



جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي – تبسة



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

الرقم التسلسلي: ..... / 2026

فرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة اعمال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي ( ل م د )  
موسومة بـ:

دورنظم ذكاء الاعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن

دراسة حالة إتصالات الجزائر- تبسة

إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبتين:

د. هبة الله أوريسي

سماح بوحفارة

شفاء عبيسي

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عمار براهيمية	أستاذ	رئيسا
هبة الله أوريسي	أستاذ محاضر - ب -	مشرفا ومقررا
فاطمة الزهراء عايب	أستاذ محاضر - ب -	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2025 - 2026





جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية، وعلوم التسيير

قسم: علوم التسيير

الرقم التسلسلي: ..... / 2026

فرع: علوم التسيير

التخصص: إدارة اعمال

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي ( ل م د )  
موسومة بـ:

دورنظم ذكاء الاعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن

دراسة حالة إتصالات الجزائر- تبسة

إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبتين:

د. هبة الله أوريسي

سماح بوحفارة

شفاء عبيسي

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عمار براهيمية	أستاذ	رئيسا
هبة الله أوريسي	أستاذ محاضر - ب -	مشرفا ومقررا
فاطمة الزهراء عايب	أستاذ محاضر - ب -	عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2025 - 2026

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي  
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ  
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتِ

## شكر و عرفان

قال تعالى:

﴿قَدْ كُنْتُمْ آذًى كَرِيْماً وَاشْكُرُوا لِيْ وَلَا تَكْفُرُوْا﴾ البقرة: 152

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله نتحقق الغايات، نحمده سبحانه على ما من به علينا من توفيق وإعانة وصبر حتى أتممنا هذا العمل العلمي، سائلين المولى عز وجل أن يجعله علماً نافعا خالصاً لوجهه الكريم، وأن يكتب لنا به الأجر والتوفيق.

وبعد، نتقدم بحالص الشكر و عظيم الامتنان الى استاذتنا المشرفة الفاضلة هبة الله الوديعي، التي احاطتنا برحمها وتوجهنا الى القيمة، لم تنخر جهداً في مرافقتنا خطوة بخطوة طوال مراحل إنجاز هذا البحث، فكانت نعم المرشدة والموجهة، بعلمها الواسع، وصبرها، وتشجيعها الدائم، فجزاها الله عنا خير الجزاء، وبارك لها في علمها وعملها، وجعل ما قدمته في ميزان حسناتها.

كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير للاستاذة الافاضلة الذين تفضلوا بتكريم الاستبيان الخاص بهذه الدراسة، ولم يخلوا علينا بملاحظاتهم العلمية القيمة وتصويباتهم الدقيقة التي ساهمت في تحسين أداة البحث وإخراجها في أفضل صورة.

ونعبر كذلك عن بالغ تقديرنا وامتناننا للاستاذة اعضاء لجنة المناقشة، على تفضلهم بقبول مناقشة هذا العمل العلمي، وعلى ما سيقدمونه من ملاحظات وتوجهات قيمة سيكون لها بالغ الأثر في تطوير هذا البحث وإثرائه.

ولو يغوتنا أن نوجه بحالص الشكر والعرفان الى موظفي مؤسسة الاتصالات لجزائر تبسة، على حسن استقبالهم وتعاونهم الكريم، وما قدموه لنا من تسهيلات ومعلومات ساهمت في إنجاز الجانب الميداني من هذه الدراسة في أحسن الظروف.

في الختام نسأل الله التوفيق والسداد



## إهداء

﴿وَمَا تَوْفِيقِي إِلَّا بِاللَّهِ عَلَيْهِ تَوَكَّلْتُ وَإِلَيْهِ أُنِيبُ﴾

لحمز الله الذي أثار لنا هروب العلم، ووهبنا الصبر لنبلغ الغاية بعد طول سعي وجهتاه، لما كان لهذا العلم أن يكتمل لوله فضل الله العظيم وتوفيقه، فله الحمد أولاً وآخراً،  
لي من كلهما الله بالهبة والوقار، وكان وحدهما سرّ نجاحي وتماثنتي لي والدي العزيز، سندي الأول ومصدر قوتي، ولي هي الغاية، نجح الشان ووفء الأيام؛ حفظكم الله وأطال  
في عمركم، وجزاكم عني خير الجزاء.

لي روح حميتي الغالية "رحمها الله"، التي بقي حضورها ساكناً في القلب والروح، وكانت عودتها تترافقني في كل مرحلة من حياتي، جعل الله مني الفروس الأصيلي وجمعنا  
بكي في حنات النعيم.

لي إيماني الأصم: ضياء، ملاك، ووعاء؛ شكر ألكونكم دائماً خير سند وعون، ولكم مني كل الحبة والتقدير.

لي رفيقة ديني آية، شكر لوجودك الدائم لي بحياتي، ولكل كلمات الدعم والطاقة الجميلة التي منحتني رايها طوال هذا المشوار.

لي صديقات لياحة: أيممة، تقوى، هدى، ندى، شيماء، مائسة، وسندس؛ شكر لكل لحظة جميلة ودعم صادق وذكريات ستبقى محفورة في القلب.

لي أستاذتي الأفاضل الذين كان لعلمهم وتوجيههم الأثر الكبير في مسيرتي الدراسية، فجزاهم الله عني خير الجزاء.

ولي صديقتي وزميلتي مشوار التخرج عسبي شفاء، شكر لكل لحظة تعاون ودعم وتشجيع حتى وصلنا معاً إلى هذه اللحظة الجميلة.

في لثام، أتوجه بخالص الشكر والامتنان لي عائلتي الكريمة

وكل من ساندني برحمة صادقة أو كلمة طيبة طوال رحلتي الدراسية.

كما أهدى هذا العمل لي نفسي، التي صبرت وجاهدت وتجاوزت الكثير من الصعوبات

حتى تصل لي هذه المرحلة، وأسأل الله أن يكون القادم أجمل وأعظم توفيقاً





## إهداء

للمعلمين

﴿وَأَنْ يُبَيِّنَ لِلنَّاسِ إِيَّاهُ مَا سَعَى \* وَأَنَّ تَصْغِيَةً سَنَوَى \* تَمْ تَجْرَدُ الْفَرَاءُ اللَّحَى [سورة النجم: 39-41]﴾

لحمد لله الذي يسر البدييات واملأ النحابات وبلغنا الغابات، الحمد لله ما تم جهد الله بعونه وما نتم سعي الله بفضل.

لى لى العزم ولى الغاية...

لى من حاضر الحياة الايجلى لى من غرسوا فى قلبى العلم وسقوه بالرحاء لى من كانوا نور وهدى وظى صين وقللتنى للايام، وتم معنى الحياة ومجالها، جعلنى الله ودعما مصدر فركما وسعادتكما، وحفظتكم لى نعمة لا تزول.

لى من صمم يعلو فوق كل حب، لى ضلعي الثابت وامن ولى...

وهي (محمد السبيب، عبد الرؤوف)

لى من رزقني الله بحسن الاعرف من خلاهن طعم الحياة الجميلة واصدقاء العمر واصحة الروح

(امينة، اروي، تقوى، دعاء)

لى رفيقة المشوار التي جمادت بجهدها وتفانيها، وقاسمتني مشقة الطريق بصبر جميل

لشجور هذه الرحلة للخطوات (الوجاز سماح)

لى من جمعت جمال الورد وطيب العشر، صدقتني الغاية التي كانت خير معين

واصدق رفيق (اميمة)

وغتاماً.. فسأل الله ان يجعل هذا النجاح اول الفيت، وهدية لدرؤوب

عامرة بالخير والوجاز



فهرس المحتویات

الصفحة	المحتوى
	شكر وعرفان الإهداءات
I	فهرس المحتويات
III	فهرس الجداول
V	فهرس الأشكال
VI	فهرس الملاحق
أ - ح	مقدمة
الفصل الأول: التأصيل النظري لنظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات	
2	تمهيد
3	المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لنظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات
4	المطلب الأول: المفاهيم الأساسية لنظم ذكاء الأعمال
21	المطلب الثاني: أساسيات جودة الخدمات
52	المطلب الثالث: العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات
60	المبحث الثاني: الدراسات السابقة
61	المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية
66	المطلب الثاني: الدراسات باللغة الأجنبية
71	المطلب الثالث: الإختلاف بين الدراسات السابقة والحالية
75	خلاصة الفصل الأول
الفصل الثاني: الدراسة الميدانية لنظم ذكاء الأعمال ودورها في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة	
77	تمهيد
78	المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية
79	المطلب الأول: تحديد مجتمع وعينة الدراسة
82	المطلب الثاني: أدوات الدراسة وطرق جمع البيانات

86	المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستعملة لتحصيل البيانات
89	المبحث الثاني: تحليل محاور الدراسة وإختبار الفرضيات
89	المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية والوظيفية
94	المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة
109	المطلب الثالث: نتائج إختبار الفرضيات
125	خلاصة الفصل الثاني
127	خاتمة
131	قائمة المراجع
138	الملاحق

# فہرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة	72
02	تداول الإستبيان	79
03	توزيع أسئلة إستمارة الإستبيان على محاور الدراسة	83
04	درجات مقياس ليكارت لخماسي	84
05	قيمة معامل الثبات للإتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة	85
06	توزيع عينة الدراسة وفق متغير السن	89
07	توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي	90
08	توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي	91
09	توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية	92
10	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء تكنولوجيا ذكاء الأعمال	94
11	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء هيكله ذكاء الأعمال	95
12	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء البنية التحتية لذكاء الأعمال	97
13	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء دعم إتخاذ القرار	98
14	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء الذكاء التنافسي	99
15	ترتيب أبعاد نظم ذكاء الأعمال	100
16	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء الإعتمادية	102
17	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء الإستجابة	103
18	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء الثقة والأمان	104
19	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء التعاطف	105
20	المتوسطات الحسابية والإنحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء الملموسية	106
21	ترتيب أبعاد جودة الخدمات	107
22	نتائج إختبار التوزيع الطبيعي	109

110	نتائج إختبار الفرضيات الفرعية	23
118	تحليل التباين الأحادي ANOVA للبيانات الشخصية والوظيفية	24
122	نتائج إختبار الفرضية الرئيسية	25

# فهرس الأَشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
7	مخطط تدفق البيانات في نظم ذكاء الأعمال	01
12	مكونات نظم ذكاء الأعمال	02
15	سيرورة عمل نظم ذكاء الأعمال	03
34	زهرة الخدمات	04
38	أهمية جودة الخدمات	05
81	نموذج الدراسة	06
90	توزيع عينة الدراسة وفق متغير السن	07
91	توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي	08
92	توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي	09
93	توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية	10

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
138	إستمارة الإستمبان	01
145	قائمة الأساتذة المحكمين	02
146	مخرجات برنامج (SPSS)	03
158	إتفاقية التربص	04
160	إذن بالقبول لمذكرة التخرج ماستر	05

# مقدمة

فرضت الثورة الرقمية والتحولات التكنولوجية المتسارعة واقعاً جديداً أصبحت فيه المعلومات مورداً استراتيجياً محورياً لا يقل أهمية عن باقي الموارد التقليدية، الأمر الذي دفع المؤسسات إلى التكيف مع بيئة تتسم بالديناميكية وشدة المنافسة والتدفق الهائل للبيانات. وفي هذا الإطار، لم يعد نجاح المؤسسات مرتبطاً فقط بحجم إمكانياتها المادية، بل بمدى قدرتها على توظيف البيانات وتحويلها إلى معارف دقيقة تدعم عملية اتخاذ القرار وتسهم في رفع مستوى الأداء وتحقيق التميز.

ومن هذا المنطلق، برزت نظم ذكاء الأعمال كأحد أبرز الأساليب الحديثة التي تعتمد على جمع البيانات وتنظيمها وتحليلها باستخدام تقنيات متقدمة، بما يوفر رؤى ومؤشرات دقيقة تمكّن الإدارة من فهم واقع المؤسسة واستشراف توجهاتها المستقبلية بكفاءة أعلى.

وفي المقابل، تُعد جودة الخدمات من أهم المؤشرات التي يُقاس من خلالها أداء المؤسسات وقدرتها على الاستمرار، خاصة في ظل ارتفاع وعي الزبائن وتنامي توقعاتهم. إذ لم يعد الهدف يقتصر على تقديم الخدمة فقط، بل تجاوز ذلك إلى تحسين مستواها بما يحقق الرضا ويعزز الولاء، باعتبار أن الجودة تمثل عنصراً أساسياً في ترسيخ الصورة الذهنية للمؤسسة ودعم ميزتها التنافسية.

وبناء على ذلك، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور نظم ذكاء الأعمال في الارتقاء بجودة الخدمات، من خلال تحليل مدى مساهمتها في تحسين الأداء الخدمي داخل المؤسسات المعاصرة.

#### أولاً: إشكالية الدراسة:

يفرض التوجه نحو التحول الرقمي تحديات جوهرية أمام المؤسسات الخدمية للسيطرة على التدفق المعرفي الضخم وتوظيفه كأصل استراتيجي لدعم القرار. ومن هنا تبرز نظم ذكاء الأعمال كخيار تقني يستدعي البحث في مدى قدرته على الارتقاء بجودة الخدمات وتلبية تطلعات الزبائن، وهو ما تسعى هذه الدراسة إلى معالجته بالتطبيق على مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

وعليه، تتبلور إشكالية الدراسة في التساؤل المحوري التالي:

**كيف تساهم مخرجات نظم ذكاء الأعمال في تعزيز أبعاد جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة**

**اتصالات الجزائر - تبسة؟**

وللإجابة على هذه الإشكالية، تطرح الأسئلة الفرعية التالية:

- **التساؤلات الفرعية**

- ما مستوى استخدام نظم ذكاء الأعمال في دعم العمليات الإدارية واتخاذ القرار داخل مؤسسة اتصالات

الجزائر - تبسة؟

- ما هو مستوى إدراك الموظفين في المؤسسة لأهمية مخرجات نظم ذكاء الأعمال في تحقيق جودة خدمات أفضل؟

- هل تسهم مخرجات نظم ذكاء الأعمال فعليا في تحسين أبعاد جودة الخدمات في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

لمعالجة إشكالية الدراسة وللإجابة على التساؤلات الفرعية، تم اعتماد الفرضيتين الرئيسيتين الآتيتين :

### 1- الفرضية الرئيسية الأولى:

تتضمن الفرضية الرئيسية الأولى على:

**الفرضية الصفرية H0:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية البديلة H1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

وتتفرع عنها الفرضيات الفرعية التالية:

#### 1-1 الفرضية الفرعية الأولى: تتمثل في :

**الفرضية الصفرية H0:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية البديلة H1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

#### 1-2 الفرضية الفرعية الثانية: تكمن في :

**الفرضية الصفرية H0:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لهيكل ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية البديلة H1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لهيكل ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

#### 1-3 الفرضية الفرعية الثالثة: تتمحور حول :

**الفرضية الصفرية H0:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية لذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية البديلة H1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية لذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

**1-4 الفرضية الفرعية الرابعة:** تتمحور حول :

**الفرضية الصفرية H0:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدعم اتخاذ القرار المرتكز على نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة H1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدعم اتخاذ القرار المرتكز على نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )

**1-5 الفرضية الفرعية الخامسة:** تتمثل في :

**الفرضية الصفرية H0:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة H1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

## 2- الفرضية الرئيسية الثانية:

تنقسم الفرضية الثانية إلى:

**الفرضية الصفرية H0:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة تعزى للمتغيرات الديموغرافية (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة) عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة H1:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة تعزى للمتغيرات الديموغرافية (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة) عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

وتتفرع عنها الفرضيات التالية:

**1-2 الفرضية الفرعية الأولى:** تكمن في:

**الفرضية الصفرية H0:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة H1:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**2-2 الفرضية الفرعية الثانية:** تتمحور في :

**الفرضية الصفرية H0:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية البديلة H1:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**2-3 الفرضية الفرعية الثالثة:** تكمن في:

**الفرضية الصفرية H0:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى الوظيفي عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية البديلة H1:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى الوظيفي عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**2-4 الفرضية الفرعية الرابعة:** تتمثل في:

**الفرضية الصفرية H0:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير سنوات الخبرة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية البديلة H1:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير سنوات الخبرة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

## ثالثاً: أهمية الدراسة

تتجلى أهمية هذه الدراسة من خلال بُعدين متكاملين (نظري وتطبيقي)، وذلك وفق الآتي:

### 1- الأهمية النظرية:

تتبع الأهمية النظرية من تناول موضوعين حديثين ومتراپطين، وهما "ذكاء الأعمال" و"جودة الخدمات"، وهما من المفاهيم الإدارية والتقنية المعاصرة التي فرضتها التحولات الرقمية السريعة، خاصة في القطاعات الخدمية ذات الكثافة المعلوماتية والتنافسية العالية، وتتجلى أهمية الدراسة من خلال:

- تزويد المكتبة الجامعية بمرجع أكاديمي يربط بين تقنيات ذكاء الأعمال وجودة الخدمات في قطاع الاتصالات.
- تقديم إطار نظري يوضح دور مخرجات تحليل البيانات في تحسين أبعاد الجودة (الاعتمادية، الاستجابة، التعاطف) في البيئة الجزائرية.
- توفير نموذج دراسي يربط بين "تحليل البيانات الضخمة" و"إدارة علاقات الزبائن" محلياً.
- تسليط الضوء على ضرورة الانتقال نحو الإدارة القائمة على الأدلة والبيانات الرقمية كضرورة حتمية للتميز المؤسسي.
- فتح آفاق بحثية جديدة حول دور المتغيرات التكنولوجية كعوامل وسيطة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الخدمية الكبرى.

### 2- الأهمية التطبيقية:

تتجلى الأهمية التطبيقية للدراسة في سعيها إلى تقديم معطيات علمية وميدانية يمكن أن تساعد مسؤولي "اتصالات الجزائر - وكالة تبسة" على فهم الدور الذي تلعبه أنظمة ذكاء الأعمال في تعزيز جودة الخدمات، وذلك من خلال:

- تزويد مديري "اتصالات الجزائر - تبسة" برؤية حول توظيف لوحات القيادة (Dashboards) لرفع مستوى رضا الزبائن.
- مساعدة المؤسسة في استخدام مخرجات البيانات للتنبؤ بمشاكل الجودة ومعالجتها قبل وقوعها.
- تقديم توصيات عملية لتقليص الفجوة بين توقعات الزبائن والخدمة المدركة فعلياً بناءً على نتائج ميدانية.

## رابعاً: أهداف الدراسة

يهدف هذا البحث إلى تحقيق مجموعة من الأهداف، يمكن تصنيفها إلى رئيسية وفرعية كما يلي :

### 1- الهدف الرئيسي:

- التعرف على أثر نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

### 2- الأهداف الثانوية:

- تحديد مستوى استخدام نظم ذكاء الأعمال في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.
- تحديد مفاهيم نظم ذكاء الأعمال وأبعادها ضمن السياق الخاص بمؤسسة اتصالات الجزائر. تبسة.
- توضيح مفاهيم جودة الخدمات وأبعادها ومتطلبات تطبيقها داخل مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.
- تقديم نتائج وتوصيات قابلة للتطبيق لتحسين استخدام نظم ذكاء الأعمال وتعزيز جودة الخدمات في المؤسسات الخدمية.

## خامساً: دوافع اختيار الموضوع

يعزى اختيار الباحث لموضوع الدراسة إلى مجموعة من الدوافع الذاتية والموضوعية، أبرزها:

### 1- الدوافع الذاتية:

- الارتباط بالتخصص الأكاديمي: كون الموضوع يقع في صميم تخصص الباحث، مما يتيح فرصة لتوظيف المعارف النظرية المكتسبة خلال المسار الجامعي وتطبيقها ميدانياً.
- الرغبة العلمية: الميل الشخصي للتعلم في دراسة العلاقة بين التكنولوجيات الحديثة (ذكاء الأعمال) ودورها في تحسين جودة الخدمات داخل المؤسسات.
- الفضول البحثي: الرغبة في اكتشاف كيفية اشتغال نظم ذكاء الأعمال داخل المؤسسات الخدمية وفهم آليات تأثيرها على الأداء.
- تنمية المهارات البحثية: السعي إلى تطوير القدرات المنهجية والتحليلية في معالجة الإشكالات المرتبطة بالتحول الرقمي.
- الاهتمام بالتكنولوجيا الحديثة: متابعة التطور السريع في مجال الذكاء الاصطناعي وذكاء الأعمال ومحاولة فهم تطبيقاته العملية.

## 2- الدوافع الموضوعية:

- **طبيعة قطاع الاتصالات:** تميز قطاع الاتصالات في الجزائر بالديناميكية العالية والتطور التقني المستمر، مما يستدعي البحث عن حلول ذكية لمواكبة هذا التسارع.
- **الحاجة الملحة للحلول الذكية:** حاجة المؤسسات الوطنية (مثل مؤسسة اتصالات الجزائر) لتبني حلول ذكاء الأعمال كضرورة حتمية لتحسين الأداء وتحقيق ميزة تنافسية.
- **سد النقص البحثي:** ندرة المراجع التي تربط بين متغيري الدراسة ميدانياً، والحاجة لتعزيز الرصيد المكتبي بجامعة تبسة.
- **التشخيص الميداني:** السعي لتقديم مقترحات عملية لوكالة "اتصالات الجزائر - تبسة" لتحسين مستويات رضا الزبائن.

### سادساً: حدود الدراسة

سعيًا لفهم إشكالية الدراسة بشكل شامل تم تحديد نطاقها وفق ما يلي :

#### 1- الحدود الموضوعية:

تنصب هذه الدراسة على تحليل أثر نظم ذكاء الأعمال بأبعادها المتمثلة في (تكنولوجيا ذكاء الأعمال، هيكل ذكاء الأعمال، البنية التحتية لذكاء الأعمال، دعم اتخاذ القرار، الذكاء التنافسي)، بوصفها متغيراً مستقلاً، على جودة الخدمات المقدمة للزبائن بوصفها متغيراً تابعاً، وذلك في بيئة مؤسسة اتصالات الجزائر.

#### 2- الحدود المكانية:

اقتصرت الدراسة الميدانية على مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، باعتبارها نموذجاً لمؤسسات قطاع الاتصالات محل الدراسة.

#### 3- الحدود الزمنية:

تمت الدراسة خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2025/2026، وهي الفترة التي تم فيها جمع البيانات وتحليلها لدراسة واقع نظم ذكاء الأعمال وتأثيرها على جودة الخدمات داخل المؤسسة.

#### سابعاً: منهج الدراسة

للإجابة على تساؤلات الدراسة واختبار فرضياتها، تم الاعتماد على ما يلي:

**في الجانب النظري:** تم استخدام المنهج الوصفي، من خلال استعراض وتحليل الأدبيات والدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات، مع التركيز على تحديد أبعاد كل متغير ودراسة طبيعة العلاقة بينهما.

في الجانب التطبيقي: تم اعتماد منهج دراسة الحالة، من خلال تحليل البيانات المستخلصة من الاستبيان الموجه إلى موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، بهدف تشخيص واقع تطبيق نظم ذكاء الأعمال داخل المؤسسة، وقياس أثرها على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، ومقارنة النتائج المتوصل إليها بما ورد في الجانب النظري.

### ثامنا: هيكل الدراسة

تماشياً مع فرضيات الدراسة وفرضياتها، ثم تنظيم محتواها وفق الهيكل التالي:

الفصل الأول بعنوان التأسيس النظري لنظم ذكاء الأعمال و جودة الخدمات المقدمة للزبائن : حيث تناول هذا الفصل المفاهيم الأساسية النظرية المتعلقة بنظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة-، بما في ذلك أبعاد نظم ذكاء الأعمال وخصائصها ودوافعها، مع التطرق إلى مجالات تطبيقها والتحديات التي تواجه تطبيقها داخل المؤسسات، بالإضافة إلى عرض مفهوم جودة الخدمات وأبعادها ومستوياتها وأهم نماذجها، وخطوات تحقيق جودة الخدمات، مع إبراز طبيعة العلاقة بين المتغيرين، فضلاً عن استعراض أبرز الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة.

الفصل الثاني بعنوان الدراسة الميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة-: حيث يخصص هذا الفصل للجانب التطبيقي، ويشمل عرض تصميم الدراسة، وأدوات جمع البيانات، والمنهجية الإحصائية المعتمدة، إلى جانب تحليل بيانات الاستبيان، ووصف خصائص العينة، واختبار الفرضيات المقترحة.

### تاسعا: صعوبات الدراسة

- صعوبة الحصول على بيانات دقيقة حول كيفية استخدام نظم ذكاء الأعمال داخل المؤسسة، بسبب اعتبارها معلومات داخلية ذات طابع استراتيجي.
- صعوبة قياس تأثير نظم ذكاء الأعمال على جودة الخدمات بشكل مباشر، نظراً لتداخل عدة عوامل أخرى تؤثر في رضا الزبائن.
- نقص الدراسات التطبيقية التي تربط بشكل مباشر بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات في البيئة المحلية، مما حد من إمكانية المقارنة.

# الفصل الأول

## تمهيد

تعد نظم ذكاء الأعمال من بين أهم المفاهيم الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في المؤسسات المعاصرة، حيث أصبحت هذه الأخيرة تواجه تحديات متزايدة تتعلق بكيفية التعامل مع الكم الهائل من البيانات وتحويلها إلى معلومات دقيقة تدعم اتخاذ القرار، وذلك نتيجة للتطورات التكنولوجية المتسارعة، وتزايد حجم البيانات وتعقدتها، إضافة إلى حدة المنافسة في بيئة الأعمال. هذه التحديات التي تؤثر على أداء المؤسسة واستقرارها، تستدعي تبني نظم متطورة قادرة على تحليل البيانات واستخلاص المعرفة، بما يساهم في تحسين كفاءة الأداء وتعزيز الفعالية.

في المقابل، تعد جودة الخدمات من المواضيع الأساسية التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها، نظرا لما لها من أهمية في تلبية احتياجات الزبائن وتحقيق رضاهم، حيث أصبح تحسين مستوى الخدمات المقدمة ضرورة حتمية تفرضها متطلبات البيئة التنافسية. كما أن الاهتمام بجودة الخدمات يساهم في تعزيز صورة المؤسسة، وزيادة قدرتها على الاستمرار والبقاء في السوق، من خلال تقديم خدمات تلبي تطلعات الزبائن وتحقق مستويات عالية من الرضا. من خلال ما سبق، يتضح أن كلا من نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات يمثلان من الركائز الأساسية التي تعتمد عليها المؤسسات في تحسين أدائها ومواكبة التطورات الحديثة. ومن هذا المنطلق، سيتم من خلال هذا الفصل التطرق إلى مختلف الجوانب النظرية المرتبطة بمتغيرات الدراسة، وذلك من خلال مبحثين متمثلين فيما يلي:

- المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لنظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات؛
- المبحث الثاني: الدراسات السابقة.

## المبحث الأول: الإطار المفاهيمي لنظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات

تحتل المعلومات مكانة محورية في عمل المؤسسات، لما لها من دور في توجيه الأنشطة وتحسين الأداء العام. وفي هذا الإطار، برزت نظم ذكاء الأعمال كوسيلة حديثة تتيح استغلال البيانات وتحويلها إلى معارف تساعد على دعم مختلف الوظائف داخل المؤسسة.

من جهة أخرى، تعد جودة الخدمات من العوامل الأساسية التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها، لما لها من تأثير مباشر على رضا الزبائن وتعزيز مكانة المؤسسة في السوق. حيث يرتبط تحسين مستوى الخدمات بتطوير أساليب العمل والاعتماد على أدوات وتقنيات حديثة تسهم في رفع الكفاءة وتحقيق الأداء المتميز.

وعليه، فإن الجمع بين هذه الجوانب يساهم في تقديم تصور عام حول كيفية تطوير أداء المؤسسات من خلال توظيف النظم الحديثة والاهتمام بجودة الخدمات، بما يدعم تحقيق الكفاءة والفعالية في بيئة تنافسية. وعليه، يتناول هذا المبحث الجوانب المفاهيمية لنظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات، مع توضيح العلاقة التي تجمع بينهما، وذلك من خلال المطالب التالية:

- **المطلب الأول: المفاهيم الأساسية لنظم ذكاء الأعمال؛**
- **المطلب الثاني: أساسيات جودة الخدمات؛**
- **المطلب الثالث: العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات.**

## المطلب الأول: المفاهيم الأساسية لنظم ذكاء الأعمال

فرض التزايد الهائل في حجم البيانات على المؤسسات ضرورة تبني أساليب حديثة لتحويلها إلى معلومات قيمة تدعم اتخاذ القرار، وهنا برزت نظم ذكاء الأعمال كأداة محورية لتحسين الأداء والمنافسة. تعتمد هذه النظم على تقنيات متطورة لجمع ومعالجة البيانات وتقديمها بوضوح؛ مما يسهل فهم الواقع واستشراف المستقبل. ونظراً لأهمية الإلمام بأساسياتها، يركز هذا المطلب على استعراض المفاهيم المرتبطة بها، لتقديم تصور متكامل حول طبيعتها وآليات عملها في البيئة المؤسسية.

أولاً: مفهوم نظم ذكاء الأعمال.

### 1. تعريف ذكاء الأعمال

#### 1.1 تعريف الذكاء:

يمكن تعريف الذكاء على النحو الآتي:

يعرف الذكاء على أنه: المقدرة والمهارة على وضع وإيجاد حلول باستخدام الرموز، وطرق البحث المختلفة ومعالجة المعرفة والقدرة على استخدام الخبرة المكتسبة في اشتقاق المعلومات والمعارف الجديدة التي تؤدي إلى وضع الحلول لمشكلة من المشكلات في مجال محدد<sup>1</sup>.

ويعرفه سليمان بكر كران على أنه: "لا يوجد إلى حد الساعة تعريف محدد ودقيق للذكاء، وحتى ذكاء بمفهومه يختلف من موقع لآخر، ومن بيئة لأخرى، ففي المدرسة هو المتفوق في دراسته والحاصل على أعلى شهادات، وفي قطاع الأعمال هو الشخص القادر على استغلال الفرص التجارية وتحقيق أفضل المكاسب، في الرياضة كان "Maradona" عبقرى كرة القدم، لأنه استطاع قراءة وتنبؤ حركات الفريق الخصم،<sup>2</sup>

- ومن التعاريف السابقة نلخص أن الذكاء:

يعني القدرة التي تمكن الأفراد والمجموعات من تأقلم بشكل أفضل من الظروف المحيطة عن طريق استغلال ما هو موجود للوصول إلى حل مشكلة معينة وعليه فإن الشخص الذكي هو الشخص القادر

<sup>1</sup> \_ شوي خالد، "افاق استخدام الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية داخل الجامعات الجزائرية -دراسة استشرافية- " \_أطروحة دكتوراه، جامعة 08ماي 1945قائمة، 2025، ص41.

<sup>2</sup> \_ يوسف بن نافلة، " الحمولة المعرفية للذكاء الاصطناعي والتعليم الالكتروني وأهميتها في تصميم التدريس " ، مجلة اللسانيات والترجمة، المجلد 02، العدد03، الجزائر، 2022، ص87.

على مواجهة المشكلات التي تعترضه وتغلب عليها من خلال قدراته وتجاربه السابقة، او عن طريق التفكير بعمق للوصول إلى استنتاج بواسطة منهجية سليمة تمكنه من معالجة المعطيات والمعلومات المتوفرة لديه والاستفادة منها.

## 2.1 تعريف ذكاء الأعمال:

تعددت تعاريف ذكاء الأعمال بتعدد جهات النظر الباحثين ومن بينها ما يلي:

- يعرفه (Azvine) على أنه: " يمثل كل ما يتعلق بالحصول والوصول وفهم وتحليل وتحويل أحد الموجودات الأساسية والثمينة للمؤسسة وهي البيانات الخام إلى معلومات فعالة من أجل تحسين الأعمال<sup>1</sup>."

كما يعرف بأنه:

- علم حديث حيث بدأ بنظم دعم القرار (DDS) وظهرت الحاجة إلى تطبيقات ذكاء الأعمال نتيجة ضعف في مواكبة التغيرات وارتفاع تكاليف الأنظمة المعلوماتية وضعف الأداء الإداري وغيرها.

- أي هي نظم للتقيب على بيانات من أجل اكتشاف معرفة واخيرا نظم ذكاء الأعمال<sup>2</sup>.

ومن خلال ما سبق يتبين أن:

ذكاء الأعمال هو مجموعة من تطبيقات ذات تكنولوجيا عالية تركز على جمع وتخزين والتحليل وزيادة إمكانية الوصول إلى أصل معلومات المرتبطة بالمشكلة، لمساعدة مستخدمين في صنع واتخاذ قرارات متعلقة بأعمالهم بشكل أفضل.

كما يمكننا القول ان ذكاء الاعمال هو أداة استراتيجية تعتمد عليها المؤسسة من أجل تحليل الأعمال باستخدام أساليب احصائية وحصول على البيانات من مصادرها الداخلية والخارجية، بالاستعانة برمجيات حديثة متخصصة تساعد في اتخاذ قرارات ذكية.

<sup>1</sup> \_ مراد سامي، " نحو منظور متكامل لتفصيل دور الذكاء الاصطناعي وذكاء الأعمال في دعم وتمكين القطاع العام في ظل رؤية 2030"، مجلة الدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، قسنطينة، 2019، ص 06.

<sup>2</sup> \_ طارق ابوحجير، منصور منصور، " ذكاء الأعمال والتوجهات الريادية الحديثة الفرص والتحديات المركزة"، الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية الاقتصادية، المانيا، 2023، ص 34.

## 2. تعريف نظم ذكاء الأعمال :

تعددت التعاريف حول مصطلح نظم ذكاء الاعمال نذكر منها:

- تعرف نظم ذكاء الأعمال (BI) بأنها نظام معلومات استراتيجي متكامل يهدف إلى جمع البيانات الضخمة من مختلف مصادرها داخل المؤسسة وخارجها، وتخزينها ومعالجتها وتحليلها، بغرض تحويلها إلى معلومات ومعارف تدعم متخذي القرار في تحسين الأداء وتعزيز الميزة التنافسية. وترتبط هذه النظم بالذكاء الاصطناعي (AI) في إطار تكاملي، حيث تسهم تقنيات الذكاء الاصطناعي في الارتقاء بوظائف ذكاء الأعمال من التحليل الوصفي والتشخيصي إلى التحليل التنبؤي والاستشراقي، من خلال توظيف نماذج تحليلية متقدمة قادرة على استكشاف الأنماط السلوكية، والتنبؤ بالاتجاهات، ودعم القرارات الاستراتيجية بكفاءة وفعالية عالية.<sup>1</sup>

- وتعرف بأنها مجموعة من الأنظمة التفاعلية التي تعتمد على استخدام تقنيات متعددة وآلية متطورة لتقديم معلومات ومعارف في شكل تقارير أو رسوم بيانية وصفية، وذلك من خلال عمليات هيكلية وتنقيية وتحليل وتكامل البيانات ذات الصلة، والمستخرجة من مختلف الأنظمة والتطبيقات وقواعد البيانات داخل المؤسسة، بهدف تزويد مديري الأعمال والمستخدمين بالمعلومات الدقيقة والملائمة في الوقت المناسب، بما يدعم عملية التحليل واتخاذ القرار بفعالية.<sup>2</sup>

- وهي إجراءات موجهة نحو المستخدم النهائي، تعتمد على توظيف التكنولوجيا ومجموعة من النماذج الرياضية والمنهجيات التحليلية للحصول على معلومات ومعرفة مفيدة لتحسين وتطوير جودة القرارات.<sup>3</sup>

مما سبق نلخص أن: نظم ذكاء الأعمال إطارا تقنيا ومنهجيا متكاملًا، يقوم على رصد البيانات الضخمة ومعالجتها بواسطة أدوات تحليلية ونماذج رياضية متقدمة مدعومة بالذكاء الاصطناعي ثم تحويلها إلى معلومات ومعارف تدعم عملية اتخاذ القرار في المؤسسة.

<sup>1</sup> \_Warunee Milinthapunya, et al, "Business Intelligence Management with Artificial Intelligence for Prediction Information Technology Infrastructure in Higher Education" , TEM Journal, Vol. 14, No. 02, 2025, p 1378.

<sup>2</sup> \_ أحمد محمد علي صبرة، "إطار مقترح لدور ذكاء الأعمال في تحقيق التميز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي"، مجلة البحوث الإدارية، المجلد 41، العدد 01، 2023، ص12.

<sup>3</sup> \_ فوزية عبد الله الديبان، "العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة تطبيقية على شركات القطاع الخاص في السعودية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 45، العدد 05، 2025، ص183.

بعد استعراض مختلف التعريفات المرتبطة بنظم ذكاء الأعمال، يتضح أنها تعتمد على تدفق البيانات عبر مجموعة من المراحل المتكاملة لتحويلها إلى معلومات تدعم عملية اتخاذ القرار، وهو ما يوضحه الشكل التالي:

### الشكل رقم 1: مخطط تدفق البيانات في نظم ذكاء الأعمال



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة

ومن خلال هذا المخطط يتضح أن نظم ذكاء الأعمال تعتمد على سلسلة مترابطة من العمليات تبدأ بجمع البيانات ومعالجتها وتحليلها، وتنتهي بعرض نتائجها في شكل تقارير ولوحات قيادة تساعد الإدارة على اتخاذ قرارات أكثر كفاءة وفعالية.

### 3. نشأة وتطور نظم ذكاء الاعمال

#### 1.3 نشأة نظم ذكاء الاعمال

- مر تطور ذكاء الأعمال بمحطات تاريخية مفصلية شكلت مفهومه الحالي، وذلك وفقاً للآتي:<sup>1</sup>
- الظهور الأول للمصطلح (1958): ارتبطت البداية بالباحث هانس بيتر لون (Hans Peter Luhn) من شركة IBM، حيث طرح فكرة نظام مركزي لمعالجة وتشفير البيانات آلياً لتسهيل اتخاذ القرارات.
  - الفلسفة التأسيسية: ركزت الرؤية الأولية على استخدام الآلات لربط أقسام المؤسسة ببعضها عبر تدفق المعلومات وتلخيص الوثائق لتحديد الإجراءات المناسبة.
  - مرحلة التبلور النظري: بقيت الفكرة لعدة عقود (منذ الخمسينيات) مجرد رؤية استشرافية تواجه تحديات في التطبيق العملي بسبب محدودية التكنولوجيا آنذاك.
  - الانطلاقة الحديثة (1989): شهد هذا العام تحولاً جذرياً عندما أعاد الباحث هوارد دريسنر (Howard Dresner) إحياء المفهوم ودفعه إلى الواجهة كأداة تحليلية متطورة.
  - الدور الريادي لمجموعة (Gartner) ساهم تبني هذه المجموعة للمفهوم في تطويره وتحويله إلى المرجع الأساسي والنموذج القياسي الذي تعتمده الشركات العالمية.
  - الطبيعة التكاملية للمفهوم حالياً: تطور ليصبح حقلاً يجمع بين الذكاء، إدارة الأعمال، والتكنولوجيا، بهدف دمج هذه الأبعاد في بيئة عمل موحدة وتفاعلية.

#### 2.3 تطور نظم ذكاء الاعمال

شهد ذكاء الأعمال تطوراً تدريجياً عبر الزمن، تأثراً بالتقدم التكنولوجي وتزايد الحاجة إلى دعم اتخاذ القرار داخل المؤسسات، حيث مر بعدة مراحل أهمها:<sup>2</sup>

#### - المرحلة الأولى: (1950 - 1900)

كانت المؤسسات تعتمد على البيانات المالية الأساسية مثل الإيرادات والتكاليف لتوجيه قراراتها. لم تكن هناك أدوات تحليل متقدمة، وكان جمع البيانات وتحليلها عملية يدوية بطيئة.

<sup>1</sup> \_ محمد منير عودة شبير، "دور أنظمة ذكاء الأعمال في تنمية رأس المال البشري في القطاع المصرفي الفلسطيني - دراسة حالة (بنك فلسطين) -"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية - غزة، 2015، ص13.

<sup>2</sup> \_ تامر محمد موسى أبو المكارم، وآخرون، "تأثير ذكاء الأعمال على الابتكار في الخدمات الرقمية الدور الوسيط للتحويل نحو الاقتصاد الرقمي: دراسة تطبيقية على العاملين بالبنك التجاري الدولي (CIB) مصر"، المجلة الدولية للعلوم الإدارية والاقتصادية والمالية، المجلد 03، العدد 11، 2024، ص554.

#### - المرحلة الثانية (الستينيات والسبعينيات):

مع ظهور نظم دعم القرار (DSS) ، بدأت المؤسسات تستخدم الحوسبة في تحليل البيانات. كانت هذه النظم تركز على تقديم تقارير تساعد على التخطيط واتخاذ القرارات المدروسة.

#### - المرحلة الثالثة (الثمانينيات والتسعينيات):

شهدت هذه الفترة تطوير أدوات ذكاء الأعمال التجارية التي أصبحت متاحة بشكل أوسع. تضمنت هذه الأدوات لوحات القيادة، التقارير التحليلية، وبرامج الإحصاء، مما أدى إلى تحسين تحليل الأداء وتقديم رؤى استراتيجية.

#### - المرحلة الحديثة (2000 إلى اليوم):

مع التقدم في تقنيات الحوسبة السحابية، والبيانات الضخمة، والذكاء الاصطناعي، أصبح ذكاء الأعمال أكثر قوة وسهولة في الاستخدام. يمكن الآن للمؤسسات تحليل بيانات ضخمة في الوقت الفعلي، مما يساهم في تحقيق التميز التنافسي.

يتضح من خلال هذا التطور أن ذكاء الأعمال انتقل من أساليب تقليدية بسيطة إلى أنظمة متقدمة تعتمد على التقنيات الحديثة، مما جعله أداة أساسية لتحقيق الكفاءة والميزة التنافسية في بيئة الأعمال المعاصرة.

#### 4. أهمية نظم ذكاء الأعمال

تتمثل أهمية نظم ذكاء الأعمال في النقاط التالية:<sup>1</sup>

##### أ. دعم الإدارة المبنية على المقاييس:

يساهم ذكاء الأعمال في توحيد البيانات وتقليل الأخطاء، من خلال دمج مصادر المعلومات وتتبعها حتى مستودع البيانات، مما يساعد على ضبط المؤشرات وضمان اتفاق الجميع على نفس المعطيات عند التحليل.

##### ب. رفع كفاءة العاملين في الخط الأول:

يوفر النظام بيانات دقيقة ومحدثة تساعد الموظفين على تحديد الموارد المهمة، تقليل الجهد وعدد العاملين، وتسريع عملية تحليل البيانات، مع تحسين جودة المعلومات وليس كميتها فقط.

<sup>1</sup> \_ عبد الناصر علك حافظ، وحسين وليد حسين عباس، " نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المؤسسة"، الطبعة 1، العراق، دار وائل للنشر والتوزيع، 2014، ص130.

### ج . تعزيز البنية التحتية التنظيمية:

أصبح ذكاء الأعمال جزءاً أساسياً من بيئة العمل، حيث يتيح للموظفين الوصول السريع والمنظم إلى البيانات عبر الشبكات والأنظمة، مما يدعم أداء مهامهم اليومية بكفاءة.

### د . توسيع نطاق الممارسات الحديثة في الأعمال:

يدعم ذكاء الأعمال تطبيق ممارسات مثل إدارة علاقات الزبائن والتوريد الخارجي، من خلال تنظيم وتلبية احتياجات المعلومات المتزايدة، بما يساهم في نجاح هذه الأنشطة.

### 5. أهداف نظم ذكاء الأعمال:

ان تطبيق نظم ذكاء الاعمال يهدف إلى تحقيق العديد من العناصر من ضمنها<sup>1</sup>:

- أ - يمكن تحسين عملية اتخاذ القرارات من خلال توفير المعلومات اللازمة في الوقت المناسب، بالإضافة إلى توفير التقارير والأدوات المساعدة التي تسهل على المستخدمين فهم وتحليل البيانات.
  - ب - مساعدة المديرين والمسؤولين عن استراتيجية الأعمال لفهم العملية التشغيلية للمنظمة وتقديم النصيحة واتخاذ المزيد من القرارات بشكل أفضل وإدارة لأداء التشغيلي.
  - ج - تحقيق وفورات في التكلفة ورفع كفاءة الأداء من خلال تخفيض التكاليف الخاصة بشراء البرامج الجاهزة وتكاليف تدريب العاملين عليها، وتوفير الوقت اللازم لتوفير المعلومات.
- ومن خلال ما سبق، يتضح أن نظم ذكاء الأعمال تساهم بشكل فعال في دعم القرار وتحسين الأداء التشغيلي وترشيد التكاليف، مما يجعلها أداة استراتيجية لا غنى عنها في المؤسسات الحديثة.
- ثانياً: ابعاد نظم ذكاء الأعمال.**

تتجسد أبعاد ذكاء الأعمال في مجموعة من العناصر المتكاملة التي تساهم في دعم الأداء المؤسسي وتعزيز فعالية اتخاذ القرار، وتتمثل فيما يلي:

### أ - تكنولوجيا ذكاء الأعمال: (Business Intelligence Technology)

تشير إلى الجاهزية والاستعداد التكنولوجي لبناء نماذج وربط ودمج وتدقيق البيانات عبر فرق العمل، وتعتمد على تحليل البيانات وتقديم معلومات قابلة للتنفيذ لمساعدة الإدارة والعاملين على اتخاذ قرارات عمل مستنيرة.

<sup>1</sup> \_ حسام أحمد حلاق، جابر شعيب الإسماعيلي، " دور ذكاء الأعمال في تحقيق النضج التنظيمي: دراسة تطبيقية على منظمات المجتمع المدني"، المجلة العربية للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 22، 2023، ص 09.

## ب - هيكلية ذكاء الأعمال: (Business Intelligence Architecture)

يشير إلى التصميم التنظيمي المعماري الذي يسهل الهندسة التقنية والوظائف والإبداعات ذات الصلة؛ لمنع تحول المؤسسة إلى "مؤسسة جامدة" لا يحدث فيها تبادل للمعلومات بين الإدارات والأقسام.

## ج - البنية التحتية لذكاء الأعمال: (Business Intelligence Infrastructure)

تعتبر مصدرا للمعلومات لكل فئة من الموظفين، وتتضمن مستودع بيانات يتم فيه تخزين بيانات المؤسسة بأكملها لدعم صنع القرارات الاستراتيجية والتكتيكية.<sup>1</sup>

## د - دعم اتخاذ القرار:

ذكاء الأعمال يوفر لوحات شاملة تقدم صورة كاملة عن الأداء في الوقت الفعلي، مما يساعد صناع القرار على اتخاذ قرارات قائمة على بيانات موثوقة.<sup>2</sup>

## هـ - الذكاء التنافسي:

يعتبر الذكاء التنافسي أداة لدى منظمات الأعمال للكشف عن البيئة التنافسية وما فيها من مخاطر وفرص وتهديدات بحيث يعتمد على جمع البيانات حول المنافسين والعملاء والاستراتيجيات الجديدة والمنتجات والمخاطر وتحليلها للاستفادة منها في وضع استراتيجيات تنافس.<sup>3</sup> وعليه، فإن أبعاد ذكاء الأعمال لا تمثل عناصر منفصلة، بل منظومة متكاملة ومتراصة، يسهم تفاعلها وتكاملها في تعزيز قدرة المؤسسة على استغلال البيانات بكفاءة، وتحويلها إلى معرفة استراتيجية تدعم اتخاذ القرار، وتدفع نحو تحقيق التفوق التنافسي في بيئة أعمال تتسم بالديناميكية والتعقيد.

<sup>1</sup> \_ سعد صلاح عشري علي، "دور تطبيقات تقنيات ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات التعليمية"، مجلة البحوث الإدارية، المجلد 42، العدد 04، 2024، ص-ص 18، 19.

<sup>2</sup> - تامر محمد موسى ابو المكارم ، وآخرون ، مرجع سابق ، ص. 556

<sup>3</sup> - علي علي، تيسير زاهر، "مدى مساهمة نظم ذكاء الأعمال في الحد من الاحتراق الوظيفي - دراسة حالة شركة سيريتل"، مجلة جامعة حماة، المجلد 07، العدد 17، 2024، ص. 27.

## ثالثاً: مكونات وأدوات نظم ذكاء الأعمال

### 1. مكونات نظم ذكاء الاعمال

تتمثل في أربعة أركان أساسية تضمن عمل النظام، وهي:<sup>1</sup>

أ - مخزن البيانات (Data Warehouse): هو "المستودع الضخم" الذي يجمع البيانات التاريخية من مصادر مختلفة ويخزنها بطريقة منظمة لتكون مرجعاً للتحليل.

ب - تحليلات الأعمال (Business Analytics): هي الأدوات البرمجية المسؤولة عن تحويل تلك البيانات الخام إلى "معلومات" ثم إلى "معرفة" يستفيد منها صاحب القرار.

ج - إدارة أداء الأعمال (Business Performance Management): هذا المكون وظيفته الرقابة؛ حيث يقارن أداء المؤسسة الحالي مع "مؤشرات الأداء الرئيسية" (KPIs) المعتمدة للتأكد من سير العمل نحو الأهداف.

د - واجهة المستخدم الرسومية (Graphical User Interface (GUI): هي الوسيلة التي يتفاعل من خلالها المستخدم مع النظام، وتظهر غالباً على شكل لوحات تحكم (Dashboards) لتسهيل قراءة النتائج. والشكل التالي يمثل هذه المكونات:

### الشكل رقم 2: مكونات نظم ذكاء الأعمال



المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة.

<sup>1</sup> - ناظم محمود ملكاوي، "نظم دعم القرارات ونظم ذكاء الأعمال وأثرهما في تحسين عملية اتخاذ القرارات في المستشفيات الأردنية: دراسة حالة لمستشفى الملك عبد الله المؤسس الجامعي"، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 01 ، 2014، ص 150

يتضح من خلال الشكل أن نظم ذكاء الأعمال تقوم على أربع ركائز أساسية مترابطة، تبدأ بـ مخزن البيانات الذي يمثل قاعدة تجميع البيانات، يليه تحليلات الأعمال التي تحول هذه البيانات إلى معلومات قابلة للاستغلال، ثم إدارة أداء الأعمال التي تراقب تحقيق الأهداف عبر مؤشرات قياس محددة، وأخيراً واجهة المستخدم الرسومية التي تتيح عرض النتائج بطريقة مبسطة. ويعكس هذا التكامل قدرة النظام على دعم متخذي القرار وتعزيز فعالية الأداء داخل المؤسسة.

## 2. أدوات نظم ذكاء الأعمال

تتمثل أدوات نظم ذكاء الأعمال في النقاط التالية:<sup>1</sup>

### أ - مستودع أو مخزن البيانات: (Data Warehouse)

يهدف مخزن البيانات إلى تجميع وتكامل البيانات التاريخية والتشغيلية من مختلف أقسام المؤسسة (التسويق، الإنتاج، التمويل، الموارد البشرية...) في قاعدة بيانات واحدة متجانسة وموثوقة، لتسهيل حصول متخذي القرار والمطورين على المعلومات بسرعة وكفاءة.

- يعرف مخزن البيانات بأنه قاعدة بيانات تخزن البيانات الجارية والتاريخية والإحصائية، وتوفر أدوات للتقارير والاستعلامات والتحليلات الإدارية وصنع القرار. عادةً يتكون من متاجر بيانات (Datamarts) متخصصة، ويُستخلص المحتوى من مصادر متعددة باستخدام تقنية الاستخراج، التحويل، والتحميل (ETL) لدعم تحليلات ذكاء الأعمال.

أهم فوائد مخزن البيانات:

- تقديم معلومات محسنة وسهلة الوصول لصانع القرار؛
- تمكين نمذجة البيانات وإعادة تنظيمها؛
- السماح بالوصول للبيانات دون التأثير على أداء نظم المعلومات التشغيلية؛
- دعم التحليل عبر OLAP والتتقيب في البيانات (DM) لإعادة تقييم الأعمال واتخاذ قرارات أفضل.

<sup>1</sup> - أحسن طيار، "ذكاء الأعمال ودوره في اتخاذ القرارات في البنوك"، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، المجلد 06، العدد 01، (2016)، ص ص. 74-75.

## ب - أنظمة المعالجة التحليلية على الخط:(OLAP)

هي تكنولوجيا تعتمد على العرض متعدد الأبعاد للبيانات، تتيح للمحللين ومتخذي القرار معالجة البيانات بشكل تفاعلي وسريع، ورؤية معلومات المؤسسة من عدة أبعاد. تعمل أنظمة OLAP بشكل مختلف عن استعلامات قواعد البيانات التقليدية، ويمكن دمجها مع مخازن البيانات ومتاجر البيانات لتحويل البيانات المخزنة إلى معلومات استراتيجية داعمة للقرار.

## ج - التنقيب في البيانات:(Data Mining)

ظهر التنقيب في البيانات نتيجة تزايد كميات البيانات الضخمة في قواعد البيانات ومستودعات البيانات، بهدف تحليلها واستخراج المعرفة منها. وقد نشأ في منتصف التسعينات، ويجمع بين الإحصاء وتكنولوجيا المعلومات مثل الذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي. - يعرف بأنه عملية تحليل كميات كبيرة من البيانات لاكتشاف علاقات وأنماط غير متوقعة، وتقديمها في شكل مفيد ومفهوم.

يعتمد على أدوات متنوعة كالنماذج الإحصائية والخوارزميات الرياضية وتقنيات التعلم الآلي مثل الشبكات العصبية وأشجار القرار.

ويعد جزءاً أساسياً من عملية أوسع تعرف بـ استكشاف المعرفة في قواعد البيانات (KDD).

## رابعاً: سيرورة عمل نظم ذكاء الأعمال

تتمثل سيرورة عمل نظم ذكاء الأعمال في مجموعة من النقاط نذكر منها<sup>1</sup>:

### أ - جمع البيانات:

في هذه المرحلة تقوم أنظمة ذكاء الأعمال بجمع البيانات من المصادر الداخلية والخارجية وذلك حسب الاغراض المرجوة منها وبما يدعم عملية اتخاذ القرار.

### ب - تقييم البيانات:

يتم تقييم البيانات التي من الممكن الاستفادة منها في عملية اتخاذ القرار واستبعاد الغير المفيدة منها.

<sup>1</sup> \_ فاطمة بلقاسمي ، وآخرون، " مساهمة نظم ذكاء الأعمال في ريادة الشركات الناشئة ( startup )، تقييم تجربة شركة (Airnub)"، مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، المجلد رقم 05، العدد 02، 2023، ص55.

### ج - تحليل البيانات:

يتم في هذه المرحلة تحليل البيانات للحصول على المعلومات المطلوبة لاتخاذ قرارات مختلفة التي تساعد المؤسسة، مما يعزز موقفها التنافسي.

### د - تخزين المعلومات:

تخزن المعلومات التي تم الحصول عليها في المرحلة السابقة في قواعد البيانات التي تكون جاهزة لمتخذي القرار حين طلبها.

### هـ - اتخاذ القرارات ودعم الموقف التنافسي:

في هذه المرحلة يتم استرجاع المعلومات المخزنة في قواعد البيانات للاستفادة منها في مختلف القرارات والتي تساهم في دعم الموقف التنافسي للمنظمة في البيئة التي تعمل فيها. والشكل أدناه يوضح هذه السيرورة:

الشكل رقم 3: سيرورة عمل نظم ذكاء الأعمال



المصدر: نايف علي ابراهيم هوساوي، وآخرون، مرجع سابق ص 325.

تمثل هذه السيرورة تسلسلا متكاملا يبدأ بجمع البيانات ومعالجتها وتحليلها، وصولا إلى تخزينها واستغلالها في دعم اتخاذ القرارات وتعزيز الموقف التنافسي للمؤسسة.

## خامسا: أنواع ومجالات تطبيق نظم ذكاء الأعمال

### 1. أنواع نظم ذكاء الأعمال:

تم تصنيف أنواع ذكاء الأعمال إلى ثلاثة أنواع رئيسية أهمها: <sup>1</sup>

#### أ- ذكاء الأعمال الاستراتيجي:

يستخدم لإدارة خطط وأهداف الأعمال طويلة الأجل، ويستخدم فيه المدراء التنفيذيون والمدراء الكبار مصفوفة أداء الأعمال ذات المستوى العالي (تدعى أحيانا مؤشرات الأداء الرئيسية)، والغرض بواسطة ذكاء الأعمال الاستراتيجي متابعة مدى تحسين العمل، وهي تعمل على اتجاه الأهداف طويلة الأجل مثل: زيادة الحصة السوقية، تخفيض التكاليف، زيادة الإيرادات، وكذلك مبادرات أخرى لأعمال تجارية محددة منها على سبيل المثال الحملات التسويقية والمنتجات الجديدة من خلال مقارنة الأداء الفعلي بالأداء المخطط.

#### ب- ذكاء الأعمال التكتيكي:

يستخدم بواسطة المدراء الكبار ومحلي الأعمال، لقياس فعالية الأداء لهذه المبادرات، بينما يحلل ذكاء الأعمال التكتيكي عمليات الأعمال على مدى أيام وأسابيع وشهور.

#### ج- ذكاء الأعمال التشغيلي:

يهتم بإدارة وتحسين العمليات اليومية من خلال تسليم المعلومات الملائمة في الوقت المناسب لمستخدمي الأعمال المناسبين ليتمكنوا من الرد بسرعة لحل مشاكل الأعمال وتنفيذ شروط متطلبات الأعمال الجديدة، أي أنها تساعد المنظمات على العمل بشكل أذكى وتصبح أكثر سرعة.

### 2. مجالات تطبيق نظم ذكاء الأعمال

هناك مجالات كثيرة يمكن أن تستخدم فيها نظم ذكاء الأعمال، والتي تحددت في <sup>2</sup>:

- نظم دعم القرار (DSS) ؛
- توليد تقارير تخطيط الموارد العامة (ERP Reporting) ؛
- مؤشرات الأداء الرئيسية (Key performance indicators) ؛

<sup>1</sup> - فريوه نرجس، وآسيا طويل، "إستراتيجية الاستدامة وتطبيق نظام ذكاء الأعمال في المؤسسات العربية والعالمية في ظل التغيرات الراهنة"، المجلة الجزائرية للأداء الاقتصادي، العدد 03 (2018)، ص 90.

<sup>2</sup> - روان محمد عبد الرحيم جاوا، "أثر تطبيق نظام ذكاء الأعمال على فاعلية اتخاذ القرارات في المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية: دراسة حالة"، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، مجلد 8، عدد 2 (2021)، ص 360.

- معرفة أكثر المنتجات ربحية (Product Profitability) ؛
- إدارة المخاطر (Risk Management) ؛
- معرفة تكلفة نشاطات العمل (Activity Based Costing) ؛
- إدارة عمليات دعم المنتجات والخدمات (Logistics) ؛
- تحليل المبيعات، التنبؤ بالمبيعات (Forecasting) ؛
- تقسيم المبيعات حسب فئات معينة (Segmentation) ؛
- تحليلات أنظمة إدارة علاقات الزبائن (CRM Analytics) ؛
- التخطيط للحملات الدعائية في المكان والزمان المناسبين (Campaign Planning) ؛
- معرفة أكثر الزبائن ربحية (Customer Profitability) .

يتضح مما سبق أن نظم ذكاء الأعمال تساهم في العديد من العمليات والأنشطة المتنوعة المهمة داخل المؤسسة مما يعكس مدى أهمية هذه النظم والتطبيقات في تحسين صورة وواقع المؤسسة.

#### سادسا: منافع نظم ذكاء الاعمال وتحديات تطبيقها

##### 1. منافع نظم ذكاء الاعمال

تلعب هذه النظم دورا أساسيا في تحسين القرارات وكفاءة العمليات، وتنقسم منافعها إلى منافع ملموسة وأخرى غير ملموسة كما يلي:<sup>1</sup>

##### أ- المنافع الملموسة

- وهي العوائد المالية التي يمكن قياسها لتقييم أداء النظام، ومن أبرزها:
- العائد على الاستثمار (ROI): يبرز كمبرر أساسي للاستثمار في التكنولوجيا؛ حيث أثبتت الدراسات أن هذه النظم تحقق عوائد وافرة يمكن تحقيقها فعليا.
- زيادة الحصة السوقية: تساهم في رفع مستوى الخدمات المقدمة للزبائن وربطها بحاجاتهم، مما يؤدي إلى زيادة العوائد والمنافع المالية.

##### ب- المنافع غير الملموسة

- وهي المنافع التي تؤثر في الأداء ويصعب تحويلها إلى قيم مالية فورية، ومن أهمها:

<sup>1</sup> - محمد علي جمال الدين محمد غيث، "أثر ذكاء الأعمال على الأداء التنظيمي: الدور الوسيط للرشاقة الاستراتيجية: دراسة تطبيقية على شركات الصناعات الغذائية بجمهورية مصر العربية"، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا في الإدارة، مصر، 2025، ص-ص.37،38.

- دعم عمليات الأعمال: توفر الوقت والجهد في الحصول على التقارير وتحليلها، وتسهل مشاركة النتائج برسوم بيانية مبسطة لدعم اتخاذ القرار.
- تحسين جودة المعلومات: تضمن أمن وسلامة البيانات بإرجاعها إلى مصدرها الأصلي، مما يقلل التناقضات والوقت المستهلك في تحليل البيانات المختلفة.
- التنقيب الداخلي المباشر: يساعد متخذي القرار في البحث المباشر عن المعلومات الأساسية للوصول إلى نتائج أفضل.
- حل المشكلات على جميع المستويات: تقدم حلولاً تكتيكية وعملياتية واستراتيجية عبر مؤشرات الأداء والرؤى التحليلية.
- تحقيق الكفاءة والمرونة: تسمح بالتغلب على فشل التخطيط التقليدي من خلال توفير قرارات آنية وتخطيط مرن.
- التمكين التكنولوجي: تزيد من قيمة مشاريع المنظمة في العصر الرقمي عبر الاستفادة المثلى من بنيتها البرمجية والمادية.

## 2. تحديات تطبيق نظم ذكاء الأعمال:

- يواجه تطبيق نظم ذكاء الأعمال جملة من التحديات البنوية التي تحد من كفاءته وفعاليتها، ويتجسد ذلك فيما يلي: <sup>1</sup>
- أ - توفير الكوادر لتطبيقات الأعمال أو من خلال تطوير مخرجات التعليم وخلق فرص عمل مناسبة لبيئة الأعمال الجديدة وجلب الخبرة وتشجيع الطلاب على التعلم في مجال ذكاء الأعمال؛
  - ب - ضرورة تهيئة كوادر بشرية مؤهلة قادرة على التعامل مع البيانات الضخمة واختيار المديرين التنفيذيين؛
  - ج - ضرورة التكامل مع مختلف القطاعات في جانب التنبؤ واستشراف شكل الأنشطة والمهن في مستقبل ذكاء الأعمال؛
  - د - استيعاب والتمكن من دورة حياة ذكاء الأعمال والتي تبدأ بتحديد المتطلبات والوصول إلى أهداف ورؤية منظمة الأعمال، مع تحديد احتياجات العمل الحالية والمستقبلية، مع تحديد إجراءات العمل التي يجب تعديلها، أو حذفها؛

<sup>1</sup> - أحمد صفوت أبوزيد سالم غنيم، شريف طاهر محمد فريد، "أثر استخدام أدوات ذكاء الأعمال في زيادة رضا العملاء: دراسة تطبيقية"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 39، العدد 01، 2025، ص-ص 79، 80.

- هـ - ضرورة تسريع وتفعيل تطبيقات ذكاء الأعمال على كافة مستويات المؤسسة؛
- و - وجود بنية تحتية تكنولوجية متكاملة لأنظمة إدارة الأداء، مع وجود مصادر متعددة للبيانات. وعليه، فإن نجاح تطبيق نظم ذكاء الأعمال يظل مرهوناً بقدرة المؤسسات على تجاوز هذه التحديات بشكل متكامل.
- وعلية، فإن نجاح تطبيق نظم ذكاء الأعمال يظل مرهوناً بقدرة المؤسسات على تجاوز هذه التحديات بشكل متكامل.

## الخلاصة

تعد نظم ذكاء الأعمال ركيزة أساسية للمؤسسات الحديثة، حيث تحول البيانات إلى معرفة تدعم القرارات وتطورت إلى منظومات متكاملة تكنولوجيا وبشريا لتحسين الأداء والتنافسية، ورغم تحديات تطبيقها التي تتطلب رؤية استراتيجية، فإن دورها في تحسين القرارات ينعكس مباشرة على جودة الخدمات المقدمة، مما يستدعي التطرق في المطلب الموالي لأبرز مفاهيم جودة الخدمات.

## المطلب الثاني: أساسيات جودة الخدمات

تعد جودة الخدمات ركيزة أساسية في الإدارة والتسويق لضمان رضا الزبائن واستمرارية المؤسسات عبر تجاوز مجرد تلبية الحاجة إلى تحقيق التوقعات. وتستند الجودة إلى أبعاد ونماذج قياس متعددة كـ نموذجي SERVQUAL و SERVPERF ونموذج تحليل الفجوات لتقييم مستوياتها من زوايا مختلفة، كما ترتبط بفهم خصائص الخدمات وآليات إنتاجها والأدوات التسويقية المحسنة لها. وعليه، يهدف هذا المطلب لاستعراض المفاهيم الجوهرية المرتبطة بجودة الخدمات لبناء تصور شامل حولها.

### أولاً: مفهوم الجودة

#### 1. تعريف الجودة

تعدد المفاهيم حول مصطلح الجودة نذكر منها: <sup>1</sup>

- عرف فشر (Fischer) الجودة بأنها: "تعبّر عن درجة التألق والتميز، وعن مدى كون الأداء ممتازاً، أو كون الخصائص، أو بعض خصائص المنتج (سلعة أو خدمة)، متفوقة عند مقارنتها بالمعايير المعتمدة، سواء من منظور المؤسسة أو من منظور الزبون".
- كما عرفها دافيد (David) "على أنها تعني تحقيق أهداف ورغبات الزبائن بصورة مستمرة". انطلاقاً من التعريفات السابقة، يمكن استنتاج أن مفهوم الجودة يشير إلى مدى مطابقة المنتج أو الخدمات للمواصفات والمعايير المحددة مسبقاً، فضلاً عن مدى ملاءمتها للغرض الذي أنتج من أجله، بما يضمن تحقيق رضا الزبون والاستجابة لتوقعاته.

#### 2. مراحل تطور الجودة:

مرت الجودة بالعديد من المراحل وهي كالاتي <sup>2</sup>:

##### أ - مرحلة الفحص: (1920 - 1940)

على الرغم من أن الجذور التاريخية لمرحلة الفحص ترجع إلى بداية القرن الثامن عشر أي إلى فترة النمو الكبير والزيادة الواضحة في الإنتاج، فقد انصبت هذه المرحلة على مراقبة جودة المنتج الذي تم إنتاجه فعلاً، ويمكن القول إن عملية الفحص كانت لمجرد ضمان أن المنتج أو الخدمات المطابقة

<sup>1</sup> \_ قاسم نايف علوان المحياوي، "إدارة الجودة في الخدمات: مفاهيم وعمليات و تطبيقات" ،دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2006، ص24

<sup>2</sup> - أحمدنا محمد محمود أمر السالم، "إدارة الجودة الشاملة بين التطور التاريخي والتطبيق في مؤسسات التعليم العالي"، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، العدد 35، سبتمبر 2023، ص154.

للمواصفات هي التي تنتقل إلى خارج المؤسسة، ومن ثم فإن الفحص يحول دون وجود الخلل، ويتم ذلك من خلال التفثيش للتأكد من سلامته وخلوه من العيوب؛

#### ب - مرحلة المراقبة الإحصائية: (1940 - 1960)

تعددت المسميات لهذه المرحلة فسميت أحيانا بمرحلة مراقبة الجودة، كما سميت أيضا بمرحلة ضبط الجودة إحصائيا، وعملية المراقبة قصد بها الأنشطة والأساليب التي تستخدم لإتمام متطلبات الجودة، وهي بهذا المعنى تعد من المتطلبات الداخلية لأنشطة مدخل ضمان الجودة، ولكن من ناحية أخرى فهي وفقا لمفهومها تعد محدودة الرؤية نسبيا فهي تمثل مجموعة النشاطات والتقنيات المستخدمة للقيام بمتطلبات الجودة والتي من خلالها يمكن أداء أنشطة مراقبة الجودة وتوفير المعلومات اللازمة، فعملية مراقبة الجودة وضع للمعايير، ثم التأكد من مطابقة التنفيذ للمعايير التي تم وضعها، وبعد ذلك يتم تحديد الانحرافات، واتخاذ الإجراءات التصحيحية، وبناء على ذلك فهي أسلوب رقابة وليست مانعة للأخطاء؛

#### ج - مرحلة ضمان الجودة: (1960 - 1980)

تم النظر إلى الجودة في هذه المرحلة بمفهوم أوسع من المرحلتين السابقتين (مرحلة الفحص، مرحلة المراقبة الإحصائية) بحيث أصبحت تركز على منع وقوع الخطأ، بمعنى أن التركيز على جودة الخدمات أصبح من بداية عملية التصميم إلى أن يصل إلى المستهلك أو المستخدم وبأقصى درجة ممكنة من الرضا للمستفيد، بدأت هذه المرحلة في الستينيات من القرن الماضي وشهدت رقابة على الجودة مما أدى إلى ظهور مفاهيم حديثة تؤكد ضمان الجودة، لذا كان يمثل كل الإجراءات المخططة والمنهجية اللازمة لإعطاء الثقة بأن المنتج أو الخدمات تستوفي كل شروط الجودة؛

#### د - مرحلة إدارة الجودة الشاملة (1980) إلى الآن

تم في هذه المرحلة الانتقال إلى المفهوم الأكثر شمولية واتساعا، والذي هو فلسفة تركز على رضا العملاء، وعلى التحسين المستمر من خلال إشراك كل أعضاء المؤسسة وبمختلف المستويات في الأهداف بجهد أساسه التآزر لتحقيق النجاح.

توضح هذه المراحل أن تطور الجودة جاء متدرجا من مجرد كشف العيوب إلى إدارة شاملة تركز على الوقاية والتحسين المستمر ورضا العملاء، مما يعكس تحول الفكر الإداري من الرقابة التقليدية إلى فلسفة استراتيجية متكاملة.

### 3. أهمية الجودة

تعتبر الجودة الأساس الذي تبنى عليه المؤسسات وتعزز استمراريته وتبرز أهميتها فيما يلي<sup>1</sup>:

#### أ. بالنسبة للمؤسسة المنتجة:

تجنب المخاطر: تلافي المسؤولية القانونية الناتجة عن أخطاء التصميم، وحماية المؤسسة من فقدان حصتها السوقية وسمعتها نتيجة الجودة الرديئة.

خفض التكاليف: تقليل النفقات المرتبطة بإعادة الإنتاج، الفحص، ومعالجة شكاوى الزبائن.

تحقيق المزايا: تحسين الربحية والمردودية من خلال كسب ثقة الزبائن وتحقيق ميزة تنافسية.

#### ب. بالنسبة للزبائن:

الرضا والوفاء: تلبية احتياجات الزبائن هي أساس استمرارية أي صناعة، والجودة العالية تضمن ولاء الزبون الحالي الذي يعد أقل كلفة من استقطاب زبائن جدد.

#### ج. بالنسبة للعمال:

تطوير الأداء: تحسين ظروف العمل يرفع من فعالية الأداء الفردي والإنتاجية.

التعاون والترابط: تعزز الجودة الاتصال الأفقي بين أقسام المؤسسة وتدعم العمل الجماعي لتحقيق رضا الزبائن.

#### د. الجودة كأساس للمنافسة:

التميز في السوق: تساهم في تحسين المركز التنافسي من خلال التفوق في خدمات ما بعد البيع والالتزام بمواعيد التسليم (المنافسة على الوقت).

ان التركيز على الجودة يساهم في تعزيز رضا العملاء وتقليل التكاليف، مما يعزز الميزة التنافسية ويحقق استدامة النجاح في بيئة الأعمال المعاصرة.

<sup>1</sup> - سمية أو سليمان، "إستراتيجية جودة الخدمات وأثرها على تحقيق وتنمية الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر: دراسة حالة شركة أكسا للتأمينات"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3، 2021-2022، ص ص 13،14،15.

#### 4. محددات الجودة

تتوقف جودة المخرجات النهائية على مدى قدرتها على تلبية الغرض الوظيفي المستهدف، وذلك من خلال التكامل بين أربع محددات جوهرية هي<sup>1</sup>:

##### أ- التصميم:

يشير التصميم إلى غرض المصمم في تضمين بعض الخصائص أو عدم تضمينها في المنتج أو الخدمات، ويجب أن يأخذ المصمم متطلبات المستهلك في الاعتبار بالإضافة إلى القدرات الإنتاجية والتصنيفية للمنتج أو الخدمات، واعتبارات التكاليف عند التقييم للمنتجات والخدمات؛

##### ب- التوافق مع التصميم (جودة التطابق):

يشير هذا المحدد إلى درجة تطابق المنتج أو الخدمات لغرض التصميم مع الأخذ بعين الاعتبار على مجموعة من العوامل التي قد تؤثر في العملية ككفاءة العاملين والقدرات الإنتاجية والرقابة في حالة وجود انحرافات والعمل على تصحيحها لضمان التطابق؛

##### ج- سهولة الاستخدام:

إن سهولة الاستخدام وتوافر العمليات والإرشادات للمستهلك عن كيفية استخدام المنتجات، لها أهمية بالغة في زيادة قدرة المنتجات على الأداء بطريقة سليمة وآمنة وفقاً لما هو مصمم لها؛

##### د- خدمات ما بعد التسليم:

من الأهمية بمكان من وجهة نظر الجودة المحافظة على أداء المنتج أو الخدمات كما هو متوقع. هنالك الكثير من الأسباب التي قد تؤدي إلى اختلاف الأداء عما هو متوقع، وفي هذه الحالات لا بد من أخذ التصرفات التصحيحية التي تضمن الأداء وفقاً للمعايير الموضوعية؛

تشكل هذه المحددات سلسلة قيمة تكاملية تبدأ من دقة التخطيط وتنتهي باستدامة الأداء، حيث إن أي خلل في إحدى حلقاتها يؤدي حتماً إلى تراجع الجودة النهائية والميزة التنافسية للمنظمة.

#### 5. العوامل المؤثرة في الجودة

يمكن حصرها في العوامل التالية<sup>2</sup>:

1 - سمية أوسليمان، مرجع سابق، ص ص 15، 16.

2 - رابح بريك، "آليات تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية العمومية في ظل عصرنة التكنولوجيا الرقمية"، أبحاث الملتقى الوطني حول: جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي والإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي، ص. 05.

#### أ - العامل:

لقد أدى التقدم الكبير في وسائل الإنتاج المختلفة إلى نشأة الحاجة إلى وجود نوع من التخصصية العالية لمواجهة هذا التقدم ولتحقيق الإتقان والجودة في الأداء؛

#### ب - رأس المال:

لقد أدت الزيادة في التنافس في الأسواق إلى تقسيم فرص الربح بين المنتجين وفي نفس الوقت فإن الحصول على المعدات الحديثة للارتقاء بمستوى الجودة يتطلب الكثير من استثمار رؤوس الأموال لتغطية تكاليف الإنتاج الأساسية؛

#### ج - لأسواق:

من المتعارف عليه أنه إذا لم يكن هناك منتجات لن يكن هناك اهتمام بالجودة وأساليبها، وهناك الكثير من المنتجات التي تطرح في الأسواق، ولكي يمكن لمنتج ما أن يحتل مكان مناسب في الأسواق فلا بد أن يكون ذو جودة عالية تحقق له الاستقرار اللازم؛

#### د - المواد الأولية:

نتيجة لزيادة كلفة الإنتاج والمتطلبات الخاصة للوصول إلى جودة عالية، فإنه قد أمكن الوصول إلى كثير من المواد الصناعية التي تفي بالاحتياجات المطلوبة، كما أصبح من الممكن الآن اختيار جودة المواد الأولية باستخدام الكثير من المواد الحديثة ولم تصبح العملية مجرد فحص بالعين المجردة كما كان متبعاً في الماضي؛

#### هـ - الآلات والوسائل الفنية الحديثة:

لقد أدت الزيادة في الطلب على المنتجات إلى اختراع الكثير من الماكينات الخاصة التي تفي بالاحتياجات المطلوبة وقد ساعدت هذه الماكينات على الوصول إلى دقة عالية وبالتالي إلى جودة مرتفعة إلى حد كبير؛

## و - الإدارة:

لا يخفى علينا بالطبع الحاجة إلى وجود نظام إداري واعد لخلق ومتابعة نظام فعال لضبط الجودة وخاصة أن مسؤوليات الجودة قد توزعت على المجموعات المختلفة وأصبحت الإدارة مسؤولة مسؤولية تامة عن متابعة هذه المجموعات ومراقبة الجودة.

إذا تعد الجودة محصلة استراتيجية ناتجة عن المواءمة بين الاستثمار الرأسمالي في التقنيات الحديثة، وبين حوكمة النظام الإداري لضبط العمليات التشغيلية، بما يضمن تعزيز الميزة التنافسية للمنظمة داخل السوق.

### ثانياً: مفهوم الخدمات

#### 1. تعريف الخدمات

- تعددت التعريفات حول مصطلح الخدمات واختلفت باختلاف الزوايا التي تناولها بها الباحثون:<sup>1</sup>
- فالجمعية الأمريكية للتسويق عرفت الخدمات بأنها: " النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو تعرض لارتباطها بسلعة معينة".
  - أما ( kotler& Armstrong ) فقد عرفا الخدمات "بأنها نشاط أو منفعة الذي يقدمها طرف إلى طرف الآخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترتب عليها أية ملكية، فتقديم الخدمات قد يكون مرتبطاً بمنتج مادي أو لا يكون".
  - ويقول ( Gronroos ) أن الخدمات هي " عبارة عن أشياء مدركة بالحواس وقابلة للتبادل تقدمها شركات أو مؤسسات معينة بشكل عام بتقديم الخدمات أو تعتبر نفسها مؤسسات خدمية".
  - "وتعرف الخدمات على أنها عملية تتكون من مجموعة من الأنشطة غير الملموسة، والتي تنشأ بطبيعتها من خلال التفاعل القائم بين العميل ومقدم الخدمات، سواء كان ذلك عبر الموظفين أو من خلال استخدام الموارد المادية والسلع أو حتى الأنظمة المعتمدة في تقديم الخدمات".<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - حميد الطائي، بشير علاق، "تسويق الخدمات: مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي"، مجموعة اليزوري للنشر والتوزيع، 2019، ص ص: 33، 34

<sup>2</sup> - Monavarian Abbas and Amiri Same, "Evaluation of the Insurance Services Quality from Consumer's Perspective", Journal of San'at Bimeh, No:2, 2005, P:34.

- تعريف الخدمة الرقمية: هي خدمة يتم تنفيذها بالكامل بواسطة نظام تقني، وذلك عندما يستدعي المستخدم نظاماً قائماً على تكنولوجيا المعلومات والحوسبة والاتصالات والأتمتة (ICCAT)، والذي يقوم بدوره بإنشاء النتيجة المرجوة او المخرجات المستهدفة.<sup>1</sup>
  - تعرف الخدمة الرقمية بوصفها تطوراً هيكلياً في أنظمة المعلومات، حيث تقدم ككيان برمجي مستقل يعمل ضمن بيئة حوسبية هجينة وموزعة؛ وهي تعتمد على تفعيل أنظمة ذكية تمتلك 'فاعلية تقنية' تمكنها من تنفيذ مهام معقدة واتخاذ قرارات سياقية نيابة عن المزود، لتحقيق استجابة فورية لمتطلبات المستخدم دون الارتباط بقيود مادية أو جغرافية محددة.<sup>2</sup>
- انطلاقاً من التعاريف السابقة، يمكن استنتاج أن الخدمات هي نشاط أو منفعة غير ملموسة في جوهرها، تقدم من طرف إلى آخر بقصد إشباع حاجة أو رغبة معينة، ولا يترتب عنها انتقال للملكية، وقد تكون مرتبطة بمنتج مادي أو مستقلة عنه، كما تقدم عادة من قبل مؤسسات متخصصة أو تعتبر نفسها ذات طابع خدمي، وتسهم في خلق قيمة للزبون وتحقيق أهداف المؤسسة.

## 2. خصائص الخدمات:

- تتفرد الخدمات بمجموعة من الخصائص والسمات الجوهرية التي تضعها في إطار تسويقي مغاير تماماً عن ذلك الخاص بالسلع المادية؛ ومن أبرز هذه الخصائص<sup>3</sup>:
- أ — غير قابلة للمس: نظراً لأن الخدمات غير ملموسة فإنه من المستحيل على مشتري الخدمات الإحساس المادي، كالتذوق أو التجريب أو الإحساس بالخدمات قبل استخدامها أو شرائها؛
- ب — الملائمة: لا يمكن فصل الخدمات عن مقدمها أو المنتج للخدمة كونها ملازمة له، ويعتبر مقدم الخدمات جزءاً لا يتجزأ من الخدمات، وهذا يعني أن البيع الشخصي هو الأسلوب الأكثر إن لم يكن الأسلوب الوحيد لتسويق وتوزيع الخدمات في كثير من الحالات؛
- ج — التباين: يصعب إن لم يكن مستحيلاً أن يتم وضع واتباع معايير محددة وثابتة للخدمات التي يتم تقديمها كما هو الحال في السلع المادية، حيث نجد أن كل وحدة منتجة من الخدمات تختلف عن باقي الوحدات بشكل نسبي. كما أن مقدم الخدمات يقدم خدماته بطرق مختلفة اعتماداً على ظروف معينة،

<sup>1</sup> \_Daniel Pakkala and Jim Spohrer, "Digital Service: Technological Agency in Service Systems," in **Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences** (2019), 1886.

<sup>2</sup> \_Pakkala and Spohrer, "Digital Service," 1888.

<sup>3</sup> - جمال محمد ضانة، "جودة الخدمات وأثرها على رضا الزبائن"، مجلة دراسات الإعلام والاتصال، العدد الثالث عشر، 2015، ص ص 191، 192.

فالطبيب قد يعالج مرضاه بطرق مختلفة، وموظف المصرف يختلف أسلوب تعامله وفقاً لظروفه وأوقات العمل، كذلك يحدث التباين وفقاً لاختلاف شخصية ومزاج وخبرة مقدم الخدمات، مما يجعل من الصعب تحديد مستوى جودة دقيق؛

د — لا يمكن تخزين الخدمات: حيث يتطلب أن يكون مقدم الخدمات موجوداً بالقرب من الزبون، إذ أن الخدمات تنتج وتستهلك عند الطلب، ولا يمكن تخزينها؛ فالمقاعد الشاغرة في رحلة طيران عند الإقلاع لا يمكن الاحتفاظ بها لرحلة قادمة؛

هـ — غياب التملك: بخلاف السلع المادية، فإن الخدمات لا تعد ملكاً للمستهلك، فهو يستهلكها عند طلبها فقط دون أن تتحول إليه ملكية أصولها، مما يفرض على الشركات جهوداً إضافية لتعزيز جاذبية علامتها التجارية؛

و — تنتج الخدمات عند وقوع الطلب عليها: ما يميز الخدمات هو إنتاجها لحظة طلبها، لكونها نشاطاً يتم بين طرفين في لحظة التقائهما؛

ز — تقلب الجودة: ترتبط جودة الخدمات بشكل مباشر بطبيعة مقدمها، والمستفيد منها، ونوع المعدات المستخدمة في تقديمها؛

ح — صعوبة تمييز الخدمات: من المستحيل توحيد الخدمات بشكل نمطي كامل، سواء بين مقدمي الخدمات المختلفين أو لدى المقدم نفسه، كما في الخدمات المصرفية والصحية والنقل؛

ط — اشتراك المستفيد (الزبون): يلعب الزبون دوراً رئيساً في عملية الإنتاج والتسويق، من خلال تفاعله وطرحه للأسئلة حول العمليات التي تخصه.

إذا تميزت الخدمات بمجموعة من الخصائص التي تميزها عن السلع المادية، مثل عدم قابليتها للمس، والتباين في جودتها، وعدم إمكانية تخزينها أو تملكها. يتطلب ذلك من الشركات تبني استراتيجيات تسويقية مبتكرة تركز على تفاعل ديناميكي مع العميل، وضمان استمرارية التميز في تقديم الخدمات لتحقيق رضا العميل وتعزيز القيمة المضافة.

### 3. دورة حياة الخدمات

تمر الخدمات بأربع مراحل رئيسية، ويمكن توضيح هذه المراحل كما يلي<sup>1</sup>:

أ - مرحلة التقديم: يقال أن الخدمات في مرحلة التقديم عندما تقدم لأول مرة، أو أن شكل الخدمات الحالية قد تم تغييره، وترتكز استراتيجيات المؤسسة في هذه المرحلة من دورة حياة الخدمات الجديدة على كسب قبول السوق لها، وذلك لأن نسبة قليلة من الزبائن المستهدفين ممن يتوقع منهم أن يجاوزوا بطلب الخدمات الجديدة، وهنا تظهر ميزة الخدمات حيث العديد من الخدمات يمكن تقديمها على نطاق ضيق ويمكن توسيعها إذا لاقت القبول من المستهدفين؛

ب — مرحلة النمو: في مرحلة النمو يزداد نمو الخدمات حيث تظهر التدفقات النقدية الإيجابية، وبسبب نمو واتساع الطلب على الخدمات وما ينتج عن ذلك من زيادة أو ارتفاع في مبيعات الخدمات مما يؤدي إلى مبيعات وأرباح كبيرة، إلا أن هذه الزيادة في المبيعات والأرباح تجذب المنافسين، والمنافسة تأتي بتغييرات مهمة في استراتيجية التسويق لمنظمة الخدمات وبدلاً من البحث عن طرق لجعل الزبائن يجربون الخدمات الجديدة فإن مسوق الخدمات الآن يواجه مهمة أكثر تحدياً لإقناعهم بالعلامة التجارية؛

ج — مرحلة النضوج: في هذه المرحلة يبدأ مستوى الخدمات المقدمة من قبل المنظمات بالهبوط البطيء وتزداد حدة المنافسة، فقد يظهر المبتكر للخدمة للزبائن على أساس السعر أو الخصائص الهامشية المتميزة، وبالتالي يبدأ مسوق الخدمات بالبحث عن طرق مربحة لامتداد دورة حياة الخدمات في مرحلة النضوج وفي هذه المرحلة أيضاً لا يرى الزبائن أية فروقات بما تقدمه المنظمات المختلفة للخدمة. وتمتاز هذه المرحلة بالخصائص التالية:

- استمرار مستوى ما تقدمه المنظمات من خدمات؛

- امتداد المنافسة وخروج المنظمات ذات المستوى المنخفض.

ففي هذه المرحلة المتأخرة للنضوج الخدمات تصبح الفاعلية لعملية التسليم الداخلية والخارجية للخدمة أكثر أهمية، حيث لا تزال القدرة موجودة لدى المؤسسة لإضافة خدمات إضافية، وفي الوقت نفسه فإن القدرة تصبح متاحة للزبائن الآخرين الذين لأسباب أخرى يفضلون استخدام الخدمات الجوهرية فقط مثال ذلك الطيران بدون خدمات الشحن أو التحويل.

<sup>1</sup> - فليسي لنده، 'واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز: دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة أحمد بوقرة بومرداس"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد بوقرة بومرداس، الجزائر، 2011/2012، ص 39-40.

د - مرحلة الانحدار: في هذه المرحلة ينخفض مستوى الخدمات المقدمة من قبل جميع المنظمات وهذا يحدث لظهور خدمات جديدة تشبع حاجات الزبائن بصورة أفضل فالطلب على خدمة السفر من خلال السكك الحديدية مثلاً بدأ بالانخفاض عندما أصبح الطيران الجوي أكثر أماناً وذا جودة اقتصادية؛ ففي هذه المرحلة فإن الخدمات سوف تقدم فقط إذا طلبها الزبون بصراحة، وإذا انخفض الطلب عليها فسيجبر مقدم الخدمات على إيقاف الإنتاج كلياً لأن الخدمات ما عادت مربحة بالنسبة له ويجب التخلص منها، وبالتالي يجب أن يكون هناك خدمة جديدة بحيث يتم إعادة دورة الحياة وتتصف هذه المرحلة بالخصائص التالية:

- انخفاض مستوى الخدمات المقدمة من قبل المنظمات؛

- انخفاض حدة المنافسة وتناقص الأرباح وانخفاض رأس المال.

ومن خلال ما سبق، يتضح أن مرحلة التقديم تتميز ببطء النمو، في حين تمثل مرحلة النمو فترة اتساع قبول الخدمات في السوق. أما مرحلة النضوج فتشهد تباطؤاً في النمو نتيجة وصول الخدمات إلى درجة عالية من القبول لدى الزبائن، بينما تعكس مرحلة الانحدار فترة تراجع الأداء وانخفاض الطلب على الخدمات.

#### 4. تصنيف الخدمات

توجد عدة أنواع من الخدمات، ويمكن تصنيفها وفق مجموعة من المعايير كما يلي<sup>1</sup>:

أ- من حيث الاعتمادية:

تختلف الخدمات حسب اعتمادها إما على المعدات أو على الأفراد، كما تتباين تبعاً لطبيعة أدائها سواء من قبل عمال ذوي كفاءة أو محدودي الكفاءة.

ب- حسب الزبون:

- خدمات المستهلكين: وهي الخدمات التي تهدف إلى تلبية الحاجات الشخصية مثل السياحة والتأمين على الحياة.

- خدمات المنشآت: وهي التي تقدم لتلبية احتياجات منظمات الأعمال مثل الاستشارات الإدارية والمالية وصيانة المعدات والآلات.

<sup>1</sup> - فليسي لنده، مرجع سابق، ص. 33-34.

### ج- حسب مشاركة الزبون أو المستفيد:

تتطلب بعض الخدمات حضور الزبون ومشاركته للحصول عليها مثل الخدمات الطبية والسياحية وخدمات الإطعام، في حين توجد خدمات أخرى لا تستلزم وجوده بشكل دائم مثل خدمات إصلاح أو صيانة السيارات.

### د- حسب دوافع مقدم الخدمات:

- خدمات غير ربحية: تقدم من طرف أفراد أو منظمات دون هدف تحقيق الربح مثل التعليم والعلاج.

- خدمات ربحية: وهي الخدمات التي تقدم بهدف تحقيق الربح مثل خدمات المؤسسات الخاصة.

### هـ- حسب الخبرة المطلوبة في أداء الخدمات:

- خدمات مهنية: مثل خدمات الأطباء والمحامين والمستشارين.

- خدمات غير مهنية: مثل خدمات حراسة العمارات أو مواقف السيارات.

### و- الخدمات طبقا لدرجة كثافة العمالة:

- الخدمات كثيفة العمالة: وهي التي تعتمد بدرجة كبيرة على العنصر البشري مثل الخدمات الفندقية والتعليم.

- الخدمات كثيفة الآلة: وهي التي تعتمد بشكل أكبر على الآلات مثل خدمات النقل والمواصلات.

### ز- الخدمات حسب درجة الاتصال بالمستفيد:

- خدمات ذات اتصال شخصي مرتفع: مثل خدمات المحاماة والسكن والنقل الجوي.

- خدمات ذات اتصال منخفض: مثل خدمات إصلاح السيارات أو التسوق عبر الإنترنت.

### ح- الخدمات حسب وجهة النظر التسويقية:

- خدمات سهلة المنال: وهي التي يستطيع الزبون الحصول عليها بسهولة مثل خدمات النقل والحلاقة.

- خدمات خاصة: مثل خدمات تأجير أفراد لحماية وحراسة الشخصيات المهمة.

### ط- الخدمات حسب طبيعة الخدمات:

- خدمات ضرورية: مثل الخدمات الصحية والتعليمية.

- خدمات كمالية: مثل خدمات الترفيه والتسلية.

## 5. مستويات الخدمات:

تتجسد مستويات الخدمة في حزمة الخدمة، التي تدمج الخدمات الجوهرية والتكميلية في نموذج عمل واحد متكامل كما يلي:<sup>1</sup>

### حزمة الخدمات (Service Package)

تعد حزمة الخدمات نموذجاً متكاملًا يعبر عن طبيعة الخدمات في صورتها الشاملة، حيث تشبه بما يعرف بـ "زهرة الخدمات" التي تتكون من الخدمات الجوهرية في المركز، تحيط بها مجموعة من الخدمات التكميلية الداعمة. ويعكس هذا النموذج أن الخدمات ليست مجرد أداء منفصل، بل هي حزمة من المنافع والأنشطة المتكاملة التي تهدف إلى تحقيق رضا العميل.

#### أ- الخدمات الجوهرية

تمثل الخدمات الجوهرية المنفعة الأساسية التي تسعى المؤسسة إلى تقديمها، وهي السبب الرئيسي الذي يدفع العميل لطلب الخدمات. فهي جوهر العرض الخدمي والأساس الذي تبنى عليه باقي العناصر. وتتمثل هذه الخدمات في إشباع الحاجات والرغبات الأساسية للمستهلك، مثل:

- الإيواء في الفنادق
- النقل في شركات الطيران
- تقديم الطعام في المطاعم

وعليه، فإن الخدمات الجوهرية هي القيمة المركزية التي بدونها لا يكون للخدمة وجود فعلي، بينما تتكامل معها باقي الخدمات لتعزيز فعاليتها.

#### ب- الخدمات التكميلية (الداعمة أو الثانوية)

تشير الخدمات التكميلية إلى مجموعة من الخدمات التي تحيط بالخدمات الجوهرية وتدعمها، حيث تسهل الحصول عليها، وتحسن جودتها، وتزيد من رضا العميل. وعلى الرغم من أنها ليست الهدف الرئيسي، إلا أنها تلعب دوراً حاسماً في<sup>2</sup>:

- خلق قيمة مضافة؛
- تحقيق ميزة تنافسية؛

<sup>1</sup> - بشير العلق، وحميد الطائي، "تسويق الخدمات: مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي" (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019)، ص 59-60.

<sup>2</sup> - بشير العلق، وحميد الطائي، مرجع سابق، ص 69-70.

- التمييز بين المؤسسات.

وقد صنف Christopher Lovelock هذه الخدمات ضمن نموذج "زهرة الخدمات (The Flower of Service)" إلى ثماني مجموعات رئيسية، تتمثل في:

- المعلومات (Information): تزويد العميل بالبيانات الضرورية مثل الأسعار وشروط الخدمات؛
- استلام الطلبات (Order-taking): تسجيل طلبات العملاء كالحجوزات والتسجيل؛
- الاستشارات (Consultation): تقديم النصح والتوجيه لمساعدة العميل على الاختيار المناسب؛
- الضيافة (Hospitality): توفير الراحة وحسن الاستقبال أثناء تقديم الخدمات؛
- حماية ممتلكات العميل (Safekeeping): الحفاظ على ممتلكات أو بيانات العميل؛
- الاستثناءات (Exceptions): معالجة المشكلات والحالات الخاصة؛
- الفوترة (Billing): إعداد الفواتير وتوضيح التكاليف؛
- الدفع (Payment): تسهيل عملية الدفع بوسائل مختلفة.

يتضح أن حزمة الخدمات تمثل نظاما متكاملًا يجمع بين الخدمات الجوهرية والخدمات التكميلية، حيث لا يقتصر نجاح المؤسسة على تقديم المنفعة الأساسية فقط، بل يعتمد بدرجة كبيرة على كفاءة إدارة الخدمات التكميلية التي تضيف قيمة حقيقية وتساهم في تحقيق رضا العملاء وتعزيز القدرة التنافسية. يعد نموذج زهرة الخدمات من النماذج التوضيحية المهمة التي تبرز طبيعة حزمة الخدمات، حيث يوضح العلاقة بين الخدمات الجوهرية والخدمات التكميلية المحيطة بها. ويبين الشكل التالي كيف تتكامل هذه العناصر لتقديم قيمة متكاملة للعميل وتحسين تجربته.

#### الشكل رقم 4: زهرة الخدمات



المصدر: بشير العلاق، وحميد الطائي، مرجع سبق ذكره، ص 70.

يظهر الشكل أن الخدمات الجوهرية تمثل أساس العرض الخدمي، بينما تحيط بها مجموعة من الخدمات التكميلية مثل تقديم المعلومات، الاستشارة، الاستقبال، الفوترة وغيرها، والتي تسهم في دعم وتعزيز القيمة المقدمة للعميل. ويعكس هذا التكامل أهمية الاهتمام بكافة مكونات الخدمات لضمان جودة عالية وتحقيق رضا العملاء.

#### 6. عناصر إنتاج الخدمات:

تتألف المؤسسة الخدمية من عناصر استراتيجية تتفاعل ديناميكياً لتصميم وتقديم القيمة للمستفيد النهائي وفيما يلي عرض لهذه العناصر:<sup>1</sup>

أ - نظام التنظيم الداخلي: يتمثل نظام عمليات تشغيل الخدمات في الإدارة العليا للمنظمة والتي تعتبر مصدر القرارات المتعلقة بعرض الخدمات وتوظيف وتسيير الموارد البشرية، وكذا تحديد أشكال

<sup>1</sup> - سمية اوسليمان ، مرجع سابق، ص ص28-29.

الاتصال بين المؤسسة والزبائن... إلخ، وبذلك يكون لهذا الجزء تأثيرا مباشرا على عملية تقديم الخدمات وجودتها؛

ب - **الدعم المادي**: يظهر في التصميم الداخلي للمنظمة والتجهيزات والمعدات الضرورية لإنتاج الخدمات في موقع المؤسسة، وهو يؤثر مباشرة على عملية الإنتاج والتقديم؛

ج - **العمال المباشرين**: هم مقدمو الخدمات الذين يتعاملون مباشرة مع الزبائن، ويؤدون دورا بالغا في الجودة، مما يتطلب امتلاكهم مهارات وكفاءات عالية؛

د - **الزبائن**: ان كل من يتعامل مع المؤسسة ويتلقى سلع وخدمات يعتبر زبون لها ونميز نوعين من الزبائن:

- **الزبون الخارجي**: المستهلك النهائي الذي تتمحور حوله كافة الجهود التسويقية؛

- **الزبون الداخلي**: العاملون بالأقسام الذين يتبادلون الخدمات لإنجاز الأعمال.

هـ - **عرض الخدمات**: هو المحصلة الناتجة عن تفاعل كافة العناصر السابقة، ويتطلب غالبا تلازم وجود مقدم الخدمات والزبون معا.

ومن خلال ما سبق يتضح أن الكفاءة التشغيلية تتحقق عبر التكامل الهيكلي بين الموارد المادية والبشرية لتحويل المدخلات إلى ميزة تنافسية مستدامة، كما أن إرضاء "الزبون الداخلي" هو الضمانة الأساسية لرفع جودة الأداء المؤسسي وتعظيم ولاء "الزبون الخارجي".

## ثالثاً: مفهوم جودة الخدمات:

### 1. تعريف جودة الخدمات

وتعددت تعاريف جودة الخدمات كما يلي<sup>1</sup>:

- عرف Zeithaml and Berry جودة الخدمات على أنها "مدى التناقض أو التباعد بين توقعات ورغبات العملاء وبين إدراكهم للأداء الفعلي للخدمة المقدمة."
- كما عرفها Gronroos على أنها "نتيجة عملية تقييم يقارن فيها العميل توقعاته بمستوى الخدمات المقدمة له."
- كما قدم Payane التعريف التالي: "تتعلق جودة الخدمات بقدرة المؤسسة على مقابلة توقعات العملاء أو التفوق عليها، ويمكن تقييم جودة الخدمات من خلال قياس الأداء."
- كما عرفت بأنها "قياس لدى تطابق مستوى الجودة المقدمة (الجودة المدركة) مع التوقعات (الجودة المتوقعة)<sup>2</sup>."
- تعرف جودة الخدمات بأنها: مقارنة العملاء بين ما يتوقعونه وما يحصلون عليه فعلياً. ويُنظر إلى جودة الخدمات على أنها الفجوة بين التوقعات والإدراك الفعلي للخدمة<sup>3</sup>.
- وعرفها آخرون بأنها: هي المجموع الكلي للخصائص والمزايا التي تؤثر في قدرة السلعة أو الخدمات التي تقدمها المؤسسة على تلبية حاجات معينة.

### جودة الخدمات الرقمية:

لقد تعددت التعاريف حول مفهوم جودة الخدمات الرقمية نذكر منها:

- لا يوجد إطار مفاهيمي واحد لتقييم جودة الخدمات الإلكترونية يغطي العملية الكاملة لتقديم الخدمة الإلكترونية، بدءاً من البحث عن المعلومات، وتقديم الطلب، وخدمات العملاء، وتسليم الطلب،

<sup>1</sup> \_ عيسى مرزوقة ، سهام مخلوف ، "أهمية جودة الخدمات في تحقيق الرضا لدى العميل"، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، مجلة الاقتصاد الصناعي ، العدد 12 ، 2017، ص ص 388، 389

<sup>2</sup> \_ أيوب محمود محمد ، "أثر جودة الخدمات في تحقيق ولاء الزبون ، دراسة تطبيقية على عينة من مشتركي شركة ايرث لبنك لخدمات الانترنت في محافظة أربيل"، جمهورية العراق ، إقليم كردستان، جامعة زاخ ، كلية إدارة الأعمال ، مجلة Ajsp، العدد 18، 2020، ص76.

<sup>3</sup> - Anthony Sumnay and Kumasey ، "Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical Evidence from the Ghanaian Public Service" ، European Journal of Business and Management ، Vo:06, No: 06, 2014, P:173.

ومدى رضا العملاء عن الخدمة أو المنتج المطلوب، فيمكن وصف جودة الخدمة الإلكترونية بأنها تصورات أو تقييمات شاملة للعملاء لتجربة الخدمة الإلكترونية للسوق عبر الإنترنت.<sup>1</sup>

- جودة عرض الخدمات الإلكترونية في السوق الافتراضي من خلال التقييم الشامل للمستهلكين وتبريرهم وبشكل أكثر تحديداً، إذ تمثل مدى قيام المواقع الإلكترونية بتسهيل التسوق والشراء وتسليم المنتجات والخدمات بكفاءة وفعالية.<sup>2</sup>

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف جودة الخدمات على أنها مستوى كفاءة المؤسسة في تقديم خدمة تتوافق مع متطلبات العملاء وتلبي احتياجاتهم، بما يحقق إشباع رغباتهم ويعزز درجة رضاهم، وذلك عبر تقارب توقعاتهم المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات مع الأداء الفعلي المتحقق، الأمر الذي يسهم في ضمان رضا العميل ودعم المركز التنافسي للمؤسسة.

## 2. أهمية جودة الخدمات:

أصبح الاهتمام بجودة الخدمات من الأمور الأساسية في المنظمات الحديثة، نظراً لتأثيرها الكبير على استمرارية المؤسسة وتحقيق رضا العملاء. ويمكن توضيح أهميتها من خلال ما يلي:<sup>3</sup>

### أ. نمو مجال الخدمات:

حيث تزايدت في الآونة الأخيرة أعداد المنظمات التجارية التي تعمل على تقديم الخدمات أكثر مما كانت عليه في أي وقت سابق وبشكل ملحوظ، فعلى سبيل المثال نجد أن نصف منظمات الأعمال في الوقت الحاضر يتعلق نشاطها بالخدمات، بالإضافة إلى أن نمو المنظمات المتصلة بالخدمات لا تزال تتوسع بشكل مستمر؛

### ب - زيادة حدة المنافسة:

إذ من المعلوم أن بقاء المنظمات وديمومتها يعتمد بشكل أساسي على إمكانية حصولها على القدر الكافي من المنافسة، وعليه فإن توافر جودة الخدمات في المنتجات التي تقدمها المؤسسة سوف يوفر لها مزايا تنافسية عديدة.

<sup>1</sup> \_ قيدوم سهام، "قياس الولاء عن الجودة الرقمية للخدمات المصرفية باستخدام الشبكات العصبية، حالة القطاع المصرفي الجزائري"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2025، ص 07.

<sup>2</sup> \_ مروج طاهر هذال حسين ويونس غازي رجب الحياي، "دور جودة الخدمات الإلكترونية في دعم الأداء المصرفي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مصرف بغداد الأهلي"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، عدد خاص 2024، ص 80

<sup>3</sup> \_ أيوب محمود محمد، مرجع سابق، ص، ص 77، 78.

### ج - المدلول الاقتصادي لجودة الخدمات:

حيث أصبحت المنظمات تحرص في الوقت الحاضر على ضرورة استمرار التعامل مع عملائها وتوسيع قاعدة العملاء الخاصة بها بشكل مستمر، ما يعني أنها لم تعد تهدف فقط إلى جذب الزبائن والعملاء الجدد، ولكن يجب عليها أن تحافظ على هؤلاء العملاء لاستمرار وجودها في التنافس السوقي، ومن هنا تظهر الأهمية القصوى لجودة خدمة العملاء في ضمان الوصول لذلك الهدف؛

### د- السعي لفهم العملاء:

دائماً ما تسعى منظمات الأعمال إلى فهم طبيعة عملاءها ومعاملتهم بصورة جيدة، حيث إن البعض من العملاء غالباً ما يكرهون التعامل مع تلك المنظمات التي تركز فقط على الخدمات، إذ لا يكفي تقديم منتجات ذات جودة وسعر معقول بدون توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء.

مما سبق يتضح أن جودة الخدمات تمثل عنصراً حيوياً للمنظمات الحديثة، فهي تساهم في نمو نشاطها الخدمي، وتمنحها ميزة تنافسية، كما تعزز من استمرارية العلاقة مع العملاء وفهم احتياجاتهم، مما يجعل الاستثمار في جودة الخدمات ضرورة استراتيجية لضمان نجاح المؤسسة واستدامتها.

بعد استعراض مختلف عناصر أهمية جودة الخدمات، يمكن تلخيص هذه الأهمية بشكل أكثر وضوحاً من خلال الشكل التالي الذي يبرز العلاقة بين الخدمات المقدمة وتوقعات الزبون وإدراكه لمستوى الجودة:

### الشكل رقم 5: أهمية جودة الخدمات



المصدر: أيوب محمود محمد ، مرجع سابق ، ص 76.

يتضح من الشكل أن جودة الخدمات تتحدد من خلال الفجوة بين توقعات الزبائن وإدراكاتهم الفعلية للأداء، حيث كلما تقلصت هذه الفجوة ارتفع مستوى الجودة، مما ينعكس إيجاباً على رضا الزبون وولائه.

### 3. أبعاد جودة الخدمات:

تعد جودة الخدمات من المفاهيم متعددة الأبعاد، تبعا لاختلاف طبيعة الخدمات المدروسة والبيئات التي أجريت فيها تلك الدراسات، مما أدى إلى تنوع وتباين وجهات النظر حولها. وفيما يلي عرض لأشهر التصنيفات المتعلقة بأبعاد جودة الخدمات<sup>1</sup>:

#### أ. تصنيف Grönroos (1982-1984)

- **الجودة الفنية:** تعني ما يتم تقديمه للعميل فعلاً، ويمكن قياسها بشكل موضوعي؛
- **الجودة الوظيفية:** تتمثل في طريقة وأسلوب تقديم الخدمات للعميل؛
- **الصورة الذهنية للمؤسسة:** تعكس انطباعات العملاء التي تتكون نتيجة تفاعل الجودة الفنية والوظيفية.

#### ب. تصنيف Lehtinen and Lehtinen (1982)

- **جودة المؤسسة:** وترتبط بالصورة الذهنية للمؤسسة لدى العملاء؛
- **الجودة المادية:** وتتضمن الجوانب المادية للخدمة مثل التجهيزات والمباني؛
- **الجودة التفاعلية:** هي الجودة الناتجة عن التفاعل بين مقدمي الخدمات والعملاء.

#### ج. تصنيف Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985-1988)

- **الاعتمادية:** هي إدراك العميل لمدى الاعتماد في تأدية الخدمات باحتراف وجدارة.
- **الاستجابة:** وهي القدرة على التعامل مع كل متطلبات العملاء والاستجابة لشكاويهم بسرعة وكفاءة.
- **الملموسية:** وتتمثل في مدى توفير المؤسسة لكافة التسهيلات والوسائل المادية كالمباني والمعدات.
- **الأمان:** يتمثل في الجهود التي يبذلها مقدمو الخدمات لغرس الثقة لدى العملاء.
- **التعاطف:** ويقصد بها العناية التي يبذلها مقدم الخدمات من أجل التعرف على احتياجات العميل ومتطلباته.

بعد عرض الأبعاد الخمسة لجودة الخدمات، يتطلب تقييمها من خلال قياس فجوة الجودة بين توقعات العملاء وإدراكاتهم، لتحديد نقاط القصور وتحسين الأداء، وتحسب درجة الفجوة (Gap Score)

<sup>1</sup> \_ عيسى مرازقة ، سهام مخلوف ، مرجع سابق ، ص ص 389 ، 390

لكل بعد من أبعاد الجودة باستخدام الصيغة التالية: درجة الفجوة = التصور - (P) التوقع (Q = P) (E) - حيث: Q: هي جودة الخدمات المدركة: P: هي تصورات الأداء الفعلي للخدمة: E: هي توقعات العميل للخدمة المثالية. تشير درجة الفجوة السلبية (حيث يكون التوقع أكبر من التصور) إلى أن مستوى الجودة أقل من المرصّي. أما درجة الفجوة الإيجابية (حيث يكون التصور أكبر من التوقع) فتشير إلى أن الجودة تتجاوز توقعات العميل، مما يؤدي إلى مستويات عالية من الرضا<sup>1</sup>.

يتبين مما سبق أن جودة الخدمات تقوم على مجموعة من الأبعاد المتكاملة التي تختلف في تصنيفاتها، لكنها تشترك في هدفها الأساسي المتمثل في تحقيق رضا العميل وتعزيز الصورة الذهنية للمؤسسة.

#### 4. خطوات تحقيق جودة الخدمات

للوصول إلى مستوى عال من الجودة في تقديم الخدمات، ينبغي على المؤسسات اتباع الخطوات الأساسية التالية<sup>2</sup>:

##### أ - بناء قاعدة بيانات شاملة للعملاء:

تهدف هذه الخطوة إلى "التعرف الدقيق على الزبائن" من خلال تصميم نظام معلوماتي متكامل، يبدأ بجمع البيانات الشخصية ويصل إلى تتبع تاريخ تعاملاتهم الكامل مع المؤسسة؛

##### ب - تحليل وفهم تطلعات الزبائن:

تتشكل توقعات الزبون بناء على عدة روافد، منها: الرسائل التسويقية للمؤسسة، تجاربه السابقة معها، أو حتى مقارنتها بخدمات مماثلة تقدمها منظمات أخرى في السوق؛

##### ج - صياغة معايير دقيقة لجودة الخدمات:

لضمان فاعلية هذه المعايير، يجب أن تتسم بالوضوح والموضوعية والمرونة، وأن تكون قابلة للتطبيق الفعلي. ومن الضروري إشراك الموظفين في صياغتها لضمان قبولها، مع التركيز دائماً على منظور الزبون وتطلعاته؛

<sup>1</sup>-Prabha Ramseook , Munhurrun,Soolakshna D.lukea and Bhiwajee,Perunjodi Naidoo, "Service Quality In The Public Service ", International Journal of Management and Marketing Research, Vol: 03, No:01, 2010 , P:40.

<sup>2</sup> - رايح بريك، مرجع سابق، ص-ص.10،09.

#### د - الالتزام بتقديم الخدمات وفق المعايير المحددة:

يتحقق ذلك من خلال المصداقية والوفاء بالوعد، بالإضافة إلى المظهر اللائق للموظفين والاهتمام بمهارات التواصل غير اللفظي (لغة الجسد وتعبيرات الوجه) أثناء التفاعل مع الزبون؛

#### هـ - تعزيز ولاء الزبائن وضمان استمراريتهم:

يتم ذلك عبر التعامل الجاد مع الشكاوى والملاحظات، والعمل على كسب ثقة الزبون بصفة دائمة، والسعي الدؤوب لتقديم خدمة "مبهرة" تتجاوز سقف توقعاته الأولية.

ان تحقيق جودة الخدمات يتطلب بناء علاقة مستدامة مع العملاء، من خلال تحليل دقيق لاحتياجاتهم وفهم توقعاتهم بوضوح، ومن ثم الالتزام بتقديم خدمات تتسم بالكفاءة والموثوقية، مما يساهم في تعزيز الولاء ويضمن استمرارية التعامل مع المؤسسة.

#### 5. نماذج قياس جودة الخدمات

تعد نماذج قياس جودة الخدمات من الأدوات الأساسية التي تقدمها الدراسات الأكاديمية لتقييم مدى كفاءة الخدمات المقدمة، حيث وتعتمد هذه النماذج بشكل رئيسي على أبعاد قابلة للتعديل والتطوير بما يتناسب مع نوع وطبيعة الخدمات

#### أ - نموذج جودة الخدمات (SERVQUAL)

مقياس SERVQUAL مقياس مبتكر من قبل (Parasuraman, Zeithaml & Berry) ، سنة 1985، من أجل قياس الفجوة بين الخدمات المتوقعة والخدمات المدركة من قبل العملاء، صممت النسخة الأولى سنة (1985) وتألقت من (10) أبعاد هي:

الاعتمادية (Reliability)، سرعة الاستجابة (Responsiveness)، الأهلية (Competence)، سهولة الوصول (Access)، اللطف (Courtesy)، الاتصالات (Communication)، المصداقية (Credibility)، الأمن (Security)، معرفة وتفهم العميل (Understanding/Knowing the Customer)، التجسيد المادي (Tangibles)

قام الباحثون أنفسهم عام 1985 بتخفيض أبعاد هذا المقياس لخمس أبعاد هي (التجسيد، الاعتمادية، سرعة الاستجابة، التعاطف، الأمان) وفي بحث آخر تم نشره من قبل الباحثون أنفسهم عام 1991 تم إدخال بعض التعديلات إلى هذا المقياس إذ يلاحظ تكوين مختلف للمتغيرات المكونة لكل بعد من الأبعاد الخمسة حيث تمت إضافة متغير لكل من البعدين التاليين (التجسيد Tangibles والأمان Assurance). باستخدام أبعاد جودة الخدمات الخمسة المذكورة سابقاً، حيث يعتمد هذا المقياس على

استبيان مكون من 22 عبارة تتعلق بالتوقعات، و22 عبارة تتعلق بالإدراكات<sup>1</sup>، وكلاهما يستخدم مقياس ليكرت السباعي، وبطرح الفرق بين الإجابات (الأداء - التوقعات) يتم تحديد خمس فئات "أربع منها من جهة مقدم الخدمات، وفجوة من جهة العميل والتي يمكن أن تؤدي لتدني مستوى جودة الخدمات والقصور في تحقيقها.<sup>1</sup>

#### - ابعاد النموذج

- الاعتمادية (Reliability) وهي قدرة المؤسسة على تنفيذ الخدمات المطلوبة بدقة واتساق، ويعكس هذا البعد مستوى ثقة العميل في خدمة المقدمة بطريقة احترافية مع التزام المؤسسة الأخلاقي والعمل بالوفاء بوعودها في المواعيد المحددة وبأعلى معايير المصداقية؛
  - الاستجابة (Responsiveness) تمثل الرغبة الجادة والجاهزية التامة لدى المؤسسة لمساعدة العملاء وتقديم الخدمات بفاعلية، ويتضمن ذلك القدرة العالية على معالجة الاستفسارات والشكاوى بكفاءة تشعر العميل بالتقدير والاهتمام المؤسسي؛
  - الملموسية (Tangibles) ترتبط بالجانب البيئي للخدمة وتشمل المظهر الخارجي للمباني، التجهيزات المكتبية، الأدوات التقنية، والمظهر العام للكوادر البشرية، مما يساهم في تشكيل الانطباع البصري الأول للعميل حول مستوى جودة الخدمات؛
  - الأمان (Assurance) يتمثل في كفاءة وقدرة الموظفين على بث روح الطمأنينة والثقة في نفس العميل، وذلك من خلال رسم صورة على سلوكياتهم المهنية التي تؤكد للعميل سلامة قراره في التعامل مع هذه المؤسسة دون مخاوف؛
  - التعاطف (Empathy) يعبر عن مستوى العناية والاهتمام الفردي الذي توليه المؤسسة لعملائها، من خلال سعيها الدائم لفهم احتياجاتهم الخاصة<sup>2</sup>.
- يعتمد تقييم جودة الخدمة على قياس مدى الانسجام بين ما ينتظره العميل وما يتلقاه واقعياً، ويُعبر عن ذلك رياضياً بالمعادلة التالية<sup>3</sup>:

$$\text{جودة الخدمة} = (\text{SERVQUAL}) \text{ الإدراك} - \text{التوقع}$$

<sup>1</sup> \_ مصطفى وليد نور الله، " فجوة جودة الخدمات في مصارف القطاع الخاص في محافظة اللاذقية سورية"، مجلة الباحث، عدد14، ص361.

<sup>2</sup> \_ عيسى مرزوقة، سهام مخلوف، سبق ذكره، ص. 390.

<sup>3</sup> \_ حاكم جبوري الخفاجي، " رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون، دراسة حالة مصرف بابل الاهلي / فرع النجف"، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية، الكوفة، 2012، ص340.

ولتحقيق التخطيط السليم للجودة، حدد هذا النموذج خمس فجوات أساسية تعيق نجاح تقديم الخدمة، وهي مرتبة كالتالي:

- الفجوة الأولى (فجوة المعرفة): تنشأ نتيجة التباين بين تطلعات العميل الحقيقية وفهم إدارة المؤسسة لتلك التطلعات.
- الفجوة الثانية (فجوة المعايير): تظهر عند وجود اختلاف بين إدراك الإدارة لتوقعات العميل وبين المواصفات والمعايير الموضوععة لتنفيذ الخدمة.
- الفجوة الثالثة (فجوة الأداء): تعكس الفرق بين مواصفات الخدمة المحددة مسبقاً وبين مستوى الأداء الفعلي أثناء عملية التنفيذ.
- الفجوة الرابعة (فجوة الاتصال): تتمثل في عدم التطابق بين ما يتم الترويج له في الحملات الإعلانية وبين ما يُقدم للعميل على أرض الواقع.
- الفجوة الخامسة (فجوة الجودة): تتعلق بالفرق بين الخدمة المتوقعة والخدمة المدركة فعلياً؛ وهي المحصلة النهائية للفجوات السابقة، وبناء عليها يتشكل الحكم النهائي على جودة خدمات المؤسسة.

#### ب - نموذج أداء الخدمات (ServPerf)

ظهر هذا "النموذج سنة 1992 على يد الباحثين Taylor and Cronin وذلك نتيجة للانتقادات التي وجهوه لنموذج جودة الخدمات فيما يتعلق بجانب التوقعات حيث يقوم على أساس رفض فكرة الفجوة في تقييم جودة الخدمات، إذ يرى الباحثان أنه "من غير المناسب قياس جودة الخدمات اعتماداً على الفرق بين التوقعات والإدراكات، وهو ما دفعهم لتقديم مقياس يعتمد على الأداء الفعلي للخدمة وذلك باعتباره شكلاً من أشكال الاتجاهات". حيث يعتمد هذا المقياس على نفس العبارات ونفس الأبعاد التي اقترحها Parasuraman Zeithaml and Berry لقياس إدراكات الأداء الفعلي للخدمة، ويتم القياس بالاعتماد على مقياس ليكرت السباعي<sup>1</sup>.

#### ج - مقياس الخدمات الموجه بالسوق (Service driven Market Orientation SERVMO) :

يقوم هنا مقدم الخدمات بتقديم مؤسسته إلى السوق بطرق تجذب الزبائن، حيث طبقت فكرة التوجه بالسوق على الصناعات الخدمية من خلال ابتكار نموذج SERVMO، ركز على احتياجات ورغبات الزبائن بهدف اكتساب ولائهم، وعلى التغذية الراجعة منهم على اعتبار أن تلك التغذية هي المتغير الذي

<sup>1</sup> \_ عيسى مرازقة، سهام مخلوف، مرجع سبق ذكره، ص 391

يمكن المؤسسة من معرفة موقعها في السوق، وبالتالي فإن نموذج SERVMO مجموعة سلوكيات وعمليات متعددة الوظائف لفهم احتياجات العملاء المستهدفين الحاليين والمستقبليين، لاكتشافها ثم إرضائها بهدف تحقيق تميز في الخدمات .

- وتم تعريف الخدمات الموجهة بالسوق على أساس ست مكونات هي: توجه الزبون، وتوجه المنافس، والتوجه بين الوظائف، وتوجه الأداء، وتوجه الموظفين، والتوجه طويل الأمد. يستعمل في القطاعات الخدمية وعادة ما يستعمل في قطاع التعليم العالي حيث أن الطلاب هنا هم الزبائن وهم المستخدمون الرئيسيون للخدمة والمصدر الرئيسي للمعلومات والأكثر إدراكاً لجميع نقاط الضعف في المؤسسة التعليمية.

#### د ——— نموذج جودة الخدمات ونجاح نظام المعلومات Service Quality and Information System Success SERVCES:

في عام 2008 طور Landrum, Prybutok, & Zhang نموذج نجاح SERVCES لقياس جودة الخدمات مع نموذج نجاح نظام المعلومات، والذي يعرف على أنه نظام معلومات يهدف لتحقيق فهم شامل للحالة من خلال تعريف ووصف العلاقات بين ستة متغيرات تعتبر من الأبعاد الأكثر حرجاً للنجاح والتي يتم تقييم نظم المعلومات من خلالها وهي: جودة المعلومات، وجودة النظام، وجودة الخدمات، وأهداف استخدام النظام، ورضا المستخدم، وفوائد نظام الشبكة، وقد ضم الباحثون مقياس SERVQUAL ومتغيرات أخرى هامة بحيث تكون جودة الخدمات هي المتغير التابع والمتغيرات الستة لنموذج ISS هي متغيرات مستقلة لجودة الخدمات تصف أداء وموقف وسلوك الزبائن والمنهجية التي اتبعها هؤلاء الباحثون في تطوير SERVCES تتمثل في أن الأسئلة تم تحضيرها من خلال جمع الـ 11 عبارة لمقياس SERVQUAL مع المكونات الستة لنموذج نجاح نظام المعلومات ISS ليتشكل ما مجموعه 11 عبارة<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> \_ شعور اسماء، سيرود فاطمة الزهراء، " تقييم جودة خدمة التعليم العالي باستخدام نموذج أداء التعليم العالي Hedi perf\_دراسة ميدانية على طلبة جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد المهري"، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، 2022، ص 141,142.

## هـ - نماذج الفجوة لقياس جودة الخدمات: Gap analyse

يعد قياس جودة الخدمة تحدياً حقيقياً نظراً لطبيعتها المعقدة وغير الملموسة؛ لذا سعى الباحثون لتطوير أدوات دقيقة لفهمها. ومن هنا ظهر "نموذج الفجوة" كإطار علمي رائد يحلل التباين بين ما يطمح إليه العميل وما يتلقاه فعلياً، وهو ما سنوضحه في النقاط التالية<sup>1</sup>:

### - نموذج الفجوات التقليدي (Traditional Gaps Model)

وهو الذي يستند إلى توقعات العملاء، وإدراكاتهم لمستوى جودة الخدمة المقدمة فعلاً، ثم تحديد الفجوة بينهما، ويتضمن خمس فجوات هي:

- الفجوة الأولى: تحدث نتيجة عدم إدراك الإدارة لتوقعات العملاء الفعلية وفشلها في فهم احتياجاتهم، وغالباً ما تعود أسبابها إلى ضعف التواصل المباشر مع السوق، أو الاعتماد على تحليلات غير دقيقة، بالإضافة إلى تعقيد الهيكل التنظيمي وكثرة المستويات الإدارية. ولعلاج هذه الفجوة، يتطلب الأمر تكثيف أبحاث السوق، وتقليص الفوارق الإدارية، وتعزيز قنوات الاتصال بين القيادة والموظفين لضمان تقديم خدمات تتوافق مع تطلعات العميل
- الفجوة الثانية: تنشأ من عجز الإدارة عن ترجمة فهمها لتوقعات العملاء إلى مواصفات جودة دقيقة، وذلك بسبب ضعف الالتزام الإداري بالمعايير؛ مما يتطلب تحديد أهداف واضحة والتمسك الفعلي بتحقيق الجودة لتجاوز هذا التباين.
- الفجوة الثالثة: تكون بين مواصفات جودة الخدمة وتسليمها (أداء الخدمة). تظهر هذه الفجوة بسبب أن تسليم الخدمة لا يلتقي مع المواصفات الموضوعية من قبل الإدارة، أو قد يكون سبب ذلك عطل في التجهيزات المستخدمة ولتجنب هذه الفجوة يقترح تغيير نظام الإشراف وتدريب الموظفين بشكل أفضل.
- الفجوة الرابعة: تحدث نتيجة التباين بين الخدمة المقدمة فعلياً والوعد المعلن للجمهور؛ حيث تؤدي المبالغة في الإعلانات والتصريحات إلى رفع سقف توقعات العملاء بشكل غير واقعي. ولعلاج ذلك، يجب على المنظمة ضبط اتصالاتها الخارجية وضمان دقة ومصداقية حملاتها الإعلانية لتتطابق الواقع.

<sup>1</sup> \_ ايمان محمود محمد حسين ، قياس جودة الخدمات الالكترونية باستخدام مدخل فجوات دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية" ، رسالة ماجستير ، جامعة الشرق الأوسط ، 2011، ص ص 28، 29.

- الفجوة الخامسة: تعد المحصلة النهائية للفجوات الأربع السابقة، وهي تعبر عن الفرق بين ما يتوقعه العميل وبين إدراكه للخدمة التي تلقاها بالفعل؛ فجودة الخدمة هنا تتوقف تماماً على تقييم العميل الشخصي، فكلما تطابق الأداء الفعلي مع توقعاته، تحقق الرضا عن الخدمة. ويظهر مفهومان يتقابلان لتحديد الفجوة في جودة الخدمة وهما :
  - توقعات العملاء: تعرف بأنها مجموعة المعايير الذهنية والقناعات التي يحملها العميل لتقييم جودة الخدمة، وقد لخصها الباحثون في ثلاث اتجاهات أساسية<sup>1</sup>:
  - تنبؤات: ما يعتقد العميل أنه سيحدث فعلياً عند طلب الخدمة.
  - رغبات: الآمال التي يتمنى العميل توفرها في التجربة.
  - مقاييس جودة: معايير موضوعية يستخدمها العميل للمقارنة وإصدار الحكم.
- ولا يقتصر دور الإدارة على فهم هذه التوقعات فحسب، بل يجب العمل على تجاوزها لضمان التميز والاحتفاظ بالعملاء، وذلك من خلال دراسة أنواع التوقعات القابلة للتطوير وتحليل أثر هذا التفوق على ولاء العميل في الحاضر والمستقبل
- ادراكات العملاء: وهي النقطة التي يدرك بها الزبون الخدمة فعلياً كما قُدمت له، وقد يكون راضياً عن الخدمة وبالتالي قد أعجب بالنتائج. كما ذكر Vandamme and Leunis أن نموذج SERVEQUAL لا يركز فقط على نتائج الخدمة بل أيضاً على عمليات تسليم الخدمة والعلاقة التفاعلية بين مقدمي الخدمة والزبون.
- كما هو جدير بالإشارة أن هذا النموذج انتشر تطبيقه منذ نهاية الثمانينيات في أنواع مختلفة من الخدمات التي تقدمها منظمات الأعمال، ويقوم على معادلة أساسية ذات طرفين هما الإدراكات والتوقعات يمكن تعبير عنها بما يلي:
- $$\text{جودة الخدمة} = \text{التوقعات} - \text{المدرجات}$$
- وهذه النظرية الناجمة عن نظرية المطابقة إذ تنتج عليها ثلاث حالات: إما المطابقة، فجوة سلبية، أو فجوة إيجابية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> \_ نجاح بولودان، " دور توقعات العملاء في إدارة جودة الخدمة البنكية"، مجلة الاقتصاد والمجتمع، العدد 7، قسنطينة، 2011، ص 166.

<sup>2</sup> \_ مزيان عبد القادر، " اثر محددات جودة الخدمات على رضا الزبون"، رسالة ماجستير، تلمسان، 2011، ص 49

## - نموذج الفجوات المطور Gaps Model Advance

يرتكز النموذج المطور على نفس القواعد الجوهرية للنموذج التقليدي، إلا أنه يقدم رؤية أكثر عمقا وتفصيلا من خلال توسيع نطاق التحليل ليشمل سبع فجوات بدلاً من خمس. ويسلط هذا الإطار الضوء بشكل مكثف على الفجوات وهو سنوضحه فيما يلي<sup>1</sup>:

- **فجوة المعرفة:** تمثل الاختلاف بين ما يعتقد مقدم الخدمة حول ما يتوقع أن يحصل عليه العميل من الخدمات، وحاجاته وتوقعاته الفعلية، وتنشأ هذه الفجوة بسبب إدراكات الإدارة غير الدقيقة لتوقعات العملاء.

- **فجوة المعايير القياسية:** تمثل الاختلاف بين إدراك الإدارة لتوقعات العميل ومعايير الجودة المعتمدة لتسليم الخدمة.

- **فجوة التسليم:** تمثل الاختلاف بين المعايير المحددة لتسليم الخدمة، والأداء الفعلي لمجهز الخدمة ضمن هذه المعايير، إذ تنشأ هذه الفجوة بسبب صعوبة وضع معايير محددة لتوحيد الأداء وتقديم الخدمة.

- **فجوة الاتصالات الداخلية:** تحدث نتيجة التباين بين الوعود التسويقية البراقة للمنظمة وبين القدرات الفعلية لمقدمي الخدمة على تنفيذها؛ ولتجنب فقدان ثقة العميل، يجب على المنظمة ضبط حملاتها الترويجية لتكون واقعية ومتطابقة تماماً مع ما يمكنها تقديمه فعلياً.

- **فجوة الإدراك:** وهي الاختلاف أو الانحراف في جودة الخدمة المقدمة فعلاً للعميل، عما يتوقعه العميل، أي الاختلاف بين ما يسلم فعلاً من خدمة، وما يدركه العملاء.

- **فجوة التفسير:** تنشأ نتيجة التباين بين الوعود التي يقدمها مقدمو الخدمة وبين إدراك العميل الفعلي لها؛ حيث تعتقد الإدارة أن جودة خدماتها مرتفعة بناءً على تقديرها الذاتي، بينما يراها العميل دون المستوى المطلوب، مما يؤدي إلى خلل في تفسير معايير الجودة بين الطرفين.

- **فجوة الخدمة:** الاختلاف بين ما يتوقع العملاء أن يحصلوا عليه، وإدراكهم للخدمة المستلمة، تنشأ بسبب اعتقاد الإدارة أنها تسلم خدمات أكثر مما يطلبه العملاء بالخدمة.

تصنف فجوات جودة الخدمة إلى نوعين رئيسيين حسب أطراف التفاعل: تشمل الفجوات الخارجية كلا من الأولى، الخامسة، السادسة، والسابعة، وهي التي تعبر عن التباين في العلاقة بين العميل والمنظمة.

<sup>1</sup> \_ ايمان محمود محمد حسين، مرجع سابق، ص ص 31,32.

في المقابل، تمثل الفجوات الثانية، الثالثة، والرابعة فجوات داخلية تنشأ نتيجة خلل في التنسيق بين الوظائف والأنشطة الإدارية والتشغيلية داخل المنظمة نفسها.

## 6. تقييم جودة الخدمات

يتم تقييم جودة الخدمات من خلال مجموعة من المعايير التي تعكس مدى كفاءة الخدمة وقدرتها على تلبية توقعات العملاء، وهي كالتالي:<sup>1</sup>

### 1.6. تقييم جودة الخدمات من طرف العميل:

أصبحت جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة ضرورة لازمة تزداد أهميتها بازدياد حاجات ورغبات الزبائن عن الخدمات ازدياد قدرة المؤسسة وجب على منظمة زيادة في قدرتها على تحقيق الرغبات والاحتياجات ولهذا فقد اتجهت المنظمات اليوم إلى تطبيق المفهوم التسويقي الحديث الذي يصطلح عليه "التوجه بالعميل" Orientation Client على أساس معرفة حاجات وتوقعات العميل، فإن تقييم الجودة يقوم على أساس ملاحظة العميل لما تقدمه منظمة من خصائص وأبعاد الخدمات ومدى إدراكه للأداء الفعلي، وهذا ما يعرف بالجودة المدركة.

إن تقييم جودة الخدمات يجب أن يكون من وجهة نظر العميل ويرجع ذلك إلى الأسباب التالية:

- عدم قدرة لمنظمة على معرفة المعايير والمؤشرات التي يحددها العملاء لاختيار الخدمات ونواياهم للشراء، أو حتى الأهمية النسبية التي يولونها لكل مؤشر في تقييم جودة الخدمات المقدمة؛
- قد لا تتجح إدارة المؤسسة في التعرف على الأساليب التي يدرك بها العملاء الأداء الفعلي للخدمة؛
- قد تفشل المؤسسة بإدراك حقيقة أن حاجات العملاء وتوقعاتهم تتطور استجابة للتطور في الخدمات المقدمة من المؤسسة نفسها، عدم الاهتمام بتطور رغبات العملاء متعلقة بالمنافسة، يجعلها تكنفي بما تقدمه، ظناً منها أنه يلبي الطموحات، بينما يكون سقف توقعات العميل قد ارتفع بالفعل؛
- عدم تحديد حاجات العملاء ومعرفة توقعاتهم أو تقييم مستوى الرضا لديهم عن الأداء، بسبب نقص الإمكانيات داخل المؤسسة، ومنعدم القدرة على تحديد مستوى الجودة في خدماتها.

<sup>1</sup> \_ اوسليمان سمية، "استراتيجية جودة الخدمات، وأثرها على تحقيق وتنمية الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر: دراسة حالة شركة اكسا للتأمينات"، اطروحة الدكتوراة، جامعة الجزائر 3، 2022، ص ص 46,47

## 2.6 مؤشرات تقييم جودة الخدمات

تقاس جودة الخدمات بمجموعة من المؤشرات وهي كالتالي:<sup>1</sup>

### أ - الاعتمادية:

وهي القدرة على تقديم خدمة تكون حسب ما وعدت به المؤسسة، أي أن تكون بشكل يمكن الاعتماد عليها، ويكون بدرجة عالية من الصحة والدقة، فالعميل يتوقع أن تقدم له خدمة دقيقة من حيث الالتزام بالوقت والأداء كما تم وعده من قبل؛

### ب - مدى إمكانية وتوفر الحصول على الخدمات:

يشير هذا المؤشر إلى قدرة المؤسسة على تقديم الخدمات في الوقت الذي يتناسب مع رغبات العميل، وكذلك توفرها في مكان الذي يرغب به، إضافة إلى إمكانية حصوله على الخدمات عند طلبها، وتقليل مدة انتظاره، فضلاً عن سهولة وصوله إلى موقع تقديم الخدمات؛

### ج - الأمان:

يقصد به مستوى شعور العميل بالأمان تجاه الخدمات المقدمة والجهة التي توفرها أي يتعلق بمدى المخاطر المدركة للنتائج تلقي الخدمات من المؤسسة، أو مقدمها، أو كلاهما؛

### د - المصداقية:

تعكس درجة الثقة التي يمنحها العميل لمقدم الخدمات، حيث تستلزم توفر الصدق والالتزام بالوعد المقدمة، بما يعزز اطمئنان العميل؛

<sup>1</sup> \_ بوغان نور الدين، "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيدة"، مذكرة ماجستير

2007، ص ص 71،72

#### هـ - درجة تفهم مقدم الخدمات لحاجات العميل (العاطفة):

يشير هذا المؤشر إلى مدى قدرة مقدم الخدمات على استيعاب حاجات العميل وتحديدتها بدقة، وتقديم الرعاية والاهتمام اللازمين، من خلال تخصيص الوقت والجهد للتعرف على احتياجاته وفهم مشاعره وإبداء التعاطف معه؛

#### و - الاستجابة:

تشير إلى مدى استعداد مقدم الخدمات لتقديمها بصورة مستمرة، وقدرته على تلبية الاحتياجات في الوقت الذي يحتاجها فيه العميل، وإلى الحماس والاهتمام الذي يبديه تجاه تقديم الخدمات ومدى جاهزيته لذلك؛

#### ز - الكفاءة والجدارة:

تعبر عن مستوى كفاءة وجدارة مقدمي الخدمات من حيث المهارات، والقدرة على التحليل والاستنتاج، والمعرفة التي تمكنهم من أداء مهامهم على نحو سليم؛

#### ح - الملموسية:

ويشير إلى التسهيلات المادية المتاحة لدى المؤسسة الخدمية مثل المعدات ومظهر مقدمي الخدمات وأدوات ووسائل الاتصال معهم، ففي الكثير من الأحيان يلجأ العميل إلى الحكم على جودة الخدمات من خلال الخصائص الشكلية المرافقة للخدمة؛

#### ط - الاتصالات:

ترتبط بقدرة مقدم الخدمات ومهاراته الاتصالية من أجل توضيح خصائص الخدمات للعميل، وشرح الدور المطلوب منه للحصول على الخدمات بالشكل الصحيح، مع إعلامه بالإجراءات الواجب اتباعها، والتنبيه إلى الأضرار المحتملة في حال عدم الالتزام، والمشكلات التي قد تواجهه أثناء تقديم الخدمات وسبل تفاديها.

## خلاصة

تعد جودة الخدمات ركيزة أساسية لتعزيز رضا العملاء والميزة التنافسية، حيث تعتمد المؤسسات على تقييم الفجوة بين التوقعات والأداء الفعلي عبر أبعاد ونماذج قياس دقيقة لتطوير الأداء المؤسسي. وبغية الوصول إلى هذا الارتقاء، تبرز الحاجة إلى توظيف الأنظمة التقنية الحديثة، الأمر الذي يستوجب استعراض العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات في المطلب الموالي.

## المطلب الثالث: العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات

تعتمد المؤسسات المعاصرة بشكل متزايد على البيانات والتقنيات التحليلية الحديثة لفهم بيئتها وتطوير أساليب عملها بما يضمن اتخاذ قرارات فعالة. وبالمقابل، يتزايد الاهتمام بجودة الخدمات استجابة لتوقعات الزبائن والمنافسة، مما يفرض تحسينا مستمرا لأساليب التقييم وفهم الاحتياجات بدقة. وعليه، فإن دراسة هذه العلاقة تتيح استكشاف آليات تطوير الأداء في المؤسسات الخدمية، وتحديد الأبعاد المختلفة التي تسهم في الارتقاء بجودة الخدمات.

### أولاً: مظاهر العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات

#### 1. دور نظم ذكاء الأعمال في دعم القرار:

يتمثل دور نظم الأعمال في دعم القرار في العناصر التالية:<sup>1</sup>

— تؤدي أنظمة ذكاء الأعمال دوراً تنسيقياً في نقل المعلومات الدقيقة إلى صناع القرار فهي لا تعتبر أنظمة معلومات فقط وإنما أنظمة متفاعلة ومتناسقة مع مختلف نظم ووظائف المؤسسة؛

— توفر أنظمة ذكاء الأعمال قاعدة متكاملة من البيانات والمعلومات تساعد الإدارة العليا والوسطى على اتخاذ قرارات تتسم بالكفاءة والفعالية، كما تُعد أداة مهمة لتحسين هندسة القرار الإداري، من خلال الاعتماد على التكنولوجيا الحديثة والأساليب الكمية في تحليل البيانات وتقييم البدائل المتاحة؛

— وتبرز أهمية هذه الأنظمة في المجال الإداري من خلال قدرتها على دعم تحليل الأنشطة والوظائف الأساسية في المؤسسة، مثل التسويق، والإنتاج، والتخزين، والموارد البشرية، وإدارة العلاقات مع الزبائن، وتحليل سلوكهم ومستوى رضاهم، إضافة إلى تحليل الموردين والمنافسين، بما يسمح للإدارة بمتابعة التغيرات البيئية والتنظيمية والتكيف معها بمرونة؛

كما تعزز أنظمة ذكاء الأعمال مرونة وفعالية عملية اتخاذ القرار، من خلال تمكين الإدارة من الاستجابة السريعة لتغيرات البيئة الداخلية والخارجية، ورفع مستوى دقة القرارات، فضلاً عن دعم اليقظة الاستراتيجية والتنافسية للمؤسسة عبر تحليل مختلف العوامل المؤثرة في أدائها، وهو ما لا توفره أنظمة المعلومات التقليدية التي يقتصر دورها على دعم قرارات تشغيلية محدودة.

مما سبق، يتضح أن نظم ذكاء الأعمال تمثل أداة محورية في دعم عملية اتخاذ القرار داخل المنظمات، لما توفره من في جمع البيانات ومعالجتها وتحليلها وتحويلها إلى معلومات دقيقة ذات كفاءة

<sup>1</sup> \_ عرقوب وعلي، "أنظمة ذكاء الأعمال وهندسة القرار في المؤسسة"، مجلة أبعاد اقتصادية، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، 2012، ص ص 204، 205.

وفعالية. إذ تُمكن هذه النظم متخذي القرار من فهم أعمق للبيئة الداخلية والخارجية، والتنبؤ بالاتجاهات المستقبلية، وبهذا تقلل المخاطر المرتبطة باتخاذ القرارات الإدارية. وعليه، فإن الاعتماد على نظم ذكاء الأعمال يساهم في تحسين جودة القرارات، وتسريع عملية اتخاذها، وتعزيز الميزة التنافسية للمنظمة، بما يدعم تحقيق أهدافها الاستراتيجية في ظل بيئة أعمال تتسم بالتغير والتعقيد المستمرين.

## 2. آليات عمل نظم ذكاء الأعمال لتحقيق البراعة التنظيمية:

تتلخص هذه الآليات في<sup>1</sup>:

- قياس الأداء: وذلك عن طريق تسهيل استخدام الأدوات والتقنيات الكمية في قياسه، كمصفوفة الأداء والنماذج الإحصائية، إضافة إلى تطوير نماذج القياس المقارن؛
- تحليل المعلومات: باستخدام أدوات التحليل المختلفة كالتحليل الإحصائي، نماذج التنبؤ، نماذج مسار الأعمال، وحتى الاعتماد على الأدوات الكمية في التحليل الاستراتيجي؛
- التخطيط الاستراتيجي: وذلك بتوفير مختلف البيانات والتقارير المالية، وتقارير الأداء، ونماذج التنبؤ بمستقبل نشاط المؤسسة، وتوجهات القطاع الذي تنشط به؛
- التنسيق بين مختلف أقسام المؤسسة وضمان تقاسم وتشارك المعلومات بينها، إضافة إلى دعم التواصل بين المؤسسة والأطراف المرتبطة بها (STAKEHOLDERS)؛
- إدارة المعرفة: (Knowledge Management) وذلك عن طريق تفعيل الاستفادة من مؤهلات وكفاءات الأفراد في المؤسسة، واعتماد مدخل المعرفة كأساس لتميزها، وتحقيقها لميزة تنافسية هامة تتيح لها خلق قيمة مضافة؛
- تفعيل هندسة القرار بالمؤسسة: من خلال ضمان معلومة مناسبة في الوقت المناسب، تتيح اتخاذ القرار السليم في التوقيت السليم؛

نظم ذكاء الأعمال تلعب دوراً محورياً في تحقيق البراعة التنظيمية من خلال مجموعة من الآليات المتكاملة التي تعزز قدرة المؤسسة على الأداء المتميز واتخاذ القرارات الاستراتيجية الدقيقة. فهي تمكن المؤسسات من قياس الأداء بشكل دقيق، ويمكنها من معرفة نقاط القوة والضعف الداخليين، توفر نظم ذكاء الأعمال رؤية واضحة لمستقبل المؤسسة واتجاهات السوق تمكن من وضع خطط استراتيجية فعالة، وتعزيز التنسيق بين الأقسام وإدارة المعرفة. تعمل على إدارة المعرفة عبر الاستفادة من خبرات وكفاءات

<sup>1</sup> \_ بوقابة وردية ، دور نظم ذكاء الأعمال في بناء البراعة التنظيمية بالمؤسسة الوطنية للأشغال في الابار -ENTP-ورقلة ، مجلة الأبحاث ودراسات التنمية ،المجلد 08، العدد01، 2021 ص 256.

الأفراد، وتفعيل هندسة القرار بتوفير المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب، مما يمكّن صانعي القرار من اتخاذ قرارات سليمة. كل هذه الآليات مجتمعة تؤدي إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة، حيث تزداد سرعة الاستجابة لمتطلبات العملاء، وتحسن دقة وكفاءة الخدمات، ما يعزز رضا العملاء ويخلق قيمة مضافة للمؤسسة.

### 3. دور نظم ذكاء الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية:

أن تعقد بيئة الأعمال وتزايد المنافسة وطرق الاحتيايل فرض على المؤسسات التوجّه نحو نظم ذكاء الأعمال باعتبارها أداة أساسية لتحقيق الميزة التنافسية. ومنه فإن نظم ذكاء الأعمال تلعب دورا محوريا في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات وذلك من خلال عدة جوانب<sup>1</sup>:

#### أ - التحليل الإحصائي لأنظمة: SAS

يعد معهد SAS (Statistical Analysis System Institute) مؤسسة رائدة في مجال التحليل الإحصائي ونظم التحليلات، تأسس عام 1976 على يد أكاديميين من جامعة كارولينا الشمالية. توفر أنظمة SAS أدوات متكاملة للوصول إلى البيانات، إدارتها، تحليلها، وإصدار تقارير دقيقة لدعم اتخاذ القرار. وتشمل حلول المعهد مجالات متعددة مثل تحليلات المخاطر، ذكاء الأعمال، إدارة البيانات، والتحليلات المتقدمة، وقد اعتمدها مؤسسات كبرى مثل Pfizer وMarriott، بالإضافة إلى هيئات حكومية، نظرا لقدرتها على التعامل مع كميات ضخمة من البيانات واستخراج أنماط ذات قيمة اقتصادية.

<sup>1</sup> \_ فاطمة بلقواسمي، احمد بن يوسف، التوجه الاستراتيجي لمنظمات الأعمال نحو تطبيق نظم ذكاء الأعمال كآلية لتحقيق الميزة التنافسية -دراسة تحليلية- مجلة الاقتصاد والمالية (JEF)، المجلد 07، العدد 02 سنة 2021، صص 97,99

## ب - مساهمة نظم ذكاء الأعمال في تخفيض التكاليف:

ويظهر دور نظم ذكاء الأعمال في تخفيض التكاليف في مؤسسات من خلال الاعتماد على التحليل الصحيح للبيانات. مثال شركة Honda Motors كيف ساهمت نظم ذكاء الأعمال وتقنيات SAS في تخفيض التكاليف وتحسين الأداء.

اعتمدت الشركة على تحليلات SAS والذكاء الاصطناعي لتحويل بيانات إصلاح الضمان إلى معلومات قابلة للاستغلال، ما ساعد على تقليل الأخطاء وتحسين جودة القرارات. أدى ذلك إلى:

- تقليص وقت معالجة المطالبات بنسبة كبيرة؛
- تخفيض تكاليف العمالة؛
- تحسين دقة التنبؤ بالطلبات؛
- تسريع الاستجابة لشكاوى العملاء؛
- والرفع من جودة الخدمات المقدمة.

## ج - مساهمة نظم ذكاء الأعمال في الكشف عن الاحتيال:

وضحت نظم ذكاء الأعمال دورها الفعال في الكشف عن الاحتيال حيث تبرز شركة Prime Therapeutics دور نظم ذكاء الأعمال في الكشف عن الاحتيال في قطاع إدارة الأدوية، من خلال تحليل كميات ضخمة من البيانات المتعلقة بالوصفات والمطالبات والخدمات الصحية. اعتمدت الشركة على تقنيات SAS والذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي لاكتشاف أنماط الاحتيال ومنع الخسائر المحتملة، ما ساهم في تقليل الهدر، حماية أموال العملاء، وضمان صرف الأدوية بشكل قانوني، مع تحسين سرعة الوصول إلى البيانات ومشاركة النتائج .

## د - مساهمة نظم ذكاء الأعمال في تحقيق الريادة:

يعرض نموذج شركة Microsoft باعتبارها من الشركات الرائدة في مجال ذكاء الأعمال حسب تقارير Gartner لسنة 2020. وقد حققت Microsoft هذه الريادة من خلال دمج نظم ذكاء الأعمال مع تقنيات متقدمة مثل الذكاء الاصطناعي، التعلم الآلي، والحوسبة السحابية.

من أبرز أدواتها:

Power BI لتحليل البيانات ومشاركتها بسهولة

Microsoft 365. لإدارة البيانات الموحدة

Azure Synapse Analytics لتحليل البيانات الضخمة

Power Automate، Power Apps، Power Platform Power BI لتحويل البيانات إلى حلول عملية.

تساهم نظم ذكاء الأعمال في تحقيق الميزة التنافسية من خلال تحويل بيانات الزبائن إلى معرفة استراتيجية تسمح بفهم سلوكهم وتوقع احتياجاتهم المستقبلية بدقة، والتنبؤ باحتياجاتهم المستقبلية وتحسين تصميم الخدمات بما يتوافق مع متطلباتهم، كما تساعد نظم ذكاء الأعمال على تحسين التنسيق بين مختلف الوظائف داخل المؤسسة، ما يؤدي إلى تقليل زمن تقديم الخدمات، رفع جودتها، وتعزيز تجربة الزبون بشكل عام، من خلال تقليص الأخطاء التشغيلية، تسريع زمن الاستجابة، وتحسين التنسيق بين مختلف الوظائف التنظيمية داخل المؤسسة، وعليه، فإن اعتماد نظم ذكاء الأعمال لا يقتصر على تحسين الكفاءة الداخلية فحسب، بل يمثل أداة استراتيجية أساسية لتحقيق التفوق التنافسي المستدام وتعزيز جودة الخدمات في بيئة أعمال تتسم بشدة المنافسة والتغير المستمر.

ثانياً: إبراز العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات

### 1. العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال ودورها في تحسين جودة الخدمات

يمكن توضيح العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات من خلال نقاط التالية<sup>1</sup>:

أ. نظم ذكاء الأعمال تساعد على جمع البيانات وتصنيفها وتحليلها وتخزينها:

تمكن نظم ذكاء الأعمال المؤسسات من جمع البيانات من مصادر متعددة بصورة منهجية ومنظمة، كما تساهم في تنظيمها وتصنيفها بما يسهل معالجتها والاستفادة منها، ينعكس هذا التحليل إيجاباً على تحسين جودة الخدمات من خلال رفع كفاءة العمليات وتطوير أساليب تقديمها وكما يساهم توظيف نظم ذكاء الأعمال في تعزيز القدرة على الاستجابة لاحتياجات المستفيدين وتحقيق التميز والقدرة التنافسية؛

<sup>1</sup> \_ سعد صلاح عشري علي، دور تطبيقات تقنيات ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات التعليمية بالجامعات المصرية، دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بجامعة القاهرة، وعين شمس وحلوان، أكاديمية السادات للعلوم الإدارية مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، مجلة البحوث الإدارية، المجلد 02، العدد 04، 2024، ص 31.

## ب - الدور الفعال لأبعاد نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات:

تتمثل أبعاد نظم ذكاء الأعمال في تكنولوجيا ذكاء الأعمال، والبنية التحتية التقنية، ونظم المعلومات، التي تساعد في توظيف تقنيات ذكاء الأعمال على توسيع نطاق تطبيق الحلول التقنية داخل المؤسسات، مما يساهم في مواكبة التطورات التكنولوجية الحديثة وتعزيز القدرة على التكيف مع التغيرات، مما يتيح الاستفادة من مصادر معرفية متعددة لدعم اتخاذ القرار وتحقيق التحسين المستمر لجودة الخدمات؛

## ج - نظم ذكاء الأعمال تساعد على تلبية احتياجات وتحقيق الرضا:

وذلك من خلال استخدام نظم ذكاء الأعمال لفهم احتياجات المستخدمين من الخدمات بشكل أفضل، وتقديم خدمات وأنشطة تتماشى مع توقعاتهم ومتطلباتهم. مما يقوم بتحسين الصورة الذهنية للمؤسسات من خلال رفع مستوى جودة الخدمات وتعزيز رضا المستخدمين؛

## د. تعزز نظم ذكاء الأعمال الميزة التنافسية للمؤسسات من خلال تحسين جودة الخدمات

المقدمة:

من خلال اكتشاف الفرص الجديدة لتطوير الخدمات وتحليل المنافسين وتقييم ممارساتهم من أجل فهم البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة بشكل أفضل. مما يؤدي إلى:

- تحسين الأداء المؤسسي ورفع كفاءة تقديم الخدمات؛

- زيادة القدرة التنافسية محليا ودوليا من خلال تقديم خدمات عالية الجودة.

يتضح من خلال التحليل أن نظم ذكاء الأعمال تعد عنصرا أساسيا في دعم وتحسين جودة الخدمات، حيث تمثل أداة استراتيجية داعمة لتحسين مستوى الخدمات المقدمة من خلال تعزيز القدرة على جمع البيانات وتحليلها وتحويلها إلى معلومات دقيقة تساهم في اتخاذ قرارات فعالة، ويساهم هذا التكامل في تحسين كفاءة العمليات الخدمية، وتطوير أساليب تقديم الخدمات بما يتلاءم مع احتياجات المستخدمين وتوقعاتهم، ينعكس إيجابا على أبعاد جودة الخدمات مثل الاعتمادية، الاستجابة، والملاءمة. كما يساهم توظيف تقنيات ذكاء الأعمال في رفع كفاءة الأداء المؤسسي، وتحسين العمليات التشغيلية، وتحقيق التميز والتنافسية، مما يؤكد أن التكامل بين الجانبين يمثل مدخلا استراتيجيا لا غنى عنه للارتقاء بالأداء المؤسسي وتحقيق التميز.

## 2. دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات

تعتبر أنظمة ذكاء الأعمال (Business Intelligence) أداة محورية لتحسين جودة الخدمات، حيث تعتمد على منظومة متكاملة من الأدوات التحليلية المتقدمة التي تمكن المؤسسات من فهم بياناتها بعمق واتخاذ قرارات دقيقة وفي الوقت المناسب، كما تساهم في تعزيز فعالية وكفاءة الخدمات المقدمة من خلال الاستفادة المثلى من البيانات وتحويلها إلى رؤى قابلة للتطبيق العملي. فهي تتيح للمؤسسات التعرف على احتياجات المستفيدين بدقة، وتحديد نقاط القوة والضعف في الأداء، مما يمكّن من تطوير الخدمات بشكل مستمر وتحقيق نتائج قابلة للقياس. مع دمج أنظمة ذكاء الأعمال بالتقنيات الحديثة محركاً أساسياً للتحويل الرقمي مما يسهل ويحسن تجربة المستفيدين من الخدمات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> \_ عبد الكريم حسين محسن وآخرون، " اثر ادوات ذكاء الأعمال على جودة الخدمات الصحية في المملكة العربية السعودية"، المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات،، العدد 87، 2025، ص ص 9،10

## الخلاصة

تعد نظم ذكاء الأعمال أداة استراتيجية لتحويل البيانات إلى معلومات دقيقة ترفع كفاءة الأداء وتسرع اتخاذ القرار عبر منظومة تحليلية تحدد نقاط القوة والضعف لتطوير العمليات. كما تسهم في تعزيز الشفافية والرقابة وموثوقية التقارير، مما ينعكس إيجاباً على جودة التدقيق والأداء التنظيمي والرشاقة في تحقيق التكامل بين الوظائف. ويهدف هذا التكامل إلى تحسين تجربة العملاء ونيل رضاهم، مما يضمن للمؤسسة تحقيق ميزة تنافسية مستدامة وقيمة مضافة في بيئة عمل متغيرة.

## المبحث الثاني: الدراسات السابقة

تُعد الدراسات السابقة من العناصر الأساسية في البحث العلمي، إذ تساعد الباحث على فهم موضوع الدراسة بعمق، وبناء خلفية علمية، وتحديد أبعاد المشكلة وصياغة أسئلتها وفرضياتها، إضافة إلى التعرف على الأساليب والمنهجيات المستخدمة في معالجتها.

وتبرز أهمية استعراض الدراسات المرتبطة بنظم ذكاء الأعمال ودورها في تحسين جودة الخدمات، باعتبارها من المواضيع الحديثة التي حظيت باهتمام متزايد في الأدبيات العلمية، ومن هذا المنطلق سيتم عرض أهم الدراسات السابقة من خلال المحاور الآتية:

- **المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية؛**
- **المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية؛**
- **المطلب الثالث: الاختلاف بين الدراسات السابقة والحالية.**

## المطلب الأول: الدراسات باللغة العربية

### أولاً: دراسات تتعلق بنظم ذكاء الأعمال

1. محمد منير عودة شبيب، "دور أنظمة ذكاء الأعمال في تنمية رأس المال البشري في القطاع المصرفي الفلسطيني - دراسة حالة (بنك فلسطين) -"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية - غزة، 2015.

هدفت الدراسة إلى معرفة دور أنظمة ذكاء الأعمال في تنمية رأس المال البشري في القطاع المصرفي الفلسطيني، وفي هذا السياق انطلقت من إشكالية تتمثل في مدى مساهمة هذه الأنظمة الذكية في تعزيز قدرات الموظفين وتطوير كفاءاتهم داخل المؤسسة المصرفية، وتحديدًا في بنك فلسطين كحالة دراسية.

و لتحقيق ذلك اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام عينة عشوائية مكونة من 230 موظفًا، وذلك لتحليل العلاقة بين أدوات ذكاء الأعمال ومستوى تنمية رأس المال البشري باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وقد أظهرت النتائج وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام أدوات أنظمة ذكاء الأعمال وتنمية رأس المال البشري، حيث تبين أن البنك يمتلك مستوى مرتفعاً من تنمية الموارد البشرية، كما أكدت النتائج أن إدارة أداء الأعمال تلعب دوراً جوهرياً وكبيراً في عملية هذه التنمية، مما يعزز من كفاءة البنك التنافسية.

2. محمد منصور رمضان الزعتون، رمزي عطية محمد مزهر، "أثر استخدام أنظمة ذكاء الأعمال على التوجهات الريادية للقطاع المصرفي الفلسطيني: بنك فلسطين نموذجاً"، مداخلة مقدمة إلى المؤتمر الدولي الأول في تكنولوجيا المعلومات والأعمال (ICITB2020)، فلسطين، 2020. هدفت هذه الدراسة إلى قياس أثر استخدام أنظمة ذكاء الأعمال على مستوى التوجهات الريادية في القطاع المصرفي الفلسطيني، من خلال التطبيق على بنك فلسطين، وذلك في ظل التحولات التكنولوجية المتسارعة والحاجة إلى تعزيز القدرات الريادية للمؤسسات المصرفية.

وفي هذا السياق، سعت الدراسة إلى استكشاف طبيعة العلاقة بين تبني أنظمة ذكاء الأعمال ومستوى التوجه الريادي، وكذا تحديد مدى إسهام هذه الأنظمة في دعم السلوك الريادي داخل البيئة المصرفية. ولتحقيق ذلك، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، حيث جمعت البيانات باستخدام استبانة وزعت على عينة من شاغلي المناصب الإدارية العليا، بما يسمح بتحليل واقع توظيف أنظمة ذكاء الأعمال واختبار تأثيرها في أبعاد التوجه الريادي. وقد أظهرت النتائج أن مستوى تبني أنظمة ذكاء الأعمال في

البنك جاء بدرجة مرتفعة، مع وجود أثر إيجابي ذي دلالة إحصائية لاستخدام هذه الأنظمة في تعزيز التوجهات الريادية. كما أكدت النتائج أن الاستثمار في هذه الأنظمة يُعد مدخلاً تنظيمياً استراتيجياً يسهم في دعم السلوك الريادي وتعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات المصرفية في بيئة تتسم بالتغير وعدم اليقين.

3. نايف علي إبراهيم هوساوي، وآخرون، "نظم ذكاء الأعمال ودورها في دعم اتخاذ القرار"، المجلة

الدولية لنشر الدراسات العلمية، المجلد 07، العدد 15، 2021.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على أثر نظم ذكاء الأعمال في دعم عملية اتخاذ القرار داخل المنظمات، من خلال تناول الإطار المفاهيمي لذكاء الأعمال وتحليل طبيعة عملية اتخاذ القرار، إضافة إلى بيان أثر توظيف هذه النظم في تحسين كفاءة القرارات الإدارية.

وانطلاقاً من ذلك، تناولت الدراسة إشكالية تمثلت في مدى إسهام نظم ذكاء الأعمال في تعزيز فعالية عملية اتخاذ القرار، ودورها في تحويل البيانات والمعلومات المتاحة إلى معرفة تنظيمية يُعتمد عليها في صياغة القرارات الاستراتيجية والتشغيلية.

وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي عبر استعراض الأدبيات النظرية ذات الصلة وتحليل العلاقة بين متغيري البحث.

وتوصلت النتائج إلى أن المعلومات تمثل مورداً استراتيجياً ذا قيمة عالية يؤثر في أداء المؤسسة واستدامتها، وأن نظم ذكاء الأعمال تعد من الأدوات المحورية التي تقوم بتحليل البيانات ومعالجتها وتحويلها إلى معرفة داعمة لاتخاذ قرارات أكثر فاعلية. كما أكدت أن عملية اتخاذ القرار نشاط إداري جوهري يتم من خلاله تحديد الأهداف المستقبلية وصياغة الاستراتيجيات، وأن توظيف هذه النظم يسهم في ترشيد القرارات وتقليل الاعتماد على التقديرات الشخصية، مما يعزز مستوى الدقة والكفاءة في الأداء التنظيمي.

4. محمد علي جمال الدين محمد غيث، "أثر ذكاء الأعمال على الأداء التنظيمي: الدور الوسيط

للرشاقة الاستراتيجية دراسة تطبيقية على شركات الصناعات الغذائية بجمهورية مصر العربية"، أطروحة دكتوراه، جامعة عين شمس، مصر، 2025.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر ذكاء الأعمال (BI) على الأداء التنظيمي، وفي هذا السياق

سعت إلى توضيح طبيعة العلاقة بينهما من خلال إبراز الدور الوسيط للرشاقة الاستراتيجية في تعزيز هذا الأثر ضمن بيئة أعمال متغيرة.

وانطلقت من إشكالية تتمثل في تحديد ما إذا كان تأثير نكاه الأعمال على الأداء التنظيمي يتم بشكل مباشر فقط، أم يتعزز من خلال الرشاقة الاستراتيجية باعتبارها قدرة تنظيمية تمكّن المؤسسات من الاستجابة الفعّالة للمتغيرات، وذلك بالتطبيق على شركات الصناعات الغذائية الكبرى في مصر.

ولتحقيق ذلك، تم الاعتماد على المنهج الكمي، حيث شملت الدراسة عينة من 12 شركة، وتم جمع البيانات منها ثم تحليلها باستخدام نمذجة المعادلات الهيكلية (PLS-SEM) عبر برنامج SmartPLS، بما يسمح باختبار العلاقات المباشرة وغير المباشرة بين المتغيرات.

وفي ضوء ذلك، أظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي معنوي لنكاه الأعمال على الأداء التنظيمي، كما تبين أن الرشاقة الاستراتيجية تؤدي دوراً وسيطاً يعزز هذه العلاقة، الأمر الذي يسهم في تحسين مستوى الأداء ويدعم قدرة المؤسسات على التكيف مع التغيرات في بيئة الأعمال

### ثانياً: دراسات تتعلق بجودة الخدمات

1. عبد الحكيم عبد الرحمان المنهاوي، احمد مهدي حسين، سامح علي مصلي محمود، " قياس مستوى جودة الخدمات ببرامج الدراسات العليا: دراسة تطبيقية لبرنامج ماجستير إدارة الجودة بمعهد الإنتاجية والجودة"، المجلة العربية للنشر العلمي، العدد 31؛ 2021.

هدفت الدراسة إلى قياس مستوى جودة الخدمات التعليمية في برنامج ماجستير إدارة الجودة من خلال تطبيق نموذج الفجوة (SERVQUAL)، وذلك بهدف الوقوف على درجة الاتساق بين الأداء الفعلي للخدمات المقدمة وتطلعات الطلبة، بما يسهم في دعم جهود تحسين برامج الدراسات العليا.

وتمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل عن مدى قدرة البرنامج على تقديم خدمة تعليمية ترتقي إلى مستوى توقعات الطلبة، وما إذا كانت هناك فجوات تعكس خللاً في بعض أبعاد الجودة، الأمر الذي يستدعي تشخيص مواطن القوة وتحديد جوانب الضعف تمهيداً لمعالجتها.

واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لتحليل واقع جودة الخدمات وتفسير أبعادها المختلفة. وأظهرت النتائج وجود فجوة بين إدراكات الطلبة ومستوى تطلعاتهم، مما يؤكد الحاجة إلى تطوير مكونات الخدمات التعليمية، وتعزيز التركيز على متطلبات المستفيدين بما يحقق تحسناً مستمراً ويرفع مستوى الرضا العام.

2. العوضي منصور احمد العوضي، حامد محمد عبد الفتاح، تأثير جودة أداء الخدمات على رضا العملاء: دراسة ميدانية، المجلة العلمية لاقتصاد والتجارة، العدد 01، 2022.

هدفت الدراسة إلى التعرف على الأسباب الرئيسة والصعوبات التي تؤدي إلى عدم رضا العملاء عن الخدمات المقدمة من شركة أورانج مصر، وقياس مستوى جودة هذه الخدمات وبيان أثرها في رضا العملاء بما يساهم في تحسين الأداء وتعزيز المكانة السوقية للشركة. وتمحورت إشكالية الدراسة حول تحديد مستوى جودة الخدمات المقدمة ومدى انعكاسها على درجة رضا العملاء، والكشف عن نقاط الضعف المؤثرة في تقييمهم للخدمة. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال دراسة ميدانية، مع توظيف الأساليب الإحصائية وبرنامج (SPSS) لتحليل البيانات واختبار الفروض. وأظهرت النتائج وجود علاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء، وأن تحسين أساليب تقديم الخدمات يساهم في رفع مستوى الرضا وتقليل الخسائر، مع التأكيد على ضرورة تبني إجراءات تنظيمية وتطويرية مستمرة لتحسين جودة الخدمات المقدمة.

3- شيماء قريشي، تأثير الابتكار التسويقي على تحسين جودة الخدمات المصرفية : دراسة عينة من المصارف بولايات بسكرة، الجزائر العاصمة، سطيف (أطروحة دكتوراه) ، جامعة محمد خيضر - بسكرة، 2024. هدفت الدراسة إلى تقييم أثر الابتكار التسويقي بمختلف أبعاده على تحسين جودة الخدمات المصرفية، مع التركيز على عناصر المزيج الخدمي، والعمليات، والجهود الإدارية، والموارد البشرية، ومدى انعكاس ذلك على تجربة العملاء ومدى رضاهم عن الخدمات المقدمة. وتمحورت إشكالية الدراسة حول مدى قدرة الابتكار التسويقي على الارتقاء بمستوى جودة الخدمات المصرفية، مع تحديد طبيعة العلاقة بين أبعاده المختلفة ومدى تأثير كل بعد على الأداء العام. واعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، إذ استخدم لتوصيف واقع الابتكار التسويقي وجودة الخدمات المصرفية، وتحليل الروابط بين متغيراتها. وأظهرت النتائج وجود تأثير إيجابي للابتكار التسويقي على جودة الخدمات، وارتباطاً قوياً بين المتغيرين، مع بروز بعد الأفراد كالأكثر تأثيراً نظراً لدور الموارد البشرية المحوري في تقديم الخدمات والتفاعل مع العملاء، مما يبرز أهمية تبني استراتيجيات مبتكرة لتعزيز جودة الأداء ورفع مستوى رضا العملاء وتحقيق ميزة تنافسية مستدامة.

### ثالثاً: دراسات جمعت بين نظم ذكاء الاعمال وجودة الخدمات

1. سعد صلاح عشري علي، "دور تطبيقات تقنيات ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات التعليمية"، مجلة البحوث الإدارية، المجلد 42، العدد 04، 2024. هدفت الدراسة إلى تحليل أثر نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات التعليمية بالجامعات المصرية، عبر دعم الفعالية الأكاديمية وترشيد القرارات الإدارية والتربوية.

وانطلقت من إشكالية تتمثل في وجود فجوة بين وفرة البيانات داخل المؤسسات الجامعية وضعف توظيفها في اتخاذ قرارات تعليمية مبنية على المعرفة، مما يؤثر على فاعلية الأداء وجودة المخرجات. ولتحقيق ذلك اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي في إطار ميداني، باستخدام عينة من 361 عضو هيئة تدريس لتحليل العلاقة بين مستوى تطبيق نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات التعليمية. وقد أظهرت النتائج أثرًا إيجابيًا لنظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات التعليمية، من خلال دعم اتخاذ القرار المستند إلى بيانات دقيقة، وتعزيز التخطيط الأكاديمي، وتحسين كفاءة تنظيم العملية التعليمية، مما يؤكد أهميتها كأداة استراتيجية لتحقيق جودة مستدامة.

2. عبد الكريم حسين محسن، وآخرون، "أثر أدوات ذكاء الأعمال على جودة الخدمات الصحية في المملكة العربية السعودية"، المجلة الإلكترونية الشاملة متعددة التخصصات، المجلد 09، العدد 87، 2025.

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر نظم ذكاء الأعمال على جودة الخدمات الصحية في مستشفى عسير المركزي، من خلال إبراز دورها في تحسين كفاءة العمليات ودقة اتخاذ القرارات. وانطلاقًا من ذلك، تمحورت الإشكالية حول مدى قدرة هذه النظم على توفير معلومات دقيقة تدعم الأداء المؤسسي وتمكّن من اتخاذ قرارات فعالة. ولتحقيق ذلك، تم اعتماد المنهج الوصفي التحليلي على عينة من 130 موظفًا بالمستشفى. وقد أظهرت النتائج وجود أثر إيجابي دال إحصائيًا لنظم ذكاء الأعمال على جودة الخدمات، من خلال تحسين كفاءة العمليات، ودقة القرارات، وتعزيز القدرة على التنبؤ بالمشكلات الصحية، مما انعكس إيجابًا على جودة الخدمات المقدمة.

## المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

### أولاً: دراسات تتعلق بنظم ذكاء الاعمال

1. Celina M. Olszak, “Business Intelligence Systems for Innovative .1  
.Development of Organizations,” Procedia Computer Science 207, 2022

هدفت الدراسة إلى إبراز دور نظم ذكاء الأعمال في دعم التطور الابتكاري وتعزيز القدرة التنافسية في البيئة الرقمية. وتتمثل إشكالية الدراسة في التساؤل حول الكيفية التي يمكن من خلالها توظيف نظم ذكاء الأعمال كألية استراتيجية فاعلة لدعم الابتكار المؤسسي، وما مدى تأثير العوامل التنظيمية والتقنية، إضافة إلى وضوح الاستراتيجية الرقمية ودعم الإدارة العليا، في تحقيق ميزة تنافسية قائمة على المعرفة. كما اعتمدت الدراسة منهجا ميدانياً من خلال 150 مقابلة مع مسؤولي مؤسسات صغيرة ومتوسطة، مع استخدام نماذج اللوجيت لتحليل العلاقة بين استخدام ذكاء الأعمال ومستوى الابتكار. وتوصلت إلى أن نظم ذكاء الأعمال تمثل ركيزة استراتيجية للابتكار متى توفرت بيئة تنظيمية داعمة، وأن تحقيق القيمة التنافسية المستدامة يرتبط بتكامل التكنولوجيا مع الموارد المعرفية والمهارات التحليلية والثقافة التنظيمية.

2. Montserrat Jiménez–Partearroyo , Ana Medina–López, “Leveraging .2  
Business Intelligence Systems for Enhanced Corporate Competitiveness:  
.Strategy and Evolution,” Systemes journal 12, number 03, 2024

هدفت الدراسة إلى تحليل التطور المفاهيمي والتطبيقي لنظم ذكاء الأعمال وإبراز بعدها الاستراتيجي في تعزيز القدرة التنافسية للمؤسسات، من خلال توضيح إسهامها في دعم اتخاذ القرار وتنمية الابتكار وإدارة المعرفة في بيئة أعمال متغيرة. وتمحورت إشكالياتها حول محدودية الاستفادة الاستراتيجية من نظم ذكاء الأعمال في بعض المؤسسات، وعدم توظيفها ضمن إطار تكاملي يضمن تعزيز أثرها في تحسين الأداء المؤسسي ودعم القدرة على التكيف مع التحولات التكنولوجية والبيئية. واعتمدت الدراسة منهج المراجعة المنهجية للأدبيات العلمية لتحليل الاتجاهات البحثية وتطور مقاربات الاستفادة من هذه النظم عالمياً.

وأظهرت النتائج أن نظم ذكاء الأعمال تمثل دعامة استراتيجية لترشيد القرارات العليا، وتطوير القدرات الابتكارية والتسويقية، وتعزيز إدارة المعرفة، خاصة عند تكاملها مع تقنيات متقدمة كالذكاء الاصطناعي والتعلم الآلي وإنترنت الأشياء، بما يدعم الأداء التنظيمي ويحقق ميزة تنافسية مستدامة.

### ثانياً: دراسات الاجنبية تتعلق بجودة الخدمات

1. A. Prakash and R. P. Mohanty, "Understanding Service Quality,"

Production Planning & Control: The Management of Operations 24, no. 12

.,2013

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية جودة الخدمات باعتبارها أحد العناصر الأساسية في إدارة الخدمات، وذلك من خلال عرض مختلف الرؤى والمفاهيم المرتبطة بها، وبيان دورها في تحسين فعالية الأداء الخدمي. وتمحورت إشكالية الدراسة حول كيفية إدارة جودة الخدمات بصورة فعالة، وما هي الأطر والمداخل التي يمكن أن توجه عمليات التخطيط والتصميم والتنفيذ بما يساهم في تعزيز جودة الخدمات ورفع كفاءتها العملية. واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي القائم على عرض المفاهيم الأساسية المرتبطة بإدارة جودة الخدمات، وتحليلها وتوضيح المصطلحات المرتبطة بها، مع التركيز على تحديد العمليات الرئيسية التي تقوم عليها إدارة الجودة في قطاع الخدمات. وتوصلت الدراسة إلى أن إدارة جودة الخدمات تمثل مفهوماً أساسياً ومستداماً في ميدان إدارة الخدمات، وأنها عملية متجددة تتطور باستمرار استجابةً للتغيرات المتسارعة والتحديات التي تواجه المؤسسات، كما أكدت على أهمية تبني أطر منهجية واضحة في التخطيط والتصميم والتنفيذ لضمان تحقيق فعالية أكبر في تطبيق جودة الخدمات.

2. Markus Blut, "E-Service Quality: Development of a Hierarchical

Model," Journal of Retailing 92, no. 4

هدفت هذه الدراسة إلى تطوير فهم أكثر دقة لمفهوم جودة الخدمات الإلكترونية، من خلال تحديد أبعادها الأساسية والعوامل المكونة لها، والعمل على بناء نموذج مفاهيمي يمكن من تفسير إدراك العملاء لجودة الخدمات المقدمة عبر الإنترنت والتنبؤ بسلوكهم. وتمحورت إشكالية الدراسة حول مدى كفاية النماذج والمقاييس التقليدية في قياس جودة الخدمات الإلكترونية، وإلى أي حد يمكن لنموذج أكثر شمولاً أن يقدم تفسيراً أدق لأبعاد هذه الجودة ويعكس طبيعتها متعددة الأبعاد. واعتمدت الدراسة على منهج تحليلي مقارنة، قائم على تطوير نموذج مفاهيمي لجودة الخدمات الإلكترونية، وتحليل أبعاده ومكوناته. وتوصلت الدراسة إلى أن جودة الخدمات الإلكترونية تتكون من مجموعة أبعاد مترابطة تشمل تصميم

الموقع، وتنفيذ الخدمات، وخدمة العملاء، والأمن والخصوصية، وأن الاعتماد على نماذج قياس غير ملائمة قد يؤدي إلى تقدير غير دقيق لأهمية بعض الأبعاد. كما بينت النتائج أن النموذج المقترح يسهم في تحسين دقة تقييم جودة الخدمات الإلكترونية، ويساعد المؤسسات على فهم سلوك العملاء بصورة أفضل واتخاذ قرارات أكثر فاعلية في إدارة الخدمات الإلكترونية.

Sigit Sugiarto and Vivi Octaviana, "Service Quality (SERVQUAL) .3

Dimensions on Customer Satisfaction: Empirical Evidence from Bank Study,"

(2021) Golden Ratio of Marketing and Applied Psychology of Business 1, no. 2

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز أهمية جودة الخدمات في تحقيق رضا العملاء وبيان طبيعة العلاقة بينهما، انطلاقاً من اعتبار أن رضا الزبون أصبح عنصراً أساسياً في استمرارية المؤسسات وقدرتها على المنافسة.

وتمحورت الإشكالية حول التساؤل عن مدى مساهمة مستوى جودة الخدمات المقدمة في تعزيز رضا العملاء، وما إذا كانت جودة الخدمات تمثل عاملاً حاسماً في تكوين انطباعات إيجابية لدى الزبائن ودفعهم للاستمرار في التعامل مع المؤسسة.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع المعلومات بالاستبيانات والمقابلات والاعتماد على الأدبيات النظرية المتعلقة بجودة الخدمات ورضا العملاء،

وقد توصلت الدراسة إلى أن جودة الخدمات تلعب دوراً جوهرياً في رفع مستوى رضا العملاء، وأن تحسين مستوى الأداء الخدمي ينعكس إيجاباً على تقييم الزبائن للمؤسسة، مما يعزز ثقتهم بها ويدعم ولاءهم واستمرار تعاملهم معها مستقبلاً.

Mariam Setapa et al., "Relationship between Service Quality and .4

Customer Satisfaction in Academic Affairs Unit," International Journal of

:(2024) Academic Research in Business and Social Sciences 14, no. 1

هدفت هذه الدراسة إلى بحث أثر جودة الخدمات المقدمة من طرف وحدة الشؤون الأكاديمية في مؤسسات التعليم العالي على مستوى رضا الطلبة، من خلال الوقوف على طبيعة العلاقة بين مستوى الخدمات المدركة ومدى انعكاسها على تقييم الطلبة لتجربتهم داخل المؤسسة.

وتمحورت الإشكالية حول تحديد مدى قدرة الشؤون الأكاديمية على تقديم خدمات تستجيب لتوقعات الطلبة واحتياجاتهم المتنوعة، في ظل تزايد أهمية رضاهم كمؤشر أساسي على نجاح المؤسسة التعليمية وفعاليتها.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال اعتماد على مجموعة من الاحصائيات لتحديد العوامل المرتبطة بجودة الخدمات التي تسهم في تعزيز رضا الطلبة. قد توصلت النتائج إلى وجود تأثير إيجابي ومعنوي لجودة الخدمات على رضا الطلبة، مما يؤكد أن الارتقاء بمستوى الأداء الخدمي داخل الشؤون الأكاديمية يسهم في تعزيز رضا المستفيدين وتحسين صورتها لدى الطلبة.

### ثالثاً: دراسات جمعت بين نظم ذكاء الاعمال وجودة الخدمات

1. Aung, Tin Htun, Thu Ra Mon, and Amiya Bhaumik. "The Impact of Business Intelligence on Customer Relationship Management in the Banking Sector: A Financial Analysis." *Asia-Pacific Journal of Management and Technology (AJMT)* 4, no. 4 2024.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز أهمية نظم ذكاء الأعمال (BI) في تعزيز إدارة علاقات العملاء داخل البنوك، من خلال توضيح مختلف المفاهيم والرؤى المرتبطة بها، وبيان دورها في تحسين رضا العملاء وولائهم ورفع كفاءة الأداء الخدمي والمالي، كما تمحورت إشكالية الدراسة حول كيفية توظيف هذه النظم بصورة فعالة داخل المؤسسات المصرفية، وما هي السبل الكفيلة بتكاملها مع إدارة علاقات العملاء بما يسهم في تحسين تجربة العميل وتعزيز جودة الخدمات وتحقيق أداء مالي أفضل.

واعتمدت الدراسة على المنهج المختلط (Mixed Methods) القائم على الجمع بين التحليل الكمي للبيانات المالية والإحصائية والتحليل النوعي من خلال دراسة الحالات والمقابلات، إضافة إلى استخدام أدوات بحثية متعددة مثل مراجعة الأدبيات والاستبيانات والتحليل الإحصائي باستخدام برامج مثل SPSS. وتوصلت الدراسة إلى أن دمج نظم ذكاء الأعمال مع إدارة علاقات العملاء يمثل مدخلاً فعالاً لتحسين أداء البنوك، حيث يسهم في فهم سلوك العملاء والتنبؤ باحتياجاتهم وتقديم خدمات مخصصة وزيادة رضا العملاء وولائهم، كما يؤدي إلى تحسين المؤشرات المالية مثل زيادة الإيرادات والربحية ورفع قيمة العميل مدى الحياة، إلى جانب تعزيز الكفاءة التشغيلية ودعم اتخاذ القرار، مع الإشارة إلى وجود بعض التحديات مثل ضعف جودة البيانات ومشكلات أمن المعلومات.

2. Omolade Sunday Adeyemi, Aderibigbe Ademola Segun, Olubiya Timilehin Olasoji, and Oketola Kehinde Oluwafemi, "Self-Service Business Intelligence and Customer Satisfaction: The Moderating Effects of Independent Non-Technical Users," International Journal of Business Studies 1, no. 1 (2025).

هدفت هذه الدراسة إلى فحص تأثير ذكاء الأعمال بالخدمات الذاتية على رضا العملاء، مع التركيز على طبيعة العلاقة بين استخدام هذه الأنظمة وتحسين تجربة العملاء داخل المؤسسات. وتمحورت إشكالية الدراسة حول كيفية تأثير استخدام ذكاء الأعمال بالخدمات الذاتية على مستوى رضا العملاء، ومدى إسهام استقلالية المستخدمين غير التقنيين في تعزيز أو إضعاف هذه العلاقة.

واعتمدت الدراسة على المنهج الكمي التحليلي القائم على جمع البيانات الميدانية باستخدام الاستبيان، وتحليلها إحصائيًا بهدف تفسير طبيعة العلاقات بين المتغيرات محل الدراسة، مع التركيز على قياس تأثير ذكاء الأعمال بالخدمات الذاتية على رضا العملاء واختبار دور المستخدمين غير التقنيين في تعديل هذه العلاقة.

وتوصلت الدراسة إلى أن ذكاء الأعمال بالخدمات الذاتية يؤثر بشكل إيجابي على رضا العملاء، كما أظهرت النتائج أن ارتفاع درجة استقلالية المستخدمين غير التقنيين في ظل ضعف الدعم قد يؤدي إلى وقوع أخطاء تقلل من مستوى رضا العملاء، مما يستدعي ضرورة توفير الدعم والتأهيل المناسب لهذه الفئة.

## المطلب الثالث: الاختلاف بين الدراسات السابقة والحالية

### أولاً: أوجه التشابه

- تتفق الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات السابقة في عدة جوانب أساسية، يمكن توضيحها فيما يلي:
- 1- **من حيث منهج الدراسة :** اعتمدت الدراسة الحالية، مثل أغلب الدراسات السابقة، على المنهج الوصفي التحليلي، كونه الأنسب لدراسة الظواهر الإدارية وتحليل العلاقات بين المتغيرات. كما استعانت الدراسة الحالية والدراسات السابقة بأداة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات، لما توفره من إمكانية الحصول على معلومات دقيقة من أفراد العينة .وفيما يخص تحليل البيانات، تم الاعتماد على الأساليب الإحصائية باستخدام برنامج SPSS في الدراسة الحالية، من أجل تعزيز دقة النتائج ومصداقيتها، في حين استخدمت بعض الدراسات السابقة نماذج وأساليب تحليلية متنوعة ضمن حزم إحصائية مختلفة، وإن كانت تشترك في الهدف المتمثل في تفسير البيانات واستخلاص النتائج بشكل علمي.
  - 2- **من حيث بيئة ومجتمع الدراسة :** تتشابه الدراسة الحالية مع الدراسات السابقة في كونها أجريت في مؤسسات خدمية، خاصة في قطاعات تعتمد على تقديم الخدمات للزبائن (مثل البنوك، الجامعات، المؤسسات الصحية) ، حيث ركزت جميعها على دراسة سلوك العاملين وتأثير الأنظمة الحديثة على جودة الأداء داخل المؤسسة.
  - 3- **من حيث الأبعاد:** تتفق الدراسة الحالية مع العديد من الدراسات السابقة في اعتمادها على أبعاد محددة لكل من نظم ذكاء الأعمال وأبعاد جودة الخدمات. حيث شملت أبعاد نظم ذكاء الأعمال على عناصر مثل تحليل البيانات، ومستودعات البيانات، والتتقيب في البيانات، بينما اعتمدت أبعاد جودة الخدمات على نماذج معتمدة مثل SERVQUAL و SERVPERF. ويعكس هذا التوافق وجود إطار نظري مشترك بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة، مما يعزز من متانة الأساس المفاهيمي للبحث.

ثانياً: أوجه الاختلاف:

الجدول رقم 1: أوجه الاختلاف بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

الدراسات السابقة	الدراسة الحالية	أوجه الاختلاف
أجريت الدراسات خلال فترات مختلفة (2012-2025)، وفي دول متعددة مثل فلسطين، السعودية، مصر، بولندا، وفي قطاعات متنوعة	تمت الدراسة خلال السنة الجامعية 2025/2026، وطبقت في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة	الزمن والمكان
تباينت من حيث الحجم (كبيرة/صغيرة) وطبيعة المبحوث (مديرين، أساتذة، أطباء، موظفين .)	عينة مكونة من 50 موظفاً من مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة	العينة
تناولت متغيرات متنوعة مثل التوجه الريادي، الميزة التنافسية، الاختراق الوظيفي، رضا العملاء، اتخاذ القرار	التركيز على أبعاد نظم ذكاء الأعمال وأبعاد جودة الخدمات وفق نماذج مثل SERVQUAL وSERVPERF	المتغيرات المدروسة
ركزت غالبية الدراسات على علاقة ذكاء الأعمال بمتغيرات أخرى أو دراسة جودة الخدمات بشكل منفصل	دراسة العلاقة المباشرة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات	طبيعة العلاقة بين المتغيرات

أوجه الاختلاف	الدراسة الحالية	الدراسات السابقة
هدف الدراسة	معرفة دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن	أهداف متنوعة مثل دعم اتخاذ القرار، تحقيق ميزة تنافسية، تحسين رضا العملاء، تقليل الاحتراق الوظيفي
المجال التطبيقي	قطاع الاتصالات (اتصالات الجزائر)	قطاعات مختلفة: مصرفي، تعليمي، صحي
الأدوات والأساليب	استخدام الاستبانة وتحليل البيانات بواسطة برنامج SPSS	استخدام أدوات متنوعة (استبيان، مقابلات، نماذج تحليلية، مراجعات نظرية)

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على المعطيات السابقة

على الرغم من الأهمية المتزايدة لنظم ذكاء الأعمال ودورها المحتمل في تحسين جودة الخدمات، إلا أن معظم الدراسات السابقة إما تناولت المتغيرين بشكل منفصل في قطاعات مختلفة (مصرفي، تعليمي، صحي)، أو ركزت على علاقة ذكاء الأعمال بمتغيرات وسيطة أخرى، مما خلق فجوة بحثية واضحة في الأدبيات العلمية. وتتمثل هذه الفجوة في ندرة الدراسات الميدانية التي تقيس الأثر المباشر لأبعاد نظم ذكاء الأعمال على أبعاد جودة الخدمات بشكل كمي، خاصة في قطاع الاتصالات الجزائري، وضمن سياق مكاني وزماني محدد هو وكالة "اتصالات الجزائر - تبسة" خلال العام الجامعي 2026/2025. ومن هنا، تأتي هذه الدراسة لسد هذه الفجوة من خلال تقديم تشخيص ميداني واختبار إحصائي للعلاقة السببية بين المتغيرين في هذا السياق.

## خلاصة:

تميزت الدراسة الحالية عن الدراسات السابقة بتركيزها على الربط المباشر بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات في مؤسسة "اتصالات الجزائر - تبسة"، مما منحها بعداً تطبيقياً ساهم في سد فجوة بحثية؛

وقد استفادت الدراسة الحالية من الدراسات السابقة في عدة محاور رئيسية، منها الاطلاع على الدراسات العربية والأجنبية لتكوين الإطار النظري، وتطوير الاستبيان وأدوات القياس بما يتوافق مع أهداف البحث، بالإضافة إلى اختيار وتحليل الأساليب الإحصائية المناسبة لتحديد العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات.

## خلاصة الفصل الأول

اعتمد هذا الفصل على الأسس النظرية لموضوع البحث المتمثلة في نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات، من خلال تحديد أهم المفاهيم والخصائص المرتبطة بكل متغير، مع إبراز أهميتهما داخل المؤسسة. كما أظهر أن نظم ذكاء الأعمال تساهم في دعم اتخاذ القرار وتحسين الأداء، مما ينعكس إيجاباً على مستوى جودة الخدمات المقدمة.

وقامت العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات على أساس تكاملي، حيث حُوت البيانات إلى معلومات تساعد المؤسسة على فهم احتياجات الزبائن وتحسين الاستجابة لها، وهو ما أدى إلى رفع جودة الخدمات وتعزيز رضا الزبائن.

وعُرضت مجموعة من الدراسات السابقة العربية والأجنبية ذات الصلة بهدف توضيح أوجه الاتفاق والتباين مع الدراسة الحالية، مما ساهم في تحديد الفجوة البحثية وتعزيز الإطار النظري للبحث. وبناءً على ذلك، تم الانتقال إلى الجانب التطبيقي من خلال دراسة ميدانية على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة لقياس أثر نظم ذكاء الأعمال على جودة الخدمات.

# الفصل الثاني

## تمهيد

بعد التطرق في الفصل السابق إلى الإطار النظري لمتغيرات الدراسة حول نظم ذكاء الأعمال و تحسين جودة الخدمات في هذا الفصل سيتم إسقاط الجانب النظري على الواقع الميداني، حيث يتمثل الهدف من إجراء الدراسة في التعرف على دور نظم ذكاء الأعمال (تكنولوجيا ذكاء الأعمال، هيكل ذكاء الأعمال، البنية التحتية لذكاء الأعمال، دعم إتخاذ القرار، الذكاء التنافسي) في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن مؤسسة إتصالات الجزائر - تبسة، وذلك من خلال عرض نتائج التحليل الاحصائي للبيانات في الاستبيان، وتحليل آراء عينة الدراسة بالإعتماد على الأساليب الكمية والإحصائية لاختبار الفرضيات وقد تم عرض النتائج عبر مبحثين:

- المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية؛
- المبحث الثاني: تحليل محاور الدراسة وإختبار الفرضيات.

## المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة التطبيقية

تعد منهجية الدراسة وإجراءاتها محورا رئيسيا يتم بناء الجانب التطبيقي للدراسة عليه حيث يتم من خلالها الحصول على البيانات المطلوبة لإجراء التحليل الإحصائي للتوصل إلى النتائج التي يتم تفسيرها في ضوء الأدبيات المتعلقة بموضوع الدراسة وبالتالي تحقيق الأهداف المرجوة وعليه سيتم التطرق في هذا المبحث إلى مايلي:

- المطلب الأول: تحديد مجتمع وعينة الدراسة؛
- المطلب الثاني: أدوات الدراسة وطرق جمع البيانات؛
- المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستعملة لتحصيل البيانات.

## المطلب الأول: تحديد مجتمع وعينة الدراسة

تتطلب أي دراسة عملية إتباع إجراءات منهجية لتحديد المسار الذي يقود الباحث لتحقيق أهداف الدراسة وإيجاد إجابات للأسئلة المطروحة وفك الغموض المتعلق بالموضوع المدروس كما تساعد هذه الإجراءات في جمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالموضوع وإستخلاص النتائج المرجوة ويختلف هذا الأسلوب والإجراءات المتبعة من دراسة لأخرى ولكنها تساعد على إيجاد حلول للتساؤلات الخاصة بموضوع الدراسة ومن بين هذه الإجراءات ما يلي:

### أولاً: مجتمع وعينة الدراسة

تكون مجتمع وعينة الدراسة التطبيقية من:

1. **تحديد مجتمع الدراسة:** تكون مجتمع الدراسة من زبائن مؤسسة إتصالات الجزائر - تبسة والبالغ عددهم 60 موظف.

2. **تحديد عينة الدراسة:** تميزت عينة الدراسة بأنها كانت عينة شاملة، من مجتمع الدراسة تتوافق مع الدراسة المطلوبة ، حيث تم توزيع 60 إستمارة بما يوافق إجمالي عينة الدراسة، منها، ولتوضيح عدد الاستبيانات الموزعة من خلال الجدول التالي:

### الجدول رقم 2: تداول الإستبيان

النسبة (%)	العدد	الإستبيانات
100	60	الموزعة
13.33	08	التي لم يتم إسترجاعها
3.33	02	الغير صالحة للتحليل
83.33	50	الصالحة للتحليل

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على توزيع الإستبيان

من خلال الجدول أعلاه، يتبين أن عدد الاستبيانات الموزعة بلغ 60 استمارة، حيث تم استرجاع 50 استمارة منها، في حين لم يتم استرجاع 8 استمارات بنسبة 13.33%. وقد بلغ عدد الاستمارات غير الصالحة للتحليل استمارتين فقط بنسبة 3.33%، في مقابل 50 استمارة صالحة للتحليل بنسبة 83.33% من إجمالي الاستبيانات الموزعة.

بالتالي فإن نسبة الاستبيانات الصالحة للتحليل تُعد مرتفعة نسبياً (83.33%)، وهو ما يعكس مستوى مقبولاً من تفاعل أفراد العينة مع أداة الدراسة، ويسمح بالاعتماد على البيانات المتحصل عليها في التحليل الإحصائي. كما أن وجود نسبة محدودة من الاستمارات غير المسترجعة (13.33%) وغير الصالحة (3.33%) لا يؤثر بشكل جوهري على جودة النتائج، خاصة في ظل حجم العينة الصالح الذي يُعتبر كافياً لإجراء الدراسة التطبيقية بدرجة من الموثوقية والدقة. والشكل الموالي يوضح هذه المعطيات.

### ثانياً: منهج الدراسة

يمثل منهج الدراسة الطريق الذي يقود إلى الكشف عن الحقيقة وهو بمثابة المسار الذي يؤخذ قصد الوصول إلى نتائج علمية في دراسة الموضوع على إختلافها وذلك من خلال عدد من القواعد العامة التي يجب توافرها للوصول إلى أفضل النتائج ولقد تم في هذه الدراسة الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي على إعتبار أن هذا الأخير لا يقتصر على تجميع البيانات وتبويبها فقط وإنما يتضمن قدراً من التفسير لهذه البيانات والتعرف على خصائص الظاهرة المدروسة ويتم أيضاً من خلال هذا المنهج تجميع البيانات والمعلومات اللازمة عن هذه الظاهرة محل الدراسة هذا إلى جانب استخدام المنهج الإحصائي لتفسير الفروق والدلالات الإحصائية بين بعض المتغيرات.

### ثالثاً: نموذج الدراسة

تتناول الدراسة دور نظم ذكاء الأعمال (تكنولوجيا ذكاء الأعمال، هيكل ذكاء الأعمال، البنية التحتية لذكاء الأعمال، دعم إتخاذ القرار، الذكاء التنافسي) في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، وبالتالي فهي تشمل على المتغيرات التالية:<sup>1</sup>

1. المتغير المستقل: نظم ذكاء الأعمال (تكنولوجيا ذكاء الأعمال، هيكل ذكاء الأعمال، البنية التحتية لذكاء الأعمال، دعم إتخاذ القرار، الذكاء التنافسي).
2. المتغير التابع: جودة الخدمات (الإعتمادية، الإستجابة، الثقة والأمان، التعاطف، الملموسية).

<sup>1</sup> الملحق رقم (01)

ويمكن عرض مختلف تلك المتغيرات بيانيا من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 6: نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على الإطار النظري للدراسة

## المطلب الثاني: أدوات الدراسة وطرق جمع البيانات

لغرض إتمام عمليات الدراسة تم الاستعانة بالأدوات اللازمة والمناسبة لكل مرحلة من مراحل الدراسة.

1. **إستمارة الإستبيان:** تعد إستمارة الإستبيان واحدة من الأدوات الأكثر إستخداما في جمع البيانات وتعد أداة مفيدة للوصول إلى الحقائق والمواقف فهي تمكن الباحثين من الحصول على معلومات لا يمكن ملاحظتها أو الوصول إليها بشكل آخر بالإضافة إلى ذلك تتيح الإستمارة فرصة الحصول على آراء ومعلومات متنوعة حول موضوع البحث وذلك بفضل حرية وسرية الإجابات التي توفرها. وقد تم إستخدام الاستبيان كأداة أساسية في هذه الدراسة وقد مرت عملية صياغة أسئلة إستمارة الاستبيان بمراحل وخطوات متعددة تم بداية مراجعة الأدبيات ذات الصلة بالموضوع وإقتباس المقولات والعبارات منها ثم تم إعداد استمارة أولية بهدف إستخدامها في جمع البيانات والمعلومات وذلك من خلال تحديد المحاور الأساسية التي تعكس متغيرات الدراسة وأخيرا تم تصميم الاستمارة ومعالجتها بشكل يتناسب مع أهداف الدراسة وإحتوت الإستمارة على مجموعة من الأسئلة مقدر بـ 33 سؤالا مقسمة إلى الأجزاء التالية:<sup>1</sup>

**1.1 الجزء الأول:** خاص بالبيانات الشخصية والوظيفية والمتمثلة في كل من (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الخبرة المهنية)

**2.1 الجزء الثاني:** ويتضمن أسئلة الدراسة التي يقدر عددها بـ 33 سؤالا، تم تقسيمها على محورين أساسين يعكسان الإشكالية التي تناولتها الدراسة، ويوضح الجدول رقم (02) متغيرات الدراسة والفقرات التي تحدد كل متغير.

<sup>1</sup> الملحق رقم (01)

### الجدول رقم 3: توزيع أسئلة إستمارة الإستبيان على محاور الدراسة

عدد الأسئلة (الفقرات)		محاور الدراسة
03	تكنولوجيا ذكاء الأعمال	المحور المستقل: نظم ذكاء الأعمال
03	هيكلية ذكاء الأعمال	
03	البنية التحتية لذكاء الأعمال	
03	دعم إتخاذ القرار	
04	الذكاء التنافسي	
16		مجموع المحور المستقل
04	الإعتمادية	المحور التابع: جودة الخدمات
04	الإستجابة	
03	الثقة والأمان	
03	التعاطف	
03	الملموسية	
17		مجموع المحور التابع
33		المجموع الكلي

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على الإستبيان

وتم إستخدام مقياس ليكارت الخماسي المكون من خمس درجات، وذلك لقياس درجة إستجابات أفراد العينة محل الدراسة لفقرات الإستمارة ، كما هو موضح في الجدول التالي:

#### الجدول رقم 4: درجات مقياس ليكارت الخماسي

المتوسط المرجح	[1-1,79]	[2.59-1,80]	[3.39-2,60]	[4.19-3,40]	[5-4,20]
إتجاه الإجابة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
المستوى	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

المصدر: بوقفلول الهادي، تحليل البيانات بإستخدام البرنامج الاحصائي SPSS، ندوة علمية جامعة باجي مختار، عنابة، 2013، ص24.

2. **صدق الدراسة:** ويقصد بذلك التأكد من أن إستمارة الإستبيان التي تم إعدادها سوف تقيس ما أعدت لقياسه أو شمولها على العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ووضوح فقراتها ومفرداتها من ناحية أخرى وقد تم التأكد من صدق أداة الدراسة من خلال عرضها على الأستاذة المشرفة من أجل إختبار مدى ملازمتها لجمع البيانات وتعديلها بشكل أولي حسب ما تراه المشرفة.

كما أنه قبل أن تطرح قائمة الإستبيان في شكلها النهائي مرت بعدة مراحل لإختبار صدقها وثباتها من أجل تنفيذ الدراسة فمن أجل التحقق من صدق الأداة بمعنى التأكد من أنها تصلح للقياس حيث إعتدنا على الصدق الظاهري لعدد من المحكمين والأساتذة وأصحاب الخبرة والتخصص<sup>1</sup> وطلب منهم دراسة الأداة وإبداء آرائهم من حيث مدى مناسبة كل عبارة للمحتوى وكذا عدد العبارات المستخدمة ومدى شموليتها وتنوع محتواها وتقييم مستوى الصياغة اللغوية لها أو أي ملاحظات يرونها مناسبة، وقد إستجابت الباحثين لآراء المحكمين والقيام بإجراء ما يلزم من حذف وتعديل في الإستمارة عدة مرات على ضوء إقتراحاتهم بعد تسجيلها في صورتها النهائية ليتم توزيعها في المؤسسة محل الدراسة.

<sup>1</sup> الملحق رقم (02)

3. ثبات أداة الدراسة: تم توزيع عدد من إستمارات الإستبيان وعددها 60 على عينة الدراسة للتأكد من ثباتها طبقا لمعامل الثبات ألفا كرونباخ ألفا<sup>1</sup> (Alpha s'Cronbach) للإتساق الداخلي لمتغيراته الدراسة التابعة والمستقلة، وكانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم 5: قيمة معامل الثبات للإتساق الداخلي لمتغيرات الدراسة

رقم الفقرة في إستمارة الإستبيان	إسم المتغير	معامل الثبات ألفا كرونباخ (%)
من الفقرة 01 إلى 16	نظم ذكاء الأعمال	98.9
من الفقرة 17 إلى 33	جودة الخدمات	98.0
من الفقرة 01 إلى 33	معامل الثبات الكلي	98.7

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يلاحظ من الجدول رقم (04) أن معاملات الثبات لجميع متغيرات الدراسة مرتفعة جدا حيث بلغ معامل الثبات لكافة فقرات أداة الدراسة 98.7% وأيضا كانت معدلات باقي المحاور أعلى من نسبة الدلالة 60% وهي نسبة ثبات عالية جدا ومقبولة لأغراض إجراء الدراسة ويمكن الإعتماد على الإستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة بمعنى أنه سيتم الحصول على نفس النتائج إذا ما تم توزيع الإستبيان مرة أخرى وبنفس الظروف.

<sup>1</sup> ألفا كرونباخ: هو إختبار لفحص مدى انسجام اسئلة المحور فيما بينها وكذا انسجام محاور الدراسة مجتمعة، و عليه يحدد مدى إعتمادية استمارة الاستبيان و قدرتها على إعطاء بيانات وقياسات مستقرة نوعا ما و غير متباينة، فكل ما كانت قيمة معامل ألفا كرونباخ أعلى تكون أداة القياس (استمارة) أفضل و تتراوح قيمة المعامل بين 0-1 و يعتبر الحد الأدنى المقبول لهذا المعامل هو 60%

## المطلب الثالث: الأساليب الإحصائية المستعملة لتحصيل البيانات

لتحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات، سيتم الاعتماد على طرق إحصائية يتم من خلالها وصف المتغيرات وتحديد نوعية العلاقة الموجودة بينها، بداية بجمع البيانات الموزعة وترميزها، ثم إدخال البيانات بالحاسوب الآلي، حيث تم إخضاع البيانات إلى عملية التحليل الإحصائي باستخدام برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (Statistical Package for the Social Sciences) (SPSS V26) بهدف الاقتصاد في الوقت والحصول على نتائج أكثر دقة، حيث تم الاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية:

1. **التكرارات والنسب المئوية:** لمعرفة البيانات الأولية لمجتمع الدراسة وتحديد استجابات أفرادها تجاه عبارات المحاور الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة.
2. **المتوسط الحسابي:** يعتبر من أهم مقاييس النزعة المركزية وأكثرها استخداماً، حيث أن استخدامه لإجابات عينة الدراسة على الاستبانة يعبر عن مدى أهمية العبارة عند أفراد العينة؛ وهو يعبر عن تمركز إجابات العينة حول قيمة معينة تكون محصورة بين (01-05 درجات) تبعاً للدرجات المعطاة لبدائل مقياس ليكرت المستخدم في الاستبيان.
3. **الانحراف المعياري:** وهو مقياس من مقاييس التشتت، يستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات عينة الدراسة حول وسطها الحسابي.
4. **معامل الثبات ألفا كرونباخ:** وذلك لاختبار مدى الاعتمادية على أداة جمع البيانات المستخدمة في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة.
5. **معامل ارتباط بيرسون:** استخدم في تحديد اتجاه وقوة العلاقة بين المتغيرين؛ وقيمه محصورة بين  $\pm 1$ .
6. **اختبار التوزيع الطبيعي (Normality of Tests):** لمعرفة واستكشاف نوع توزيع بيانات العينة نحو كل متغيرات الدراسة.
7. **نموذج الانحدار الخطي البسيط:** وهو نموذج إحصائي يعبر عن العلاقة بين متغير تابع ومتغير واحد مستقل، والغرض منه هو دراسة وتحليل أثر متغير مستقل على متغير تابع، ويمكن من خلاله تقدير قيمة أحد المتغيرين بمعلومية قيمة المتغير الآخر، وبتطبيق الانحدار الخطي البسيط من خلال الاستعانة ببرنامج (Spss) فإننا نحصل على عدة مخرجات تكون مرتبة في جداول

وهي: جدول نموذج الانحدار ( $R^2$ ) ، ( $r$ )، جدول تحليل التباين (ANOVA) يضمن قيم ( $F, Sig$ )، يضم قيم اختبار (Test-T) وقيم ( $Sig$ ) لكل معلمة انحدار.

وفي هذه الدراسة سيتم التركيز فقط على المؤشرات الإحصائية التي تخدم العلاقة للظاهرة المدروسة وهي:

**1. معامل ارتباط بيرسون:** لقياس قوة واتجاه العلاقة بين المتغيرين، ومعامل التحديد ( $R^2$ ) وقياس مدى مساهمة المتغير التابع في المتغير المستقل، ويكشف لنا النسبة التي يؤثر بها المتغير المستقل على المتغير التابع، حيث كلما كانت هذه النسبة كبيرة كلما كانت المساهمة أكبر، وتعزى النسبة المتبقية لمتغيرات أخرى خارج الدراسة وللخطأ العشوائي، وقيمه تتراوح بين  $[0-1]$ ، ومعامل الانحدار (التأثير) ( $B$ ) وهو المعامل الذي يعبر عن القيمة التي يزداد بها المتغير التابع عند تغير وزيادة قيمة المتغير المستقل بمقدار وحدة واحدة.

**2. اختبار ( $F$ -test) لمعرفة العلاقة بين المتغيرين:** وهي القيمة التي تشير إلى جودة نموذج العلاقة بين المتغير التابع والمتغير المستقل، ويتم الحكم على معنوية العلاقة من خلال قيمة احتمال الخطأ ( $Sig$ ) المصاحبة لقيمة ( $F$ ) ، فإذا كانت قيمة ( $Sig$ ) أقل من ( $0.05$ ) فإن العلاقة معنوية، ومن خلاله يتم الحكم على قبول الفرضية.

**3. اختبار ( $T$ -test) لمعرفة التأثير بين المتغيرين:** للتحقق من معنوية التأثير (حقيقي وله دلالة إحصائية)، ويتم الحكم على معنوية التأثير من خلال قيمة احتمال الخطأ ( $Sig$ ) المصاحبة لقيمة ( $T$ )، فإذا كانت قيمة ( $Sig$ ) أقل من ( $0.05$ ) فإن التأثير معنوي، أي أن قيمة معامل الانحدار تشير إلى وجود تأثير معنوي (دال إحصائياً) للمتغير المستقل على المتغير التابع.

تم اختيار مستوى الدلالة ( $0.05$ ) لاختبار فرضيات الدراسة وهو مستوى الدلالة الشائع الاستخدام في الدراسات السابقة وهو ما يعرف بقيمة ألفا، أي أنه يتم اختبار الفرضية الصفرية على مستوى الدلالة ألفا تساوي ( $0.05$ )، ويعني ذلك أن احتمال الخطأ في المعاينة يجب ألا يزيد عن ( $0.05$ )، أو بمعنى آخر يقبل مقدار خطأ في صحة النتائج لا يزيد عن ( $0.05$ )، ومن أجل اتخاذ القرار فإننا نقارنه مع مستوى المعنوية ( $Sig$ ) ، أو (احتمال الخطأ ( $P$ -value) وهو يظهر في مخرجات البرامج الإحصائية مثل ( $Spss$ ) ، وعلى أساسه يتم اختبار الدلالة الإحصائية للمؤشرات الإحصائية المحسوبة، وذلك من

خلال مقارنة قيمة احتمال الخطأ (Sig) المصاحبة لقيم المؤشرات الإحصائية مع مستوى الدلالة (0.05).

قاعدة قرار اختبار الفرضية في فرضيات التأثير نقارن بين قيمة مستوى المعنوية (Sig) المصاحبة لقيمة اختبار (F-test) والمحسوبة باستخدام برنامج (Spss) مع مستوى الدلالة المعتمد من طرفنا (0.05)، فإذا كانت (Sig) لاختبار (F-test) أقل من أو تساوي مستوى الدلالة (0.05) فإن العلاقة بين المتغيرات دالة إحصائياً، أي نرفض الفرضية الصفرية ( $H_0$ ) ونقبل الفرضية البديلة ( $H_1$ ).

## المبحث الثاني: تحليل محمول الدراسة وإختبار الفرضيات

تتضمن هذه الدراسة عرضا وتحليلا للنتائج الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة والتي تشكل قاعدة أساسية لفهم واقع متغيرات الدراسة وتفسير طبيعة العلاقات بينها. وبناءا عليه سيتم عرض نتائج الدراسة وتفسيرها ودراسة دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن وفيمايلي تفصيل في ما تم ذكره من خلال:

- **المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية والوظيفية؛**
- **المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة؛**
- **المطلب الثالث: نتائج إختبار الفرضيات.**

### المطلب الأول: عرض وتحليل نتائج البيانات الشخصية والوظيفية

يتناول هذا المطلب وصفا إحصائيا لمجتمع الدراسة وفقا للخصائص الشخصية والوظيفية المحددة

أولا: توزيع عينة الدراسة وفق متغير السن

الجدول رقم 6: توزيع عينة الدراسة وفق متغير السن

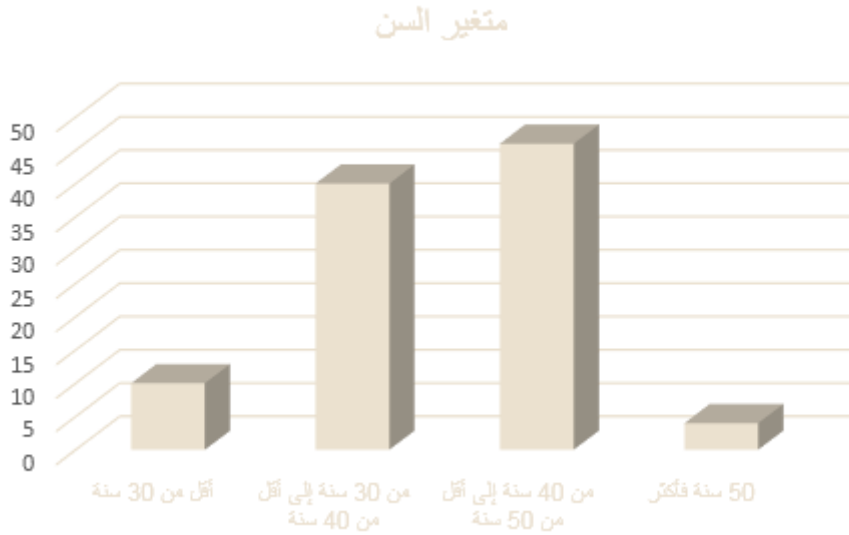
متغير السن	التكرار	النسبة %
أقل من 30 سنة	05	10
من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	20	40
من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	23	46
50 سنة فأكثر	02	04
المجموع	50	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

من خلال الجدول أعلاه، يتضح أن النسبة الأعلى كانت تخص الفئة العمرية "من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة" حيث قدرت بـ 46%، تليها فئة "من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة" بنسبة 40%، أما الفئتين "أقل من 30 سنة" و"50 سنة فأكثر" فتمثلان نسباً ضعيفة لا تتجاوز 10% و4% على التوالي. بالتالي فأغلب الموظفين في المؤسسة تتراوح أعمارهم "من 30 إلى 50 سنة"، وهو ما يمكن أن يفسر على أن المؤسسة تعتمد بشكل كبير على فئة الموظفين في مرحلة النضج المهني. ويمكن أن يعكس هذا

التوزيع العمري استقراراً نسبياً في الهيكل الوظيفي داخل المؤسسة، أين تتركز القوة العاملة في الفئة الأكثر إنتاجية من حيث الكفاءة والخبرة مع الافتقار النسبي للفئة الشبابية، ويخلص الشكل الموالي أهم هذه المعطيات.

الشكل رقم 7: توزيع عينة الدراسة وفق متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

## ثانياً: توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

الجدول رقم 7: توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي

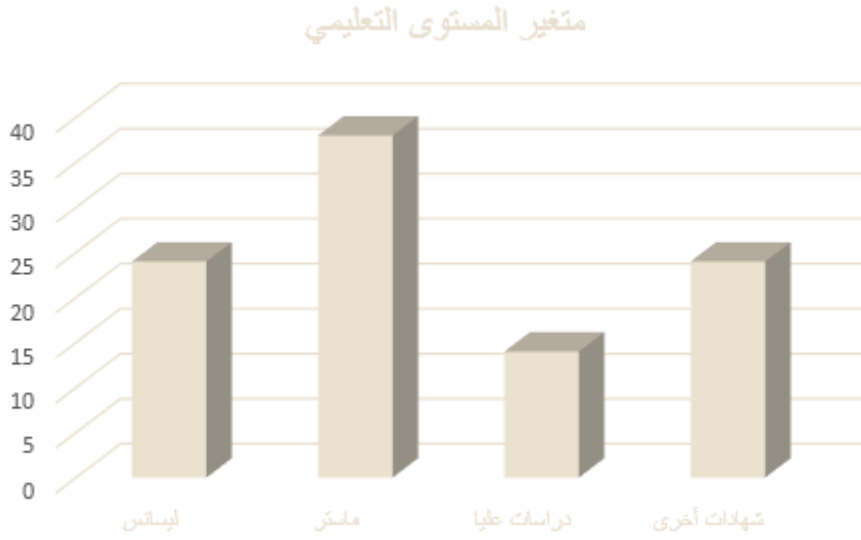
متغير المستوى التعليمي	التكرار	النسبة (%)
ليسانس	12	24
ماستر	19	38
دراسات عليا	07	14
شهادات أخرى	12	24
المجموع	50	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أن أغلب أفراد العينة يحملون شهادة الماستر بنسبة 38%، تليها فئتا الليسانس و الشهادات الأخرى بنسبة متساوية 24% لكل منهما، بينما جاءت نسبة الحاصلين على دراسات عليا الأقل بنسبة 14%. ومنه فإن العينة متنوعة من حيث المستوى التعليمي، مع غلبة نسبية لحاملي شهادة

الماستر، مما يعكس وجود كوادر بمستويات تعليمية مختلفة قادرة على التعامل مع نظم ذكاء الأعمال وتقييم جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، وهذا ما يوضحه الشكل الموالي.

الشكل رقم 8: توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى التعليمي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

ثالثا: توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

الجدول رقم 8: توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي

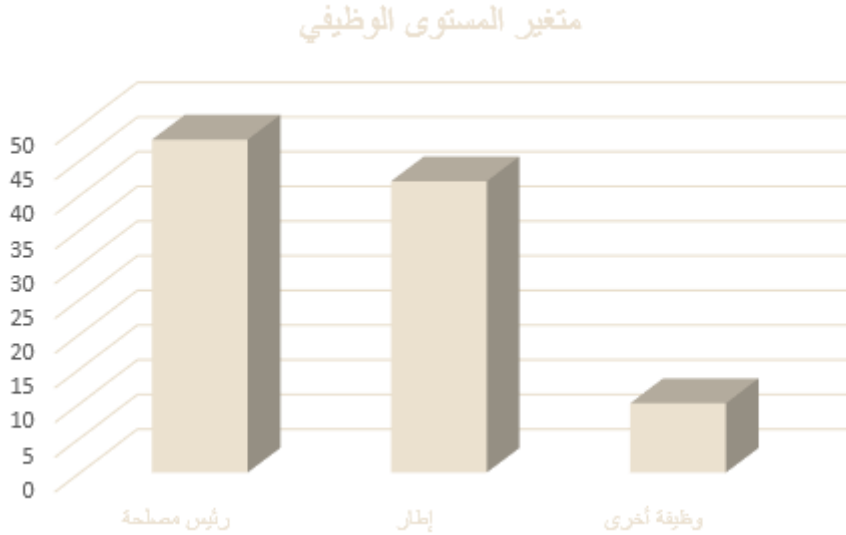
متغير المستوى الوظيفي	التكرار	النسبة %
رئيس مصلحة	24	48
إطار	21	42
وظيفة أخرى	05	10
المجموع	50	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أن أغلب أفراد العينة يشغلون منصب رئيس مصلحة بنسبة 48%، تليهم فئة الإطارات بنسبة 42%، ثم فئة وظيفة أخرى بنسبة 10%. ومنه فإن العينة تتكون في غالبيتها من رؤساء مصالح وإطارات بنسبة مجمعة تصل إلى 90%، وهذه الفئات الوظيفية هي الأكثر احتكاكاً بنظم ذكاء

الأعمال والأقدر على تقييم أثرها في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، وهذا ما يوضحه الشكل الموالي.

### الشكل رقم 9: توزيع عينة الدراسة وفق متغير المستوى الوظيفي



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

### رابعا: توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية

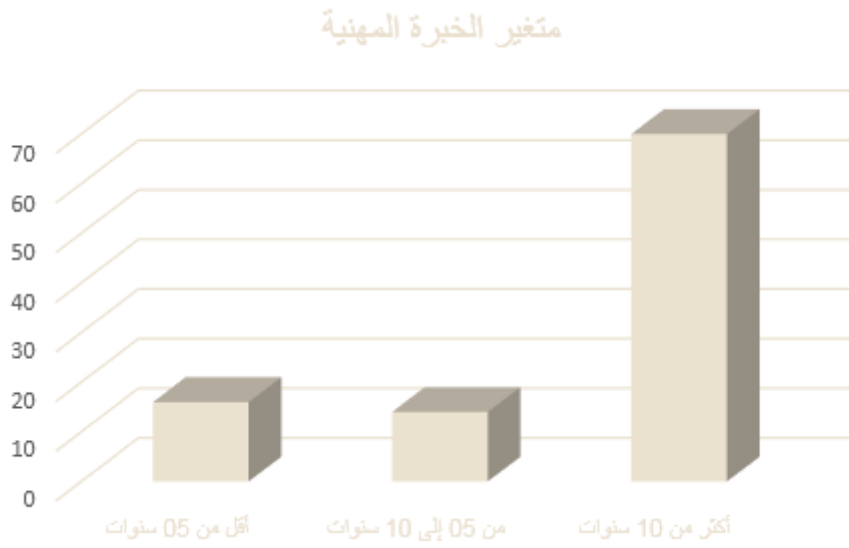
#### الجدول رقم 9: توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية

متغير الخبرة المهنية	التكرار	النسبة %
أقل من 05 سنوات	08	16
من 05 إلى 10 سنوات	07	14
أكثر من 10 سنوات	35	70
المجموع	50	100

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أن أكثر أفراد العينة يمتلكون خبرة مهنية أكثر من 10 سنوات بنسبة 70%، تليها فئة أقل من 5 سنوات بنسبة 16%، ثم فئة من 5 إلى 10 سنوات بنسبة 14%. ومنه فإن الغالبية العظمى من أفراد العينة يتمتعون بخبرة مهنية طويلة (أكثر من 10 سنوات)، مما يجعلهم أكثر قدرة على تقييم أثر نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، نظراً لتراكم خبراتهم المهنية، وهذا ما يوضحه الشكل الموالي.

### الشكل رقم 10: توزيع عينة الدراسة وفق متغير الخبرة المهنية



المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

## المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة

سيتم في هذا المطلب عرض وتفسير النتائج ومناقشتها إستنادا إلى ما تم التوصل إليه في أدوات الدراسة إذ هدفت إلى معرفة دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة من خلال تحليل فقرات محاور الدراسة وسيتم عرض البيانات الأساسية التي تعبر عن آراء المشاركين في الإستبيان حول المتغيرات المشمولة في أداة الدراسة و لتحليل هذه البيانات تم الإستعانة في ذلك ببرنامج SPSS.

### أولاً: تحليل إستجابات الأفراد نحو متغير ذكاء الأعمال

سيتم تحليل نتائج المتغير المستقل (ذكاء الأعمال) وسيتم توضيح ذلك وفقا لمختلف أبعاد هذا المتغير كما هو موضح في الجدول التالي:<sup>1</sup>

### الجدول رقم 10: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعد تكنولوجيا ذكاء الأعمال

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الإتجاه
توفر تكنولوجيا ذكاء الأعمال تقارير دقيقة وشاملة حول بيانات الزبائن.	3.31	0.544	3	متوسط
تساهم أدوات تحليل البيانات في مراقبة الأداء اللحظي للخدمات المقدمة.	3.62	0.725	1	مرتفع
تسمح الأنظمة التقنية في المؤسسة بدمج البيانات من مصادر مختلفة (داخلية وخارجية) في قاعدة بيانات موحدة.	3.46	0.542	2	مرتفع
تكنولوجيا ذكاء الأعمال	3.46	0.583		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

<sup>1</sup> الملحق رقم (03) يوضح مخرجات نتائج برنامج (SPSS)

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد تكنولوجيا ذكاء الأعمال ذو اتجاه مرتفع، بمتوسط حسابي قدره 3.46 وانحراف معياري 0.583، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [4.20 - 3.40]، وهذا يدل على أن تكنولوجيا ذكاء الأعمال المتوفرة في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة تساهم بشكل إيجابي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن.

وتم قياس هذا البعد من خلال (03) عبارات أشارت إلى درجة مرتفعة كالاتي:

1. **العبارة رقم 01:** توفر تكنولوجيا ذكاء الأعمال تقارير دقيقة وشاملة حول بيانات الزبائن قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.48 بانحراف معياري 0.544 باتجاه متوسط، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن التقارير المقدمة حول بيانات الزبائن تتمتع بدرجة مقبولة من الدقة والشمول.
  2. **العبارة رقم 02:** تساهم أدوات تحليل البيانات في مراقبة الأداء اللحظي للخدمات المقدمة قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.62 بانحراف معياري 0.725 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن أدوات تحليل البيانات الحالية تساهم بشكل فعال في متابعة الأداء بشكل لحظي.
  3. **العبارة رقم 03:** تسمح الأنظمة التقنية في المؤسسة بدمج البيانات من مصادر مختلفة (داخلية وخارجية) في قاعدة بيانات موحدة قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.46 بانحراف معياري 0.542 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على وجود قدرة جيدة على دمج البيانات من مصادر متنوعة.
- الجدول رقم 11: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعد هيكل ذكاء الأعمال**

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
توجد هيكل تنظيمية واضحة مسؤولة عن إدارة وتشغيل نظم ذكاء الأعمال داخل المؤسسة.	3.30	0.505	2	متوسط
يتم تحديد الأدوار والمسؤوليات المتعلقة باستخدام نظم ذكاء الأعمال بشكل واضح بين الموظفين.	3.46	0.542	1	مرتفع
توجد إجراءات وتنظيمات داخلية تضمن الاستخدام المنهجي والفعال لنظم ذكاء الأعمال.	3.25	0.505	3	متوسط
هيكل ذكاء الأعمال	3.33	0.478		متوسط

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد هيكله ذكاء الأعمال ذو اتجاه متوسط، بمتوسط حسابي قدره 3.33 وانحراف معياري 0.478، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [3.39 - 2.60]، وهذا يدل على أن الهيكل التنظيمية لذكاء الأعمال في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة في مستوى مقبول مع إمكانية التحسين.

وتم قياس هذا البعد من خلال (03) عبارات كالآتي:

- 1. العبارة رقم 01:** توجد هيكله تنظيمية واضحة مسؤولة عن إدارة وتشغيل نظم ذكاء الأعمال داخل المؤسسة قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.30 بانحراف معياري 0.505 باتجاه متوسط، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على أن هناك هيكله تنظيمية قائمة لكنها بحاجة إلى مزيد من الوضوح.
- 2. العبارة رقم 02:** يتم تحديد الأدوار والمسؤوليات المتعلقة باستخدام نظم ذكاء الأعمال بشكل واضح بين الموظفين قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.46 بانحراف معياري 0.542 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن الأدوار والمسؤوليات محددة بشكل جيد بين الموظفين.
- 3. العبارة رقم 03:** توجد إجراءات وتنظيمات داخلية تضمن الاستخدام المنهجي والفعال لنظم ذكاء الأعمال قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.25 بانحراف معياري 0.505 باتجاه متوسط، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على وجود إجراءات داخلية يمكن تطويرها لضمان استخدام أكثر منهجية وفعالية.

## الجدول رقم 12: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء البنية التحتية لذكاء الأعمال

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الإتجاه
تمتلك المؤسسة بنية تقنية متكاملة (أجهزة، شبكات، خوادم) تدعم تشغيل نظم ذكاء الأعمال بكفاءة.	4.48	0.544	1	مرتفع جدا
تتميز البنية التحتية لقواعد البيانات بالمرونة الكافية لإستيعاب التحديثات المستمرة والبيانات ضخمة دون تعطيل.	4.30	0.505	3	مرتفع جدا
توفر نظم ذكاء الأعمال المعتمدة مستويات مناسبة من أمن المعلومات وحماية البيانات.	4.41	0.544	2	مرتفع جدا
البنية التحتية لذكاء الأعمال	4.39	0.498		مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد البنية التحتية لذكاء الأعمال ذو اتجاه مرتفع جداً، بمتوسط حسابي قدره 4.39 وانحراف معياري 0.498، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [4.20 - 5.00]، وهذا يدل على أن البنية التحتية لذكاء الأعمال في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة متطورة وتشكل دعامة قوية لتحسين جودة الخدمات.

وتم قياس هذا البعد من خلال (03) عبارات أشارت إلى درجة مرتفعة جداً كالاتي:

- 1. العبارة رقم 01:** تمتلك المؤسسة بنية تقنية متكاملة (أجهزة، شبكات، خوادم) تدعم تشغيل نظم ذكاء الأعمال بكفاءة قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.48 بانحراف معياري 0.544 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن البنية التقنية للمؤسسة متكاملة وتدعم كفاءة التشغيل.
- 2. العبارة رقم 02:** تتميز البنية التحتية لقواعد البيانات بالمرونة الكافية لإستيعاب التحديثات المستمرة والبيانات ضخمة دون تعطيل قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.30 بانحراف معياري 0.505 باتجاه

مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على مرونة البنية التحتية لقواعد البيانات وقدرتها على التعامل مع التحديثات والبيانات الضخمة.

**3. العبارة رقم 03:** توفر نظم ذكاء الأعمال المعتمدة مستويات مناسبة من أمن المعلومات وحماية البيانات قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.41 بانحراف معياري 0.544 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على أن نظم ذكاء الأعمال توفر مستويات جيدة من أمن المعلومات وحماية البيانات.

**الجدول رقم 13: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعدهم إتحاذ القرار**

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الإتحاذ
تستخدم المعلومات المستخرجة من نظم ذكاء الأعمال لدعم إتحاذ القرارات الإدارية.	4.48	0.544	1	مرتفع جدا
توفر التحليلات والبيانات أدوات واضحة لمراجعة الأداء وإتحاذ الإجراءات المناسبة.	4.44	0.541	2	مرتفع جدا
تسهم نظم ذكاء الأعمال في تقليل المخاطر عند إتحاذ القرارات.	4.40	0.540	3	مرتفع جدا
دعم إتحاذ القرار	4.44	0.522		مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد دعم إتحاذ القرار ذو اتجاه مرتفع جداً، بمتوسط حسابي قدره 4.44 وانحراف معياري 0.522، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [5.00 - 4.20]، وهذا يدل على أن نظم ذكاء الأعمال تساهم بشكل كبير في دعم عملية إتحاذ القرارات الإدارية داخل المؤسسة.

وتم قياس هذا البعد من خلال (03) عبارات أشارت إلى درجة مرتفعة جداً كالاتي:

**1. العبارة رقم 01:** تستخدم المعلومات المستخرجة من نظم ذكاء الأعمال لدعم إتحاذ القرارات الإدارية قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.48 بانحراف معياري 0.544 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن المعلومات المستخرجة تُستخدم فعلياً لدعم القرارات الإدارية.

2. العبارة رقم 02: توفر التحليلات والبيانات أدوات واضحة لمراجعة الأداء واتخاذ الإجراءات المناسبة قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.44 بانحراف معياري 0.541 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن أدوات مراجعة الأداء متاحة وواضحة.

3. العبارة رقم 03: تساهم نظم ذكاء الأعمال في تقليل المخاطر عند اتخاذ القرارات" قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.40 بانحراف معياري 0.540 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن نظم ذكاء الأعمال تساهم في تقليل المخاطر المصاحبة لاتخاذ القرارات.

#### الجدول رقم 14: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعد الذكاء التنافسي

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
تساعد نظم ذكاء الأعمال في جمع معلومات دقيقة حول السوق والمنافسين.	3.50	0.544	2	مرتفع
توفر البيانات التحليلية معلومات تساعد على فهم اتجاهات السوق والتغيرات التنافسية.	3.48	0.544	3	مرتفع
تساهم المعلومات المستخرجة من نظم ذكاء الأعمال في تطوير استراتيجيات تنافسية فعالة للمؤسسة.	3.30	0.505	4	متوسط
تساعد نظم ذكاء الأعمال في استشراف التغيرات المستقبلية بما يساهم في تقادي المخاطر المحتملة.	3.62	0.725	1	مرتفع
الذكاء التنافسي	3.47	0.542		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد الذكاء التنافسي ذو اتجاه مرتفع، بمتوسط حسابي قدره 3.47 وانحراف معياري 0.542، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [4.20 - 3.40]، وهذا يدل على أن نظم ذكاء الأعمال تساهم في تعزيز الذكاء التنافسي لمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

وتم قياس هذا البعد من خلال (04) عبارات كالآتي:

1. العبارة رقم 01: تساعد نظم ذكاء الأعمال في جمع معلومات دقيقة حول السوق والمنافسين قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.50 بانحراف معياري 0.544 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على أن نظم ذكاء الأعمال تساعد في جمع معلومات دقيقة حول السوق والمنافسين.
2. العبارة رقم 02: توفر البيانات التحليلية معلومات تساعد على فهم اتجاهات السوق والتغيرات التنافسية" قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.48 بانحراف معياري 0.544 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن البيانات التحليلية تساهم في فهم اتجاهات السوق.
3. العبارة رقم 03: تساهم المعلومات المستخرجة من نظم ذكاء الأعمال في تطوير استراتيجيات تنافسية فعالة للمؤسسة" قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.30 بانحراف معياري 0.505 باتجاه متوسط، وقد احتلت المرتبة الرابعة، وهذا يدل على أن هناك مجالاً لتعزيز دور هذه المعلومات في تطوير استراتيجيات تنافسية.
4. العبارة رقم 04: تساعد نظم ذكاء الأعمال في استشراف التغيرات المستقبلية بما يساهم في تقادي المخاطر المحتملة قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.62 بانحراف معياري 0.725 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن نظم ذكاء الأعمال تساعد في استشراف التغيرات المستقبلية وتقادي المخاطر.

#### ثانياً: ترتيب أبعاد متغير نظم ذكاء الأعمال

##### الجدول رقم 15: ترتيب أبعاد نظم ذكاء الأعمال

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
تكنولوجيا ذكاء الأعمال	3.46	0.583	4	مرتفع
هيكل ذكاء الأعمال	3.33	0.478	5	متوسط
البنية التحتية لذكاء الأعمال	4.39	0.498	2	مرتفع جدا
دعم إتخاذ القرار	4.44	0.522	1	مرتفع جدا
الذكاء التنافسي	3.47	0.542	3	مرتفع
متغير نظم ذكاء الأعمال	3.82	0.517		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

من خلال الجدول أعلاه الذي يتناول آراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق بأبعاد نظم ذكاء الأعمال في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، يتضح أن مستوى أبعاد نظم ذكاء الأعمال بالمؤسسة جاء بدرجة

موافقة مرتفعة، وذلك من وجهة نظر أفراد العينة بمتوسط حسابي قدره 3.82 وانحراف معياري قدره 0.525 جاء بدرجة مرتفعة.

وقد كان دعم اتخاذ القرار أهم بعد بالنسبة لمتغير نظم ذكاء الأعمال، حيث احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.44، وذلك لأنه يساهم بشكل مباشر في توفير المعلومات والتحليلات اللازمة لاتخاذ قرارات إدارية سليمة، مما يعزز كفاءة وفعالية الأداء المؤسسي.

أما البنية التحتية لذكاء الأعمال فجاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.39، باعتبارها تمثل الأساس المادي والتقني الذي تعتمد عليه جميع أنظمة ذكاء الأعمال، حيث تضمن التكامل بين الأجهزة والشبكات والخوادم وقواعد البيانات مما يسهل تشغيل هذه الأنظمة بكفاءة عالية.

وجاء الذكاء التنافسي في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 3.47، حيث يعكس قدرة المؤسسة على جمع وتحليل المعلومات حول السوق والمنافسين، مما يساعدها في تطوير استراتيجيات فعالة لمواكبة التغيرات التنافسية.

كما احتل بعد تكنولوجيا ذكاء الأعمال المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.46، ويشير ذلك إلى أن الأدوات والبرامج والتقنيات المستخدمة في تحليل البيانات وإعداد التقارير تساهم بشكل إيجابي في دعم عمليات المؤسسة.

في حين جاء بعد هيكل ذكاء الأعمال في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 3.33 بدرجة موافقة متوسطة، ورغم ترتيبه الأخير إلا أنه يشير إلى وجود هيكل تنظيمية وإجراءات داخلية يمكن تطويرها لضمان استخدام أكثر منهجية وفعالية لنظم ذكاء الأعمال.

وبالتالي تؤكد إجابات أفراد عينة الدراسة على أهمية وتأثير أبعاد نظم ذكاء الأعمال باعتبارها عنصراً حيوياً في نجاح مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، حيث يساعدها ذلك في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، وتعزيز قدرتها التنافسية، ودعم عملية اتخاذ القرارات، وتحقيق الأهداف المستقبلية بكفاءة وفعالية.

### ثالثا: تحليل إستجابات الأفراد نحو متغير جودة الخدمات

سيتم تحليل نتائج المتغير التابع (جودة الخدمات) وسيتم توضيح ذلك وفقا لمختلف أبعاد هذا المتغير

كما هو موضح في الجدول التالي:<sup>1</sup>

#### الجدول رقم 16: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعدها الإعتيادية

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الإتجاه
تُقدّم المؤسسة خدمات للزبائن بدقة عالية وبدون أخطاء.	4.30	0.789	2	مرتفع جدا
المعلومات المقدمة للزبائن صحيحة وموثوقة.	4.34	0.519	1	مرتفع جدا
يتم مراجعة الخدمات بشكل دوري لضمان الدقة والجودة.	3.62	0.530	3	مرتفع
تساهم الخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبائن من وجهة نظر الموظفين.	3.58	0.609	4	مرتفع
الإعتيادية	3.96	0.542		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد الإعتيادية ذو اتجاه مرتفع، بمتوسط حسابي قدره 3.96 وانحراف معياري 0.542، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [3.40 - 4.20]، وهذا يدل على أن المؤسسة تقدم خدمات دقيقة وموثوقة للزبائن.

وتم قياس هذا البعد من خلال (04) عبارات كالآتي:

1. العبارة رقم 01: تُقدّم المؤسسة خدمات للزبائن بدقة عالية وبدون أخطاء قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.30 وانحراف معياري 0.789 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على أن الخدمات المقدمة تتسم بالدقة العالية.

<sup>1</sup> الملحق رقم (03) يوضح مخرجات نتائج برنامج (SPSS)

2. العبارة رقم 02: المعلومات المقدمة للزبائن صحيحة وموثوقة قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.34 بانحراف معياري 0.519 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن المعلومات المقدمة للزبائن تتمتع بالصحة والموثوقية.

3. العبارة رقم 03: يتم مراجعة الخدمات بشكل دوري لضمان الدقة والجودة قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.62 بانحراف معياري 0.530 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على وجود مراجعة دورية للخدمات لضمان الجودة.

4. العبارة رقم 04: تساهم الخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبائن من وجهة نظر الموظفين قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.58 بانحراف معياري 0.609 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الرابعة، وهذا يدل على أن الخدمات تساهم في تحقيق رضا الزبائن.

#### الجدول رقم 17: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء الإستجابة

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
يتم تقديم الخدمات للزبائن في وقت مناسب وسريع.	4.44	0.611	2	مرتفع جدا
تساهم الإجراءات المتبعة في تسريع معالجة طلبات الزبائن.	3.94	0.586	3	مرتفع
تتم معالجة شكاوى الزبائن بسرعة وفعالية.	3.52	0.505	4	مرتفع
يتم الاستجابة لاستفسارات الزبائن في الوقت المناسب.	4.52	0.544	1	مرتفع جدا
الإستجابة	4.10	0.505		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد الاستجابة ذو اتجاه مرتفع، بمتوسط حسابي قدره 4.10 وانحراف معياري 0.505، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [3.40 - 4.20]، وهذا يدل على أن المؤسسة تستجيب لاحتياجات الزبائن في الوقت المناسب.

وتم قياس هذا البعد من خلال (04) عبارات كالآتي:

1. العبارة رقم 01: يتم تقديم الخدمات للزبائن في وقت مناسب وسريع قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.44 بانحراف معياري 0.611 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على سرعة تقديم الخدمات للزبائن.

2. العبارة رقم 02: تساهم الإجراءات المتبعة في تسريع معالجة طلبات الزبائن قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.94 بانحراف معياري 0.586 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن الإجراءات الحالية تساهم في تسريع معالجة الطلبات.

3. العبارة رقم 03: تتم معالجة شكاوى الزبائن بسرعة وفعالية قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.52 بانحراف معياري 0.505 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الرابعة، وهذا يدل على وجود سرعة وفعالية في معالجة شكاوى الزبائن.

4. العبارة رقم 04: يتم الاستجابة لاستفسارات الزبائن في الوقت المناسب قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.52 بانحراف معياري 0.544 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن المؤسسة تستجيب لاستفسارات الزبائن في أوقات مناسبة.

#### الجدول رقم 18: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعد الثقة والأمان

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
تلتزم المؤسسة بالمعايير المهنية والإجراءات الرسمية في تقديم الخدمات.	4.12	0.718	2	مرتفع
يتسم موظفو المؤسسة بالكفاءة والمهنية أثناء تقديم الخدمات.	3.94	0.586	3	مرتفع
يملك موظفو المؤسسة المعرفة الكافية للإجابة عن استفسارات الزبائن بثقة.	4.52	0.544	1	مرتفع جداً
الثقة والأمان	4.19	0.559		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد الثقة والأمان ذو اتجاه مرتفع، بمتوسط حسابي قدره 4.19 وانحراف معياري 0.559، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [3.40 - 4.20]، وهذا يدل على أن المؤسسة تتمتع بالثقة والأمان من وجهة نظر الموظفين.

وتم قياس هذا البعد من خلال (03) عبارات كالآتي:

1. **العبرة رقم 01:** تلتزم المؤسسة بالمعايير المهنية والإجراءات الرسمية في تقديم الخدمات قدر المتوسط الحسابي للعبرة بـ 4.12 بانحراف معياري 0.718 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على التزام المؤسسة بالمعايير المهنية.
2. **العبرة رقم 02:** "يتسم موظفو المؤسسة بالكفاءة والمهنية أثناء تقديم الخدمات" قدر المتوسط الحسابي للعبرة بـ 3.94 بانحراف معياري 0.586 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على كفاءة ومهنية الموظفين أثناء تقديم الخدمات.
3. **العبرة رقم 03:** يمتلك موظفو المؤسسة المعرفة الكافية للإجابة عن استفسارات الزبائن بثقة قدر المتوسط الحسابي للعبرة بـ 4.52 بانحراف معياري 0.544 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن الموظفين يمتلكون المعرفة الكافية للإجابة عن استفسارات الزبائن بثقة.

**الجدول رقم 19: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعد التعاطف**

العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الاتجاه
يتم التعامل مع الزبائن بأسلوب مهذب وودود.	3.64	0.563	3	مرتفع
يمكن تكييف الخدمات لتلبية احتياجات مختلفة للزبائن.	4.08	0.444	2	مرتفع
تعمل المؤسسة على تحسين الخدمات بناءً على ملاحظات الزبائن.	4.50	0.544	1	مرتفع جداً
التعاطف	4.07	0.437		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد التعاطف ذو اتجاه مرتفع، بمتوسط حسابي قدره 4.07 وانحراف معياري 0.437، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [3.40 - 4.20]، وهذا يدل على أن المؤسسة تتعاطف مع احتياجات الزبائن وتسعى لتلبيتها.

وتم قياس هذا البعد من خلال (03) عبارات كالآتي:

1. العبارة رقم 01: يتم التعامل مع الزبائن بأسلوب مهذب وودود قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.64 بانحراف معياري 0.563 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على أن التعامل مع الزبائن يتسم بالتهذيب والود.

2. العبارة رقم 02: يمكن تكييف الخدمات لتلبية احتياجات مختلفة للزبائن قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.08 بانحراف معياري 0.444 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على قدرة المؤسسة على تكييف الخدمات لتلبية احتياجات الزبائن المختلفة.

3. العبارة رقم 03: تعمل المؤسسة على تحسين الخدمات بناءً على ملاحظات الزبائن قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.50 بانحراف معياري 0.544 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن المؤسسة تعمل على تحسين خدماتها بناءً على ملاحظات الزبائن.

#### الجدول رقم 20: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية ودرجة الموافقة لبعء الملموسية

العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الإتجاه
توفر المؤسسة بيئة مادية مناسبة (معدات، قاعات استقبال، لوحات إرشادية) تسهم في تحسين تجربة الزبائن.	3.62	0.530	3	مرتفع
تساعد التجهيزات والوسائل التقنية المتوفرة بالمؤسسة في تقليل الأخطاء أثناء انجاز طلبات الزبائن.	3.58	0.609	2	مرتفع
تتميز البيئة المادية للمؤسسة بالتنظيم والراحة مما يعكس إيجاباً على تجربة الزبائن.	4.44	0.611	1	مرتفع جداً
الملموسية	3.88	0.541		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتبين من الجدول أعلاه أن بعد الملموسية ذو اتجاه مرتفع، بمتوسط حسابي قدره 3.88 وانحراف معياري 0.541، حيث ينتمي هذا المتوسط في سلم ليكارت الخماسي للمجال [3.40 - 4.20]، وهذا يدل على أن البيئة المادية والتجهيزات المتوفرة في المؤسسة تسهم في تحسين تجربة الزبائن.

وتم قياس هذا البعد من خلال (03) عبارات كالآتي:

1. العبارة رقم 01: توفر المؤسسة بيئة مادية مناسبة (معدات، قاعات استقبال، لوحات إرشادية) تسهم في تحسين تجربة الزبائن قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.62 بانحراف معياري 0.530 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثالثة، وهذا يدل على توفر بيئة مادية مناسبة تسهم في تحسين تجربة الزبائن.
2. العبارة رقم 02: تساعد التجهيزات والوسائل التقنية المتوفرة بالمؤسسة في تقليل الأخطاء أثناء إنجاز طلبات الزبائن قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 3.58 بانحراف معياري 0.609 باتجاه مرتفع، وقد احتلت المرتبة الثانية، وهذا يدل على أن التجهيزات التقنية تساعد في تقليل الأخطاء أثناء إنجاز الطلبات.
3. العبارة رقم 03: تتميز البيئة المادية للمؤسسة بالتنظيم والراحة مما ينعكس إيجاباً على تجربة الزبائن قدر المتوسط الحسابي للعبارة بـ 4.44 بانحراف معياري 0.611 باتجاه مرتفع جداً، وقد احتلت المرتبة الأولى، وهذا يدل على أن البيئة المادية للمؤسسة تتميز بالتنظيم والراحة.

رابعا: ترتيب أبعاد متغير جودة الخدمات

الجدول رقم 21: ترتيب أبعاد جودة الخدمات

الأبعاد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب	الإتجاه
الإعتمادية	3.96	0.542	4	مرتفع
الإستجابة	4.10	0.505	2	مرتفع
الثقة والأمان	4.19	0.559	1	مرتفع
التعاطف	4.07	0.437	3	مرتفع
الملموسية	3.88	0.541	5	مرتفع
متغير جودة الخدمات	4.04	0.507		مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

من خلال الجدول أعلاه الذي يتناول آراء واتجاهات أفراد العينة فيما يتعلق بأبعاد جودة الخدمات في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، يتضح أن مستوى أبعاد جودة الخدمات بالمؤسسة جاء بدرجة موافقة مرتفعة، وذلك من وجهة نظر أفراد العينة بمتوسط حسابي قدره 4.04 وانحراف معياري قدره 0.507 جاء بدرجة مرتفعة.

وقد كان الثقة والأمان أهم بعد بالنسبة لمتغير أبعاد جودة الخدمات، حيث احتل المرتبة الأولى بمتوسط حسابي 4.19، وذلك لأنه يعكس مدى التزام المؤسسة بالمعايير المهنية والإجراءات الرسمية، بالإضافة إلى كفاءة الموظفين ومعرفتهم الكافية، مما يعزز ثقة الزبائن في الخدمات المقدمة.

أما الاستجابة فجاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي 4.10، باعتبارها تعكس قدرة المؤسسة على تقديم الخدمات في وقت مناسب وسريع، ومعالجة شكاوى الزبائن واستفساراتهم بكفاءة وفعالية، مما يسهم في تحسين تجربة الزبون.

وجاء التعاطف في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي 4.07، حيث يعكس حرص المؤسسة على التعامل مع الزبائن بأسلوب مهذب وودود، وتكييف الخدمات لتلبية احتياجاتهم المختلفة، والعمل على تحسين الخدمات بناءً على ملاحظاتهم.

كما احتل بعد الاعتمادية المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي 3.96، ويشير ذلك إلى أن المؤسسة تقدم خدمات بدقة عالية وبدون أخطاء، مع توفير معلومات صحيحة وموثوقة، ومراجعة دورية للخدمات لضمان الدقة والجودة.

في حين جاء بعد الملموسية في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي 3.88، ورغم ترتيبه الأخير إلا أنه لا يزال ضمن درجة الموافقة المرتفعة، وهذا يؤكد على أهمية توفر بيئة مادية مناسبة وتجهيزات تقنية متطورة تسهم في تحسين تجربة الزبائن وتقليل الأخطاء أثناء إنجاز طلباتهم.

وبالتالي تؤكد إجابات أفراد عينة الدراسة على أهمية وتأثير أبعاد جودة الخدمات باعتبارها عنصراً حيوياً في نجاح مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، حيث يساعدها ذلك في تحسين رضا الزبائن، وتعزيز ولائهم، وتحقيق التنافسية والأهداف المستقبلية بكفاءة وفعالية.

### المطلب الثالث: نتائج إختبار الفرضيات

سيتم من خلال هذا المطلب عرض وتحليل نتائج البيانات المتحصل عليها من توزيع الاستمارة الخاصة، للتعرف على مدى دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة مما يسمح بالإجابة عن تساؤلات الدراسة واختبار مدى صحة الفرضيات.

#### أولاً: إختبار التوزيع الطبيعي (Sample Kolmogorov– Smirnov)

تم استخدام هذا الإختبار لتحديد ما إذا كانت البيانات تتبع التوزيع الطبيعي<sup>1</sup> أو لا لأن إجراء بعض الإختبارات الإحصائية يتطلب أن يكون توزيع البيانات يتبع التوزيع الطبيعي، وقد أنت نتائج الإختبارات كما يوضحها الجدول الآتي:

#### الجدول رقم 22: نتائج إختبار التوزيع الطبيعي

مستوى المعنوية	قيمة الإختبار z	محاور الإستبيان
0.200	0.086	نظم ذكاء الأعمال
0.200	0.074	جودة الخدمات
0.200	0.072	الإستبيان ككل

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يلاحظ من الجدول رقم (17) أعلاه أن القيمة الاحتمالية للمتغير الأول (نظم ذكاء الأعمال) تساوي  $0.200^*$  وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة  $0.05$ ، كذلك يتبين أن القيمة الاحتمالية للمتغير الثاني (جودة الخدمات) تساوي  $0.200^*$ ؛ حيث تشير النجمة \* إلى الحد الأقصى لمعنوية الإختبار، وبالتالي بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، مما يسمح باستخدام الإختبارات المعلمية لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

<sup>1</sup> الملحق رقم (03) يوضح مخرجات نتائج برنامج (SPSS)

## ثانيا: نتائج الفرضيات الفرعية

سيتم عرض وتفسير النتائج ومناقشتها من خلال ما تم التوصل إليه في أدوات الدراسة، وذلك من أجل معرفة العلاقة بين (تكنولوجيا ذكاء الأعمال، هيكل ذكاء الأعمال، البنية التحتية لذكاء الأعمال، دعم إتخاذ القرار، الذكاء التنافسي) كأبعاد لنظم ذكاء الأعمال ودورها في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

من أجل اختبار الفرضيات الفرعية، تم الاعتماد على نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط

( $Y = ax + b$ ) الذي يسمح بدراسة إمكانية وجود علاقة بين المتغير المستقل (نظم ذكاء الأعمال) والمتغير التابع (جودة الخدمات). كما تم الاعتماد على معامل الارتباط ( $R$ ) لمعرفة طبيعة العلاقة (طردية أو عكسية) عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ). وقد تم حساب معامل التحديد ( $R^2$ ) لمعرفة نسبة التغير في المتغير التابع نتيجة للتغير في المتغير المستقل. ويمكن توضيح نتائج اختبار الفرضيات الفرعية من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم 23: نتائج اختبار الفرضيات الفرعية

مستوى الدلالة sig	القيمة المحسوبة F	قيمة T	معامل التحديد $R^2$	معامل الارتباط R	معامل الانحدار $\alpha$	ثابت الانحدار $\beta$	المتغير التابع	المتغيرات المستقلة
0.000	78.030	8.833	0.619	0.787	0.684	1.634	جودة الخدمات	تكنولوجيا ذكاء الأعمال
0.000	40.080	6.331	0.455	0.675	0.716	1.641		هيكل ذكاء الأعمال
0.000	61.624	7.850	0.562	0.750	0.763	0.669		البنية التحتية لذكاء الأعمال
0.000	68.301	8.264	0.587	0.766	0.739	0.740		دعم إتخاذ القرار
0.000	74.358	8.623	0.608	0.780	0.729	1.507		الذكاء التنافسي

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

## 1. الفرضية الفرعية الأولى:

**الفرضية الصفرية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة العلاقة بين تكنولوجيا ذكاء الأعمال و تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة محل الدراسة، وعليه تبين أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا ذكاء الأعمال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.684) وقد بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.787)، وهو ارتباط قوي وإيجابي، وهذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، وهذا ما أوضحه اختبار (T)، وهذا دليل على أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن تتحقق من خلال تكنولوجيا ذكاء الأعمال بالمؤسسة محل الدراسة.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.619) مما يعني أن نسبة 61.9% من التغيرات في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن ترجع لتكنولوجيا ذكاء الأعمال، والباقي يعود لعوامل أخرى. وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبهذه النتائج تقبل الفرضية البديلة التالية:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )".

ويمكن كتابة العلاقة بين تكنولوجيا ذكاء الأعمال وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في شكلها

$$Y = 0.684 X + 1.634$$

الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار كما يلي:

حيث أن:

**X** : تكنولوجيا ذكاء الأعمال

**Y** : جودة الخدمات المقدمة

وبالتالي ومن خلال تحليل نتائج التحليل الإحصائي تم برهنة أن تكنولوجيا ذكاء الأعمال لها أثر في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

## 2. الفرضية الفرعية الثانية:

**الفرضية الصفريّة:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لهيكل ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لهيكل ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة العلاقة بين هيكل ذكاء الأعمال و تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة محل الدراسة، وعليه تبين أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لهيكل ذكاء الأعمال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.716) وقد بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.675)، وهو ارتباط متوسط إلى قوي وإيجابي، وهذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، وهذا ما أوضحه اختبار (T)، وهذا دليل على أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن تتحقق من خلال هيكل ذكاء الأعمال بالمؤسسة محل الدراسة.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.455) مما يعني أن نسبة 45.5% من التغيرات في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن ترجع لهيكل ذكاء الأعمال، والباقي يعود لعوامل أخرى. وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبهذه النتائج تقبل الفرضية البديلة التالية:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لهيكله ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )".

ويمكن كتابة العلاقة بين هيكله ذكاء الأعمال وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار كما يلي:  $Y = 0.716 X + 1.641$

حيث أن:

**X** : هيكله ذكاء الأعمال

**Y** : جودة الخدمات

وبالتالي ومن خلال تحليل نتائج التحليل الإحصائي تم برهنة أن هيكله ذكاء الأعمال لها أثر في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

### 3. الفرضية الفرعية الثالثة:

**الفرضية الصفرية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية لذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية لذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة العلاقة بين البنية التحتية لذكاء الأعمال و تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة محل الدراسة، وعليه تبين أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية لذكاء الأعمال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.763) وقد بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.750)، وهو ارتباط قوي وإيجابي، وهذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، وهذا ما أوضحه اختبار (T)، وهذا دليل على أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن تتحقق من خلال البنية التحتية لذكاء الأعمال بالمؤسسة محل الدراسة.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.562) مما يعني أن نسبة 56.2% من التغيرات في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن ترجع للبنية التحتية لذكاء الأعمال، والباقي يعود لعوامل أخرى. وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية. كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبهذه النتائج تقبل الفرضية البديلة التالية:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبنية التحتية لذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )".

ويمكن كتابة العلاقة بين البنية التحتية لذكاء الأعمال وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار كما يلي:  $Y = 0.763 X + 0.669$

حيث أن:

**X** : البنية التحتية لذكاء الأعمال

**Y** : جودة الخدمات

وبالتالي ومن خلال تحليل نتائج التحليل الإحصائي تم برهنة أن البنية التحتية لذكاء الأعمال لها أثر في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

#### 4. الفرضية الفرعية الرابعة:

**الفرضية الصفرية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدعم اتخاذ القرار المرتكز على نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدعم اتخاذ القرار المرتكز على نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة العلاقة بين دعم اتخاذ القرار و تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة محل الدراسة، وعليه تبين أن هناك تأثير ذو

دلالة إحصائية لدعم اتخاذ القرار على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.739) وقد بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.766)، وهو ارتباط قوي وإيجابي، وهذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، وهذا ما أوضحه اختبار (T)، وهذا دليل على أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن تتحقق من خلال دعم اتخاذ القرار بالمؤسسة محل الدراسة.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.587) مما يعني أن نسبة 58.7% من التغيرات في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن ترجع لدعم اتخاذ القرار، والباقي يعود لعوامل أخرى. وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبهذه النتائج تقبل الفرضية البديلة التالية:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لدعم اتخاذ القرار المرتكز على نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )".

ويمكن كتابة العلاقة بين دعم اتخاذ القرار وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار كما يلي:  $Y = 0.739 X + 0.740$

حيث أن:

**X** : دعم اتخاذ القرار

**Y** : جودة الخدمات المقدمة للزبائن

وبالتالي ومن خلال تحليل نتائج التحليل الإحصائي تم برهنة أن دعم اتخاذ القرار له أثر في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

## 5. الفرضية الفرعية الخامسة:

**الفرضية الصفرية:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يوضح الجدول أعلاه نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط الذي استخدم لمعرفة العلاقة بين الذكاء التنافسي و تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة محل الدراسة، وعليه تبين أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.729) وقد بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.780)، وهو ارتباط قوي وإيجابي، وهذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ )، وهذا ما أوضحه اختبار (T)، وهذا دليل على أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن تتحقق من خلال الذكاء التنافسي بالمؤسسة محل الدراسة.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.608) مما يعني أن نسبة 60.8% من التغيرات في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن ترجع للذكاء التنافسي، والباقي يعود لعوامل أخرى. وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبهذه النتائج تقبل الفرضية البديلة التالية:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للذكاء التنافسي في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة

اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )."

ويمكن كتابة العلاقة بين الذكاء التنافسي وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في شكلها الرياضي من

خلال المعادلة الخطية للانحدار كما يلي:  $Y = 0.729 X + 1.507$

حيث أن:

**X** : الذكاء التنافسي

**Y** : جودة الخدمات

وبالتالي ومن خلال تحليل نتائج التحليل الإحصائي تم برهنة أن الذكاء التنافسي له أثر في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

### ثالثا: نتائج الفرضيات الفرعية (الفرضية الرئيسية الثانية)

سيتم عرض وتفسير النتائج ومناقشتها من خلال ما تم التوصل إليه في أدوات الدراسة من أجل معرفة ما إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \leq 0.05$ ) بين إجابات أفراد العينة لدور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى للخصائص الشخصية الوظيفية (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الخبرة المهنية) بمؤسسة اتصالات الجزائر، حيث لأجل اختبار الفرضيات الفرعية تم الاعتماد على نتائج تحليل التباين الأحادي ANOVA الذي يعتبر اختبار معلمي يهدف للمقارنة بين المتوسطات أو الوصول إلى قرار بوجود أو عدم وجود فروق بين متوسطات الأداء عند المجموعات التي تعرضت لمعالجات مختلفة بهدف التوصل إلى العوامل التي تجعل متوسط من المتوسطات يختلف عن المتوسطات الأخرى باعتبار قيمة F المحسوبة والجدولية والدلالة الإحصائية التي تشير إلى أقل أو تساوي (0.05) ويمكن توضيح نتائج اختبار الفرضيات الفرعية من خلال الجدول التالي:

### الجدول رقم 24: تحليل التباين الأحادي ANOVA للبيانات الشخصية والوظيفية

المحور	المتغير التابع	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجة الحرية	متوسط المربعات	القيمة المحسوبة F	مستوى الدلالة Sig
السن	دور نظم	بين المجموعات	0.351	3	0.117	0.439	0.726
		داخل المجموعات	12.259	46	0.267		
		المجموع	12.611	49			
المستوى التعليمي	ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات	بين المجموعات	0.801	3	0.267	1.040	0.384
		داخل المجموعات	11.810	46	0.257		
		المجموع	12.611	49			
المستوى الوظيفي	الخدمات	بين المجموعات	0.178	2	0.089	0.336	0.717
		داخل المجموعات	12.433	47	0.265		
		المجموع	12.611	49			
الخبرة المهنية		بين المجموعات	0.453	3	0.151	0.572	0.636
		داخل المجموعات	12.157	46	0.264		
		المجموع	12.611	49			

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة (Sig) أكبر من (0.05)، وعليه فإنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغيرات (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، الخبرة المهنية) في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة محل الدراسة، حيث تبين أنه:

## 1. الفرضية الفرعية الأولى:

**الفرضية الصفرية H0:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).  
**الفرضية البديلة H1:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).  
يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة ( $\text{Sig} = 0.726$ ) أكبر من ( $0.05$ )، وعليه فإنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لاختلاف السن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، حيث أن جميع الفئات العمرية المختلفة التي تتكون منها عينة الدراسة المبحوثة تتفق على أن المؤسسة محل الدراسة تسعى إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن من خلال نظم ذكاء الأعمال.

وعليه تقبل الفرضية الصفرية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير السن عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )."

## 2. الفرضية الفرعية الثانية:

**الفرضية الصفرية H0:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة H1:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة ( $\text{Sig} = 0.384$ ) أكبر من ( $0.05$ )، وعليه فإنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لاختلاف المستوى التعليمي في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، حيث

أن جميع الفئات التعليمية المختلفة التي تتكون منها عينة الدراسة المبحوثة تتفق على أن المؤسسة محل الدراسة تسعى إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن من خلال نظم ذكاء الأعمال.

وعليه تقبل الفرضية الصفرية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )".

### 3. الفرضية الفرعية الثالثة:

الفرضية الصفرية  $H_0$ : لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى الوظيفي عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

الفرضية البديلة  $H_1$ : توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى الوظيفي عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة ( $\text{Sig} = 0.717$ ) أكبر من ( $0.05$ )، وعليه فإنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لاختلاف المستوى الوظيفي في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، حيث أن جميع الفئات الوظيفية المختلفة التي تتكون منها عينة الدراسة المبحوثة تتفق على أن المؤسسة محل الدراسة تسعى إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن من خلال نظم ذكاء الأعمال.

وعليه تقبل الفرضية الصفرية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير المستوى الوظيفي عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )".

#### 4. الفرضية الفرعية الرابعة:

**الفرضية الصفرية H0:** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير سنوات الخبرة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

**الفرضية البديلة H1:** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير سنوات الخبرة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ .

يتضح من الجدول أعلاه أن مستوى الدلالة ( $\text{Sig} = 0.636$ ) أكبر من  $(0.05)$ ، وعليه فإنه لا توجد اختلافات ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لاختلاف سنوات الخبرة في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، حيث أن جميع فئات الخبرة المهنية المختلفة التي تتكون منها عينة الدراسة المبحوثة تتفق على أن المؤسسة محل الدراسة تسعى إلى تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن من خلال نظم ذكاء الأعمال.

وعليه تقبل الفرضية الصفرية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن تعزى لمتغير سنوات الخبرة عند مستوى الدلالة  $(\alpha \leq 0.05)$ ".

#### رابعا: نتائج الفرضيات الرئيسية

سيتم عرض وتحليل نتائج إختبار الفرضيتان الرئيسيتان واللذان تتعلقان بدراسة دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة، كما تم إختبار إذا كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية وفقا للبيانات الشخصية والوظيفية لعينة الدراسة.

#### الجدول رقم 25: نتائج إختبار الفرضية الرئيسية

المتغيرات المستقلة	المتغير التابع	ثابت	معامل	معامل	معامل	قيمة	القيمة	مستوى
		الإنحدار	الإنحدار	الإرتباط	التحديد	T	المحسوبة	الدلالة
		$\beta$	$\alpha$	R	$R^2$		F	sig
نظم ذكاء الأعمال	جودة الخدمات	1.164	0.752	0.768	0.590	8.316	69.153	0.000

المصدر: من إعداد الطالبتين بالإعتماد على نتائج التحليل الإحصائي spssv26

#### 1. إختبار الفرضية الرئيسية الأولى

**الفرضية الصفرية H0:** لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة H1:** يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لنظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يتضح من نتائج تحليل الانحدار البسيط الذي استخدم لمعرفة فيما إذا كان هناك أثر لنظم ذكاء الأعمال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة محل الدراسة، وهنا نجد أن هناك تأثير ذو دلالة إحصائية لنظم ذكاء الأعمال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في المؤسسة، إذ بلغت قيمة معامل الانحدار (0.752) في حين بلغ معامل الارتباط بين المتغيرين (0.768)، وهو ارتباط قوي وإيجابي، وهذه المعاملات - معامل الانحدار والارتباط - ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha = 0.05$ )، وهذا ما أوضحه اختبار (T)، وهذا دليل على أن جودة الخدمات المقدمة للزبائن تتحسن من خلال نظم ذكاء الأعمال بالمؤسسة.

أما القابلية التفسيرية لنموذج الانحدار المتمثلة في معامل التحديد ( $R^2$ ) فقد بلغت (0.590) مما يعني أن نسبة 59% من التغيرات في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن ترجع لنظم ذكاء الأعمال، والباقي يعود لعوامل أخرى. وقد أظهر اختبار (F) بأن نموذج الانحدار بشكل عام ذو دلالة إحصائية.

كما أن مستوى الدلالة بلغ (0.000) وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، وبهذه النتائج تقبل الفرضية البديلة التالية:

"يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ( $\alpha \geq 0.05$ ) لنظم ذكاء الأعمال على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة".

ويمكن كتابة العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة في شكلها الرياضي من خلال المعادلة الخطية للانحدار كما يلي:  $Y = 0.752 X + 1.164$

حيث أن:

$X$  : نظم ذكاء الأعمال

$Y$  : جودة الخدمات المقدمة

وبالتالي ومن خلال تحليل نتائج التحليل الإحصائي تم برهنة أن نظم ذكاء الأعمال لها تأثير في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

## 2. إختبار الفرضية الرئيسية الثانية

**الفرضية الصفرية  $H_0$ :** لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة تعزى للمتغيرات الديموغرافية (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة) عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

**الفرضية البديلة  $H_1$ :** توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة تعزى للمتغيرات

الديموغرافية (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة) عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ).

يتضح من النتائج السابقة أعلاه أن مستوى الدلالة لكل من البيانات الشخصية والوظيفية (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة) أكبر من (0.05)، وهو ما يشير إلى أنه لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية ترجع إلى كل من هذه المتغيرات بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

وعليه تقبل الفرضية الصفرية التالية:

"لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات المبحوثين نحو دور نظم نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن بمؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة تعزى للمتغيرات الديموغرافية (السن، المستوى التعليمي، المستوى الوظيفي، سنوات الخبرة) عند مستوى الدلالة ( $\alpha \leq 0.05$ )".

## خلاصة الفصل الثاني

من خلال هذا الفصل الذي تم فيه الربط بين الفصل النظري والفصل التطبيقي، ومن خلال الاستبيان الموجه لموظفي إتصالات الجزائر - تبسة والذي كان الهدف منه إبراز دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن، ولقد تم تصميم استبيان مكون من متغيرات محاور الدراسة، قدر العدد بـ 50 استبانة وتم تحليله عن طريق برنامج SPSS، من أجل القيام بالتحليل الإحصائي تم الاستعانة بالأساليب الإحصائية الوصفية المتمثلة 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 يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ( $\alpha \leq 0.05$ ) لنظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن في مؤسسة إتصالات الجزائر - تبسة.

خاتمة

ختاماً، تناولت هذه الدراسة موضوعاً حيويًا يقع في قلب التحولات الرقمية المعاصرة، وهو "دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن"، بالتطبيق على مؤسسة اتصالات الجزائر بتبسة. وقد سعت الدراسة إلى تبيان كيف يمكن لتحويل البيانات الضخمة إلى رؤى استراتيجية أن ينعكس إيجاباً على مستوى الخدمة المقدمة للزبون، ليس فقط من خلال الأدوات التقنية، بل من خلال تعزيز القدرة على اتخاذ القرار، وفهم احتياجات السوق، والاستجابة السريعة للمتغيرات.

لقد ساهمت الدراسة في إبراز أن ذكاء الأعمال يعد نمطاً إدارياً متكاملًا يمكّن المؤسسة من مواجهة التحديات التنافسية، وترسيخ ثقافة تعتمد على البيانات بدلاً من التخمين، مما يعزز من جودة الخدمة بأبعادها المختلفة (الاعتمادية، الاستجابة، الثقة، والتعاطف).

والجدير بالذكر أن هذه الدراسة تُضيف قيمة علمية من خلال تركيزها على السياق الجزائري، وتقديمها نموذجاً ميدانياً واقعياً يُسهم في سد فجوة قائمة في الدراسات المحلية التي تناولت العلاقة بين نظم ذكاء الأعمال وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن داخل قطاع الاتصالات. كما تؤكد هذه الدراسة أن تبني نظم ذكاء الأعمال لم يعد خياراً في المؤسسات الخدمية، بل ضرورة استراتيجية لضمان جودة خدماتها واستمراريتها في بيئة تتسم بالتنافسية المتزايدة وتعدد متطلبات الزبائن.

ختاماً، تؤكد هذه الدراسة أن تبني نظم ذكاء الأعمال لم يعد خياراً في مؤسسات الاتصالات، بل ضرورة استراتيجية لضمان جودة خدماتها واستمراريتها في بيئة تتسم بالتنافسية المتزايدة وتعدد متطلبات الزبائن.

#### أولاً: نتائج الدراسة

أبرزت هذه الدراسة من خلال جانبها النظري أن نظم ذكاء الأعمال تمثل استجابة حديثة لمتطلبات التحول الرقمي، وتهدف إلى تحسين الأداء الخدمي عبر استغلال البيانات بفعالية، وتستند إلى أبعاد مركزية (منها: البنية التحتية، تكنولوجيا ذكاء الأعمال، ودعم اتخاذ القرار). وقد تبين أن نظام ذكاء الأعمال يسهم في ترسيخ ثقافة الجودة من خلال التحليل المستمر والتنبؤ، مما يعزز قدرة المؤسسة على تلبية احتياجات الزبائن بدقة وعناية فائقة.

أما على المستوى التطبيقي، فقد أظهرت نتائج الدراسة الميدانية أن موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة يتمتعون باتجاهات إيجابية نحو كل من نظم ذكاء الأعمال وجودة الخدمات المقدمة، وهو ما يشير إلى وجود وعي متزايد بأهمية هذه المفاهيم في بيئة العمل الرقمية.

كما دلّ التحليل الإحصائي على وجود علاقة تأثير إيجابية ذات دلالة معنوية بين نظم ذكاء الأعمال بجميع أبعادها وجودة الخدمات المقدمة للزبائن، وبرز بُعد دعم اتخاذ القرار كأكثر الأبعاد تأثيراً، متبوعاً بـ

البنية التحتية والتكنولوجيا، في حين كان تأثير الهيكل التنظيمية أقل نسبياً، لكنه يظل ضمن المستوى المقبول.

من جهة أخرى، لم تُسجل فروق دالة في إدراك تأثير نظم ذكاء الأعمال على تحسين جودة الخدمات تُعزى إلى المتغيرات الشخصية (المستوى العلمي، المركز الوظيفي، أو سنوات الخبرة)، مما يدل على أن هذا التأثير يمتد بشكل متجانس بين جميع فئات العينة.

### ثانياً: التوصيات

في ضوء النتائج التي تم التوصل إليها من خلال الدراسة النظرية والتطبيقية، تقترح هذه الدراسة مجموعة من التوصيات العملية التي من شأنها دعم تفعيل نظم ذكاء الأعمال وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن داخل مؤسسة اتصالات الجزائر، وتتمثل فيما يلي:

ضرورة تكوين العاملين داخل المؤسسة في مجال نظم ذكاء الأعمال وكيفية التعامل مع أدواتها، لما لها من دور فعال في تحسين الأداء ورفع كفاءة تقديم الخدمات في ظل البيئة الرقمية.

الحرص على تنفيذ برامج تدريبية متخصصة في تقنيات تحليل البيانات (Data Analytics) بما يسمح بترقية الكفاءات الداخلية وتحقيق الانسجام مع متطلبات تكنولوجيا ذكاء الأعمال الحديثة.

ضرورة توعية العاملين بأهمية نظم ذكاء الأعمال، وزيادة معرفتهم بمفاهيمها ودورها في سرعة الاستجابة لطلبات الزبائن وتحسين جودة الخدمة.

العمل على استغلال أبعاد نظم ذكاء الأعمال (دعم اتخاذ القرار، البنية التحتية، التكنولوجيا، والذكاء التنافسي)، بطريقة عملية تعزز من مستويات جودة الخدمات المقدمة وتلبي تطلعات الزبائن.

تشجيع الانفتاح على استخدام التقنيات التحليلية الحديثة ضمن بيئة العمل، بما يساهم في رفع جاهزية المؤسسة لمواجهة تحديات المنافسة وضمان استمرارية تقديم خدمات متميزة وموثوقة.

### ثالثاً: آفاق الدراسة

في ضوء معالجة إشكالية هذه الدراسة، برزت مجموعة من الآفاق البحثية المستقبلية التي يمكن التوسع فيها، ومن أبرزها:

إجراء دراسات مقارنة دولية بين مؤسسات الاتصالات في دول مختلفة، بهدف تقييم مستويات تبني نظم ذكاء الأعمال وأثرها على جودة الخدمات المقدمة للزبائن.

استكشاف دور نظم ذكاء الأعمال في المؤسسات الخدمية الأخرى غير قطاع الاتصالات، مثل قطاعات البنوك، التأمين، والنقل، لقياس مدى فعاليتها في ترسيخ ممارسات التميز الخدمي الرقمي.

دراسة أدوار أنظمة ذكاء الأعمال في إدارة الأزمات الخدمية واستباق الشكاوى داخل بيئات معقدة أو عالية التنافسية، لتحديد مهارات التحليل المطلوبة في مواجهة التحديات الرقمية المعاصرة.

# قائمة المراجع

## أولاً: المراجع باللغة العربية

## أ- الكتب

1. عبد الناصر علك حافظ، وحسين وليد حسين عباس، " نظم المعلومات الإدارية بالتركيز على وظائف المؤسسة"، الطبعة 1، العراق، دار وائل للنشر والتوزيع، 2014.
2. قاسم نايف علوان المحياوي، "إدارة الجودة في الخدمات : مفاهيم و عمليات و تطبيقات"، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2006.
3. حميد الطائي، بشير علاق، "تسويق الخدمات: مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي"، مجموعة اليازوري للنشر والتوزيع، 2019.
4. بشير العلاق، وحميد الطائي، " تسويق الخدمات: مدخل استراتيجي، وظيفي، تطبيقي"، عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2019.

## ب- المذكرات والأطروحات الجامعية

1. شوي خالد، " افاق استخدام الذكاء الاصطناعي في العملية التعليمية داخل الجامعات الجزائرية -دراسة استشرافية- " أطروحة دكتوراه، جامعة 08ماي 1945قالمه، 2025.
2. محمد منير عودة شيبير، "دور أنظمة ذكاء الأعمال في تنمية رأس المال البشري في القطاع المصرفي الفلسطيني - دراسة حالة (بنك فلسطين) -"، رسالة ماجستير، الجامعة الإسلامية - غزة، 2015.
3. محمد علي جمال الدين محمد غيث، "أثر ذكاء الأعمال على الأداء التنظيمي: الدور الوسيط للرشاقة الاستراتيجية: دراسة تطبيقية على شركات الصناعات الغذائية بجمهورية مصر العربية"، أطروحة دكتوراه، كلية الدراسات العليا في الإدارة، مصر، 2025.
4. سمية أو سليمان، "إستراتيجية جودة الخدمات وأثرها على تحقيق وتنمية الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر: دراسة حالة شركة أكسا للتأمينات"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3، 2021-2022.

5. فليسي لنده، "واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز: دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير بجامعة أحمد بوقرة بومرداس"، مذكرة ماجستير في العلوم الاقتصادية، جامعة أحمد بوقرة، بومرداس، الجزائر، 2012/2011.
6. قيدوم سهام، "قياس الولاء عن الجودة الرقمية للخدمات المصرفية باستخدام الشبكات العصبية، حالة القطاع المصرفي الجزائري"، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2025.
7. ايمان محمود محمد حسين، "قياس جودة الخدمات الالكترونية باستخدام مدخل فجوات دراسة تطبيقية في قطاع الاتصالات الأردنية"، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2011.
8. مزيان عبد القادر، "اثر محددات جودة الخدمات على رضا الزبون"، رسالة ماجستير، تلمسان، 2011.
9. اوسليمان سمية، "استراتيجية جودة الخدمات، وأثرها على تحقيق وتنمية الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر: دراسة حالة شركة اكسا للتأمينات"، أطروحة الدكتوراه، جامعة الجزائر 3، 2022.
10. بوعنان نور الدين، "جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء دراسة ميدانية في المؤسسة المينائية لسكيدة"، مذكرة ماجستير، 2007.

#### ج- المجلات والدوريات

1. يوسف بن نافلة، "الحمولة المعرفية للذكاء الاصطناعي والتعليم الالكتروني وأهميتها في تصميم التدريس"، مجلة اللسانيات والترجمة، المجلد 02، العدد 03، الجزائر، 2022.
2. مراد سامي، "نحو منظور متكامل لتفصيل دور الذكاء الاصطناعي وذكاء الأعمال في دعم وتمكين القطاع العام في ظل رؤية 2030"، مجلة الدراسات الاقتصادية، المجلد 06، العدد 02، قسنطينة، 2019.
3. طارق ابوحجير، منصور منصور، "ذكاء الأعمال والتوجهات الريادية الحديثة الفرص والتحديات المركزة"، الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية الاقتصادية، المانيا، 2023.

4. أحمد محمد علي صبرة، "إطار مقترح لدور ذكاء الأعمال في تحقيق التميز المؤسسي بمؤسسات التعليم العالي"، مجلة البحوث الإدارية، المجلد 41، العدد 01، 2023.
5. فوزية عبد الله الدبيان، "العلاقة بين ذكاء الأعمال والمسؤولية الاجتماعية للشركات: دراسة تطبيقية على شركات القطاع الخاص في السعودية"، المجلة العربية للإدارة، المجلد 45، العدد 05، 2025.
6. تامر محمد موسى ابو المكارم ، وآخرون ، "تأثير ذكاء الأعمال على الابتكار في الخدمات الرقمية الدور الوسيط للتحويل نحو الاقتصاد الرقمي : دراسة تطبيقية على العاملين بالبنك التجاري الدولي (CIB) مصر" ، المجلة الدولية للعلوم الإدارية والاقتصادية و المالية ، المجلد 03، العدد 11، 2024.
7. حسام أحمد حلاق، جابر شعيب الإسماعيلي، " دور ذكاء الأعمال في تحقيق النضج التنظيمي: دراسة تطبيقية على منظمات المجتمع المدني"، المجلة العربية للعلوم الانسانية والاجتماعية، العدد 22، 2023.
8. سعد صلاح عشري علي، "دور تطبيقات تقنيات ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات التعليمية"، مجلة البحوث الإدارية، المجلد 42، العدد 04، 2024.
9. علي علي، تيسير زاهر، "مدى مساهمة نظم ذكاء الأعمال في الحد من الاحتراق الوظيفي - دراسة حالة شركة سيريتل"، مجلة جامعة حماة، المجلد 07، العدد 17، 2024.
10. ناظم محمود ملكاوي، "نظم دعم القرارات ونظم ذكاء الأعمال وأثرهما في تحسين عملية اتخاذ القرارات في المستشفيات الأردنية: دراسة حالة لمستشفى الملك عبد الله المؤسس الجامعي"، مجلة دراسات اقتصادية، العدد 01 ، 2014.
11. أحسن طيار، "ذكاء الأعمال ودوره في اتخاذ القرارات في البنوك"، المجلة الجزائرية للدراسات المالية والمصرفية، المجلد 06، العدد 01، (2016).
12. فاطمة بلقاسمي ، وآخرون، " مساهمة نظم ذكاء الأعمال في ريادة الشركات الناشئة ( startup )، تقييم تجربة شركة (Airnub)" ، مجلة المقاولاتية والتنمية المستدامة، المجلد رقم 05، العدد 02، 2023.

13. فريوه نرجس، وآسيا طويل، "إستراتيجية الاستدامة وتطبيق نظام نكاء الأعمال في المؤسسات العربية والعالمية في ظل التغيرات الراهنة"، المجلة الجزائرية للأداء الاقتصادي، العدد 03 (2018).
14. روان محمد عبد الرحيم جاوا، "أثر تطبيق نظام نكاء الأعمال على فاعلية اتخاذ القرارات في المؤسسة العامة للتأمينات الاجتماعية: دراسة حالة"، المجلة الدولية لعلوم المكتبات والمعلومات، مجلد 8، عدد 2 (2021).
15. أحمد صفوت أبوزيد سالم غنيم، شريف طاهر محمد فريد، "أثر استخدام أدوات نكاء الأعمال في زيادة رضا العملاء: دراسة تطبيقية"، المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية، المجلد 39، العدد 01، 2025.
16. أحمدنا محمد محمود أمير السالم، "إدارة الجودة الشاملة بين التطور التاريخي والتطبيق في مؤسسات التعليم العالي"، مجلة العلوم التربوية والدراسات الإنسانية، العدد 35، سبتمبر 2023.
17. رابح بريك، "آليات تحسين جودة الخدمات في المؤسسات الاقتصادية العمومية في ظل عصرنة التكنولوجيا الرقمية"، أبحاث الملتقى الوطني حول: جودة الخدمات في ظل التحول الرقمي والإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي.
18. جمال محمد ضانة، "جودة الخدمات وأثرها على رضا الزبائن"، مجلة دراسات الإعلام والاتصال، العدد الثالث عشر، 2015.
19. عيسى مرزقة ، سهام مخلوف ، "أهمية جودة الخدمات في تحقيق الرضا لدى العميل"، جامعة باتنة 1 الحاج لخضر، مجلة الاقتصاد الصناعي ، العدد 12 ، 2017.
20. أيوب محمود محمد ، "أثر جودة الخدمات في تحقيق ولاء الزبون ، دراسة تطبيقية على عينة من مشتركي شركة ايرث لبنك لخدمات الانترنت في محافظة أربيل"، جمهورية العراق ، اقليم كردستان، جامعة زاخ ، كلية إدارة الأعمال ، مجلة Ajsj ، العدد 18 ، 2020.
21. مروج طاهر هذال حسين ويونس غازي رجب الحياي، "دور جودة الخدمات الإلكترونية في دعم الأداء المصرفي: دراسة استطلاعية لآراء عينة من العاملين في مصرف بغداد الأهلي"، مجلة دراسات محاسبية ومالية، عدد خاص 2024.

22. مصطفى وليد نور الله، " فجوة جودة الخدمات في مصارف القطاع الخاص في محافظة اللاذقية سورية"، مجلة الباحث، عدد14.
23. حاكم جبوري الخفاجي، " رضا الزبون كمتغير وسيط بين جودة الخدمة وولاء الزبون ،دراسة حالة مصرف بابل الاهلي /فرع النجف"، مجلة العلوم الادارية والاقتصادية ،الكوفة،2012.
24. شعور اسماء، سيرود فاطمة الزهراء، " تقييم جودة خدمة التعليم العالي باستخدام نموذج أداء التعليم العالي Hedi perf\_دراسة ميدانية على طلبة جامعة قسنطينة 2 عبد الحميد المهري" ، مجلة شعاع الدراسات الاقتصادية، المجلد 06, العدد 02، 2022.
25. نجاح بولودان، " دور توقعات العملاء في إدارة جودة الخدمة البنكية"، مجلة الاقتصاد والمجتمع ، العدد 7, قسنطينة، 2011.
26. عرقوب وعلي، "أنظمة نكاء الأعمال وهندسة القرار في المؤسسة"، مجلة أبعاد اقتصادية، الجزائر، المجلد 02، العدد 01، 2012.
27. بوقابة وردية ، "دور نظم نكاء الأعمال في بناء البراعة التنظيمية بالمؤسسة الوطنية للأشغال في الابار -ENTP-ورقلة" ، مجلة الأبحاث ودراسات التنمية ،المجلد 08،العدد01, 2021.
28. فاطمة بلقواسمي ،احمد بن يوسف ،"التوجه الاستراتيجي لمنظمات الأعمال نحو تطبيق نظم نكاء الأعمال كآلية لتحقيق الميزة التنافسية -دراسة تحليلية- مجلة الاقتصاد والمالية (JEF)", المجلد 07،العدد 02 سنة 2021.
29. سعد صلاح عشري علي، "دور تطبيقات تقنيات نكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات التعليمية بالجامعات المصرية"، دراسة ميدانية على أعضاء هيئة التدريس بجامعات القاهرة، وعين شمس وحلوان، اكااديمية السادات للعلوم الإدارية مركز الاستشارات والبحوث والتطوير، مجلة البحوث الإدارية، المجلد 02, العدد04, 2024.
30. عبد الكريم حسين محسن واخرون، " اثر ادوات نكاء الأعمال على جودة الخدمات الصحية في المملكة العربية السعودية"،المجلة الالكترونية الشاملة متعددة التخصصات،، العدد 87, 2025.

## ثانياً: المراجع باللغة الأجنبية

1. Warunee Milinthapunya, et al, "**Business Intelligence Management with Artificial Intelligence for Prediction Information Technology Infrastructure in Higher Education**" , TEM Journal, Vol. 14, No. 02, 2025.
2. Monavarian Abbas and Amiri Same, "**Evaluation of the Insurance Services Quality from Consumer's Perspective**",Journal of San'at Bimeh, No:2, 2005.
3. Daniel Pakkala and Jim Spohrer, "**Digital Service: Technological Agency in Service Systems**," in Proceedings of the 52nd Hawaii International Conference on System Sciences (2019).
4. Anthony Sumnay and Kumasey , "**Service Quality and Customer Satisfaction: Empirical Evidence from the Ghanaian Public Service**" , European Journal of Business and Management ,Vo:06, No: 06, 2014.
5. Prabha Ramseook , Munhurrun,Soolakshna D.lukea and Bhiwajee,Perunjodi Naidoo, "**Service Quality In The Public Service** ", International Journal of Management and Marketing Research,Vol: 03, No:01, 2010.

الملاحق

## الملحق رقم 1: إستمارة الإستمابان

جامعة الشهيد العربي التبسي - تبسة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

إستمابنة بحثية لإعداد مذكرة ماستر تخصص إدارة أعمال والموسومة بـ:

دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن

دراسة حالة: مؤسسة إتصالات الجزائر - تبسة -

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته

سيدي (سيدتي) الكريم (ة)، تحية طيبة وبعد،

في إطار التحضير لإعداد الدراسة التطبيقية الخاصة بمذكرة ماستر والموسومة بـ:

دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن دراسة حالة: مؤسسة اتصالات الجزائر

- تبسة -

وفي سياق إنجاز هذه الدراسة، وحرصًا على الاستفادة من خبراتكم المهنية وتجاربكم العملية، نضع بين أيديكم هذه الاستبانة الموجهة إلى موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر و - تبسة راجين تعاونكم الكريم ومساهمتمكم الفاعلة في دعم هذا العمل البحثي من خلال آرائكم القيمة.

ونحيطكم علما ان المعلومات التي سنتحصل عليها هي لغرض البحث العلمي فقط، وسوف نتعامل معها بالسرية التامة.

تقبلوا منا فائق الإحترام والتقدير

تحت إشراف:

د. هبة الله أوريسي

من إعداد الطالبين:

سماح بوحفارة

شفاء عبسي

السنة الجامعية: 2025-2026

شرح مصطلحات متعلقة بموضوع الدراسة:

- ذكاء الأعمال:

أداة استراتيجية تساعد المؤسسة على تحليل بياناتها باستخدام أساليب إحصائية وبرمجيات حديثة، بالاعتماد على معلومات من مصادر داخلية وخارجية، بهدف دعم اتخاذ قرارات فعّالة.

- نظم ذكاء الأعمال:

هي أنظمة تقوم بجمع البيانات وتحليلها وتحويلها إلى معرفة تساعد الإدارة على اتخاذ قرارات أفضل، وتحسين الأداء، وتعزيز قدرة المنظمة على التكيف مع التغيرات.

- نظم المعلومات:

هي نظام متكامل يعتمد على الحاسوب والبرمجيات لجمع البيانات ومعالجتها وتحويلها إلى معلومات دقيقة، تُستخدم لدعم العمل الإداري وتحسين اتخاذ القرار داخل المنظمة.

القسم الأول: البيانات الشخصية

ب- السن	أقل من 30 سنة	من 30 إلى أقل من 40 سنة	من 40 إلى أقل من 50 سنة	50 سنة فأكثر
---------	---------------	-------------------------	-------------------------	--------------

ج- المستوى التعليمي	ليسانس	ماجستير	شهادات عليا	شهادات أخرى
---------------------	--------	---------	-------------	-------------

د- المستوى الوظيفي	مدير	رئيس مصلحة	إطار	وظيفة أخرى
--------------------	------	------------	------	------------

هـ- الخبرة المهنية	أقل من 05 سنوات	من 05 إلى 10 سنوات	أكثر من 10 سنوات
--------------------	-----------------	--------------------	------------------

القسم الثاني: محاور الدراسة

المحور الأول: نظم ذكاء الأعمال

الرقم	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
أولاً: تكنولوجيا ذكاء الأعمال						
01	توفر تكنولوجيا ذكاء الأعمال تقارير دقيقة وشاملة حول بيانات الزبائن.					
02	تساهم أدوات تحليل البيانات في مراقبة الأداء اللحظي للخدمات المقدمة.					
03	تسمح الأنظمة التقنية في المؤسسة بدمج البيانات من مصادر مختلفة (داخلية وخارجية) في قاعدة بيانات موحدة.					
ثانياً: هيكل ذكاء الأعمال						
04	توجد هيكل تنظيمية واضحة مسؤولة عن إدارة وتشغيل نظم ذكاء الأعمال داخل المؤسسة.					
05	يتم تحديد الأدوار والمسؤوليات المتعلقة باستخدام نظم ذكاء الأعمال بشكل واضح بين الموظفين.					
06	توجد إجراءات وتنظيمات داخلية تضمن الاستخدام المنهجي والفعال لنظم ذكاء الأعمال.					
ثالثاً: البنية التحتية لذكاء الأعمال						
07	تمتلك المؤسسة بنية تقنية متكاملة (أجهزة، شبكات، خوادم) تدعم تشغيل نظم ذكاء الأعمال بكفاءة.					

					08	تتميز البنية التحتية لقواعد البيانات بالمرونة الكافية لإستيعاب التحديثات المستمرة والبيانات ضخمة دون تعطيل.
					09	توفر نظم ذكاء الأعمال المعتمدة مستويات مناسبة من أمن المعلومات وحماية البيانات.
رابعاً: دعم إتخاذ القرار						
					10	تُستخدم المعلومات المستخرجة من نظم ذكاء الأعمال لدعم اتخاذ القرارات الإدارية.
					11	توفر التحليلات والبيانات أدوات واضحة لمراجعة الأداء واتخاذ الإجراءات المناسبة.
					12	تسهم نظم ذكاء الأعمال في تقليل المخاطر عند اتخاذ القرارات.
خامساً: الذكاء التنافسي						
					13	تساعد نظم ذكاء الأعمال في جمع معلومات دقيقة حول السوق والمنافسين.
					14	توفر البيانات التحليلية معلومات تساعد على فهم اتجاهات السوق والتغيرات التنافسية.
					15	تساهم المعلومات المستخرجة من نظم ذكاء الأعمال في تطوير استراتيجيات تنافسية فعّالة للمؤسسة.
					16	تساعد نظم ذكاء الأعمال في استشراف التغيرات المستقبلية بما يساهم في تقادي المخاطر المحتملة.

## المحور الثاني: جودة الخدمات

الرقم	العبرة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
أولاً: الاعتمادية						
01	تُقدّم المؤسسة خدمات للزبائن بدقة عالية وبدون أخطاء.					
02	المعلومات المقدمة للزبائن صحيحة وموثوقة.					
03	يتم مراجعة الخدمات بشكل دوري لضمان الدقة والجودة.					
04	تساهم الخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبائن من وجهة نظر الموظفين.					
ثانياً: الاستجابة						
05	يتم تقديم الخدمات للزبائن في وقت مناسب وسريع					
06	تساهم الإجراءات المتبعة في تسريع معالجة طلبات الزبائن.					
07	تتم معالجة شكاوى الزبائن بسرعة وفعالية.					
08	يتم الاستجابة لاستفسارات الزبائن في الوقت المناسب.					
ثالثاً: الثقة والأمان						
09	تلتزم المؤسسة بالمعايير المهنية والإجراءات الرسمية في تقديم الخدمات.					

					10	يتسم موظفو المؤسسة بالكفاءة والمهنية أثناء تقديم الخدمات.
					11	يمتلك موظفو المؤسسة المعرفة الكافية للإجابة عن استفسارات الزبائن بثقة.
رابعاً: التعاطف						
					12	يتم التعامل مع الزبائن بأسلوب مهذب وودود.
					13	يمكن تكييف الخدمات لتلبية احتياجات مختلفة للزبائن.
					14	تعمل المؤسسة على تحسين الخدمات بناءً على ملاحظات الزبائن.
خامساً: الملموسية						
					15	توفر المؤسسة بيئة مادية مناسبة (معدات، قاعات استقبال، لوحات إرشادية) تسهم في تحسين تجربة الزبائن.
					16	تساعد التجهيزات والوسائل التقنية المتوفرة بالمؤسسة في تقليل الأخطاء أثناء انجاز طلبات الزبائن.
					17	تتميز البيئة المادية للمؤسسة بالتنظيم والراحة مما ينعكس إيجاباً على تجربة الزبائن.

شكراً على حسن تعاونكم

## الملحق رقم 2: قائمة الأساتذة المحكمين

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

استمارة مقدمة للأساتذة الذين قاموا بتحكيم الاستبيان الخاص بمذكرة ماستر

تخصص إدارة أعمال

تحت عنوان: دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن

دراسة حالة: مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة.

الرقم	الاسم واللقب	التخصص	الكلية	الجامعة	الامضاء
01	د. عمر عمروش	علوم تسيير	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي	
02	د. بلال مسعي	علوم تسيير	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي	
03	د. عايب فاطمة الزهراء	إدارة أعمال المؤسسات	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي	
04	د. كشورود ايمان	إدارة الموارد البشرية	كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير	جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي	

تحت اشراف

د. هبة الله اوريبي

من اعداد

سماح بوحفارة

شفاء عبيسي

السنة الجامعية: 2026/2025

## الملحق رقم 3: مخرجات (SPSS)

## توزيع الإستبيان

## Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

## معامل ألفا كرونباخ لمتغيري الدراسة

## Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.987	33

## معامل ألفا كرونباخ لمتغير نظم ذكاء الأعمال

## Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.989	16

## معامل ألفا كرونباخ لمتغير جودة الخدمات

## Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.980	17

## نتائج الارتباط

## Correlations

		independentvar	dependentvar
independentvar	Pearson Correlation	1	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	50	50
dependentvar	Pearson Correlation	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	50	50

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## التكرارات للبيانات الشخصية

		السن			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	أقل من 30 سنة	5	10.0	10.0	10.0
	من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة	20	40.0	40.0	50.0
	من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة	23	46.0	46.0	96.0
	50 سنة فأكثر	2	4.0	4.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

		المستوى التعليمي			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	ليسانس	12	24.0	24.0	24.0
	ماجستير	19	38.0	38.0	62.0
	شهادات عليا	7	14.0	14.0	76.0
	شهادات أخرى	12	24.0	24.0	100.0
Total		50	100.0	100.0	

		المستوى الوظيفي			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	رئيس مصلحة	24	48.0	48.0	48.0
	إطار	21	42.0	42.0	90.0
	وظيفة أخرى	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

		الخبرة المهنية			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	أقل من 5 سنوات	8	16.0	16.0	16.0
	من 5 إلى 10 سنوات	7	14.0	14.0	30.0
	أكثر من 10 سنوات	35	70.0	70.0	98.0
	Total	50	100.0	100.0	

## المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات وأبعاد الدراسة

### 1. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لعبارات الدراسة

#### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
توفر تكنولوجيا ذكاء الأعمال تقارير دقيقة وشاملة حول بيانات الزبائن.	50	3.31	.544
تساهم أدوات تحليل البيانات في مراقبة الأداء اللحظي للخدمات المقدمة.	50	3.62	.725
تسمح الأنظمة التقنية في المؤسسة بدمج البيانات من مصادر مختلفة (داخلية وخارجية) في قاعدة بيانات موحدة.	50	3.46	.542
توجد هيكلية تنظيمية واضحة مسؤولة عن إدارة وتشغيل نظم ذكاء الأعمال داخل المؤسسة.	50	3.30	.505
يتم تحديد الأدوار والمسؤوليات المتعلقة باستخدام نظم ذكاء الأعمال بشكل واضح بين الموظفين.	50	3.46	.542
توجد إجراءات وتنظيمات داخلية تضمن الاستخدام المنهجي والفعال لنظم ذكاء الأعمال.	50	3.25	.505
تمتلك المؤسسة بنية تقنية متكاملة (أجهزة، شبكات، خوادم) تدعم تشغيل نظم ذكاء الأعمال بكفاءة.	50	4.48	.544
تتميز البنية التحتية لقواعد البيانات بالمرونة الكافية لاستيعاب التحديثات المستمرة والبيانات ضخمة دون تعطيل.	50	4.30	.505

توفر نظم ذكاء الأعمال المعتمدة مستويات مناسبة من أمن المعلومات وحماية البيانات.	50	4.41	.544
تُستخدم المعلومات المستخرجة من نظم ذكاء الأعمال لدعم اتخاذ القرارات الإدارية.	50	4.48	.544
توفر التحليلات والبيانات أدوات واضحة لمراجعة الأداء واتخاذ الإجراءات المناسبة.	50	4.44	.541
تسهم نظم ذكاء الأعمال في تقليل المخاطر عند اتخاذ القرارات.	50	4.40	.540
تساعد نظم ذكاء الأعمال في جمع معلومات دقيقة حول السوق والمنافسين.	50	3.50	.544
توفر البيانات التحليلية معلومات تساعد على فهم اتجاهات السوق والتغيرات التنافسية.	50	3.48	.544
تساهم المعلومات المستخرجة من نظم ذكاء الأعمال في تطوير استراتيجيات تنافسية فعالة للمؤسسة.	50	3.30	.505
تساعد نظم ذكاء الأعمال في استشراف التغيرات المستقبلية بما يساهم في تفادي المخاطر المحتملة.	50	3.62	.725
تُقدّم المؤسسة خدمات للزبائن بدقة عالية وبدون أخطاء.	50	4.30	.789
المعلومات المقدمة للزبائن صحيحة وموثوقة.	50	4.34	.519
يتم مراجعة الخدمات بشكل دوري لضمان الدقة والجودة.	50	3.62	.530
تساهم الخدمات المقدمة في تحقيق رضا الزبائن من وجهة نظر الموظفين.	50	3.58	.609
يتم تقديم الخدمات للزبائن في وقت مناسب وسريع.	50	4.44	.611
تساهم الإجراءات المتبعة في تسريع معالجة طلبات الزبائن.	50	3.94	.586
تتم معالجة شكاوى الزبائن بسرعة وفعالية.	50	3.52	.505
يتم الاستجابة لاستفسارات الزبائن في الوقت المناسب.	50	4.52	.544
تلتزم المؤسسة بالمعايير المهنية والإجراءات الرسمية في تقديم الخدمات.	50	4.12	.718
يتسم موظفو المؤسسة بالكفاءة والمهنية أثناء تقديم الخدمات.	50	3.94	.586

يمتلك موظفو المؤسسة المعرفة الكافية للإجابة عن استفسارات الزبائن بثقة.	50	4.52	.544
يتم التعامل مع الزبائن بأسلوب مهذب وودود.	50	3.64	.563
يمكن تكييف الخدمات لتلبية احتياجات مختلفة للزبائن.	50	4.08	.444
تعمل المؤسسة على تحسين الخدمات بناءً على ملاحظات الزبائن.	50	4.50	.544
توفر المؤسسة بيئة مادية مناسبة (معدات، قاعات استقبال، لوحات إرشادية) تسهم في تحسين تجربة الزبائن.	50	3.62	.530
تساعد التجهيزات والوسائل التقنية المتوفرة بالمؤسسة في تقليل الأخطاء أثناء انجاز طلبات الزبائن.	50	3.58	.609
تتميز البيئة المادية للمؤسسة بالتنظيم والراحة مما ينعكس إيجاباً على تجربة الزبائن.	50	4.44	.611
Valid N (listwise)	50		

## 2. المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لأبعاد الدراسة

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
businessintelligencetech	50	3.46	.58383
businessintelligencestructuring	50	3.33	.47814
businessintelligencinfrastructure	50	4.39	.49857
supportingdecisionmaking	50	4.44	.52297
competitiveintelligence	50	3.47	.54222
Valid N (listwise)	50		

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
reliability	50	3.9600	.54248
response	50	4.1050	.50530
trustandsecurity	50	4.1933	.55976
empathy	50	4.0733	.43794
tangibility	50	3.8800	.54194
Valid N (listwise)	50		

## إختبار الفرضيات

## إختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الأولى

## إختبار الفرضية الفرعية الأولى

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	businessintellige ncetech <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: dependentvar

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.787 <sup>a</sup>	.619	.611	.31632

a. Predictors: (Constant), businessintelligencetech

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.808	1	7.808	78.030	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4.803	48	.100		
	Total	12.611	49			

a. Dependent Variable: dependentvar

b. Predictors: (Constant), businessintelligencetech

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.634	.276		5.920	.000
	businessintelligencetech	.684	.077	.787	8.833	.000

a. Dependent Variable: dependentvar

## إختبار الفرضية الفرعية الثانية

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	businessintelligencstructuring <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: dependntvar

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 <sup>a</sup>	.455	.444	.37838

a. Predictors: (Constant), businessintelligencstructuring

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5.738	1	5.738	40.080	.000 <sup>b</sup>
	Residual	6.872	48	.143		
	Total	12.611	49			

a. Dependent Variable: dependntvar

b. Predictors: (Constant), businessintelligencstructuring

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.641	.383		4.287	.000
	businessintelligencstructuring	.716	.113	.675	6.331	.000

a. Dependent Variable: dependntvar

## إختبار الفرضية الفرعية الثالثة

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	businessintelligencinfrastructure <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: dependentvar

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.750 <sup>a</sup>	.562	.553	.33917

a. Predictors: (Constant), businessintelligencinfrastructure

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.089	1	7.089	61.624	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5.522	48	.115		
	Total	12.611	49			

a. Dependent Variable: dependentvar

b. Predictors: (Constant), businessintelligencinfrastructure

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.669	.432		1.548	.000
	businessintelligencinfrastructure	.763	.097	.750	7.850	.000

a. Dependent Variable: dependentvar

## إختبار الفرضية الفرعية الرابعة

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	supportingdecisionmaking <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: dependentvar

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 <sup>a</sup>	.587	.579	.32929

a. Predictors: (Constant), supportingdecisionmaking

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.406	1	7.406	68.301	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5.205	48	.108		
	Total	12.611	49			

a. Dependent Variable: dependentvar

b. Predictors: (Constant), supportingdecisionmaking

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.740	.402		1.839	.000
	supportingdecisionmaking	.739	.089	.766	8.264	.000

a. Dependent Variable: dependentvar

## إختبار الفرضية الفرعية الخامسة

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	competitiveintelligence <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: dependentvar

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 <sup>a</sup>	.608	.600	.32104

a. Predictors: (Constant), competitiveintelligence

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.664	1	7.664	74.358	.000 <sup>b</sup>
	Residual	4.947	48	.103		
	Total	12.611	49			

a. Dependent Variable: dependentvar

b. Predictors: (Constant), competitiveintelligence

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.507	.297		5.066	.000
	competitiveintelligence	.729	.085	.780	8.623	.000

a. Dependent Variable: dependentvar

إختبار الفرضيات الفرعية للفرضية الرئيسية الثانية  
إختبار الفرضية الفرعية الأولى

## ANOVA

dependentvar

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.351	3	.117	.439	.726
Within Groups	12.259	46	.267		
Total	12.611	49			

## إختبار الفرضية الفرعية الثانية

## ANOVA

dependentvar

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.801	3	.267	1.040	.384
Within Groups	11.810	46	.257		
Total	12.611	49			

## إختبار الفرضية الفرعية الثالثة

## ANOVA

dependentvar

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.178	2	.089	.336	.717
Within Groups	12.433	47	.265		
Total	12.611	49			

## إختبار الفرضية الفرعية الرابعة

## ANOVA

dependentvar

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.453	3	.151	.572	.636
Within Groups	12.157	46	.264		
Total	12.611	49			

## إختبار الفرضية الرئيسية الأولى

Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	independentvar <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: dependentvar

b. All requested variables entered.

## Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 <sup>a</sup>	.590	.582	.32809

a. Predictors: (Constant), independentvar

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.444	1	7.444	69.153	.000 <sup>b</sup>
	Residual	5.167	48	.108		
	Total	12.611	49			

a. Dependent Variable: dependentvar

b. Predictors: (Constant), independentvar

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.164	.349		3.334	.000
	independentvar	.752	.090	.768	8.316	.000

a. Dependent Variable: dependentvar

### الملحق رقم 3: إتفاقية التبرص



الجمهورية العراقية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد الشجاع العربي القادسي - نوسنة



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
بإدارة عمادة الكلية مكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة  
مستعمدة التعليم والتشبيهم

## إتفاقية التبرص

**المادة الأولى:** هذه الاتفاقية تضبط علاقة جامعة الشهيد الشجاع العربي القادسي - نوسنة - ممثلة من طرف عميد كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير.

مع المؤسسة: استاذة الدكتور عبد الحاميد

مقرها: البحر الحادي عشر

ممثلة من طرف: حنان سليمة الوظيفية

دائرة الحاسوب

هذه الاتفاقية تهدف الى تنظيم تبرص تطبيقي للطلبة الاتية اسمائهم:

1- ب. حنارة سماح 2- عيسى دهمش

ماستر التخصص ب. حنارة سماح

عنوان المذكرة: دور نظم ذكاء الأعمال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن

الاستاذ (5) المشرف (5) :

هناء المشرف

هذه الاتفاقية تهدف الى تنظيم تبرص تطبيقي للطلبة الاتية اسمائهم:

1- ب. حنارة سماح 2- عيسى دهمش 3- ب. حنارة سماح

4- ب. حنارة سماح 5- عيسى دهمش

ليسانس التخصص

عنوان تقرير التبرص:

الاستاذ (ة) المشرف(ة) :

وذلك طبقا للمرسوم رقم : 90-88 المؤرخ في : 1988/05/03 القرار الوزاري المؤرخ في ماي 1989

**المادة الثانية:** يهدف هذا الترخيص الى ضمان تطبيق الدراسات المعطاة في القسم والمطابقة للبرنامج والمختصات التعليمية في تخصص الطلبة المعنيين .

**المادة الثالثة:** الترخيص التطبيقي يجري في مصلحة:

المرجع: **المجلس الأعلى للتعليم** **الجامعة المغربية**  
 الفترة من: **2018** إلى: **2019**  
**المادة الرابعة:** برنامج الترخيص المنفذ من طرف الكلية المراد تنفيذها من طرف جامعة تلمسان واللائحة المعنية

**المادة الخامسة:**

على غرار ذلك تتكفل المؤسسة بتعيين عون أو أكثر بمتابعة تنفيذ الترخيص التطبيقي هؤلاء الأشخاص مكلفون أيضا بالحصول على المسابقات الضرورية للتنفيذ الامثل للبرنامج وكل غياب للتخريص يلبي أن يكون على استمارة السيرة الذاتية الممنونة من طرف الكلية

**المادة السادسة:** خلال الترخيص التطبيقي والمحدد بثلاثين يوما يتم المتخريص مجموع الموظفين في وظيفته المحددة في النظام الداخلي وعليه يحسب على المؤسسة أن توضع للطلبة عند وصولهم أماكن ترخيصهم مجموع التدابير المتعلقة بالنظام الداخلي في مجال الأمن والنظافة وتبين لهم الاحتياطات الممكنة.

**المادة السابعة:** في حالة الاغلال بهذه القواعد فالمؤسسة لها الحق في اتمام ترخيص الطالب بعد إعلام القسم عن طريق رسالة مسجلة ومؤمنة الوصول.

**المادة الثامنة:** تأخذ المؤسسة كل التدابير لحماية المتخريص ضد مجموع مخاطر حوادث العمل وتسهر بالخصوص على تنفيذ كل تدابير النظافة والأمن المتعلقة بمكان العمل المعين لتنفيذ الترخيص .

**المادة التاسعة:** في حالة حادث ما على المتخريصين بمكان التوجيه يجب على المؤسسة أن تلجأ الى العلاج الضروري كما يجب أن ترسل تقريرا مفصلا مباشرة الى القسم .

**المادة العاشرة:** تتحمل المؤسسة التكاليف بالطلبة في حدود إمكاناتها وحسب مجمل الاتفاقيات الموقعة بين الطرفين عند الترخيص. فإن الطلبة يتكفلون بأنفسهم من ناحية النقل ، السكن ، الطعام .

ادارة المؤسسة المستضيفة  
**HANNACHI Salima**  
 [Signature]

الملحق رقم 4: إذن بالقبول لمذكرة التخرج ماستر



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة الشهيد الشوح العربي النجدي - لاسا



كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير  
بهاية عمادة الكلية مكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة بالعلية  
مصلحة التعليم والتكوين

إذن بالقبول لمذكرة التخرج ماستر

أنا الممضي أسفله الاستاذ (ة): هيبية الله أورليسي

المشرف على مذكرة التخرج: ماستر للسنة الجامعية: 2026/2025

عنوان المذكرة بالتفصيل	الاختصاص	تزيق العمل
دور نظم د كمار الاحمال في تحيين بيودا الضمكة الصققة للإيداد راتة ملة. مؤمت ازهايت الجزائر - تبسة -	ادارة احمال	1- لسماع يوحققة 2- شقار عيسي

أو اقق على تقديم المذكرة أو تقرير التريص وهذا بعد المراجعة الكاملة.

تاريخ الامضاء

17/05/2026

الامضاء

اللقب والاسم للاستاذ المشرف

هيبية الله أورليسي

الادارة



## ملخص

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل أثر نظم ذكاء الأعمال بأبعادها المختلفة (البنية التحتية، تكنولوجيا ذكاء الأعمال، دعم اتخاذ القرار، والذكاء التنافسي)، على تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن لدى موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر - تبسة. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في الفصل النظري، ومنهج دراسة الحالة في فصل الدراسة الميدانية، وتم جمع البيانات باستخدام أداة الاستبيان من عينة شملت 60 موظفاً من مختلف المستويات الإدارية، حيث أُخضعت 50 استبانة منها للتحليل الإحصائي بعد استبعاد الاستمارات الضائعة وغير الصالحة. تم تحليل البيانات باستخدام برنامج SPSS بالاعتماد على أساليب الإحصاء الوصفي والانحدار البسيط لاختبار الفرضيات. وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود علاقة تأثير إيجابية ذات دلالة إحصائية بين نظم ذكاء الأعمال بجميع أبعادها وجودة الخدمات المقدمة للزبائن. كما كشفت الدراسة عن عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الموظفين لأثر نظم ذكاء الأعمال على جودة الخدمات تعزى لمتغيرات كالمؤهل العلمي والمنصب الوظيفي والخبرة المهنية.

وفي ختام الدراسة، تم تقديم مجموعة من النتائج النظرية والتطبيقية، بالإضافة إلى توصيات تهدف إلى تعزيز أنماط نظم ذكاء الأعمال وترسيخ جودة الخدمات في المؤسسات الخدمية.

**الكلمات المفتاحية:** نظم ذكاء الأعمال، البيانات الضخمة، جودة الخدمات، البنية التحتية لذكاء الأعمال، دعم اتخاذ القرار، الذكاء التنافسي، تكنولوجيا ذكاء الأعمال، مؤسسة اتصالات الجزائر.

## **Abstract**

This study aimed to analyze the impact of Business Intelligence (BI) systems across their various dimensions (Infrastructure, BI Technology, Decision Support, and Competitive Intelligence) on improving the quality of services provided to customers, focusing on employees at Algérie Télécom – Tébessa.

The study adopted a descriptive-analytical approach for the theoretical framework and a case study methodology for the field research. Data was collected using a questionnaire distributed to a sample of 60 employees from various administrative levels; 50 valid questionnaires were subsequently subjected to statistical analysis after excluding missing or invalid responses. Data analysis was conducted using the SPSS software, utilizing descriptive statistics and simple regression methods to test the hypotheses.

The statistical analysis revealed the following results: There is a statistically significant positive correlation between BI systems (in all their dimensions) and the quality of services provided to customers. There are no statistically significant differences in employees' perceptions of the impact of BI systems on service quality attributable to variables such as educational qualification, job position, or professional experience. In conclusion, the study presented a set of theoretical and practical findings, along with recommendations aimed at enhancing BI system patterns and consolidating service quality within service-oriented organizations.

**Keywords:** Business Intelligence Systems, Big Data, Service Quality, BI Infrastructure, Decision Support, Competitive Intelligence, BI Technology, Algérie Télécom.