تتمثل في النقل الجوي للمسافرين محليا أو دوليا.

المديرية المكلفة بإستراتيجية الخدمة هي المديرية الفرعية للبرامج التابعة للقسم التجاري، حيث أنها تقوم بإعداد برامج الرحلات، والطائرات الخاصة بكل خط بعد تلقي المعلومات المناسبة من المديرية الفرعية للبحث والتطوير المحددة لعدد المسافرين وأوقات السفر، والوجهة المقصودة. ويمكن إيجاز مراحل إنتاج الخدمة في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية كما يلي:

أولا: الحجز

يتصل الزبون هاتفيا بمصلحة الحجز المركزي، أو التقرب منها شخصيا، لكي يتحصل على المعلومات اللازمة عن سفره. حيث توفر المؤسسة التذاكر الإلكترونية¹ عوض التذاكر الورقية. إن إصدار التذاكر الإلكترونية في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية يستوجب وجود مجموعة من العناصر المرتبطة والمتكاملة مع بعضها، والمتمثلة في:

1- نظام الحجز الآلي (ABS)²

يسمى هذا النظام التابع لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بـ MARSAH، حيث تتواجد خدماتها في مختلف أنحاء العالم، وهو نظام حجز مرتبط بعدة أنظمة عالمية، بما فيها نظام التوزيع الإجمالي³ (GDS) الذي يسمح لوكالات السفر⁴ المتواجدة بكافة أنحاء العالم بالحجز على خطوط المؤسسة.

¹ - بدأت مؤسسة الخطوط الجزائرية في عملية إصدار التذكرة الإلكترونية بتاريخ 2008/08/31، بحيث تضمن آلية التذاكر الإلكترونية بالإضافة إلى كونها تذكرة سفر، اختيار الدرجة، واختيار وجبات الطعام، والتسجيل المسبق للأمتعة، وطباعة بطاقة الركوب، وإدارة حسابات ولاء الزبائن. بفضل التذكرة الإلكترونية تستغني المؤسسة عن تخزين التذكرة الورقية، وتعويضها بتخزين بيانات الحجز بشكل أمن بنظام الحاسوب الخاص بالمؤسسة.

² - ABS : Automated Booking System

³ - GDS: Global Distribution System

⁴ - Axoss ; Abacus ; World ; Span ; System one ; Sobuc ; Galilo Amadess وكالات السفر المتفرعة في أنحاء العالم). كما تعمل المؤسسة كوكيل عام في الجزائر لعدة طيران أخرى أجنبية، حيث تقوم بعدة وظائف إضافية ومن هذه المؤسسات الخطوط الجوية المالطية، الخطوط الجوية اللبنانية الخطوط الجوية التونسية. أما المؤسسات التي تعمل كوكيل عام لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية هي ليبيريا، إيطاليا، الخطوط الجوية الباكستانية، الخطوط الجوية الأسترالية، بريطانيا للطيران، الخطوط الجوية السويسرية.

2- محرك الحجز عبر الإنترنت (IBE)¹

ويتمثل في محرك بحث على شبكة الانترنت، يتزامن مع برنامج رحلات المؤسسة، وله نفس خصائص الحجز عبر الوكالات.

3- برنامج الرحلات

يتم إعداد برنامج الرحلات وتعديله كل موسم، من طرف المديرية الفرعية للبرامج التي تتكفل بوضع برنامج رحلات المؤسسة بالاعتماد على برمجية الأمتلية بالحاسوب الذي يدعى PC Air Flit، حيث يكون هذا الأخير مرتبط ببرمجية أخرى تكون موجودة على مستوى المديرية الفرعية للحجز، المكلفة بإدخال برنامج الرحلات النظام الحجز وإلى الدليل الرسمي للطيران، ومن تم تزود بها كلا من نظم الحجز الآلي ونظم التوزيع الإجمالي

4- قاعدة بيانات التسعيرة ATPCO

يقوم قسم تسيير الإيرادات في المؤسسة بإدخال التسعيرات² المنشورة في قاعدة بيانات تسمى ATPCO، حيث يتم من خلالها التوزيع الرسمي لتسعيرات جميع مؤسسات النقل الجوي العالمية، بهدف نشرها في الدليل الإجمالي لتسعيرات النقل الجوي، مما يسهل الوصول إليها عبر محركات البحث للتسعيرات. ويمكن الحصول عليها من خلال موقع ويب المؤسسة.

5- خادم الدفع الإلكتروني

وهو النظام الذي يسمح بتحويل أمن للأموال لحساب المؤسسة من خلال موقع البنك BNP Paribas الذي يتأكد من صلاحية، ورصيد البطاقة البنكية الإلكترونية، عن طريق الحجز عبر الانترنت أو عبر الوكالات والدفع باستخدام بطاقة الكترونية³، وكل هذه العملية تتم عبر موقع المؤسسة (www . airalgerie . dz).

عند قيام أي زبون بالحجز عبر الإنترنت، يقوم هذا المحرك بالبحث عن الأماكن المتاحة في نظام MARSAH، بعدها يتم الحجز أوتوماتيكيا لصالح الزبون من طرف هذا النظام. بعد الدفع الإلكتروني عن طريق البنك يمكن للزبون طبع تذكرته أو يمكنه الاكتفاء برمز ملف حجزه لتقديمه في المطار رفقة جواز السفر قبل انطلاق الرحلة.

¹ عند قيام أي زبون بالحجز عبر الإنترنت، يقوم هذا المحرك بالبحث عن الأماكن المتاحة في نظام MARSAH، بعدها يتم الحجز أوتوماتيكيا لصالح الزبون من طرف هذا النظام. بعد الدفع الإلكتروني عن طريق البنك يمكن للزبون طبع تذكرته أو يمكنه الاكتفاء برمز ملف حجزه لتقديمه في المطار رفقة جواز السفر قبل انطلاق الرحلة.

² التسعيرة في مجال الشبكة الوطنية يتم تحديدها من طرف وزارتي النقل والتجارة، فحين تسعيرة الشبكة الدولية تحد من طرف المنظمات الدولية كالجمعية العالمية للنقل الجوي (Algrien TAInternational Association du TransportAlgerien)

³ الدفع الإلكتروني يتم تحت نظام بنكي إلكتروني E

6- تكنولوجيا شبكة الانترنت

الدعم نظام حجز التذاكر الالكترونية، ترتبط مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية بشبكة الانترنت من خلال مزود الانترنت، إلى جانب مجموعة من التطبيقات الداخلية التي تستخدم الشبكة الداخلية للانترنت الانترانت والاكسترانت).

ثانيا: تقديم الخدمة بعد الوصول إلى المطار

هناك خدمة أرضية على مستوى أرضية المطار، وأخرى جوية يتم تقديمها على متن الطائرة، ضمن سلسلة متكاملة تكون حلقاتها الخدمة الجيدة، كما يلي:

1- الخدمة على أرضية المطار

تبدأ الخدمة الأرضية بمجرد ما تطأ قدم الزبون أرضية المطار، بتقديمه إلى المكتب المكلف بالاتصال للتحقق من الحجز، وتقديمه لتذكرة، فإذا كان الحجز مؤكدا بأخذ العون القسيمة المتعلقة برحلة الذهاب ويضع الأمتعة للتسجيل والفحص (عبر السكاير)، ليمر بعدها إلى مكتب الشرطة والجمارك (شرطة الحدود) أين تتم عملية المراقبة والتفتيش للزبون والأمتعة اليدوية التابعة له، بعدها يتوجه مسافروا الدرجة الاقتصادية إلى قاعدة الانتظار، بينما مسافروا الدرجة الأولى ورجال الأعمال فيوجهون إلى غرفة الركوب، وللاتحاق بالطائرة يتم نقل مسافري الدرجة الأولى، ورجال الأعمال بحافلة خاصة تختلف عن حافلات نقل مسافري الدرجة الاقتصادية.

2- الخدمة على متن الطائرة

في إطار سياسة جودة الخدمة، وتحقيق أمن وسلامة الركاب جويا التي تتبناها مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية ضمن القوانين الدولية، بالإضافة إلى احترام الإجراءات التي ينصح بها مصممو الطائرات، فإن المؤسسة ملزمة بتقديم عدة خدمات تختلف حسب الدرجات وحسب مدة الرحلة، وتتمثل هذه الخدمات في الوجبات الغذائية التي تتكفل بها مديرية الكاترينغ (Catering) (الوجبات، الصحف، وسائل التسلية، الأغذية إلى غير ذلك)، بالإضافة إلى لطف ولباقة الموظفين، واستجابة المضيفات الفورية لطلبات ورغبات المسافرين في كل وقت.

3- الخدمة بعد النزول من الطائرة

Visa وهي غير معمة على مستوى المؤسسة، حاليا تقبل مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية البطاقات البنكية الفرنسية، BANKING - card , Carte bleu Master card....

بعد نزول الزبون من الطائرة، يقابل بحسن الاستقبال، ثم استرجاع الحقائب بتوفير عريات حمل الأمتعة، وفي حالة ضياع الأمتعة يتم تعويضها حسب اتفاقية وارسو للطيران (Warsaw). أما الأشخاص المسنين والأطفال غير المرافقين وكذا المعوقين والمرضى، فتخصص لهم خدمة خاصة بقاعة "مرحبا" من طرف موظفين خاصين.

المطلب الثالث: تشخيص البيئة التنظيمية لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

تتواجد مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية في جو تسوده منافسة شديدة، خاصة بعد استتباب الأوضاع الأمنية في الوطن وتحسنها، حيث عادت عدة مؤسسات أجنبية لقطاع النقل الجوي، الأمر الذي أدى إلى زيادة البدائل المتاحة أمام الزبائن على أساس المستوى العالي للخدمات المقدمة من قبل هذه المؤسسات.

تعمل مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية على تجديد وتحديث أسطولها كليا، بتبنيها لمخططات التجديد، سواء تعلق الأمر بشحن البضائع أو بنقل المسافرين للرحلات القصيرة والمتوسطة وكذلك الطويلة، لمختلف الدرجات (الأولى، الأعمال، الاقتصادية)، هذا إلى جانب سعيها المستمر في التجديد والتحديث في سبيل الوصول إلى أعلى درجات الخدمة اللائقة بالزبائن وتحقيق أمنهم، لكسب رضاهم وولائهم لها.

أولا: البيئة التنافسية للمؤسسة دافع للارتقاء إلى مستوى الجودة والحدائق

نظرا لشدة المنافسة على الصعيدين الداخلي والخارجي² في مجال النقل الجوي بالجزائر، اعتمدت مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية جملة من المعايير لتعزيز جهودها لمجابهة المنافسة الشديدة³، بتطوير أساليبها وتحسين خدماتها المقدمة لزبائننا لنيل رضاهم وكسب ولائهم.

1- تطوير جودة الخدمات المقدمة

بعد اشتداد المنافسة وارتفاع مستوى جودة الخدمات المقدمة من قبل المنافسين، عملت مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية على ترقية خدماتها المقدمة وتحسين جودتها (قبل وأثناء وبعد الرحلة) تحت شعار "أسطول حديث، جودة أحسن، مستقبل جديد..."، وعليه قامت بتجديد أسطولها الجوي من خلال

¹ (الملحق رقم: 4-1)

² (الملحق رقم: 4-2)

³ (الملحق رقم: 4-3)

بنيها لمخططات¹ لاقتناء طائرات جديدة من النوع الرفيع (Boeing)، كما عملت على تحديث الشبكة الخارجية للمؤسسة بفتح مجموعة من الخطوط الجديدة، خاصة تلك المتعلقة بالرحلات البعيدة، وذلك من أجل تلبية الطلب المتزايد للزبائن في سبيل استقطابهم وتلبية رغباتهم. بالإضافة إلى تهيئة قاعدة عصرية مجهزة بأحدث التكنولوجيات الخاصة بالصيانة والتدريب على مستوى مطار هواري بومدين. هذا إلى جانب إبرامها لاتفاقيات مع المؤسسة العمومية للسياحة النادي السياحي" بإنشاء فرع خاص بتنظيم رحلات سياحية، مساهمة منها في ترقية الوجهة السياحية الوطنية، وتطوير ملحقات خدماتها. في إطار تحسين فعالية نظام إدارة النوعية لخدماتها طبقا لمعايير الايزو (ISO9001-2008)، كإطار مرجعي لإدارة الجودة سواء لجودة خدماتها، من خلال سياسة الجودة التي تتبناها، أو تحقيق الأمن للرحلات من خلال سياسة الأمن المتبناة من طرف المؤسسة.

2- تخفيض التكاليف

من أجل تخفيض المؤسسة لتكاليفها المرتفعة، والتي كانت تتحملها عملية التوزيع والبيع، قامت بتوفير خدمة الحجز الآلي، والتذاكر الالكترونية عوض التذاكر الورقية، وذلك منذ 31 ماي 2008، فقد كانت تتفق أكثر من 2 . 1 مليار دج على التوزيع والبيع. وزيادة على ذلك كانت الخطوط الجوية الجزائرية تقوم بتصدير ما يفوق 2 مليون تذكرة سنويا، دون أن ننسى العمولات التي كانت تدفعها لوكالات السفر من أجل بيع تذاكرها . أما حاليا وبعد الاعتماد على التذاكر الالكترونية وآلية الحجز الالكتروني، نجحت المؤسسة في اقتصاد تكاليف التوزيع، التي انخفضت إلى ما قارب 1.9 مليار دولار، كما تعتزم المؤسسة تخفيضها إلى أكثر من ذلك مستقبلا، فإنها بذلك قد ارتقت إلى اعتماد

¹ تبنت المؤسسة مخططا خماسيا، لتطوير المؤسسة (2012-2016) بميزانية قدرها 60 مليار دينار، من أجل تعزيز حصصها في السوق خاصة على مستوى الشبكة الدولية، حسبما أعلنه الرئيس المدير العام لمؤسسة (محمد صالح بولطيف)، وأوضح المسؤول ذاته، أن مخطط العمل هذا مكن المؤسسة من "امتلاك وسائل من شأنها ضمان مقاربة مدمجة ومنسقة حول أهداف محددة داخل محاور استراتيجية بالنسبة للسنوات (2016 - 2012)". وشمل المخطط على عشر محاور استراتيجية، تتعلق بإعادة هيكلة الشركة وتحسين حصصها في السوق على الصعيد الوطني والدولي، من أجل بلوغ مستوى يفوق 50%.

طمح هذا المخطط لبلوغ معامل امتلاء متوسط ب 75% خلال فصل الصيف، و62% خلال فصل الشتاء، وتطوير حصصها في السوق على الصعيد الدولي لتصل إلى 50% سنة 2012، و54% سنة 2015. كما أوضح السيد بولطيف، أن تطبيق هذا البرنامج الجديد سيسمح كذلك بنمو حركة المؤسسة بنسبة تفوق 8% على الخطوط الدولية و6% بالنسبة للخطوط الداخلية، ونسبة التزام بالمواقيت ب 70% ابتداء من سنة 2012 . من أجل تجسيد هذه الأهداف، قررت الخطوط الجوية الجزائرية إنشاء أرضية بمطار هواري بومدين الدولي لإطلاق رحلات العبور إلى جانب الرحلات الكلاسيكية التي تقوم بها المؤسسة. كما تعتزم أيضا الانضمام إلى إحدى التحالفات الجوية الثلاثة الكبرى في العالم "سكاي تايم" و"وان وورلد"، و"ستار أليانس" قصد تطوير شبكتها الدولية وعصرنتها.

يكرس مخطط العمل الذي يمتد من (2012- 2016) ما قيمته 45 مليار دينار من ميزانيته الإجمالية لاقتناء ثلاث طائرات ذات- 150 مقعدا لكل منها وطائرتين، وحاويتين لشحن البضائع، إضافة إلى تجديد ثلاث طائرات من نوع "بووينغ 767" التي هي فعلا تشتغل حاليا.

التكنولوجيات الحديثة كاستعمال التذكرة الالكترونية، والبرامج الالكترونية للرحلات التي كانت تتم يدويا، وبهذا اكتسبت ميزة إلى جانب المؤسسات المنافسة.

3- إنشاء قيمة للزبون

تسعى المؤسسة البناء علاقة وثيقة مع الزبائن من خلال تنسيق الجهود بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإدارة التسويق، من أجل الاحتفاظ بهم على المدى الطويل، فهي تعرف أن الزبائن هم العنصر الأكثر أهمية نظرا لمكانته الخاصة في إدارة أعمال المؤسسة وتحقيق التفوق التنافسي، واستدامة الميزة التنافسية التي تسعى لتدعيم ولاء الزبائن عن طريق تعظيم القيم المدركة. أن تفضيلات الزبائن تتغير باستمرار، مما يستدعي فحص واختبار مدى رضاهم عن الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، للوقوف على مدها واتجاهه في ظل المنافسة والظروف التي تنشط فيها. فإن رضا الزبائن يولد زبائن جدد ويقلل من احتمال تسربهم، كما يمكنها من تحديد حصتها السوقية، فهو عامل يقود المؤسسة إلى تطوير خدماتها وتحسينها ويعد كذلك مقياسا لجودة خدماتها.

تتبنى مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية نظاما لفهم سلوكيات الزبائن الذي تنسج خيوطه تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتتمكن من قياس ومراقبة رضا الزبون، وذلك من خلال أدارتها لعلاقتها مع الزبائن لتحقيق رضاهم، وكسب ولاءهم بإنشاء قيمة لهم، بعد فهم حاجاتهم من خلال الحوار المستمر معهم، باستعمال تشكيلة من الوسائل التكنولوجية المختلفة التي تعمل على إبقاء الاتصال الدائم مع الزبائن عبر موقعها الالكتروني، أو وسائل الاتصال الاجتماعي أخرى، مما يمكن إدارة المؤسسة على اتخاذ القرارات بمقابلة حاجات الزبائن بتقديم الخدمة المطلوبة والمناسبة، في إطار التفاعلات العلائقية التي زادت أهميتها بدرجة كبيرة في الآونة الأخيرة.

ثانيا: المقومات التنظيمية للمؤسسة، خطوات ثابتة نحو العصرية والتطور

ترتكز المقومات الأساسية لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية على فكرة الإبداع لتحقيق التميز في قطاع النقل الجوي، وترجم هذه المقومات في:

1- رسالة المؤسسة

تعد مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، المؤسسة الرائدة في قطاع النقل الجوي الوطني، فرسالته تنطوي على الحفاظ على هذه الريادة من خلال الاتجاه بحزم نحو العصرية لضمان رضا الزبائن، كما يعد التميز هو التطلع الدائم للمؤسسة، بتبني سياسة الجودة التي تضمن لها مستوى

عالي من جودة الخدمات المعتمدة على التجديد المستمر المسابير للتطورات التي تستهدفها البيئة التنافسية التي تنشط فيها.

2- ثقافة المؤسسة

ترتكز ثقافة المؤسسة على عدة توجهات، تتكامل فيما بينها لتحقيق أهدافها، تتمثل في:

- **التوجه نحو العصرية:** نجد مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية سباقة في الاتجاه بحزم نحو العصرية، باستخدام تقنيات الاتصال بلغة تكنولوجيا المعلومات الحديثة، التي تمكنها من تحسين أداء عملياتها الداخلية والخارجية اليا.

- **التوجه نحو تحقيق الجودة:** في إطار تحسين فعالية نظام إدارة النوعية لخدماتها وفقا لنص معيار (ISO9001-2008)¹، كإطار مرجعي لإدارة الجودة سواء لجودة خدماتها، من خلال سياسة الجودة التي تتبناها، أو تحقيق الأمن للرحلات من خلال سياسة الأمن المتبناة من طرف المؤسسة.

- **التوجه نحو إرضاء الزبون:** تعتبر الاهتمام بالزبون والتوجه لإرضاءه قصد تحقيق ولاءه، من أهم المقومات التي يركز عليها ثقافة المؤسسة بالدرجة الأولى، حيث تقوم المؤسسة بتقديم أفضل الخدمات للزبائن بما يتوافق وتوقعاتهم، من خلال جسور التواصل معه سواء بالطرق التقليدية أو بأحدث تقنيات التواصل التي تعتبر دعامة إدارة علاقتها مع الزبائن (CRM).

إن ثقافة المؤسسة تترجم ضمن محاور متكاملة، دعامتها الأساسية التوجه بحزم وخطوات ثابتة نحو العصرية وتطبيق التكنولوجيات المتطورة في شتى المجالات، لاسيما مجال تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال التي تكفل لها تحسين أدائها من خلال تلبية حاجات الزبائن، تحقيق الرضا لديهم، في سبيل كسب ولاءهم، خاصة في ظل بيئة نسيجها قوة المنافسة، وتذكرتها البقاء للأقوى.

أما رسالتها فتتبلور في الأهداف التي تم تسطيرها وفق سياسات وبرامج، تهدف بالدرجة الأولى إلى إيلاء الاهتمام بالزبون، بتسخير كل الموارد والإمكانات اللازمة لبلوغ توقعات الزبون وتحقيقها، مستخدمة في ذلك مختلف أساليب الابتكار والإبداع، وأدوات إدارة الجودة وتحقيق الأمن الجوي.

ثالثا: أهداف مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

¹ لائحة ممضاة من طرف رئيس المدير العام لمؤسسة خرج. ج. م.ص بو لطيف بتاريخ 15 أوت 2011، متعلق بسياسة الجودة التي سطرته المؤسسة، وتعهد المؤسسة بتحقيقها جملة وتفصيلا من طرف جميع الموظفين بدءا من رئيس المدير العام إلى أبسط موظف على مستوى المؤسسة. (الملحق رقم: 4)

تسعى مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية إلى تحقيق الأهداف التالية:

- توفير أحسن الظروف للسفر بتقديم أجود الخدمات على مستواها بتهيئة ظروف حسنة للسفر سواء على مستوى الوكالات أو المطارات، أو على متن الطائرة، في سبيل الوصول إلى إشباع حاجات الزبائن وإرضاء رغباتهم لكسب ولاءهم لها، باعتماد برامج الولاء؛
- تعزيز حصصها في السوق بتمديد شبكة خطوطها على الصعدين الوطني والدولي؛
- تحسين صورتها في السوق على الصعدين الوطني والدولي؛
- التحكم في تكنولوجيا صيانة المركبات المختلفة وتطويرها؛
- تفعيل استخدام تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الاتصال، بتلبية المتطلبات الأساسية لتهيئة الأرضية المناسبة لضمان مردودية خدماتها.

وبالفعل فإن ديناميكية البيئة التنافسية وتحدياتها، هي دافع لاستغلال إفرزات التطورات المستمرة في التقنيات الحديثة جعل المؤسسة فعلا تخطو خطوات واسعة للتأقلم والتطورات التكنولوجية السريعة للرد على كل التغيرات الخارجية وذلك بالتجديد لأسطولها الجوي، وكذا التجديد الدوري للتجهيزات والمعدات وتدريب وتكوين الطاقم المكلف باستخدامه. وبإعداد دراسات تقنية من طرف المؤسسة بهدف تنويع الخطوط الموجودة، وفتح خطوط أخرى نحو آسيا، ومواصلة تطوير مهنة صيانة الطائرات، وتدعيم كفاءات الموظفين من خلال إنشاء مركز تختص في ذلك. كما يتعلق الأمر أيضا بوضع نظام شامل خاص بالمعلومات يكون ناجعا وشاملا على مستوى المؤسسة، وتحسين ثروتها العقارية التي ستتوفر قريبا على مقر جديد لمديريتها العامة يجري إنجازه حاليا. كما يتمثل الهدف الآخر المتضمن في المخطط، هو تطوير الاتصال داخل المؤسسة اتجاه الزبائن بهدف ترقية سمعة المؤسسة، ويذكر أن الخطوط الجوية الجزائرية حققت أرقام مبيعات إيجابية معتبرة، واستطاعت توسيع حصصها في السوق على الصعدين الوطني والدولي.

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية للدراسة وخصائص عينة الدراسة

للقوف على واقع دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات في المؤسسات العمومية دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة-، فإن ذلك يستلزم إجراءات منهجية تكون بمثابة المسار الذي يقود إلى الحقائق، لذلك سيتم الاعتماد على استمارة لجمع المعلومات التي من خلالها سيتم الحكم بشكل صائب ودقيق على أهمية موضوع الدراسة. وسيتم تقسيم هذا المبحث إلى المطالب التالية:

- ✓ منهج وإطار الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، الأساليب الإحصائية للتحليل؛
- ✓ أدوات جمع المعلومات، تصميم استمارة الاستبيان واختبار صدقها؛
- ✓ خصائص عينة الدراسة.

المطلب الأول: منهج وإطار الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، الأساليب الإحصائية للتحليل.

من خلال هذا المطلب سيتم تحديد المنهج المعتمد في الدراسة وإطارها، مع تحديد مجتمع الدراسة والعينة المختارة، مع التطرق للأساليب الإحصائية لمعالجة البيانات.

1- منهج وإطار الدراسة

سيتم توضيح ذلك كما يلي:

1-1- منهج الدراسة

المنهج المناسب لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي التحليلي الذي يمتاز بنظرة شمولية واقتترانه بوصف الظاهرة موضوع البحث من حيث التعرف على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات ودورها في تحسين الخدمات في المؤسسات العمومية دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة- محل الدراسة من خلال جمع معلومات دقيقة عن الظاهرة ثم تحليل المعلومات التي سيتم الحصول عليها لاستخلاص نتائج الجانب التطبيقي.

1-2- إطار الدراسة

حدد إطار الدراسة التطبيقية كما يلي:

1-2-1- الإطار المكاني

اقتصرت الدراسة على مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة-

1-2-2-الإطار الزمني

أجريت الدراسة خلال الفترة الممتدة من 01 إلى 15 أفريل 2019، وكان إجراؤها على مراحل انطلاقا من طلب الموافقة ومن ثم جمع المعلومات، إلى غاية توزيع الاستبيانات وجمعها.

1-2-3-الإطار البشري

يتمثل في موظفي مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار -تبسة- وعينة من زبائن المؤسسة

2- مجتمع وعينة الدراسة

من خلال هذا العنصر سيتم تحديد مجتمع الدراسة وكيفية اختيار العينة.

1-2-1- تحديد مجتمع الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من جميع موظفي مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار -تبسة- من 20 موظف، وكذلك عينة من زبائن المؤسسة

2-2- تحديد عينة الدراسة

تتميز عينة الموظفين بأنها عمدية حيث استعمل أسلوب المسح الشامل لكل مجتمع الدراسة، حيث تم توزيع 20 استمارة على موظفي الوكالة استرجعت كاملة، أما بالنسبة لعينة الزبائن فتم سحب عينة عشوائية حيث وزعت 40 استمارة على الزبائن استرجعت 30 استمارة فقط.

والجدول الموالي يوضح ذلك.

جدول رقم (02): نسبة استجابة أفراد العينة وعدد الاستبيانات الموزعة والمسترجعة

العينة	عدد الاستبيانات الموزعة	عدد الاستبيانات المسترجعة والصالحة للتحليل	نسبة الاستجابة
الموظفين	20	20	100%
الزبائن	40	30	80%

المصدر: من إعداد الطالبان.

نلاحظ من الجدول أعلاه أن نسبة الاستجابة كانت كلية 100 % بالنسبة للموظفين و 80 % بالنسبة لزبائن المؤسسة وهذا لأسباب تقنية. وتعتبر هذه النسبة مقبولة لمثل هذا النوع من الدراسات.

3- الأساليب الإحصائية للتحليل

سيتم الاستعانة بالأساليب الإحصائية ضمن البرنامج الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS) لمعالجة البيانات، وتحديدًا سيتم استخدام الأساليب الإحصائية الآتية:

3-1- الأساليب الإحصائية الوصفية

استخدمت للحصول على مؤشرات عامة عن خصائص مجتمع الدراسة، وتتمثل فيما يلي:

- التوزيع التكراري والنسب المئوية والتمثيل البياني: لمعالجة البيانات الديمغرافية والتعرف على خصائص العينة.

- الوسط الحسابي (Mean): مؤشرا لترتيب البنود حسب أهميتها من وجهة نظر أفراد العينة المختارة.¹

- الانحراف المعياري (Déviation Standard): لمعرفة مدى تشتت القيم عن وسطها الحسابي.²

¹ عبد اللاه إبراهيم الفقي، الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014، ص 95-142.

² إبراهيم مراد الدعمة ومازن حسن الباشا، أساسيات في علم الإحصاء مع تطبيقات SPSS، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013، ص: 121.

3-2- الأساليب الإحصائية الاستدلالية

تتمثل فيما يلي:

- معامل ألفا كرونباخ (Cronbach Alpha): لاختبار ثبات أداة الدراسة، تكون نتيجة المقياس مقبولة إحصائياً إذا كانت قيمة ألفا أكبر من (0,6)، وكلما اقتربت من (1) دل ذلك على درجة ثبات أعلى.
- معامل الارتباط البسيط بيرسون (Pearson): لقياس درجة الارتباط والعلاقة بين متغيرات الدراسة.
- الانحدار البسيط: لتحديد تأثير المتغير المستقل على المتغير التابع.¹ و يستخدم لاختبار فرضيات الدراسة، وقد تم اعتماد مستوى معنوية (0,05) لقبول الفرضيات أو رفضها، وهو من المستويات المعنوية المتفق عليها في اختبار الفرضيات.²

المطلب الثاني: أدوات جمع المعلومات، تصميم استمارة الاستبيان واختبار صدقها

تأتي أدوات جمع البيانات تلبية لطبيعة الموضوع وخصوصيته وتبعاً لما تقتضي له الحاجة للإجابة عن التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات.

1- أدوات جمع المعلومات

للحصول على المعلومات التي تستوفي جوانب البحث سيتم الاعتماد على الأدوات الآتية:³

1-1- الملاحظة

تعرف الملاحظة بأنها الانتباه للظواهر أو الحوادث وتتبع سيرورتها خلال مدى زمني يحدده الباحث، حيث استخدمت للتشخيص المباشر لما يحدث داخل المؤسسة محل الدراسة.

1-2- المقابلة

تمثل المقابلة لقاء أو اتصال بين طرفين (سائل ومجيب) للحصول على معلومات وبيانات، حيث تم الاعتماد على المقابلة الشخصية مع بعض إطارات المؤسسة محل الدراسة .

¹ وليد عبد الرحمن خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، إدارة البرامج والشؤون الخارجية، ص: 15 (تم تحميل الملف من الموقع: www.guidespss.com)

² - تائر فيصل شاهر، اختبار الفرضيات الإحصائية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013، ص: 71.

³ - محمد عبد الله العومر، بحوث التسويق بين النظرية والتطبيق، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012، ص: 167-169.

1-3- الاستبيان

عبارة عن نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع الدراسة، حيث يتم الاستعانة بها في جمع أكبر عدد ممكن من المعلومات التي تخص عينة الدراسة وتعتبر عن آرائهم، ولذلك يجب الاعتماد على لغة بسيطة مستوحاة من بيئة العمل.

2- تصميم استمارة الاستبيان

تتكون الاستمارة النهائية من 41 عبارة تغطي متغيرات الدراسة المستقلة والتابعة، حيث سيتم تقسيم الاستمارة كما هو موضح في الجدول الموالي:

جدول رقم (03): توزيع عبارات الاستبيان على محاور الدراسة

عدد العبارات	المحور
19	تكنولوجيا الاتصال والمعلومات
22	تحسين الخدمات

المصدر: من إعداد الطالبان

لقياس رأي أفراد عينة الدراسة بخصوص العبارات التي تضمنها الاستبيان استخدم (مقياس ليكرت Likert)، بحيث سيتم تحديد مجالات الإجابة على العبارات وأوزانها على النحو الآتي:

جدول رقم (04): مجالات الإجابة على أسئلة الاستبيان وأوزانها

المقياس	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5

وسيتم تحديد اتجاه الإجابة حسب قيم المتوسط الحسابي كما يلي:

جدول رقم (05): معايير تحديد الاتجاه

المتوسط المرجح	[1,79-1]	[2,59-1,80]	[3,39-2,60]	[4,19-3,40]	[5-4,20]
اتجاه الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المستوى	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

المصدر: بوقفلول الهادي، تحليل البيانات باستخدام spss، ندوة علمية، جامعة باجي مختار، عنابة، 2013، ص: 24.

3- اختبار صدق أداة الدراسة (الاستمارة)

لاختبار صدق الاستمارة سيتم استخدام الوسائل الآتية:

3-1- الصدق الظاهري

للتحقق من الصدق الظاهري تم عرض الاستمارة على عدد من الأساتذة المتخصصين في العلوم التجارية، لإبداء ملاحظاتهم حول انتماء كل عنصر للمجال الذي يقيسه، وحسن الصياغة ووضوح الأسلوب، مما أدى إلى حذف بعض العبارات وتعديل بعضها وإعادة صياغة البعض الآخر، بناء على ملاحظاتهم واقتراحاتهم وإخراج الاستمارة بشكلها النهائي. أنظر الملحق رقم (06).

3-2- ثبات أداة الدراسة (ألفا كرونباخ)

للتأكد من مصداقية العوامل التي يقيسها الاستبيان تم الاعتماد على اختبار ألفا كرونباخ، والجدول الموالي يوضح ذلك.

جدول رقم (06): قيمة معامل ألفا كرونباخ لمحاور الاستبانة

معامل ألفا كرونباخ	عدد العبارات	محاور الاستبانة
0,951	19	تكنولوجيا المعلومات والاتصال
0,818	22	تحسين الخدمة
0,809	41	المعامل الكلي

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج spss

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن معامل ثبات الاستبيان مرتفع بنسب جيدة، هذا بالنسبة للمعامل الكلي، وأيضا معامل المحاور (المحور المستقل، التابع)، حيث تشير مختلف المعاملات إلى نسبة جيدة وهي أكبر من مستوى الدلالة (60%)، ما يسمح باستخدام هذا الاستبيان والوثوق بالنتائج المتوصل لها.

المطلب الثالث: دراسة خصائص العينة

تقوم هذه الدراسة على عدد من المتغيرات الديمغرافية، وعلى ضوء هذه المتغيرات سيتم وصف عينة الدراسة.

1- البيانات الوصفية العامة الخاصة بموظفي المؤسسة

اشتملت عينة الدراسة على الخصائص الديمغرافية الموالية:

1-1- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

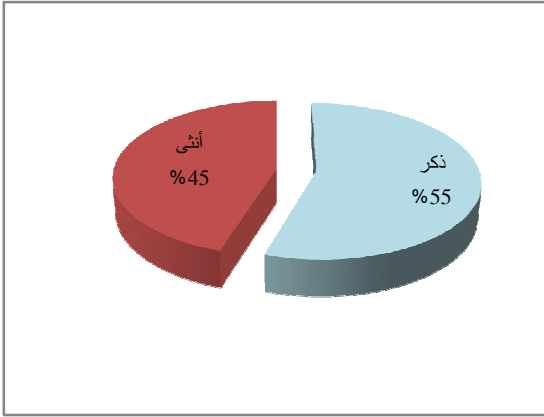
يمثل الجدول والشكل المواليين توزيع العينة حسب متغير الجنس.

جدول رقم(07): توزيع العينة حسب

متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	11	55.0
أنثى	9	45.0
المجموع	20	100

متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

يتضح من الجدول رقم (07) أن نسبة الذكور أعلى من نسبة الإناث، حيث أن ما نسبته 55%

هم من فئة الذكور، في حين قدرت نسبة الإناث بـ 45%.

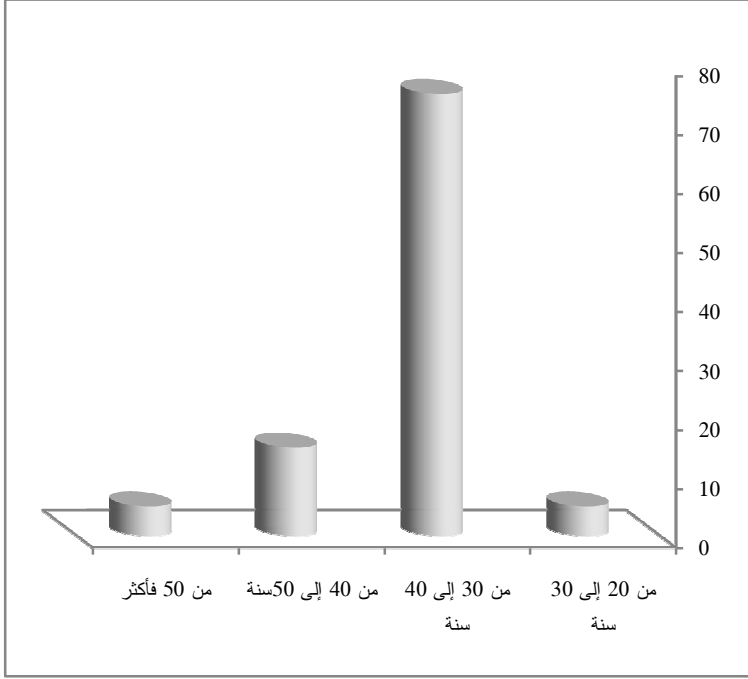
1-2- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

سيتم تبويب مفردات العينة إلى ثلاث فئات حسب متغير السن كما يوضحه الجدول والشكل

الآتيين:

جدول رقم (08): توزيع العينة حسب متغير السن شكل رقم (02): التوزيع البياني للعينة

حسب متغير السن



السن	التكرار	النسبة %
من 20 إلى 30 سنة	1	5.0
من 30 إلى 40 سنة	15	75.0
من 40 إلى 50 سنة	3	15.0
من 50 فأكثر	1	5.0
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

بناء على معطيات الجدول رقم (08) يتبين أن هناك تباين في أعمار أفراد عينة الدراسة،

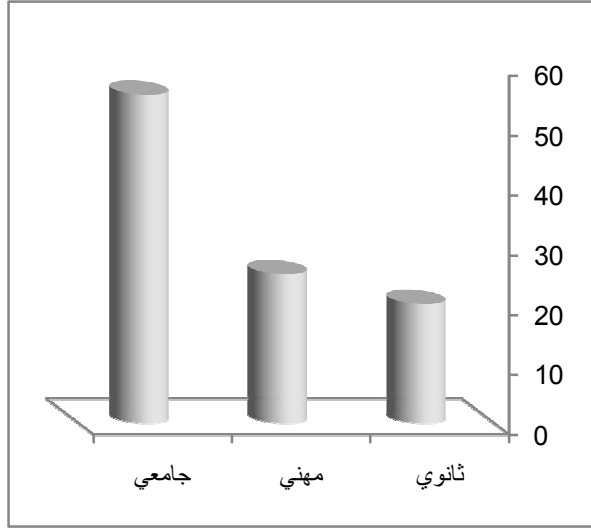
فالفترة العمرية الأكثر تكرارا هي الفئة من 30 سنة إلى 40 سنة بنسبة 75%.

1-3- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول والشكل الموائين توزيع أفراد العينة وفقا للمستوى التعليمي.

جدول رقم (09): توزيع العينة حسب

المستوى التعليمي



شكل رقم (03): التوزيع البياني للعينة حسب

المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ثانوي	04	20
مهني	05	25
جامعي	11	55
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة من فئة المستوى الجامعي بنسبة قدرها 55%

مما يعني أن المؤسسة تعتمد على الكفاءات.

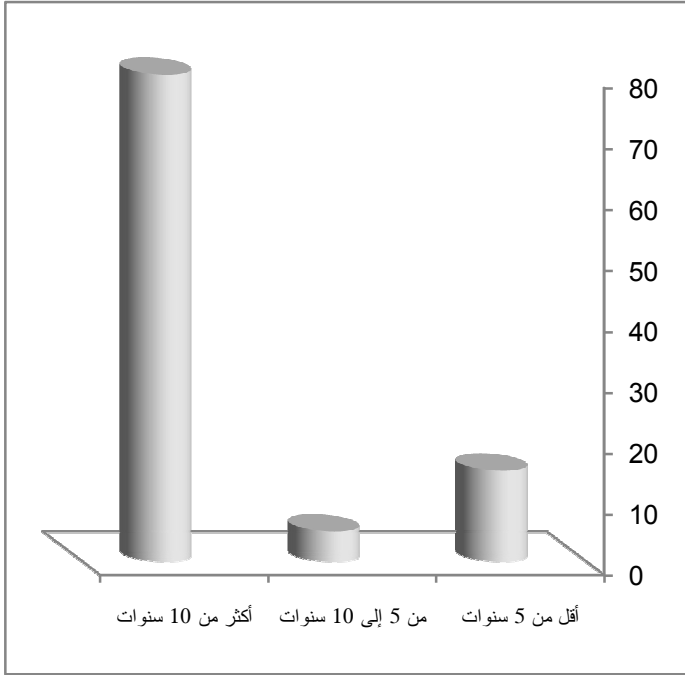
1-4- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الخبرة المهنية

تتصف مفردات العينة باختلاف عدد سنوات الخبرة، كما هو مبين في الجدول والشكل

المواليين.

جدول رقم (10): توزيع العينة حسب متغير الخبرة المهنية شكل رقم (04): التوزيع البياني

للعينة حسب الخبرة المهنية



النسبة %	التكرار	المستوى الوظيفي
15.0	3	أقل من 5 سنوات
5.0	1	من 5 إلى 10 سنوات
80.0	16	أكثر من 10 سنوات
100	20	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

يلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (10) أن المؤسسة تعتمد على الموظفين من أصحاب الخبرة العالية، حيث قدرت نسبتهم 80%، من إجمالي عينة الدراسة، وباقي النسب جاءت كما هو موضح في الجدول أعلاه

1-5- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الوظيفي

تتصف مفردات العينة باختلاف عدد مستواها الوظيفي، كما هو مبين في الجدول والشكل

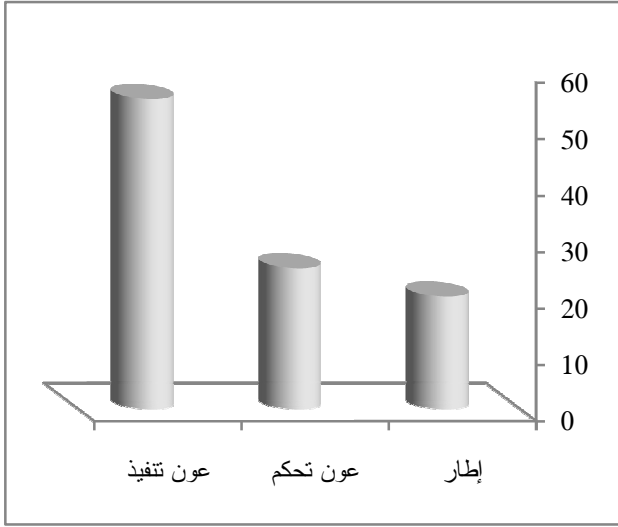
المواليين.

جدول رقم (11): توزيع العينة حسب

شكل رقم (05): التوزيع البياني للعينة حسب

متغير المستوى الوظيفي

متغير المستوى الوظيفي



المستوى الوظيفي	التكرار	النسبة %
إطار	4	20.0
عون تحكم	5	25.0
عون تنفيذ	11	55.0
المجموع	20	100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

يلاحظ من خلال معطيات الجدول رقم (11) أن الوكالة تتوفر على 11 عون تنفيذ بنسبة

55%، تليها ما نسبته 25% من أعوان التنفيذ، وأخيرا نسبة الإطار بما يعادل 20%.

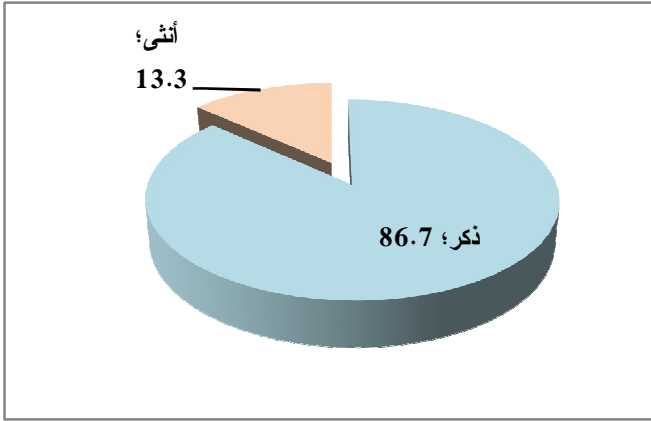
2- البيانات الوصفية العامة الخاصة بزبائن الوكالة

اشتملت عينة الدراسة على الخصائص الديمغرافية الموالية:

2-1- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

يمثل الجدول والشكل المواليين توزيع العينة حسب متغير الجنس.

جدول رقم(12): توزيع العينة حسب الجنس شكل رقم (06): التوزيع البياني للعينة حسب الجنس



الجنس	التكرار	النسبة %
ذكر	26	86.7
أنثى	4	13.3
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

يتبين من الجدول أعلاه أن نسبة الذكور تفوقت بكثير على نسبة الإناث، حيث قدرت نسبة الذكور بـ 86.7%، في حين قدرت نسبة الإناث بـ 13.3%.

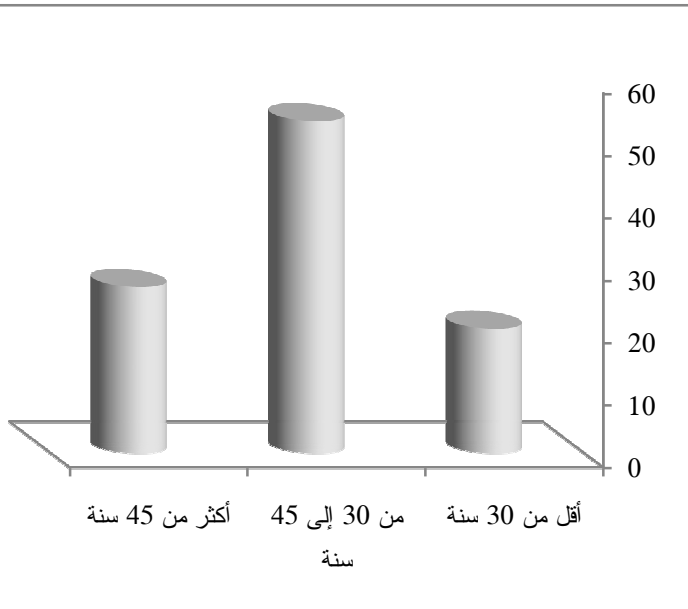
2-2- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

يوضح الجدول والشكل المواليين توزيع العينة حسب متغير السن.

جدول رقم (13): توزيع العينة شكل رقم (07): التوزيع البياني للعينة

حسب متغير السن

حسب متغير السن



السن	التكرار	النسبة %
أقل من 30 سنة	6	20.0
من 30 إلى 45 سنة	16	53.3
أكثر من 45 سنة	8	26.7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال معطيات الجدول رقم (13) يتضح أن أغلبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم من 30

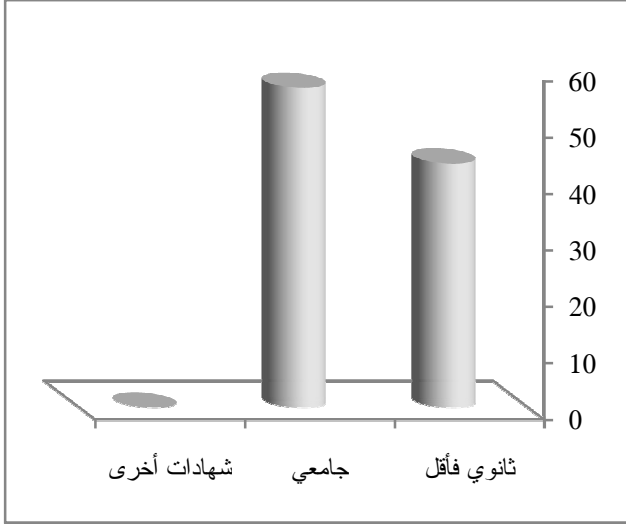
إلى 45 سنة وهو ما نسبته 53.3%، وجاءت باقي النسب متقاربة كما هو موضح في نتائج الجدول.

2-3- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول والشكل الموائين توزيع أفراد العينة وفقا للمستوى التعليمي.

جدول رقم (14): توزيع العينة حسب شكل رقم (08): التوزيع البياني للعينة حسب

المستوى التعليمي



المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ثانوي فأقل	13	43.3
جامعي	17	56.7
شهادات أخرى	00	00
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة من فئة المستوى الجامعي بنسبة قدرها

56.7%، مما يعني أن المؤسسة تعتمد على الكفاءات، ونلاحظ غياب فئة الشهادات الأخرى، حيث لم

تسجل أي نسبة.

2-4- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المهنة

يوضح الجدول والشكل الموائين توزيع أفراد العينة وفقا لمتغير المهنة.

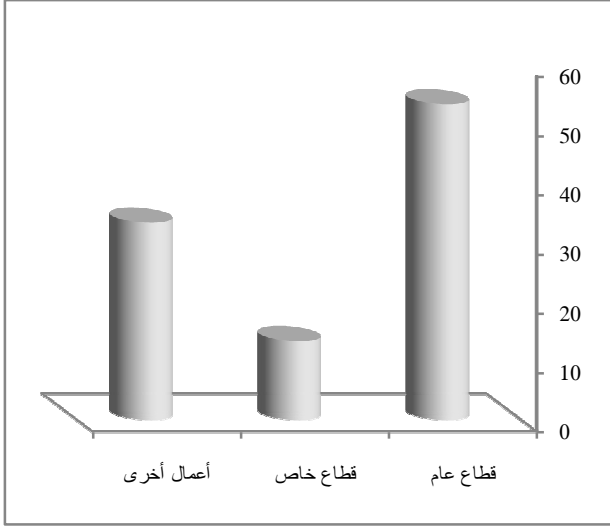
جدول رقم (15): توزيع العينة حسب

متغير المهنة

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
53.3	16	قطاع عام
13.3	4	قطاع خاص
33.3	10	أعمال أخرى
100	30	المجموع

شكل رقم (09): التوزيع البياني للعينة حسب

متغير المهنة



المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

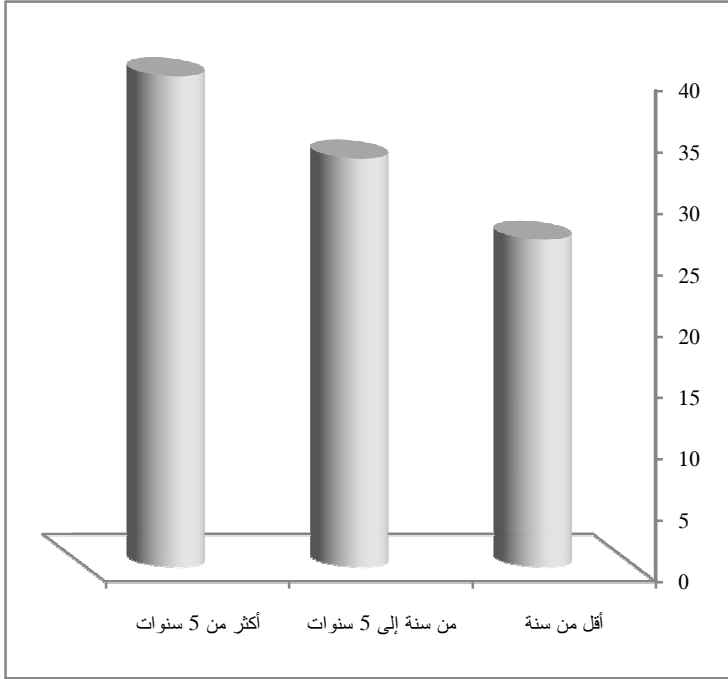
يلاحظ من الجدول أعلاه أن أغلبية أفراد العينة فيما يخص متغير المهنة كان أغلبهم من عينة القطاع العام، حيث قدرت نسبتهم 53.3% مما يعني أن المؤسسة تتعامل أكثر مع الزبائن الموظفين في القطاع العام.

2-3- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مدة التعامل مع المؤسسة

تختلف مدة التعامل مع المؤسسة من زبون لآخر، وهو ما يوضحه الجدول والشكل المواليين.

شكل رقم (10): التوزيع البياني للعينة حسب

مدة التعامل مع المؤسسة



جدول رقم (16): توزيع العينة حسب متغير

مدة التعامل مع المؤسسة

النسبة %	التكرار	مدة التعامل مع البنك
26.7	8	أقل من سنة
33.3	10	من سنة إلى 5 سنوات
40.0	12	أكثر من 5 سنوات
100	30	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

تشير معطيات الجدول رقم (16) أن نسبة الزبائن الذين مدة تعاملهم مع المؤسسة أكثر من 5 سنوات تمثل 40% وهي نسبة معتبرة مما يعني أن الوكالة تحافظ على زبائنها الحاليين، تليها مدة التعامل التي تتراوح من سنة إلى 5 سنوات بنسبة 33.3% والتي تعبر عن رغبة الزبائن في استمرار التعامل، في حين أن الزبائن الذين مدة تعاملهم أقل من سنة نسبتهم تقدر بـ 26.7% أي أن هناك زبائن فضلوا التعامل مع المؤسسة، وعليها الاهتمام بهم والتعرف عما يرغبون في الحصول عليه.

2-4- توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الدخل

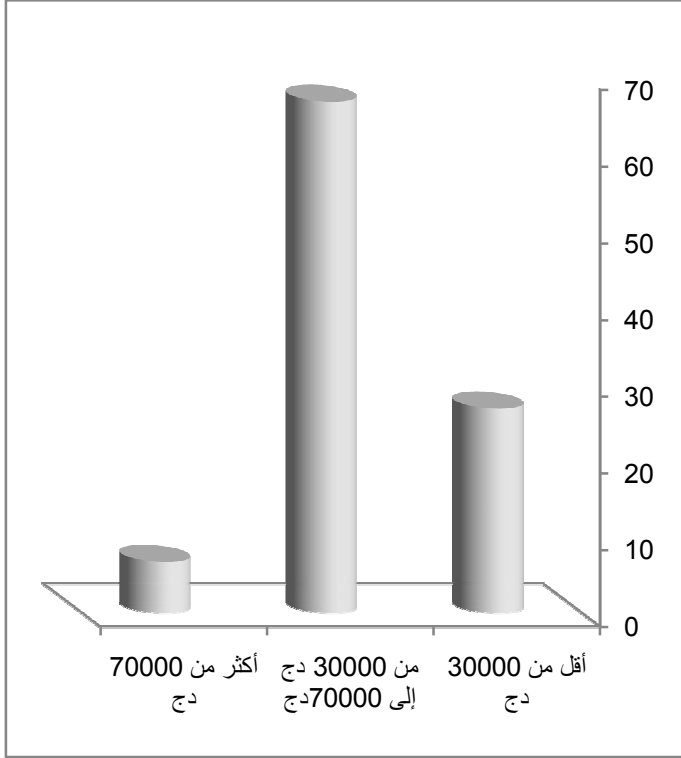
يوضح الجدول والشكل الموالين دخل عينة الدراسة.

شكل رقم (11): التوزيع البياني للعينة

جدول رقم (17): توزيع العينة

حسب متغير الدخل

حسب متغير الدخل



الدخل	التكرار	النسبة %
أقل من 30000 دج	8	26.7
من 30000 دج إلى 70000 دج	20	66.7
أكثر من 70000 دج	2	6.7
المجموع	30	100

المصدر: من إعداد الطالبان بالاعتماد على نتائج SPSS

من خلال نتائج الجدول رقم (17) يتضح أن ما نسبته 66.7% يتراوح مستوى دخلهم من

30000 دج إلى 70000 دج وهذا يعني أن المؤسسة تتعامل مع الزبائن أصحاب الدخل المتوسط.

المبحث الثالث: نتائج اختبار فرضيات الدراسة

يتضمن هذا المبحث عرض وتفسير النتائج ومناقشتها من خلال ما تم التوصل إليه في أدوات الدراسة، إذ هدفت إلى معرفة دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية.

✓ تحليل فقرات محاور الدراسة؛

✓ نتائج اختبار الفرضية الرئيسية؛

المطلب الأول: تحليل فقرات محاور الدراسة

في هذا المطلب سيتم عرض البيانات الأساسية والتي تمثل استنتاجات أفراد المجتمع نحو متغيرات الواردة في أداة الدراسة المتمثلة في الاستبيان، وقد تم الاستعانة في ذلك ببرنامج (spss).

أولا : عرض نتائج المحور الأول (تكنولوجيا المعلومات والاتصال)

يتضمن هذا الجزء نتائج دراسة المتغير المستقل (تحسين الخدمة) وذلك من خلال تحليل عبارات المحور بأبعاده.

1- استجابات أفراد مجتمع الدراسة فيما يتعلق بمحور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

يتم اختبار بيانات هذا المحور من خلال الفقرات من (1-19) من حيث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

الجدول رقم(18): استجابة أفراد مجتمع الدراسة نحو المتغير المستقل تكنولوجيا الاتصال

والمعلومات

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	المستوى
1	يمكنك الاتصال مع زملائك في أي وقت وفي أي مكان من الشركة	3.50	1.357	17	موافق	مرتفع
2	هناك سهولة في إجراء عملية الاتصال الداخلي بالشركة؟	3.50	1.433	18	موافق	مرتفع
3	يمكنك الحصول على المعلومة المناسبة في الوقت المناسب	3.40	1.392	19	موافق	مرتفع
4	يعتبر الاتصال الداخلي عامل رئيسي في عمك داخل الشركة.	4.65	0.745	2	موافق بشدة	مرتفع جدا
5	تطوير وسائل الاتصال داخل الشركة يحسن من أداء عمك	4.80	0.410	1	موافق بشدة	مرتفع جدا
6	تعمل الوسائل الحديثة للاتصال على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز الأعمال	4.35	1.089	6	موافق بشدة	مرتفع جدا
7	تعمل الوسائل الحديثة للاتصال على زيادة التنسيق بين الأقسام الداخلية للشركة	4.60	0.503	3	موافق بشدة	مرتفع جدا
8	توفر الشركة الحواسيب لممارسة أعمالها	4.45	0.759	4	موافق بشدة	مرتفع جدا
9	تؤمن الشركة لموظفيها أحدث التقنيات والبرامج التي تخدم وظائفهم	3.90	1.447	13	موافق	مرتفع
10	تتوجه الشركة للعمل الإلكتروني من خلال	4.00	1.487	10	موافق	مرتفع

					الانترنت لمساعدة موظفيها في تعاملهم مع الزبون	
مرتفع	موافق	9	1.226	4.15	تبني الشركة علاقة إيجابية بين الموظفين لنجاح تطبيق تكنولوجيا المعلومات	11
مرتفع	موافق	16	1.395	3.55	تضع الشركة لموظفيها إستراتيجية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تتناسب مع المتطلبات العصرية	12
مرتفع	موافق	11	1.234	3.95	إستراتيجية الشركة تعنى بموقعها الإلكتروني وشكله ومضمونه	13
مرتفع جدا	موافق بشدة	8	1.005	4.20	تشارك الشركة بصفة دائمة بالانترنت في إطار نشاطاتها	14
مرتفع	موافق	15	1.436	3.80	تنشر الشركة ثقافة استخدام التقنيات الحديثة بين المتعاملين معها	15
مرتفع	موافق	12	1.395	3.95	تهتم الشركة بمساعدة موظفيها من خلال تصميم برامج تدريب للتعلم تعنى بتكنولوجيا المعلومات	16
مرتفع	موافق	14	1.461	3.85	تؤهل الشركة موظفيها لاستخدام تكنولوجيا المعلومات	17
مرتفع جدا	موافق بشدة	7	1.129	4.30	تملك الشركة صفحات رسمية على شبكة الانترنت تعرف بها وبخدماتها	18
مرتفع	موافق	5	0.945	4.45	للشركة شبكة اتصال محلية تساهم في تسهيل مهامها	19
مرتفع	موافق	/	.872	4.07	إجمالي درجة المحور	

المصدر: من أعداد الطالبين بالاعتماد على تحليل نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم (06)).

يتضح من خلال الجدول السابق أن استجابات أفراد مجتمع الدراسة تتجه نحو الموافقة وبنسب جيدة بالنسبة لكل عبارات هذا المحور، حيث بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال 4.07 (الدرجة الكلية)، كما أكدت النتائج المسجلة في الانحراف المعياري لكافة فقرات المجال 0.872 مما يعني أن موظفوا مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة- يوافقون على كل عبارات هذا المحور، وهو ما يدل على أنهم لديهم إجماع على الإجابة على أغلب الأسئلة التي تخص محور تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وقد اتجهت عينة الدراسة بالموافقة وبشدة ونسب مرتفع جدا بالنسبة للعبارات (5،4،6،7،8،14،18)، وهذا ما يدل على أن عينة الدراسة تؤكد وبشدة على أن الاتصال الداخلي يعتبر عامل رئيسي في العمل داخل المؤسسة ويحسن تطوير وسائل الاتصال داخل الشركة من أداء العمل، وكذلك أن الوسائل الحديثة للاتصال تعمل على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز الأعمال وزيادة التنسيق بين الأقسام الداخلية للمؤسسة وأنها توفر الحواسيب لممارسة أعمالها، وأن المؤسسة تشترك بصفة دائمة بالانترنت في إطار نشاطاتها وتمتلك صفحات رسمية على شبكة الانترنت تعرف بها وبخدماتها.

2- استجابات أفراد مجتمع الدراسة فيما يتعلق بمحور تحسين الخدمات

يتم اختبار بيانات هذا المحور من خلال الفقرات من (20-41) من حيث المتوسط الحسابي والانحراف المعياري.

الجدول رقم (19): استجابة أفراد مجتمع الدراسة نحو المتغير التابع تحسين الخدمات

الرقم	العبرة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الدرجة	الاتجاه	المستوى
20	تعمل الشركة على تحديث مظهرها العام باستمرار	4.47	0.571	1	موافق بشدة	مرتفع جدا
21	تقوم الشركة بتجديد الديكور ولباس العمال بشكل جذاب يروق الزبائن	4.07	0.521	15	موافق	مرتفع
22	تجدد المؤسسة تجهيزاتها بما يتناسب والخدمات الجديدة	4.37	.809	5	موافق بشدة	مرتفع جدا

مرتفع	موافق	12	0.712	4.10	عصرنة الهيكل الوظيفي للشركة يسهل الاتصال مع مقدمي الخدمات	23
مرتفع جدا	موافق بشدة	7	0.702	4.30	تقوم الشركة بإبتكار وإدخال خدمة جديدة على التشكيلة الحالية للخدمات	24
مرتفع جدا	موافق بشدة	3	0.728	4.43	تحسن الشركة وتسهل طرق تقديم الخدمات الجديدة في موعدها بدقة وكفاءة عالية.	25
مرتفع جدا	موافق بشدة	4	0.718	4.37	تعمل الشركة على تعزيز مصداقيتها بالوفاء بالتزاماتها اتجاه زبائنها	26
مرتفع جدا	موافق بشدة	10	1.006	4.23	تطور الشركة أساليب جديدة تساعد على حل مشاكل الزبائن.	27
مرتفع جدا	موافق بشدة	9	0.935	4.23	تعمل الشركة على تطوير نظام تخزين معلومات زبائنها دون أخطاء	28
مرتفع جدا	موافق بشدة	2	0.730	4.47	يستجيب موظفوا الشركة لمطالب الزبائن رغم ضغوط العمل	29
مرتفع جدا	موافق بشدة	6	0.758	4.33	فترة انتظار الحصول على الخدمة تستغرق وقتا قصيرا	30
مرتفع	موافق	18	0.860	3.87	شركة الخطوط الجوية الجزائرية تحسن باستمرار أسلوب فهم ومعرفة حاجات وتطلعات زبائنها	31
مرتفع جدا	موافق بشدة	8	0.583	4.27	تستجيب الشركة بسرعة لشكاوي الزبائن واستفساراتهم	32
مرتفع جدا	موافق بشدة	18	0.874	3.83	هناك شعور بالأمان عند استعمالك الخدمات الجديدة لشركة الخطوط الجوية	33

					الجزائرية	
مرتفع	موافق	17	0.944	3.93	تعتمد الشركة أساليب وطرق مبتكرة تعزز الثقة بمقدمي الخدمة	34
مرتفع	موافق	21	0.932	3.40	تعمل الشركة باستمرار على مراعاة جانب الخصوصية والسرية لبيانات زبائنها	35
مرتفع	موافق	20	0.765	3.63	تحرص الشركة باستمرار على تقديم ضمانات عن خدماتها الجديدة	36
مرتفع	موافق	19	0.935	3.77	تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها	37
مرتفع	موافق	16	0.850	3.97	أحصل على نصائح وتوجيهات عند التعامل مع الشركة	38
مرتفع	موافق	13	0.803	4.10	أحصل على التعاطف والدعم عند مواجهة المشاكل	39
مرتفع	موافق	11	0.834	4.17	هناك حسن معاملة للزبون واحترامه وتقدير ظروفه في الشركة	40
مرتفع	موافق	22	1.351	3.03	هناك روح مرحة لموظفي شركة الخطوط الجوية الجزائرية وصدافة في التعامل مع الزبون	41
مرتفع	موافق	/	.379	4.06	إجمالي درجة المحور	

المصدر: من أعداد الطالبين بالاعتماد على تحليل نتائج SPSS (أنظر الملحق رقم (06)).

يتضح من خلال الجدول السابق أن استجابات أفراد مجتمع الدراسة تتجه نحو الموافقة وبنسب جيدة بالنسبة لكل عبارات هذا المحور، حيث بلغ المتوسط الحسابي لجميع فقرات المجال 4.06 (الدرجة الكلية)، كما أكدت النتائج المسجلة في الانحراف المعياري لكافة فقرات المجال 0.379، وهي نسبة منخفضة تدل على أن عينة الدراسة ليس لديها اختلاف كبير حول محور تحسين الخدمات

بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة- مما يعني أن زبائن مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية يوافقون على كل عبارات هذا المحور، وهو ما يدل على أنهم لديهم إجماع على الإجابة على أغلب الأسئلة التي تخص محور تحسين الخدمات، وقد اتجهت عينة الدراسة بالموافقة وبشدة ونسب مرتفع جدا بالنسبة للعبارات (20، 21، 22، 24، 25، 26، 27، 28، 29، 30، 32، 33)، وهذا ما يدل على أن عينة الدراسة تؤكد وبشدة على أن المؤسسة تعمل على تحديث مظهرها العام باستمرار وتقوم بتجديد الديكور ولباس العمال بشكل جذاب يروق الزبائن وتجدد المؤسسة تجهيزاتها بما يتناسب والخدمات الجديدة، كما تقوم بإبتكار وإدخال خدمة جديدة على التشكيلة الحالية للخدمات وتقوم بتحسين وتسهيل طرق تقديم الخدمات الجديدة في موعدها بدقة وكفاءة عالية وتعمل الشركة على تعزيز مصداقيتها بالوفاء بالتزاماتها اتجاه زبائنها وتطور المؤسسة أساليب جديدة تساعد على حل مشاكل الزبائن، وتؤكد عينة الدراسة أن المؤسسة تعمل على تطوير نظام تخزين معلومات زبائنها دون أخطاء ويستجيب موظفوا الشركة لمطالب الزبائن رغم ضغوط العمل وأن فترة انتظار الحصول على الخدمة تستغرق وقتا قصيرا، وتستجيب المؤسسة بسرعة لشكاوي الزبائن واستفساراتهم وأن هناك شعور بالأمان عند استعمالك الخدمات الجديدة لشركة الخطوط الجوية الجزائرية.

المطلب الثاني: نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

يتضمن هذا المطلب عرض وتفسير النتائج ومناقشتها من خلال ما تم التوصل إليه في أدوات الدراسة من أجل معرفة العلاقة بين تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتي تحسين الخدمات في مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة.

1- اختبار التوزيع الطبيعي

قبل تطبيق تحليل الانحدار لإختبار الفرضية الرئيسية تم إجراء إختبار كلمجروف-سمرنوف (Kolmogorov-Simirnov) من أجل ضمان ملائمة البيانات لإفتراضات تحليل الانحدار أو بعبارة أخرى للتحقق من مدى إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي (Normal Distribution) كإختبار ضروري للفرضيات لأن معظم الإختبارات المعلمية تشترط أن يكون توزيع البيانات طبيعيا.

وقد تم إجراء الإختبار بعد توزيع كل الإستمارات وجمعها من قبل أفراد عينة الدراسة، وكانت

النتائج: كما يوضحها الجدول التالي

الجدول رقم (20): نتائج التوزيع الطبيعي

محتوى المحور	قيمة Z	مستوى الدلالة (sing)	محاور الاستبيان
تكنولوجيا الاتصال والمعلومات	0.871	0.434	المحور الأول
تحسين الخدمات	0.930	0.353	المحور الثاني
	0.710	0.694	الاستبيان ككل

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن قيمة مستوى الدلالة لكل محور أكبر من (0.05)، أي أن ($\text{sing} > 0.05$) وهذا يدل على أن البيانات تتبع التوزيع الطبيعي ويمكن استخدام الاختبارات المعلمية.

2- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

سيتم اختبار إحدى الفرضيتين الآتيتين:

نصت الفرضية الرئيسية على أنه

- الفرضية الصفرية H_0

لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية لدور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة .

- الفرضية البديلة H_1

يوجد دور ذو دلالة إحصائية لدور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة .

لاختبار هذه الفرضية استخدم الباحث أسلوب تحليل الانحدار البسيط Simple Regression كما هو موضح في الجدول أدناه:

تتمثل من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (21): نتائج إختبار الفرضية الرئيسية

مستوى الدلالة (sig)	القيمة المحسوبة (F)	قيمة (t)	معامل التحديد (R ²)	معامل الإرتباط (Spearman)	معامل الإحدار (β)	ثابت الإحدار (α)	المتغير التابع	المتغير المستقل
00.02	5.835	11.907	0.495	0.794	0.495	4.946	تحسين الخدمات	تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

المصدر: تم إعداده بناء على نتائج التحليل الإحصائي.

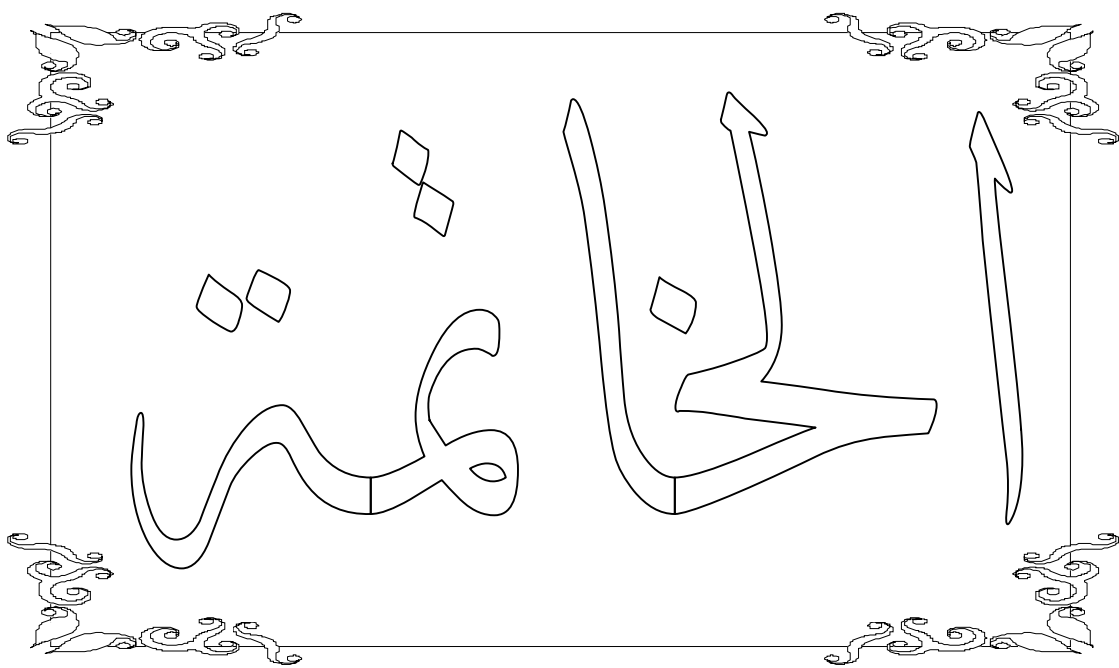
يلاحظ من نتائج تحليل الانحدار البسيط في الجدول وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) لتكنولوجيا الاتصال والمعلومات بمختلف أبعادهما على تحسين الخدمات، حيث بلغت قيمة (ت) المحسوبة (11.907) والدلالة الإحصائية لها (0.02) وبلغت قيمة (T) الجدولية (5.835)، كما يلاحظ من النتائج أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات يفسر ما نسبته (49.5%) من التباين في تحسين الخدمات، أي أن ما قيمته (49.5%) من التغيرات في تحسين الخدمات ناشئ عن التغيير في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات، وبما أن قيمة (ت) المحسوبة أكبر من قيمة (ت) الجدولية ترفض الفرضية الصفرية وتقبل الفرضية البديلة التي تنص على:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة، عند مستوى دلالة معنوية (0.05).

وأن هذا يعود إلى أن تكنولوجيا الاتصال والمعلومات تؤثر بشكل مباشر على تحسين الخدمات بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة.

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل الذي حاولنا فيه الربط بين الفصل النظري والفصل التطبيقي ومن خلال الاستبيان الموجه (استمارة الاستبيان) الموجه لعملاء والموظفين بمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية - وكالة تبسة- والتي كان الهدف منها ضرورة التعرف على دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات في مؤسسات العمومية ولقد تم تصميم استبيان مكون من متغيرات لمحاور الدراسة قدر العدد بـ 60 استبيان وتم تحليله عن طريق برنامج SPSS ومن اجل القيام بالتحليل الإحصائي تم الاستعانة بالأساليب الإحصائية الوصفية متمثلة في التكرارات والنسب المئوية لمعرفة خصائص عينة الدراسة والمتوسط الحسابي والانحراف المعياري ومعامل الاختلاف لمعرفة اتجاه إجابات أفراد العينة نحو متغيرات الدراسة، ومن النتائج المتوصل إليها من هذه الدراسة أنه بعد استتباب الأوضاع الأمنية في البلاد وتحسنه أصبحت مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية تنشط في جو تسوده منافسة شديدة (مؤسسات وطنية وأجنبية) الأمر الذي أدى إلى زيادة البدائل المتاحة أمام الزبائن لاقتناء الخدمات، في نفس الوقت إقبال المؤسسة على تبني سياسات التجديد والتحديث والعصرنة، تحت شعار " أسطول حديث، جودة أحسن، مستقبل جديد" في سبيل الارتقاء إلى مستوى الخدمة الجيدة مقارنة بمنافسيها لإرضاء زبائنهم وتحقيق أمنهم، لكسب رضائهم وولائهم وذلك باستغلال إفرات التطورات التكنولوجية الحديثة كاستعمال التذكرة الالكترونية والبرامج الالكترونية للرحلات التي كانت تتم يدويا وبهذا إكتسبت ميزة إلى جانب المؤسسات المنافسة في تقديم الخدمات لعملائها.



تواجه بيئة الأعمال تغيرات جذرية متباينة ومعقدة، تتسج خيوطها التطورات التكنولوجية في مجال المعلومات وتقنيات الإتصال خاصة، والذي يعتبر تحديا فرض على المؤسسات اليوم الإستجابة المستمرة لهذه التغيرات وديناميبتها، مما يتطلب منها تقديم جهود أكبر تشمل جميع الجوانب التنظيمية والتقنية، والذي يتطلب بدوره الإهتمام أكثر بالمعلومات التي أصبحت مرجع إستراتيجي يُترجم قوتها، ويعد رصيد أساسي لتدعيم عملية إتخاذ قراراتها المتعلقة بممارسة جميع نشاطاتها، وعلى رأسها تحسين الخدمات المقدمة.

على هذا الأساس تناولنا في هذا الموضوع بإثارة الجانب التكنولوجي لنظام المعلومات من خلال إظهار البعد لتكنولوجيا المعلومات وتقنيات الإتصال في تحسين الخدمات، من خلال المساس بالمعلومات وأمنيا باعتبارها اللبنة الأساسية للقرارات، هذا إلى جانب عوامل أخرى وعليه تم تقسيم البحث إلى فصلين، فصل نظري وفصل تطبيقي محاولة منا الوقوف على الوضع الراهن لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية، باعتبارها مؤسسة أولت إهتماما لتحسين خدماتها المقدمة في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال بمختلف تقنياتها وبرمجياتها.

من خلال كل ما سبق، ومن خلال محاولة معالجتنا لمختلف جوانب الموضوع، قمنا بصياغة فرضية لإثبات صحتها أو خطئها مكننا من التوصل إلى جملة من النتائج على أساسها نبني جملة من التوصيات والاقترحات التي نرتئي إلى الارتكاز عليها قد يسمح بتفعيل الممارسات الميدانية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى أنظمة معلوماتها لنصل في الأخير لتحديد آفاق للدراسة بناء على حدودها.

أولا: نتائج الدراسة

1. يعد نظام المعلومات الإطار الذي يحوي المعلومات، واحد ركائز مقومات نجاح المؤسسات الحديثة، وتعد المعلومات مورد استراتيجي من مواردها على نفس أهمية الموارد البشرية والمالية والمادية، وأنها تكتسي موقعا جوهريا في العملية والإدارية بمختلف جوانبها (تخطيط، تنظيم، تنسيق، ...) وبمختلف مستوياتها التنظيمية (تنفيذية، تكتيكية، إستراتيجية).

2. التحول السريع والتطورات المتلاحقة في عالم تكنولوجيا المعلومات والاتصال، حتم على المؤسسات ارتقاء الطليعة بإحداث تغييرات جذرية في هيكلها وأنشطتها وتوجهاتها، لأقلمة أنظمتها بما فيها أنظمتها القرارية، للوصول إلى مستوى عال من الخدمات المقدمة تمكنها من الحفاظ على إستمراريتها ومواجهة تحديات البيئة التي تتشط فيها.

3. لقد كان لوقوع تحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصال صدى معتبر في ابراز المؤسسة الحديثة التي تتبنى مفهوم الرقمنة في بيئة الأعمال، الذي ساهم بشكل جذري في تحسين خدماتها وتعزيز إنتاجيتها.
4. تستطيع المؤسسة أن تحسن من خدماتها بالاعتماد على أدوات ذات تقنيات تكنولوجية متطورة، تسمى أدوات ذكاء الأعمال (**Business intellegence**)، التي جادت به تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في تحويل البيانات إلى معلومات، والمعلومات إلى معارف، والمعارف إلى إنجازات تترجم في أفضل الخدمات المقدمة لعملائها.
5. إن التطور الذي أحرزته أدوات تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات، تزامن والتطور الذي يحد من فعاليتها، حيث هيئ الأرضية لتطوير طرق وأساليب اختراق امن أنظمة معلوماتها، والمساس بجودة المعلومات والإخلال بمردوديتها التي تعد تذكرة جودة القرارات وفعاليتها.
6. ديناميكية البيئة التنافسية وتحدياتها، هي دافع لاستغلال إفرزات التطورات المستمرة في التقنيات الحديثة، وجعل المؤسسة تخطو خطوات واسعة نحو العصرية للتأقلم والتطورات التكنولوجية السريعة للرد على كل التغيرات الخارجية وذلك بتبني شعار " أسطول حديث، جودة أحسن، مستقبل جديد ... " في سبيل تحسين خدماتها وتقديم أجودها، هذا إلى جانب التجديد المستمر لنظام معلوماتها " بوابة الخطوط الجوية الجزائرية" من حيث الشكل والمضمون باعتبارها احد مقوماتها.
7. ترتقي المؤسسة إلى مستوى الخدمة التي تحقق الرضا وكسب الولاء، بواسطة الاستخدامات المتطورة لتقنيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال بهدف تحسين خدماتها.

ثانيا: الاقتراحات

1. يجب على مؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية إيلاء الاهتمام أكثر بنظام معلوماتها لتمكينه من تجاوز الأدوار التقليدية، وانتقاله بخطوات واسعة نحو ادوار أكثر تطورا وذلك بزيادة تدعيم شبكة اتصالاتها بتقنيات أكثر حداثة لتحقيق السهولة والمرونة في تدفق المعلومات بين مستوياتها التنظيمية.
2. إن تجهيز المؤسسة بأحدث المستلزمات التكنولوجية المادية والتقنية، لا يترجم كفاءتها في خدماتها المقدمة ما لم تكن مدعمة بكفاءات مؤهلة تملك الخبرة في إدارة هذه التقنيات.
3. تطوير القابلية على استخدام التكنولوجيا الحديثة من خلال تطوير الكوادر لأنفسهم باستمرار لمواكبة ديناميكية التطورات التكنولوجية. فالتأخر لمدة ستة أشهر في متابعة التطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يعني التأخر بعشرات السنوات وهذا بطبيعة الحال يدخل في فعالية نشاطاتها وقراراتها (تقادم الصلاحية).

4. ضرورة عدم إغفال المؤسسة عن الاهتمام بتوفير الأمن لنظام معلوماتها لتحقيق سلامة وسرية خصوصيات المعلومات وتوافرها، باعتبارها مرجع لفاعلية اتخاذ قراراتها.

ثالثاً: آفاق الدراسة

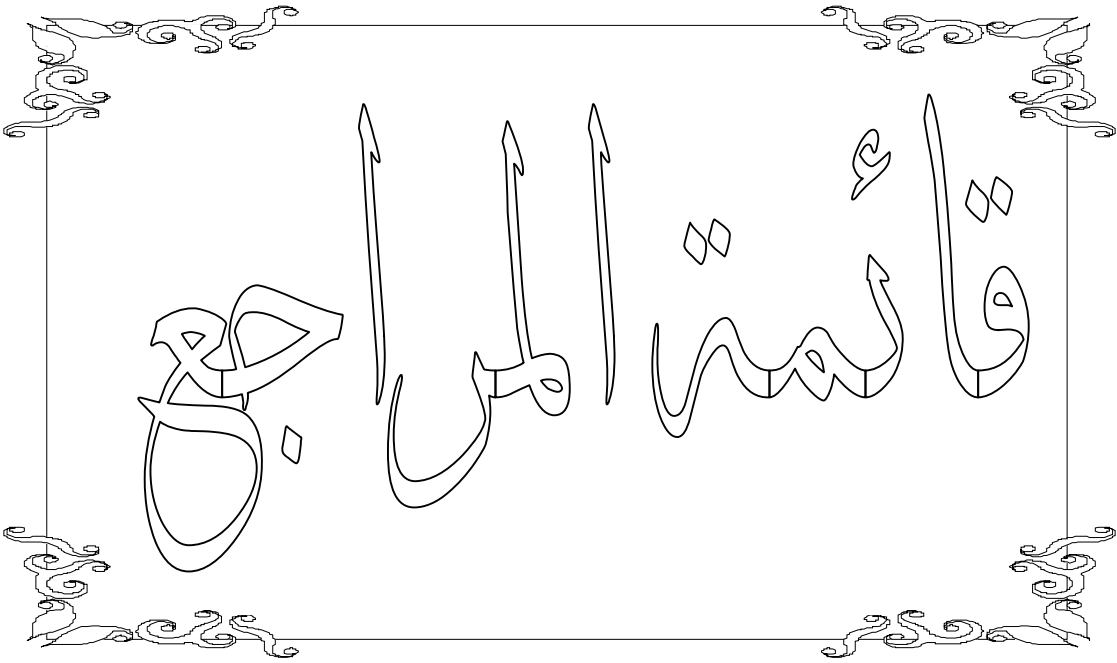
نرى أن هذا البحث يظل اجتهاداً محدوداً ونعتقد أن هناك بعض النقاط لها صلة بالموضوع، لكننا لم نوفيها حقها من الدراسة والتحليل، وذلك لديناميكية واتساع مجال تكنولوجيا المعلومات وتشعب تقنيات الاتصال، ومن أجل استيعاب الموضوع أكثر فقد أشرنا مجموعة من التصورات التي قد تكون قاعدة لبحوث جديدة، نذكر منها ما يلي:

- دور البنية التنظيمية للمؤسسة في تفعيل توظيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛

- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل أنظمة اليقظة بالمؤسسة؛

- دور التوجهات الحديثة لنظام أمن المعلومات ضمن إستراتيجية المؤسسة؛

لا ندعي الكمال لعملنا هذا، لكننا نرجو أن نكون قد اجتهدنا ووفقنا (لحد ما) في معالجته بشكل منهجي وموضوعي مقبول، وعرضه بالشكل الذي يفهمه متصفحه، وأن يكون مرجعاً لبحوث أخرى مستقبلاً.



أولاً: المراجع باللغة العربية

1- الكتب

- 1- إبراهيم مراد الدعمة ومازن حسن الباشا، أساسيات في علم الإحصاء مع تطبيقات SPSS، دار المناهج للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2013.
- 2- أحمد محمد المصري، الإدارة الحديثة (معلومات، اتصالات، اتخاذ القرارات)، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2006.
- 3- أحمد محمود الزامل وآخرون، تسويق الخدمات المصرفية، إثراء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012.
- 4- أريان باتمر، ترجمة بهاء شاهين وآخرون، مبادئ تسويق الخدمات، مجموعة النيل العربية، الطبعة الأولى، القاهرة، 2009.
- 5- الصباغ عماد عبد الوهاب، الحاسوب في إدارة الأعمال، أنظمة- تطبيقات الإدارة، مكتبة الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 1996.
- 6- العلاق بشير، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال: مدخل تشويقي، ط1، الوراق للنشر والتوزيع، عمان، 2002.
- 7- بشير العلاق، حميد الطائي، تسويق الخدمات مدخل استراتيجي وظيفي تطبيقي، دار زهران، الأردن، 2007.
- 8- بشير عباس العلاق وحميد عبد النبي الطائي، تسويق الخدمات "مدخل إستراتيجي- وظيفي- تطبيقي"، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 9- تيسير العجارمة، تسويق مصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2005.
- 10- تيسير العفيشات العجارمة، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، عمان، 2013.
- 11- نائر فيصل شاهر، اختبار الفرضيات الإحصائية، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2013.
- 12- حميد الطائي، بشير العلاق، مبادئ التسويق الحديث، دار اليازوري، عمان، الأردن، 2009، ص 139.

- 13- خضير كاظم حمود، إدارة الجودة وخدمة العملاء، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الثانية، عمان، 2007.
- 14- درمان سليمان صادق والنمر ونجلة يونس محمد آل مراد، تسويق الخدمات المصرفية، شركة أبناء شريف الأنصاري للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، بيروت، 2011.
- 15- زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق الخدمات، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ط1، 2011.
- 16- سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2001، ص 165.
- 17- عبد السلام الشناق، دور الإدارة المدرسية في توظيف برامج تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2010 .
- 18- عبد اللاه إبراهيم الفقي، الإحصاء التطبيقي باستخدام برنامج SPSS، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2014.
- 19- علي فلاح الزغبى، إدارة التوزيع "مدخل تطبيقي متكامل"، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، الطبعة الأولى، عمان، 2010.
- 20- محمد عبد الله العوامر، بحوث التسويق بين النظرية والتطبيق، دار الحامد للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2012.
- 21- محمد منصور أبو جليل وآخرون، المفاهيم التسويقية الحديثة وأساليبها، دار غيداء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2014.
- 22- محمود جاسم الصميدعي، ردينة عثمان يوسف، التسويق المصرفي، دار المناهج، عمان، الأردن، ط1، 2001.
- 23- محي محمد مسعي، ظاهرة العولمة (الأوهام والحقائق)، مطبعة الشعاع، القاهرة، 2011.
- 24- ناجي ذيب معلا، الأصول العلمية للتسويق المصرفي، دار الميسرة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، 2015.
- 25- هاني حامد الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، عمان، الأردن، ط4، 2008، ص 20.

2- المذكرات والرسائل

1- بشير كاوجة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية العمومية الجزائرية، رسالة ماجستير ، تخصص نظم المعلومات ومراقبة التسيير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2012-2013.

2- بوباح عالية، دور الانترنت في مجال تسويق الخدمات دراسة حالة قطاع الاتصالات، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، قسنطينة، جامعة منتوري، 2011 .

3- شادلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، رسالة ماجستير غير منشورة، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، الجزائر، 2007-2008.

4- شوقي شادلي، اثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة ماجستير، جامعة قاصدي مرباح، كلية الحقوق العلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2008.

5- عبد الناصر الحبوشي، فعالية نظم تكنولوجيا المعلومات من وجهة نظر المستفيد في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2011 .

6- عفاف خويلد، فاعلية النشاط الترويجي في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الجزائرية، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية علوم اقتصادية وعلوم التسيير، جامعة ورقلة، الجزائر، 2009.

3- المجلات والمنتقيات

1- العربي بوعمامة، رقاد حليلة، الاتصال العمومي والإدارة الإلكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، جامعة الوادي، العدد 09، ديسمبر 2014 .

2- بيزان حنان الصادق، عصر المعلوماتية ماذا يخفي بين طياته، مجلة المعلوماتية، ع 6 ، 2004 .

3- سميرة شيخاني، "الإعلام الجديد في عصر المعلومات"، مجلة جامعة دمشق، العدد الأول والثاني، سوريا، 2010.

4- صليحة رقاد، أهمية جودة الخدمة في تحقيق تميز المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الوطني الثاني حول تسيير المؤسسات، 26 و 27 نوفمبر 2007.

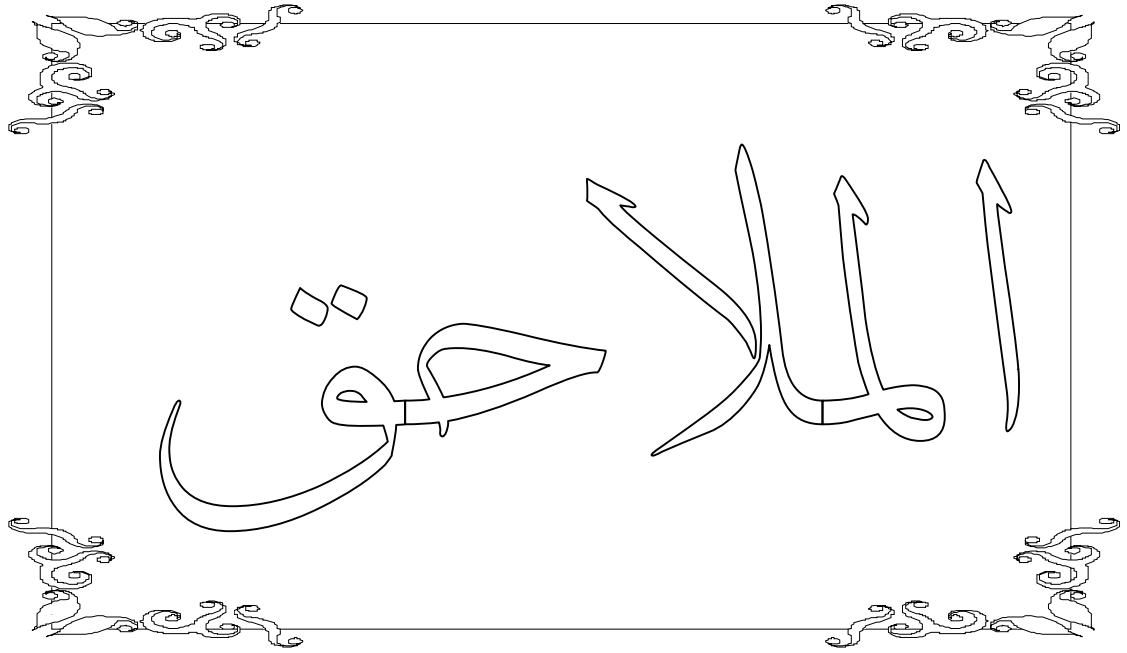
4- المواقع الإلكترونية

- 1- وليد عبد الرحمن خالد الفراء، تحليل بيانات الاستبيان باستخدام البرنامج الإحصائي SPSS، الندوة العالمية للشباب الإسلامي، إدارة البرامج والشؤون الخارجية، ص: 15 (تم تحميل الملف من الموقع: www.guidespss.com).

2- C.G.T.A (Compagne Général du Transport Aérien)

ثانيا: المراجع باللغة الأجنبية

- 1- James A, Senn, **Information Technology-principles, Practices, opporunities**, Pearson, Prentice, 3th Edition, 2004.
- 2- Kotler Ph, Armestrong Gary, **Principles of marketing**, Pearson prentice hall, New jersy, USA, 2012
- 3- Richard.L Daft, **Organisation Theory and Design**, USA, éd,Thomson,2004

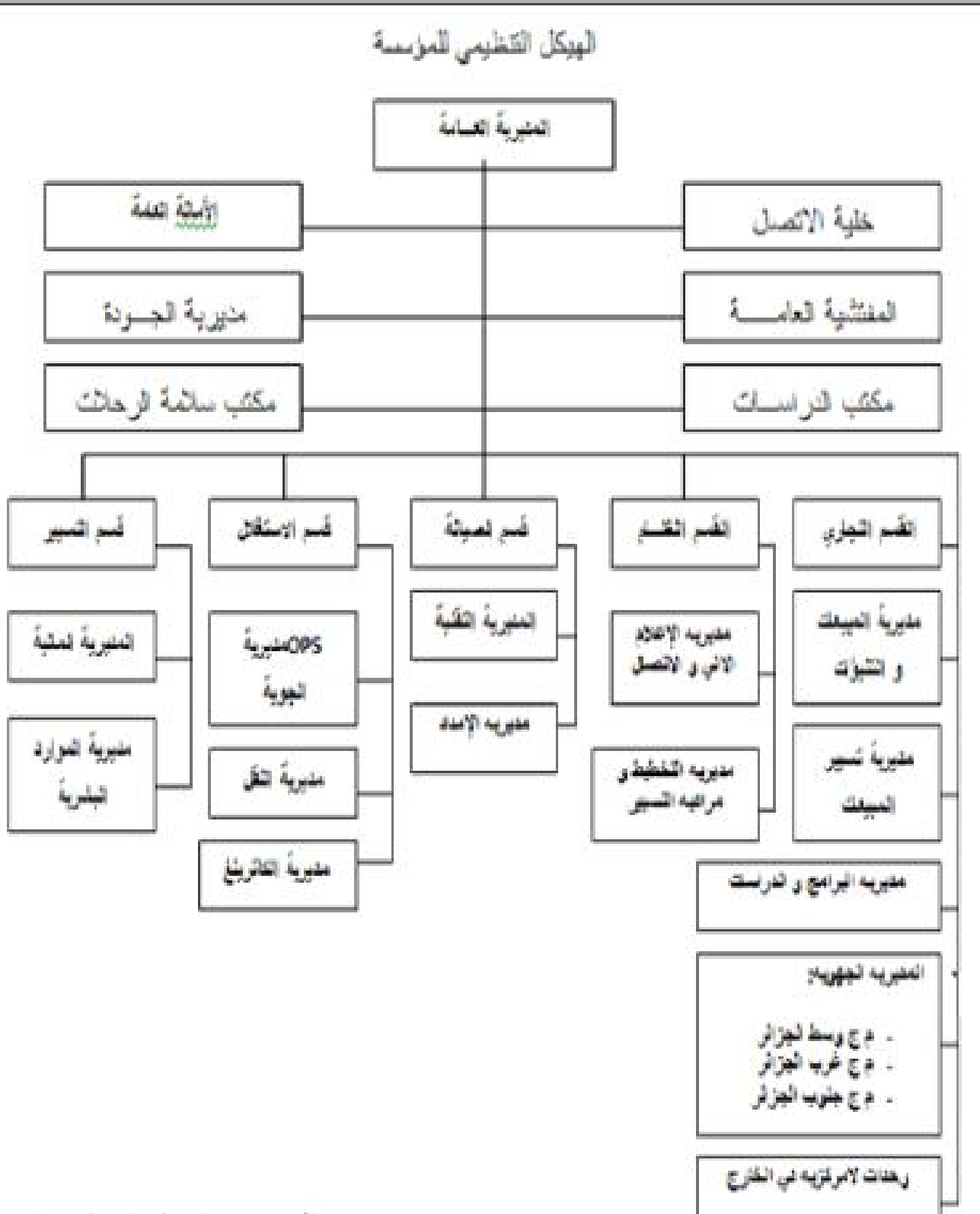


الملاحق

الملحق رقم (01): الأسطول الجوي لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

نوع الطائرة	الأسطول الجوي الخاص ب:
<ul style="list-style-type: none"> -Hercules 100-30 -Boeing 737-200 -King Air 100 -Cessna model 208 -Helicopters -Grumman 	<p>شحن (1) البيضاوي</p>
<ul style="list-style-type: none"> -Boeing 737-300 -Boeing 737-800 -Boeing 737-600 -Boeing 737-200 -Airbus A330-200 -ATR 72-500 -Fokker F.27 	<p>نقل المسافرين (2) (الرحلات)</p>

الملحق رقم (02): الهيكل التنظيمي لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية



الملاحق

الملحق رقم (03): الشبكة الدولية للنقل الجوي

RESEAU INTERNATINAL

	ABIDJAN	Centre des affaires Av.Houidalle 01 BP 259	Tél:00.225.20.33.10.05
	ALICANTE	Aéroport Alicante 03071	Tél:(34)965.682.874
	AMMAN	Green Meadows Travel and Tourism Wasfi Tal St	Tél:(962) 6.500.44 33
	BAMAKO	324 Avenue Modibo Keita	Tél:00.223.20.22.31.59
	BARCELONE	Vile 243 carrer valencia entresuelo 408007	Tél:(34) 93.216.00.08
	BEYROUTH	Centre Starco mina el hoen Bloc B NR 152/153	Tél:00.916.1.366.830/840
	BRUXELLES	101 Bd Adolphe Max	Tél:(322)218.61.63
	CAIRE(LE)	13 Rue, Kasr El Nil	Tél:(202) 257.406.88
	CASABLANCA	1, Rue Elamraoui Brahim - Rue Aïef Ben Abdellah	Tél:00(212)22.22.56.81
	DAKAR	2, Place de l'indépendance Bp 3277	Tél:00(221)338.238.081
	DAMAS	El Moutanabbi Street El Firdous	Tél:(00963)112.215.267
	DJEDDAH	Centre Commercial El adham route de Médina	Tél:(066)2651.52.32
	DUBAI	Clock Tower deira. PO .Box 15582	Tél:(971) 4295.90.60/296.22.95
	FRANCFORT	Friendens Strasse .5.60311	Tél: 4969.24.00.15.41
	GENEVE	12 Rue Chantepoulet 1201	Tél: 0041(0) 22.731.51.80
	ISTANBUL	Cumhuriyet CAD. N 33/9/1 Harbiyet	Tél: (0090) 212.234.71.24.25
	LILLE	5/7 Rue du vert bois, 59000	Tél: (033) 03.20.06.19.30
	LONDRES	4 Portman Square W 1 H 6LD	Tél: 44 (0) 207.486.8068
	LYON	21 Avenue de Saxe 69006	Tél: (33) 04.78.42.64.95
	MADRID	Gran Via, 67,4 th étage 28013	Tél: (3491) 542.34.10
	MARSEILLE	17/19 Bd Maurice Bourdet 13001	Tél: (33) 04.95.09.31.10
	METZ	05/07 Rue Pierre Pennat 57000	Tél: (33) 08.25.62.57.43
	MONTREAL	550, Rue Sherbrook ouest, suite L-9. H3A1B9	Tél: 00.1514.905.01.47
	MOSCOU	129366 Moscou, Rue Yaroslavskaya 17,hotel globus, B110	Tél: (7495) 789.30.68
	NIAMEY	343, Rue Gamel Abdenasser Niamey Bas 11 Bp 10818	Tél: (227) 20.73.38.98
	NICE	Terminal Aéroport Nice côte d'Azur 06281	Tél: (33) 04.93.21.48.20
	NOUAKCHOTT	Immeuble Gamal Abdenasser	Tél: 00(222) 529.09.92
	OUAGADOUGOU	398 Avenue Kwane N'krumah 01 Bp51	Tél: (226) 50.31.23.01
	PARIS	18 Avenue de l'Opéra 75001	Tél: (01) 47.03.74.00
	PEKIN	Tower 1, Kunsha Center, 16 xinyuanli, Beijing 100027	Tél: (008610) 846 834 70
	ROME	Via Quattro fontane Rome 177/178 00184	Tél: (3906) 06.481.47.36
	TOULOUSE	09 Bd de Strasbourg 31000	Tél: (33) 05.61.21.80.30
	TRIPOLI	169, M'hamed Megharief PO.Box 4034	Tél: (218) 21.44.44.017
	TUNIS	26 Avenue de Paris Tunis 1000	Tél: (216) 71.347.215

الملاحق

الملحق رقم (04): المؤسسات الأجنبية المنافسة لمؤسسة الخطوط الجوية الجزائرية

France	FRANCE	AIR FRANCE/ AIGLE AZUR/ AIR MEDITERRANEE/ TASSILI AIRLINES/ATLAS ATLANTIC AIRLINES/ TRANSAVIA
Europe	ESPAGNE	VUELING/ IBERIA
	ITALIE	ALITALIA
	ALLEMAGNE	LUFTHANSA
	GRANDE BRETAGNE	BRITISH AIRWAYS
	SUISSE	SWISS INTERNATIONAL AILINES
	AUTRICHE	-
	BELGIQUE	JETAIRFLY
	PORTUGAL	TAP PORTUGAL
	RUSSIE	-
	TURQUIE	TURKISH AIRLINES
	MALTE*	AIR MALTA
Maghreb et Moyen Orient	JORDANIE	ROYAL JORDANIAN
	LIBAN	-
	EGYPTE	EGYPT AIR
	MAROC	ROYAL AIR MAROC
	EMIRATES	EMIRATES
	LYBIE*	LIBYAN AIRWAYS
	TUNISIE	TUNISAIR
	ARABIE SAOUDITE	SAUDI ARABIAN AIRLINES
	SYRIE *	SYRIANAIR
	QATAR *	QATAR AIRWAYS
Afrique	COTE D'IVOIRE	-
	MALI	-
	SENEGAL	-
	NIGER	-
	MAURITANIE	-
	BURKINA FASO	-
Long-Courrier	AMERIQUE	-
	CHINE	-

الملحق رقم (05): الاستبيان

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة-

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص تسويق خدمات

استبيان موجه لموظفي شركة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة-

بعد التحية والسلام

بعد التحية والسلام

في إطار الإعداد لمذكرة نيل شهادة الماستر بعنوان دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات في المؤسسات العمومية دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة-، نرجو منكم تخصيص جزء من وقتكم والاطلاع على كل عبارة من عبارات الاستبيان والإجابة عليها بكل دقة وموضوعية، ما سيساعدنا في انجاز بحثنا هذا ويكسبه الواقعية.

كما نحيطكم علما بأن إجاباتكم ستعامل بمنتهى السرية وسوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

تقبلوا منا التقدير والاحترام وشكرا لتعاونكم.

إشراف الأستاذ:

سعيدان عمر

من إعداد الطالبين:

- عيدودي وليد

- مراحي عبد الحكيم

السنة الجامعية: 2019/2018.

الملاحق

ثانيا: البيانات الشخصية

يرجى وضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

1- الجنس

أنثى ذكر

2- السن

من 18 سنة إلى 29 سنة من 30 سنة إلى 49 سنة

50 سنة فأكثر

3- المستوى التعليمي

ثانوي مهني

جامعي

4- الخبرة المهنية

أقل من 5 سنوات من 5 سنوات إلى 10 سنوات

أكثر من 10 سنوات

5- المستوى الوظيفي

إطار عون تحكم

عون تنفيذ

الملاحق

المحور الأول: تكنولوجيا الاتصال والمعلومات

الرجاء الإجابة على الأسئلة الآتية بوضع علامة (x) في الخانة المناسبة:

الرقم	أسئلة الاستبيان	الدرجة				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
تكنولوجيا الاتصال						
	يمكنك الاتصال مع زملائك في أي وقت وفي أي مكان من الشركة					
	هناك سهولة في إجراء عملية الاتصال الداخلي بالشركة؟					
	يمكنك الحصول على المعلومة المناسبة في الوقت المناسب؟					
	يعتبر الاتصال الداخلي عاملاً رئيسياً في عملك داخل الشركة.					
	تطوير وسائل الاتصال داخل الشركة يحسن من أداء عملك					
	تعمل الوسائل الحديثة للاتصال على تقليل الوقت المطلوب لإنجاز الأعمال					
	تعمل الوسائل الحديثة للاتصال على زيادة التنسيق بين الأقسام الداخلية للشركة					
تكنولوجيا المعلومات						
	توفر الشركة الحواسيب لممارسة أعمالها					
	تؤمن الشركة لموظفيها أحدث التقنيات والبرامج التي تخدم وظائفهم					

الملاحق

					تتوجه الشركة للعمل الإلكتروني من خلال الانترنت لمساعدة موظفيها في تعاملهم مع الزبون
					تبنى الشركة علاقة إيجابية بين الموظفين لنجاح تطبيق تكنولوجيا المعلومات
					تضع الشركة لموظفيها إستراتيجية لاستخدام تكنولوجيا المعلومات تتناسب مع المتطلبات العصرية
					إستراتيجية الشركة تعنى بموقعها الإلكتروني وشكله ومضمونه
					تشارك الشركة بصفة دائمة بالانترنت في إطار نشاطاتها
					تنشر الشركة ثقافة استخدام التقنيات الحديثة بين المتعاملين معها
					تهتم الشركة بمساعدة موظفيها من خلال تصميم برامج تدريب للتعلم تعنى بتكنولوجيا المعلومات
					تؤهل الشركة موظفيها لاستخدام تكنولوجيا المعلومات
					تملك الشركة صفحات رسمية على شبكة الانترنت تعرف بها وبخدماتها
					للشركة شبكة اتصال محلية تساهم في تسهيل مهامها

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة -

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم العلوم التجارية

تخصص تسويق خدمات

استبيان موجه لـزبائن شركة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة-

بعد التحية والسلام

في إطار الإعداد لمذكرة نيل شهادة الماستر بعنوان دور تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في تحسين الخدمات في المؤسسات العمومية دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية -مطار تبسة-، نرجو منكم تخصيص جزء من وقتكم والاطلاع على كل عبارة من عبارات الاستبيان والإجابة عليها بكل دقة وموضوعية، ما سيساعدنا في انجاز بحثنا هذا ويكسبه الواقعية.

كما نحيطكم علما بأن إجاباتكم ستعامل بمنتهى السرية وسوف تستخدم فقط لأغراض البحث العلمي.

تقبلوا منا التقدير والاحترام وشكرا لتعاونكم.

إشراف الأستاذ:

سعيدان عمر

من إعداد الطالبين:

- عيدودي وليد

- مراحي عبد الحكيم

السنة الجامعية: 2018/2019.

الملاحق

أولاً: البيانات الشخصية

يرجى وضع علامة (x) أمام الإجابة المناسبة.

1- الجنس

ذكر أنثى

2- السن

أقل من 30 سنة من 30 سنة إلى 45 سنة

أكثر من 45 سنة

3- المستوى التعليمي

ثانوي فأقل جامعي

شهادات أخرى

4- المهنة

قطاع عام قطاع خاص

أعمال حرة

5- مدة التعامل مع المؤسسة

أقل من سنة من سنة إلى 5 سنوات

أكثر من 5 سنوات

6- الدخل

أقل من 30000 دج من 30000 دج إلى 70000 دج

أكثر من 70000 دج

الملاحق

المحور الثاني: تحسين الخدمات في شركة الخطوط الجوية الجزائرية - مطار تبسة-

الرقم	أسئلة الاستبيان	الدرجة				
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	تعمل الشركة على تحديث مظهرها العام باستمرار					
02	تقوم الشركة بتجديد الديكور ولباس العمال بشكل جذاب يروق الزبائن					
03	تجدد شركة موبيليس تجهيزاتها بما يتناسب والخدمات الجديدة					
04	عصرنة الهيكل الوظيفي للشركة يسهل الاتصال مع مقدمي الخدمات					
05	تقوم الشركة بإبتكار وإدخال خدمة جديدة على التشكيلة الحالية للخدمات					
06	تحسن الشركة وتسهل طرق تقديم الخدمات الجديدة في موعدها بدقة وكفاءة عالية.					
07	تعمل الشركة على تعزيز مصداقيتها بالوفاء بالتزاماتها اتجاه زبائنهم					
08	تطور الشركة أساليب جديدة تساعد على حل مشاكل الزبائن.					
09	تعمل الشركة على تطوير نظام تخزين معلومات زبائنهم دون أخطاء					
10	يستجيب موظفوا الشركة لمطالب الزبائن رغم ضغوط العمل					
11	فترة انتظار الحصول على الخدمة تستغرق وقتا قصيرا					
12	شركة الخطوط الجوية الجزائرية تحسن باستمرار أسلوب فهم ومعرفة حاجات وتطلعات					

الملاحق

					زبائنها	
					تستجيب الشركة بسرعة لشكاوي الزبائن واستفساراتهم	13
					هناك شعور بالأمان عند استعمالك الخدمات الجديدة لشركة الخطوط الجوية الجزائرية	14
					تعتمد الشركة أساليب وطرق مبتكرة تعزز الثقة بمقدمي الخدمة	15
					تعمل الشركة باستمرار على مراعاة جانب الخصوصية والسرية لبيانات زبائننا	16
					تحرص الشركة باستمرار على تقديم ضمانات عن خدماتها الجديدة	17
					تضع الشركة مصلحة الزبون في أولى اهتماماتها	18
					أحصل على نصائح وتوجيهات عند التعامل مع الشركة	19
					أحصل على التعاطف والدعم عند مواجهة المشاكل	20
					هناك حسن معاملة للزبون واحترامه وتقدير ظروفه في الشركة	21
					هناك روح مرحة لموظفي شركة الخطوط الجوية الجزائرية وصدقة في التعامل مع الزبون	22

الملاحق

الملحق رقم (06): نتائج spss

البيانات الشخصية للموظفين

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	11	55.0	55.0	55.0
Valide انثى	9	45.0	45.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

العمر

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة 30 إلى 20 من	1	5.0	5.0	5.0
سنة 40 إلى 30 من	15	75.0	75.0	80.0
Valide سنة 50 إلى 40 من	3	15.0	15.0	95.0
فأكثر 50 من	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

التعليمي المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ثانوي	4	20.0	20.0	20.0
Valide جامعي	11	55.0	55.0	75.0
مهني	5	25.0	25.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

المهنية الخبرة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنوات 5 من أقل	3	15.0	15.0	15.0
سنوات 10 إلى 5 من	1	5.0	5.0	20.0
Valide سنوات 10 من أكثر	16	80.0	80.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

الوظيفي المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
Valide إطار	4	20.0	20.0	20.0

الملاحق

تحكم عون	5	25.0	25.0	45.0
تنفيذ عون	11	55.0	55.0	100.0
Total	20	100.0	100.0	

البيانات الشخصية للزبائن

الجنس

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
ذكر	26	86.7	86.7	86.7
أنثى	4	13.3	13.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

السن

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة 30 من أقل	6	20.0	20.0	20.0
سنة 45 إلى سنة 30 من	16	53.3	53.3	73.3
سنة 45 من أكثر	8	26.7	26.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

التعليمي المستوى

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
فأقل ثانوي	13	43.3	43.3	43.3
جامعي	17	56.7	56.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

المهنة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
عام قطاع	16	53.3	53.3	53.3
خاص قطاع	4	13.3	13.3	66.7
أخرى اعمال	10	33.3	33.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

المؤسسة مع التعامل مدة

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
سنة من أقل	8	26.7	26.7	26.7
سنوات 5 إلى سنة من	10	33.3	33.3	60.0
سنوات 5 من أكثر	12	40.0	40.0	100.0

الملاحق

Total	30	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

الدخل

	Effectifs	Pourcentage	Pourcentage valide	Pourcentage cumulé
دج 30000 من أقل	8	26.7	26.7	26.7
دج 70000 إلى 30000 من	20	66.7	66.7	93.3
دج 70000 من أكثر	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

ألفا كرونباخ الإجمالي

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	20	66.7
Observations Exclues ^a	10	33.3
Total	30	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.809	41

ألفا كرونباخ لمحور تكنولوجيا الاعلام والاتصال

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	20	66.7
Observations Exclues ^a	10	33.3
Total	30	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.951	19

الفا كرونباخ لمحور تحسين الخدمات

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	30	100.0
Observations Exclus ^a	0	.0
Total	30	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
.818	22

المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات الاستبيان

المحور الأول تكنولوجيا الإعلام والاتصال

Statistiques descriptives				
	N	Moyenne	Ecart type	
وقت أي زملائك مع الاتصال يمكنك الشركة من مكان أي وفي	20	3.50	1.357	17
الاتصال عملية إجراء في سهولة هناك بالشركة؟ الداخلي	20	3.50	1.433	18
المناسبة المعلومة على الحصول يمكنك المناسب الوقت في	20	3.40	1.392	19
في رئيسي عامل الداخلي الاتصال يعتبر الشركة داخل عمالك	20	4.65	.745	2
الشركة داخل الاتصال وسائل تطوير عمالك أداء من يحسن	20	4.80	.410	1
على للاتصال الحديثة الوسائل تعمل الأعمال لإنجاز المطلوب الوقت تقليل	20	4.35	1.089	6
على للاتصال الحديثة الوسائل تعمل الداخلية الأقسام بين التنسيق زيادة للشركة	20	4.60	.503	3
لممارسة الحواسيب الشركة توفر أعمالها	20	4.45	.759	4
التقنيات أحدث لموظفيها الشركة تؤمن وظائفهم تخدم التي والبرامج	20	3.90	1.447	13
من الإلكتروني للعمل الشركة تتوجه في موظفيها لمساعدة الانترنت خلال الزبون مع تعاملهم	20	4.00	1.487	10
بين إيجابية علاقة الشركة تبني تكنولوجيا تطبيق لنجاح الموظفين المعلومات	20	4.15	1.226	9
إستراتيجية لموظفيها الشركة تضع تتناسب المعلومات تكنولوجيا لاستخدام العصرية المتطلبات مع	20	3.55	1.395	16
بموقعها تعنى الشركة إستراتيجية ومضمونه وشكله الإلكتروني	20	3.95	1.234	11
بالانترنت دائمة بصفة الشركة تشترك نشاطاتها إطار في	20	4.20	1.005	8
التقنيات استخدام ثقافة الشركة تنشر معها المتعاملين بين الحديثة	20	3.80	1.436	15
خلال من موظفيها بمساعدة الشركة تهتم تعنى للتعليم تدريب برامج تصميم المعلومات بتكنولوجيا	20	3.95	1.395	12
لاستخدام موظفيها الشركة توهل المعلومات بتكنولوجيا	20	3.85	1.461	14
شبكة على رسمية صفحات الشركة تملك وبخدماتها بها تعرف الانترنت	20	4.30	1.129	7
في تساهم محلية اتصال شبكة للشركة مهامها تسهيل	20	4.45	.945	5
N valide (listwise)	20			

المحور الثاني: تحسين الخدمات

Statistiques descriptives				
	N	Moyenne	Ecart type	
العام مظهرها تحديث على الشركة تعمل باستمرار	30	4.47	.571	1
ولباس الديكور بتجديد الشركة تقوم الزبائن يروق جذاب بشكل العمل	30	4.07	.521	15
يتناسب بما تجهيزاتها المؤسسة تجدد الجديدة والخدمات	30	4.37	.809	5
يسهل للشركة الوظيفي الهيكل عصرنه الخدمات مقدمي مع الاتصال	30	4.10	.712	12
جديدة خدمة وإدخال بإبتكار الشركة تقوم للخدمات الحالية التشكيلة على	30	4.30	.702	7
تقديم طرق وتسهل الشركة تحسن بدقة موعدها في الجديدة الخدمات عالية وكفاءة	30	4.43	.728	3
مصادقيتها تعزيز على الشركة تعمل زبائنها اتجاه بالتزاماتها بالوفاء	30	4.37	.718	4
تساعد جديدة أساليب الشركة تطور الزبائن مشاكل حل على	30	4.23	1.006	10
تخزين نظام تطوير على الشركة تعمل أخطاء دون زبائنها معلومات	30	4.23	.935	9
لمطالب الشركة موظفوا يستجيب العمل ضغوط رغم الزبائن	30	4.47	.730	2
الخدمة على الحصول انتظار فترة قصيرة وقتا تستغرق	30	4.33	.758	6
الجزائرية الجوية الخطوط شركة فهم ومعرفة أسلوب باستمرار تحسن زبائنها حاجات وتطلعات	30	3.87	.860	18
لشكاوي بسرعة الشركة تستجيب واستفساراتهم الزبائن	30	4.27	.583	8
استعمالك عند بالأمان شعور هناك الجوية الخطوط لشركة الجديدة الخدمات الجزائرية	30	3.83	.874	18
مبتكرة أساليب وطرق الشركة تعتمد الخدمة بمقدمي الثقة تعزز	30	3.93	.944	17
مراعاة على باستمرار الشركة تعمل لبيانات والسرية الخصوصية جانب زبائنها	30	3.40	.932	21
تقديم على باستمرار الشركة تحرص الجديدة خدماتها عن ضمانات	30	3.63	.765	20
أولى في الزبون مصلحة الشركة تضع اهتماماتها	30	3.77	.935	19
عند وتوجيهات نصائح على أحصل الشركة مع التعامل	30	3.97	.850	16
عند والدعم التعاطف على أحصل المشاكل مواجهة	30	4.10	.803	13
واحترامه للزبون معاملة حسن هناك الشركة في ظروفه وتقدير	30	4.17	.834	11
شركة لموظفي مرحة روح هناك في وصدافة الجزائرية الجوية الخطوط الزبون مع التعامل	30	3.03	1.351	22
N valide (listwise)	30			

إجمالي المتوسطات والانحرافات المعيارية للعبارات الاستبيان

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
إجمالي	30	4.0938	.31732
N valide (listwise)	30		

إجمالي المتوسطات والانحرافات المعيارية للمحاور

Statistiques descriptives

	N	Moyenne	Ecart type
الاتصال_الاعلام_تكنولوجيا	20	4.0711	.87276
الخدمات_تحسين	30	4.0606	.37942
N valide (listwise)	20		

التوزيع الطبيعي

Test de Kolmogorov-Smirnov à un échantillon

	إجمالي	الاتصال_الاعلام_تكنولوجيا	الخدمات_تحسين	
N	30	20	30	
Paramètres normaux ^{a,b}	Moyenne	4.0938	4.0711	4.0606
	Ecart-type	.31732	.87276	.37942
Différences les plus extrêmes	Absolue	.130	.195	.170
	Positive	.088	.144	.083
	Négative	-.130-	-.195-	-.170-
Z de Kolmogorov-Smirnov	.710	.871	.930	
Signification asymptotique (bilatérale)	.694	.434	.353	

a. La distribution à tester est gaussienne.

b. Calculée à partir des données.

نتائج اختبار الفرضيات

- الفرضية الرئيسية

Variables introduites/supprimées^a

Modèle	Variabes introduites	Variabes supprimées	Méthode
1	_الاعلام_تكنولوجيا والاتصال ^b		Entrée

a. Variable dépendante : الخدمات_تحسين

b. Toutes variables requises saisies.

Récapitulatif des modèles

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation	Changement dans les statistiques				
					Variation de R-deux	Variation de F	ddl1	ddl2	Sig. Variation de F
1	.495 ^a	.245	.203	.37993	.245	5.835	1	18	.027

a. Valeurs prédites : (constantes), والاتصال_الاعلام_تكنولوجيا

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	.842	1	.842	5.835	.027 ^b
1 Résidu	2.598	18	.144		
Total	3.440	19			

a. Variable dépendante : الخدمات_تحسين

b. Valeurs prédites : (constantes), والاتصال_الاعلام_تكنولوجيا

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	4.946	.415		11.907	.000
1 والاتصال_الاعلام_تكنولوجيا	-.241-	.100	-.495-	-2.416-	.027

a. Variable dépendante : الخدمات_تحسين

المادة الرابعة :

برنامج التربص المعد من طرف الكلية مراقب عند تنفيذه من طرف جامعة تبسة والمؤسسة المعنية.

المادة الخامسة:

وعلى غرار ذلك تتكفل المؤسسة بتعيين عون أو أكثر يكلف بمتابعة تنفيذ التربص التطبيقي هؤلاء الأشخاص مكلفون أيضا بالحصول على المسابقات الضرورية للتنفيذ الأمثل للبرنامج وكل غياب للمتربص ينبغي أن يكون على استمارة السيرة الذاتية المسلمة من طرف الكلية .

المادة السادسة::

خلال التربص التطبيقي والمحدد بثلاثين يوما يتبع المتربص مجموع الموظفين في وجباته المحددة في النظام الداخلي وعليه يحسب على المؤسسة أن توضع للطلبة عند وصولهم لاماكن تربصهم مجموع التدابير المتعلقة بالنظام الداخلي في مجال الأمن والنظافة وتبين لم الأخطاء الممكنة.

المادة السابعة :

في حالة الإخلال بهذه القواعد فالمؤسسة لها الحق في إنهاء تربص الطالب بعد إعلام القسم عن طريق رسالة مسجلة ومؤمنة الوصول.

المادة الثامنة:

تأخذ المؤسسة كل التدابير لحماية المتربص ضد مجموع مخاطر حوادث العمل وتسهر بالخصوص على تنفيذ كل تدابير النظافة والأمن المتعلقة بمكان العمل المعين لتنفيذ التربص.

المادة التاسعة :

في حالة حادث ما على المتربصين بمكان التوجيه يجب على المؤسسة أن تلجأ إلى العلاج الضروري كما يجب أن ترسل تقريرا مفصلا مباشرة إلى القسم.

المادة العاشرة:

تتحمل المؤسسة التكفل بالطلبة في حدود إمكانياتها وحسب مجمل الاتفاقية الموقعة بين الطرفين عند الوجود وإلا فإن الطلبة يتكفلون بأنفسهم من ناحية النقل ، المسكن ، المطعم.

حرر بتبسة في : 12/12/2018

رئيس القسم



ممثل المؤسسة

