

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Ministry of Higher Education and Scientific Research

Mohamed Boudiaf University of M'sila

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

Commercial and Faculty of Economic
Management Sciences



كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Department of : sciences de gestion

قسم علوم: التسيير

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

العنوان

أثر استخدام برنامج بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي تطبيق بريدي موب

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

من إعداد الطالبتين:

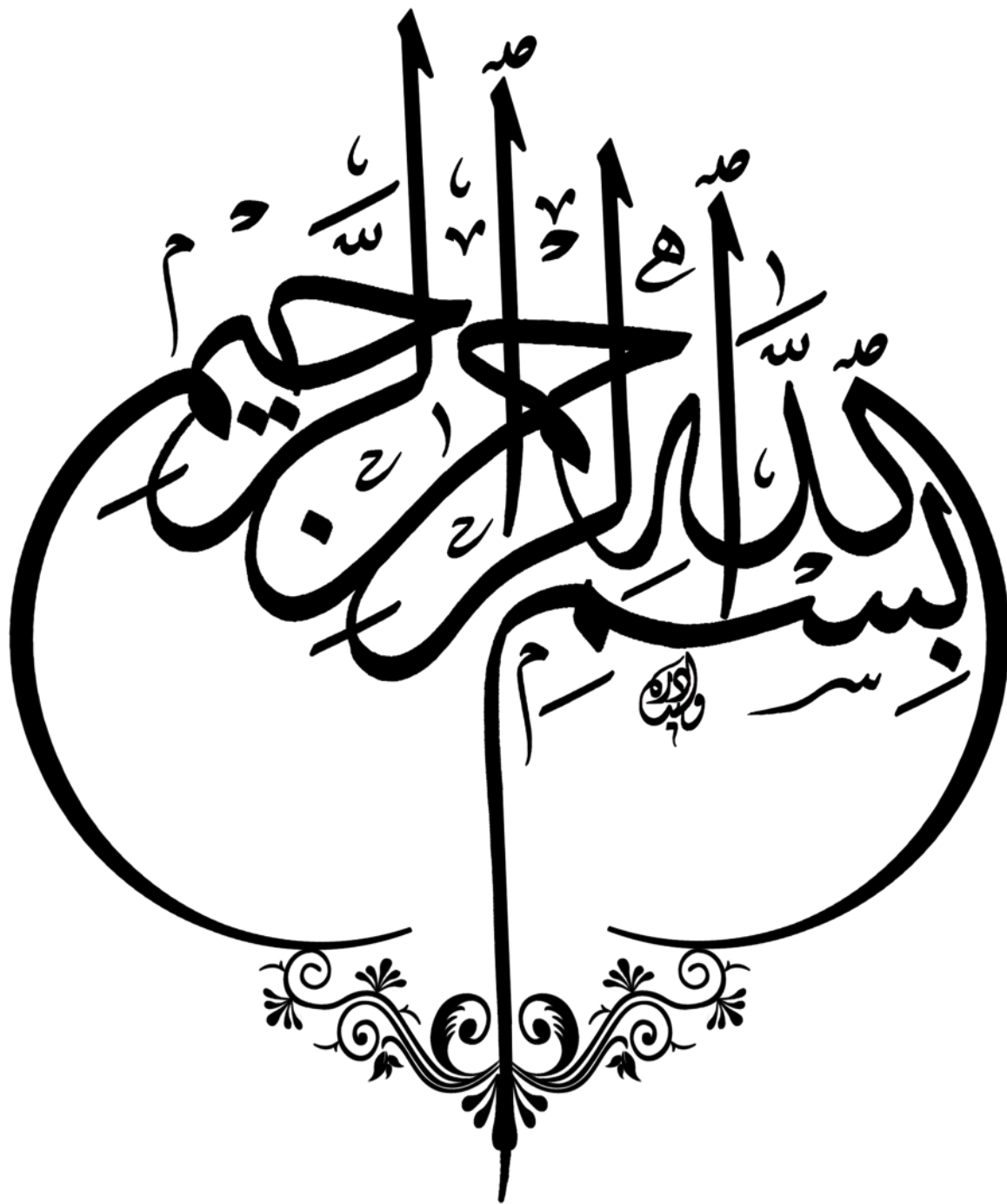
بن يطو إيناس

سايب شهيناز

لجنة المناقشة

رئيسا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	
مقررا ومشرفا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	د. الوافي راجح
ممتحنا	جامعة محمد بوضياف - المسيلة	

السنة الجامعية 2023/2022م



إهداء

إلى صاحب السيرة العطرة والفكرة المستنيرة إلى من كان له الفضل الأول
في بلوغي التعليم العالي (والدي الحبيب) أطال الله في عمره
إلى من وضعتني على طريق الحياة وجعلتني رابطة الجأش وراعتني حتى
صرت كبيرة (أمي الغالية) أطال الله في عمرها
إلى إخوتي من كان لهم بالغ الأثر في الكثير من العقبات والصعاب
إلى الذين بددوا لي وحشه الطريق .. وملئوا حياتي حبا وأملا وعطاء أحبتي
وأصدقائي
إلى من شاركتني حلو هذه المذكرة ومرها
إلى كل الزميلات في قسم علوم التسيير بدون استثناء
إلى أساتذة قسم العلوم التسيير
إليكم اهدي ثمرة جهدي

إيناس

إهداء

اهدي ثمرة جهدي المتواضع إلى قرة العين إلى من جعلت الجنة تحت
قدميها إلى التي وهبتني كل شيء
إلى أعلى إنسان أُمي الغالية حفظها الله
إلى الرجل العظيم صاحب الصبر الجميل الذي أفنى حياته من أجل تعليمي
إلى اعز إنسان أبي العزيز حفظه الله
إلى من هم د عمي وسندي في هذه الحياة
إلى من لولا وجودهم لا طعم الحياة
إلى جميع عائلتي
إلى كل ما لم تحمل أسمائهم مذكرتي ولم تنساهم ذاكرتي
محببتكم في الله ..
إلى كل الزميلات في قسم علوم التسيير بدون استثناء
إلى أساتذة قسم العلوم التسيير
إليكم اهدي ثمرة جهدي

شهيلاز

كلمة شكر

شكرا لله ونحمده حمدا كثيرا على هذه النعمة الطيبة والنافعة لنعمة العلم

والبصيرة.

إلى كل من مد لي يد المساعدة وساهم في تذليل ما واجهتني من صعوبات

وأخص بالذكر:

الدكتور المشرف " الوافي راجح " والذي لم يبخل علينا بتوجيهاته وإرشاداته

القيمة ونسأل الله أن يجعله في ميزان حسناته مع أمنياتي له بدوام الصحة

والعافية

كما أتقدم بالشكر والاحترام والتقدير للسادة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة.

ولا يفوتني أن أتوجه بالشكر والتقدير

فشكرا لكم جميعا .

ملخص

هدفت الدراسة إلى معرفة أثر استخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، ولبلوغ هذا الهدف تناولنا في الجانب النظري جملة من المفاهيم المحيطة بالموضوع والتي ارتبطت بجودة الخدمات الإلكترونية المقدمة للزبون من خلال آراء عينة من مستخدميها، بلغت عينة الدراسة 50 مفردة، اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي واستخدمت هذه الاستبانة كأداة رئيسية في جمع البيانات والمعلومات؛ أظهرت نتائج الدراسة وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لاستخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، حسب إجابات أفراد عينة الدراسة، كما توصلت الدراسة لوجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية لمختلف أبعاد استخدام تطبيق بريدي موب (بعد سهولة الاستخدام، بعد تصميم الموقع، بعد السرعة والاستجابة، بعد السرية والأمان) على جودة الخدمات المقدمة للزبون.

الكلمات المفتاحية: تطبيق بريدي موب، الخدمات الإلكترونية، الخدمات المقدمة للزبون.

Abstract

The study aimed to know the effect of using the postal mob application on the quality of services provided to the customer, and to achieve this goal, we dealt in the theoretical aspect with a number of concepts surrounding the topic, which were related to the quality of electronic services provided to the customer through the opinions of a sample of its users. The descriptive method was used, and this questionnaire was used as a main tool in collecting data and information.

The results of the study showed that there is a statistically significant positive effect of using the Braidymob application on the quality of services provided to the customer, according to the answers of the study sample members. Speed and response, after confidentiality and security) on the quality of services provided to the customer.

Keywords: Braidymob application, electronic services, services provided to the customer.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
I	إهداء
III	كلمة شكر
IV	ملخص
V	فهرس المحتويات
VIII-VII	فهرس الجداول والأشكال
أ-ز	مقدمة
الفصل الأول جودة الخدمات الإلكترونية	
9	تمهيد
10	المبحث الأول: أساسيات حول الجودة الشاملة
10	المطلب الأول: تعريف الجودة الشاملة وأهميتها
12	المطلب الثاني: أسس وأهداف تطبيق إدارة الجودة الشاملة
15	المطلب الثالث: مبادئ تطبيق إدارة الجودة الشاملة
17	المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمة
17	المطلب الأول: تعريف جودة الخدمة وأهميتها وخصائها
19	المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة
22	المطلب الثالث: أساليب جودة الخدمة
26	المبحث الثالث: أثر جودة الخدمات الإلكترونية على برنامج بريدي موب
26	المطلب الأول: مفهوم الخدمة الإلكترونية وخصائها
28	المطلب الثاني: أنواع الخدمات الإلكترونية ومجالاتها
30	المطلب الثالث: التطبيق الإلكتروني بريدي موب
30	المطلب الرابع: مدى تأثير رضا الزبائن بجودة الخدمات الإلكترونية
34	خلاصة
الفصل الثاني الدراسة الميدانية	
36	تمهيد
37	المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة بريد الجزائر
37	المطلب الأول: تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر وخدماتها
38	المطلب الثاني: المديرية الولائية لبريد الجزائر - مسيلة

40	المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمكتب الرئيسي بالمسيلة
42	المطلب الرابع: عمليات الدفع الإلكتروني على مستوى تطبيق بريدي موب
44	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
44	المطلب الأول: تجهيز البيانات
49	المطلب الثاني: المنهج العلمي المعتمد، مجتمع وعينة الدراسة
52	المطلب الثالث: أداة الدراسة
57	المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات
57	المطلب الأول: نتائج الدراسة الميدانية
65	المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة. (Test of Hypothèses)
71	خلاصة
73	الخاتمة
77	قائمة المراجع
83	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
44	درجات مقياس ليكرت الخماسي	01
45	ترميز إجابات عينة الدراسة	02
45	تكوين متغيرات الدراسة	03
47	نتائج اختبار Shapiro-Wilk	04
49	توزيع أفراد العينة حسب الجنس	05
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	06
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	07
51	توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة استخدام تطبيق بريدي موب	08
52	المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط	09
53	الاتساق الداخلي لعبارات بعد سهولة الاستخدام	10
53	الاتساق الداخلي لعبارات بعد تصميم الموقع	11
54	الاتساق الداخلي لعبارات بعد سرعة الاستجابة	12
55	الاتساق الداخلي لعبارات بعد السرية والأمان	13
56	نتائج اختبار ألفاكرونباخ لبيانات الدراسة	14
56	العبارات المتعلقة ببعده سهولة الاستخدام	15
58	العبارات المتعلقة ببعده تصميم الموقع	16
59	العبارات المتعلقة ببعده سرعة الاستجابة	17
61	العبارات المتعلقة ببعده السرية والأمان	18
62	ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريدي موب	19
63	نتائج اختبار t ستودنت للفرضية الرئيسية للدراسة	20
64	نتائج اختبار t ستودنت للفرضية الفرعية الأولى للدراسة	21
65	نتائج اختبار t ستودنت للفرضية الفرعية الثانية للدراسة	22
66	نتائج اختبار t ستودنت للفرضية الفرعية الثالثة للدراسة	23
67	نتائج اختبار t ستودنت للفرضية الفرعية الرابعة للدراسة	24

فهرس الأشكال

الصفحة	العنوان	الرقم
ج	نموذج الدراسة	01
12	أهمية إدارة الجودة الشاملة	02
15	أهداف إدارة الجودة الشاملة	03
19	خصائص جودة الخدمة	04
20	الأبعاد الثلاث لجودة الخدمة	05
22	أهم الأبعاد لجودة الخدمة	06
29	مجال الخدمات الالكترونية	07
41	الهيكل التنظيمي للمكتب الرئيسي بالمسيلة	08
46	كشف البيانات الشاذة	09
47	توزيع بيانات الدراسة	

مقدمة

أولاً: مقدمة

أصبحت معظم المؤسسات تستخدم الانترنت ومصادر المعلومات في توزيع المنتجات والخدمات على الزبائن وتسعى لمواكبة التطورات الحاصلة على مستوى المعاملات والخدمات الالكترونية. فالتطورات الحاصلة على مستوى الخدمات الالكترونية على المستوى العالمي وتزايد حدة المنافسة وتزايد خبرات المتسوقين إلكترونياً، فإن إدراك وفهم الشركات للخصائص المميزة للسكان في المنطقة وعاداتهم الشرائية قد أصبح هو الأكثر أهمية بالنسبة لشركات التجارة والخدمات الالكترونية حيث حتم على الشركات في قطاع الخدمات مواكبة هذه التطورات وتقديم خدمات الكترونية عبر الانترنت ذات جودة وكفاءة عالية، من خلال التركيز على أهم متطلباتها لإرضاء الزبائن وكسب ولائهم، خاصة في ظل الثورة المعلوماتية والتكنولوجية.

ولعل الحديث في هذا السياق يقودنا للخوض في إسقاط المعادلة على مؤسسة البريد بالجزائر، التي تعنى تقديم الخدمات المالية والبريدية وتعتمد إلى تحسين وتحديث خدماتها، وفي الوقت الذي أصبحت فيه أساليب التنظيم وطرق الإنتاج متجددة واحتلت فيها المعلومة والمعرفة مكانة هامة لتحقيق النقلة النوعية وضمان الجودة والسير الحسن، فاستحداث مؤسسة بريد الجزائر لتطبيقات الإلكترونيات من شأنه أن يؤسس لتلك المعالم، وهذا ما يقودنا للحديث عن واحد من تلك التطبيقات وهو تطبيق بريدي موب الذي أطلقته لتمكين الزبائن والمشاركين من حصولهم على خدمات البريد في أي وقت وأي مكان دون اللجوء إلى المراكز سعياً لتغيير نظم التعامل وتطويرها.

ثانياً: الإشكالية:

يعتبر التطبيق الإلكتروني بريدي موب من التطبيقات الإلكترونية التي أطلقتها مؤسسة بريد الجزائر، والذي يمكن تنزيله من متجر بلاي ستور Play stor على الهواتف الذكية، فهو يعد من التقنيات الجديدة التي تمكن من تنفيذ المعاملات المالية المختلفة ومتابعتها عبر الهاتف المحمول، ونتيجة للتطور التكنولوجي لاسيما في ميدان الاتصال كان حتماً على قطاع البريد والمواصلات أن يساير هذه التحولات.

ومن هذا المنطلق يمكن بلورة الإشكالية كالتالي:

ما أثر استخدام برنامج بريدي موب من وجهة نظر عينة من مستخدميه؟

وينطوي السؤال الرئيسي أعلاه على الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ماهي المرتكزات الأساسية لتحسين الخدمة العمومية من خلال تطبيق الإدارة الإلكترونية؟
- 2- ما هو واقع استخدام تقنيات الإدارة الإلكترونية في مؤسسة بريد الجزائر لولاية المسيلة؟
- 3- كيف يؤثر واقع استخدام تقنيات الإدارة الإلكترونية في مؤسسة بريد الجزائر على خدمة الزبائن من وجهة نظر عينة الدراسة؟

4- هل يوجد اثر لبرنامج بريد موب لبعء سهولة الاستخدام على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه؟

5- هل يوجد اثر لبرنامج بريد موب لبعء تصميم الموقع على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه؟

6- هل يوجد اثر لبرنامج بريد موب لبعء على سرعة الاستجابة على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه؟

7- هل يوجد اثر لبرنامج بريد موب لبعء السرية والامان على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه؟

ثالثا: فرضيات الدراسة

كإجابة مبدئية على الأسئلة السابقة الذكر قمنا بصياغة مجموعة من الفرضيات سنقوم باختبار صحتها من خلال هذه الدراسة وهي:

الفرضية الرئيسية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$)

وتتفرع عن الفرضية الرئيسية الفرضيات الفرعية الآتية:

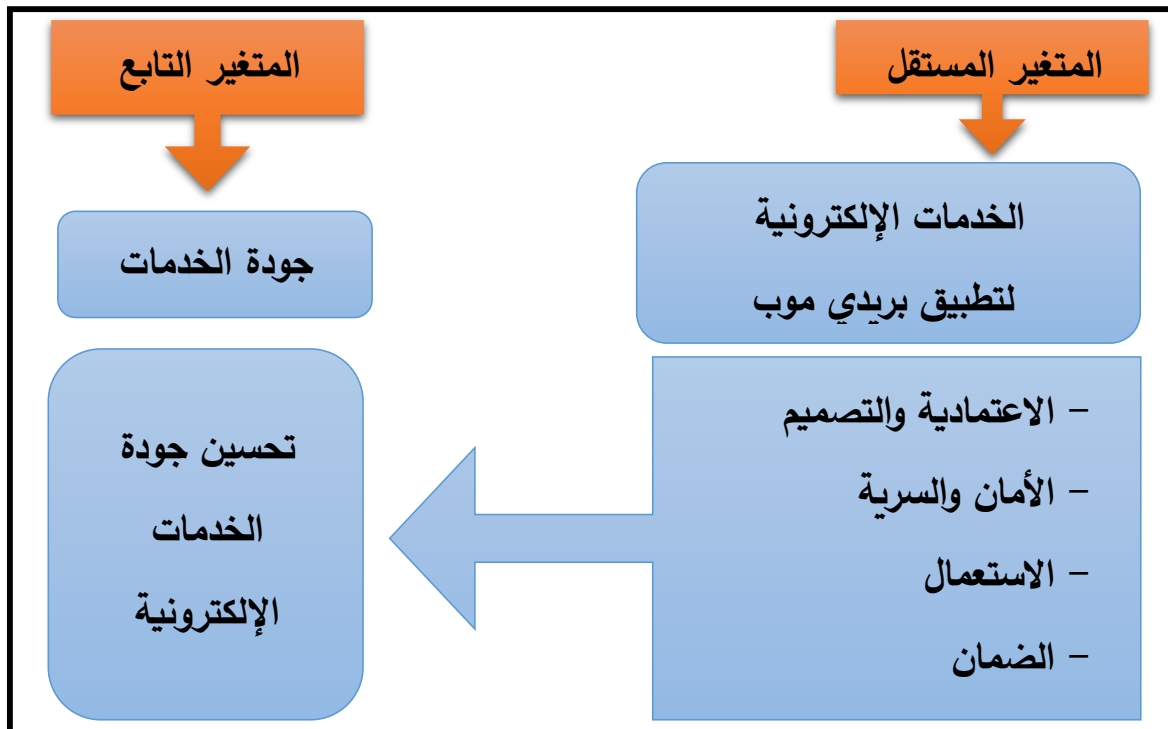
1- يوجد أثر لبرنامج بريدي موب لبعء سهولة الاستخدام على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه.

2- يوجد أثر لبرنامج بريدي موب لبعء تصميم الموقع على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه.

3- يوجد أثر لبرنامج بريدي موب لبعء على سرعة الاستجابة على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه.

4- يوجد أثر لبرنامج بريدي موب لبعء السرية والامان على جودة الخدمة المقدمة للزبون من وجهة نظر عينة من مستخدميه.

رابعاً: الشكل رقم (1): يوضح نموذج الدراسة:



خامساً: أهمية البحث:

- تكمن أهمية الدراسة في كونها تسلط الضوء على موضوع في غاية الأهمية تطبيق بريد موب للخدمات الإلكترونية وأثره على رضا وولاء الزبون.
- تزايد أهمية استخدام برنامج بريدي موب للخدمات الإلكترونية ودورها في تقديم الخدمة وتلبية حاجات ورغبات الزبائن المتزايدة والمختلفة.
- الاهتمام المتزايد من قبل مختلف المؤسسات على المستوى الوطني والمحلي في إدخال خدمات ووسائل الدفع الإلكترونية الحديثة في أعمالها.

سادساً: أهداف الدراسة:

- إبراز أهمية إدخال الخدمات الإلكترونية في مؤسسة بريد الجزائر بالمسيلة.
- إبراز الأهمية التي يكتسبها رضا وولاء الزبون في المؤسسات تماشياً مع التطور التكنولوجي الحديث.
- الدور الذي يلعبه تطبيق بريدي موب الاهتمام بتطوير الخدمات الإلكترونية التي يقدمها وزيادة كفاءتها وفعاليتها.

سابعاً: أسباب اختيار الموضوع:

تم اختيار الموضوع لمبررات موضوعية وذاتية نذكرها كما يلي:

1- أسباب موضوعية: وتتمثل في:

- إبراز أهمية استعمال برنامج بريدي موب في جميع الخدمات الإلكترونية.

- إبراز الأهمية التي يكتسبها برنامج بريدي موب لدى المستخدمين.
- إبراز استخدامات برنامج بريد موب في المعاملات المالية.

2- أسباب ذاتية:

- الرغبة الشخصية في دراسة هذا الموضوع والتعرف على أهم المفاهيم المتعلقة به.
- كون أن الموضوع يدخل في تصميم تخصصي.
- الإعجاب بالموضوع وملاسته للواقع المعاش يوميا.

ثامنا: المنهج المستخدم

تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي لتحقيق أهداف الدراسة الذي يتلاءم مع طبيعة الموضوع، حيث تم استغلال المعلومات لوصف موضوع الدراسة، ثم التوجه إلى ميدان الدراسة وجمع البيانات الخاصة بالمؤسسة، كما إعتدنا على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع المعلومات والبيانات، وبعد تحكيمه من طرف الأساتذة قمنا بتوزيعها على العينة المستهدفة، مقارنة بالمعايشة الميدانية في المؤسسة المبحوثة للإطلاع على كيفية تأثير استخدام برنامج بريدي موب على للزبون، والتعرف على جودة الخدمات المقدمة ومدى تأثيرها على تطبيق بريدي موب.

تاسعا: حدود الدراسة:

الحدود الزمانية: تم إنجاز الدراسة في الفترة المحدد لإنجاز المذكرات من طرف إدارة الكلية الممتدة من يوم: 2023/03/25 إلى غاية يوم: 2023 /06 /06.

الحدود المكانية: تمثلت الحدود المكانية للدراسة في مؤسسة بريد الجزائر بالمسيلة.

عاشرا: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: عبد الجليل طواهرير، جمال الهوارى، قياس أثر الخدمات الالكترونية على رضا الزبون دراسة ميدانية مؤسسة بريد الجزائر، دورية علمية محكمة تعنى بمجال المكتبات والمعلومات العدد 35، 2014) جامعة زيان عاشور بالجلفة- الجزائر. حيث استند الباحث في دراسته هذه على جملة من الفرضيات:

- يختلف تقييم جودة الخدمة الالكترونية المقدمة من قبل موقع المؤسسة من طرف مستعملي الموقع.
- لا تؤثر ابعاد جودة الخدمة الالكترونية مجتمعة على رضا المستعملين.

هدفت الدراسة الى:

- التعرف على مفهوم جودة الخدمة الالكترونية، باعتباره مفهوما حديثا.
- تقييم جودة الخدمات الالكترونية من وجهة نظر المستعملين وتحديد أثر ابعادها عليهم تطبيق النموذج العلمي لقياس جودة المواقع الالكترونية Netqual.
- إدراك أثر ابعاد جودة الخدمات الالكترونية المقدمة على رضا المستعملين.

من النتائج المتوصل اليها من خلال هذه الدراسة:

- ان السبب الرئيسي لعدم معرفة الخدمات الالكترونية الموجودة عبر الموقع الالكتروني للمؤسسة هو ضعف السياسة الاتصالية للمؤسسة بصفة عامة.

- ان أكثر الخدمات طلبا من بين الخدمات الالكترونية للمؤسسة هي معرفة الرصيد، والخدمة التي يأمل اغلب المستعملين الحصول عليها مستقبلا هي خدمة التحول الالكتروني.

- أظهرت نتائج الاستبيان ان هناك علاقة طردية متوسطة بين ابعاد جودة الخدمة الالكترونية المقترحة مجتمعة ورضا المستعملين عن جودة هذه الخدمات.

- من اجل رفع مستوى الرضا لدى مستعمل الخدمات الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر ومن خلال تحسين جودة الخدمات المقدمة عبر الموقع الالكتروني للمؤسسة تقترح ما يلي:

- تفعيل عرض الخدمة الالكترونية بطريقة أكثر جديّة عن طريق التسهيل في كيفية الوصول لخدمات الموقع بواسطة التسريع في تسليم كلمة السر للمستعملين هذا وقد تمكن هذه التوصية في ضوء وجود المنافسة المستقبلة على ميزة تنافسية أطلقنا عليها في القسم النظري بالمنافسة من خلال التركيز على السرعة في التسليم.

- دعم الموقع بدليل متعدد الوسائط (صوت، صورة) لكيفية استعمال الخدمات المتواجدة به.

- ضرورة الاستفادة من تجارب الدول المجاورة منها خاصة كتونس والمغرب والتي كان لها السبق تطوير خدمات الالكترونية عبر بريد كل من الدولتين يرقى لمصاف الخدمات المقدمة في الدول المتقدمة.

- ضرورة تطوير الاتفاقيات المشتركة بين المؤسسة والمؤسسات الاقتصادية الأخرى كشركة الكهرباء الجزائرية سونلغاز وشركة موبيليس وشركة اتصالات الجزائر عن طريق ربط المؤسسة بشبكات هذه المؤسسات وتقديم خدمات الدفع للمستعملين عن طريق الانترنت ومباشرة من الحساب البريدي الجاري، أي التحول الرقمي وهو الأمر المعمول به في العديد من الدول.

الدراسة الثانية: وسيم إسماعيل الهابيل، احمد عبد الكريم السر، جودة الخدمات الالكترونية وتأثيرها على الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة من وجهة نظر الطلبة، مجلة جامعة الأقصى (سلسلة العلوم الإنسانية) المجلد الحادي والعشرون، العدد الأول، 2017. جامعة الأقصى - فلسطين.

حيث استند الباحث في دراسته هذه على جملة من الفرضيات:

- هناك علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a > 0.05$) بين جودة الخدمات الالكترونية والميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($a > 0.05$) لجودة الخدمات الالكترونية في الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات اراء المبحوثين حول جودة الخدمات الالكترونية والميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة تعزى للخصائص الشخصية (الجنس، المستوى، الجامعة).

هدفت الدراسة إلى:

- بيان أهمية جودة الخدمات الالكترونية تأثيرها على تحقيق الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية دراسة مدى جودة الخدمات الالكترونية المقدمة في الجامعات الفلسطينية وتحديد مستوى التنافسية للجامعات

- تقديم التوصيات والمقترحات اللازمة للجامعات حول جودة الخدمات الالكترونية بهدف زيادة قدرتها التنافسية.

- تحديد المعايير التي تواجه تطبيق الخدمات الإلكترونية في الجامعات الفلسطينية
ومن أهم النتائج المتوصل إليها في هذه الدراسة:

- مستوى توفر جودة الخدمات الإلكترونية لدى الجامعات الفلسطينية 70.97%
 - بينت نتائج الدراسة مدى مساهمة الأبعاد الأربعة (شكل) وتصميم الموقع الإلكتروني، سهولة الاستخدام، شمولية وكفاية المعلومات، سرعة الاستجابة
 - مستوى توفر الميزة التنافسية لدى الجامعات الفلسطينية 68.34%
 - الميزة التنافسية لدى الجامعة الإسلامية كانت أعلى ثم جامعة فلسطين ثم جامعة الأقصى
 - الجامعات تقدم خدمات الإلكترونية بصورة آمنة.
 - يوجد قصور في توفير التواصل بين الطالب والمحاضر عبر الموقع.
 - يوجد علاقة ارتباطية قوية بين الخدمات الإلكترونية والميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية
- قطاع غزة معامل الارتباط يساوي 0.803.

الدراسة الثالثة: عقوني لخضر وبلخيري فاطمة، مساهمة تكنولوجيا المعلومات الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا covid-19 دراسة تطبيق بريدي موب لبريد الجزائر، مجلة إدارة الأعمال والدراسات الاقتصادية، مجلد 07، العدد 02، 2012) جامعة زيان عاشور بالجلفة- الجزائر. حيث استند الباحثان في دراسته هذه على جملة من الفرضيات:

- لا توجد علاقة أثر ذات دلالة احصائية عند $\alpha \leq 0.05$ لاستعمال تطبيق بريدي موب والالتزام الوقاية والبقاء بالمنزل.
- لا توجد علاقة أثر ذات دلالة احصائية عند $\alpha \leq 0.05$ لاستعمال تطبيق بريدي موب والحد من الاكتظاظ داخل مكاتب البريد والمؤسسات الأخرى.
- لا توجد علاقة أثر ذات دلالة احصائية عند $\alpha \leq 0.05$ لاستعمال تطبيق بريدي موب والحد من انتشار الوباء.

هدفت الدراسة الى:

- ان استخدام تكنولوجيا التطبيقات الإلكترونية ساهم في تقليل الاحتكاك والتعامل المباشر الى حد معين.
 - ساهم استخدام هذه التطبيقات في الحد من تبادل النقود التي قد تكون حاملة للوباء وبالتالي منع انتقال العدوى.
 - شجعت هذه التطبيقات البقاء بالمنزل وبالتالي تطبيق الحجر المنزلي.
 - كسر الحاجز النفسي الذي كان لدى الزبائن حول استخدام هذه التطبيقات الإلكترونية.
 - شجعت هذه الازمة مؤسسة بريد الجزائر على تبني استخدام تكنولوجيا التطبيقات الإلكترونية وطرحها للزبائن
- من النتائج المتوصل إليها من خلال هذه الدراسة:

نرفض الفرضيات الصفرية H0 المتعلقة بجميع المتغيرات ونقبل الفرضيات البديلة H1 التي تنص على انه:

- _ توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية، $\alpha \leq 0.05$ بين المتغير المستقل Baridimob وبعد الالتزام بإجراءات الوقاية والبقاء بالمنزل لدى مستعملي تطبيق بريدي موب بالجلفة".
- _ توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية، $\alpha \leq 0.05$ بين المتغير المستقل Baridimob وبعد الحد من الاكتظاظ داخل المكاتب لدى مستعملي تطبيق بريدي موب بالجلفة".
- _ توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية، $\alpha \leq 0.05$ بين المتغير المستقل Baridimob وبعد الوقاية من انتشار الفيروس لدى مستعملي تطبيق بريدي موب بالجلفة".
- والتالي نقول انه توجد علاقة تأثير موجبة ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية، $\alpha \leq 0.05$ بين التطبيقات الإلكترونية بريدي موب، وأبعاد الوقاية من جائحة كورونا.

الفصل الأول

جودة الخدمات الإلكترونية

تمهيد:

لقد اهتم الكثير من الباحثين والمهتمين بالأنشطة الخدمية بتحديد مؤشرات يعتمد عليها في الحكم على جودة الخدمة الإلكترونية المقدمة، وإبراز أهميتها النسبية من وجهة نظر الزبون كما توصلت العديد من الدراسات إلى تحديد نماذج لتقييم جودة الخدمة الإلكترونية تمكن إدارة المؤسسة من التعرف على درجة رضا الزبون على ما يقدم إليه من الخدمات والوقوف على جوانب القصور فيها، وبالتالي العمل على تحسين وتطوير جودة هذه الخدمات.

حيث تتمحور دراستنا خلال هذا الفصل على:

المبحث الأول: أساسيات حول الجودة الشاملة

المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمة

المبحث الثالث: أثر جودة الخدمات الإلكترونية على برنامج بريدي موب

المبحث الأول: أساسيات حول الجودة الشاملة

إن إدارة الجودة الشاملة عبارة عن نموذج متكامل يسعى إلى تحسين الجودة باستمرار، كما يعبر عن توجه عام يسيطر على فكر المسيرين في المؤسسات، حيث أصبحت معياراً من معايير تقييم الإدارة والحكم على فعاليتها وكفاءتها. وسنتطرق في هذا المبحث إلى ثلاث مطالب:

المطلب الأول: تعريف الجودة الشاملة وأهميتها.

المطلب الثاني: أسس وأهداف تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

المطلب الثالث: مبادئ تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

المطلب الأول: تعريف الجودة الشاملة وأهميتها

أولاً: مفهوم الجودة الشاملة

يعد مفهوم إدارة الجودة الشاملة "فلسفة إدارية عصرية تركز على عدد من المفاهيم الإدارية الحديثة الموجهة التي يستند إليها في المزج بين الوسائل الإدارية الأساسية والجهود الابتكارية وبين المهارات الفنية المتخصصة من أجل الارتقاء بمستوى الأداء والتحسين والتطوير المستمرين، وقد بدأت في تطبيقه العديد من المنظمات الإدارية لتحسين وتطوير نوعية خدماتها وإنتاجها والمساعدة في مواجهة التحديات الصعبة، وكسب رضا الجمهور".

(عزاز، 1ع، 2020، ص 15)

الجودة الشاملة: يقصد بها البحث عن الجودة في جميع مظاهر العمل أي ابتداء من التعرف على احتياجات المستفيد إلى غاية تقييم الرضا عن المنتج المقدم.

من خلال ما سبق يمكن القول بأن مفهوم إدارة الجودة الشاملة بالرغم من اختلاف الكثير من الباحثين والكتّاب حول تعريف محدد لها، إلا أنهم اتفقوا على إبراز العديد من الجوانب الأساسية فيها، ومن أبرز هذه التعاريف ما يلي:

– **عرفها معهد الجودة الفيدرالي الأمريكي بأنها:** "تأدية العمل الصحيح على نحو صحيح من الوهلة الأولى مع الاعتماد على الاستفادة بتقويم المستفيد في معرفة مدى تحسن الأداء". (شاكرا مجيد، 2015، ص 24)

– **عرفت بأنها:** "جهد شامل ذو تنظيم واسع لتحسين جودة السلع والخدمات في كل المنظمات الصغيرة والكبيرة في مجال التصنيع والخدمات الهادفة للربح وغير الهادفة للربح" (محمد العلي، 2000، ص 495)

– **عرفها Edwarde W deming بأنها:** "طريقة الإدارة المنظمة، تهدف إلى تحقيق التعاون والمشاركة المستمرة من العاملين بالمنظمة من أجل تحسين السلعة أو الخدمة والأنشطة التي تحقق رضا العملاء وسعادة العاملين ومتطلبات المجتمع". (مدحت، 2008، ص 64)

– **أما معهد المقاييس البريطاني فعرف إدارة الجودة الشاملة بأنها:** " فلسفة إدارية تشمل كافة نشاطات المنظمة التي من خلالها يتم تحقيق احتياجات وتوقعات العميل والمجتمع، وتحقيق أهداف المنظمة بكفاءة الطرق وأقلها تكلفة عن طريق الاستخدام الأمثل لطاقت جميع العاملين بدافع مستمر للتطوير. (شاكرا مجيد، 2015، ص 25)

– عرفها **Stephen Cohen et Ronald Brand** بأنها: " التطوير والمحافظة على إمكانية المنظمة من أجل تحسين الجودة وبشكل مستمر والإيفاء بمتطلبات المستفيد وتجاوزها وكذلك البحث عن الجودة وتطبيقاتها في أي مظهر من مظاهر العمل بدءا بالتعرف على احتياجات المستفيد وإنهاءا بمعرفة مدى رضا المستفيد عن الخدمات والمنتجات المقدمة له." (الصيرفي، 2006، ص142)

من خلال التعاريف السابقة نخلص إلى أن إدارة الجودة الشاملة هي:

فلسفة إدارية حديثة تأخذ شكل ونهج إداري شامل مبني على أساس رضا العميل، وذلك من خلال التحسين المستمر للمنتجات والخدمات والإجراءات والتزام عاملها بترشيد الأعمال حتى تكون قادرة على تحقيق حاجات ورغبات وتوقعات الزبائن أو ما يفوق هذه الحاجات والرغبات والتوقعات.

ثانيا: أهمية إدارة الجودة الشاملة

تسعى إدارة الجودة الشاملة إلى خلق ثقافة متميزة تركز على تضافر جهود جميع أفراد المنظمة لتلبية حاجات وإشباع رغبات الزبائن بأقل تكلفة وجهد ووقت، فهي فلسفة جديدة لإدارة منظمات الأعمال حيث تعمل على تحفيز القدرات وقابلية أفراد المنظمة لتحقيق التحسين المستمر لجودة المنتج، وزيادة كفاءة وفاعلية المؤسسة وخلق ميزة تنافسية وبالتالي بقاءها واستمرارها، وهذا يشير بوضوح إلى أن إدارة الجودة الشاملة أصبحت ذات أهمية واسعة للمنظمات يمكن إجمالها في النقاط التالية:

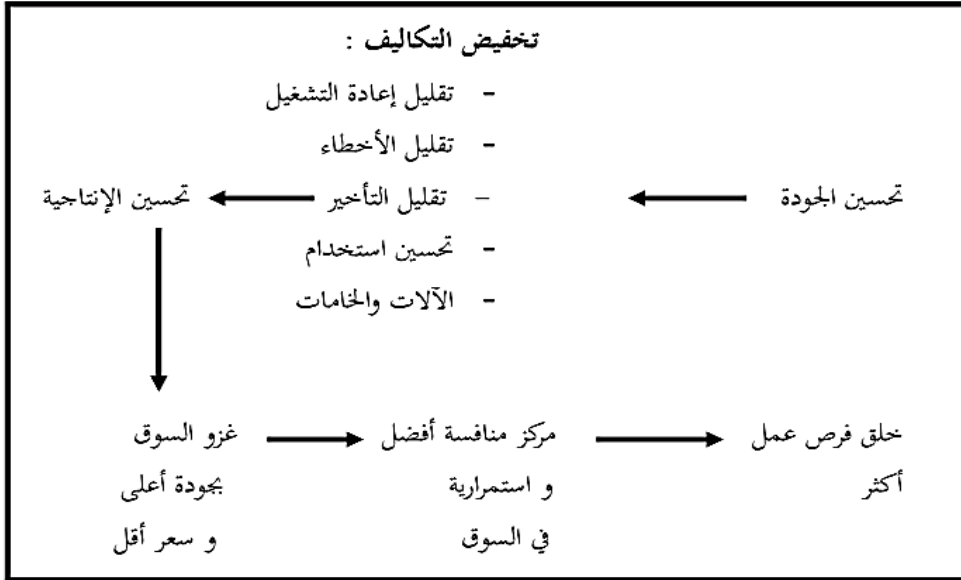
- يؤدي نظام إدارة الجودة الشاملة إلى تخفيض التكلفة وزيادة الربحية.
- تؤدي الجودة إلى رضا المستهلك.
- يحقق نظام إدارة الجودة ميزة تنافسية وعائدا مرتفعا.
- أصبح تطبيق إدارة الجودة الشاملة ضروريا للحصول على بعض الشهادات الدولية للجودة.
- تنمية الشعور بوحدة المجموعة وعمل الفريق والثقة المتبادلة بين الأفراد، بالإضافة إلى الشعور بالانتماء في بيئة العمل.
- إعطاء السمعة الطيبة للمنظمة في نظر العملاء الخارجيين.

هذا وقد تمكنت بعض المنظمات من تحقيق عدة فوائد إيجابية كنتيجة مباشرة لتطبيقها لإدارة الجودة الشاملة، ومنها انخفاض نسبة التسرب الوظيفي، والغياب عن العمل، وانخفاض نسبة الإجازات المرضية وإصابات العمل. (بوخلوة، 2016، ص 11)

كما أن أهمية إدارة الجودة الشاملة تأتي من كونها منهج شامل للتغيير، أبعد من كونها نظاما يتبع أساليب مدونة وبشكل إجراءات وقرارات، حيث أن الالتزام بها من قبل أي منظمة يعني إقبالها على تغيير سلوكيات أفرادها اتجاه مفهوم الجودة، ومن ثم تطبيقه، وذلك يعني أن المنظمة بانت تنظر إلى أنشطتها ككل متكامل، بحيث تؤلف الجودة المحصلة النهائية جهود وتعاون الزبائن الداخليين والخارجيين، كما أن أهميتها لا تنعكس على تحسين العلاقات التبادلية بين الموردين والمنتجين فحسب، بل تعمل على تحسين الروح المعنوية بين العاملين، تنمية روح

الفريق، والإحساس بالفخر والاعتزاز حينها تتحسن سمعة المؤسسة. والشكل التالي يوضح أهمية إدارة الجودة الشاملة:

الشكل رقم (2): يوضح أهمية إدارة الجودة الشاملة



المصدر: علي السلمي السياسات الإدارية في عصر المعلومات، دط، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، دس، ص 299. من خلال الشكل السابق تظهر أهمية إدارة الجودة الشاملة في تحسين الجودة التي تتحقق من خلال تخفيض التكاليف المتمثلة في تقليل الأخطاء والتقليل في إعادة التشغيل، وتقليل التأخير وكذا تحسين استخدام الآلات مما ينعكس ذلك على الإنتاجية فتتحسن، والتي بدورها تسمح للمؤسسة بغزو الأسواق بمنتجات ذات جودة أعلى وبسعر أقل، مما يكسبها مركز تنافسي أفضل و ضمان استمرارية في السوق، والذي يساعد على توفير وخلق مناصب عمل أكثر.

المطلب الثاني: أسس وأهداف تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

منذ أن انطلقت إدارة الجودة الشاملة حاول الباحثون بلورة الأهداف المراد تحقيقها، والأسس الواجب توفرها لتطبيق إدارة الجودة الشاملة.

أولاً: أسس إدارة الجودة الشاملة

من أهم الأسس التي ينبغي توفرها عند البدء بتطبيق منهجية إدارة الجودة الشاملة هي:

- **التركيز على العميل:** تقوم الجودة الشاملة على أساس أن استمرار ونجاح نشاطات المنشأة يعتمد إلى حد كبير على توافر احتياجات ومتطلبات العملاء ومحاولة تنفيذ توقعاتهم، حيث ان رضا العميل يعد الركيزة الأساسية والقاعدة المتينة التي يجب أن تنطلق منها طموحات المنشأة في المستقبل، إن نظام إدارة الجودة الشاملة يوسع مفهوم ودائرة العملاء لتشمل أيضا الموظفين العاملين داخل المنشأة ويعدهم عنصرا مهما وحيويا من عناصر مجموعة العملاء.

- **التحسين المستمر:** تؤكد فلسفة إدارة الجودة الشاملة على أهمية التحسين المستمر للمنشآت التي ترغب في عملية التطوير، ويرتكز هذا المبدأ على أساس فرضية مفادها ان العمل هو ثمرة سلسلة من الخطوات والنشاطات المترابطة والتي تؤدي إلى محصلة نهائية. (وصفي عقيلي، 1996، ص148)

- **التعاون الجماعي بدلا من المنافسة:** يركز نظام إدارة الجودة الشاملة على أهمية التعاون بين مختلف المستويات الإدارية في المنشأة بدلا من المنافسة بينهم، حيث أنه من خلال هذا التعاون تستطيع الأقسام معرفة احتياجات الأقسام الأخرى من موارد مالية وفنية وغيرها من المستلزمات المختلفة التي تساعد على دعم عملية التحسين المستمر للمنشأة.

- **الوقاية بدلا من التفتيش:** تنطلق فلسفة إدارة الجودة الشاملة من مبدأ أن الجودة عبارة عن ثمرة العملية الوقائية و ليست العملية التفتيشية ، ففي نظريات الإدارة التقليدية نجد أن مراقبة الجودة أو التفتيش على مستوى الخدمات و السلع يكون بعد عملية التصنيع أو تقديم الخدمة، هذه الطريقة التقليدية تستنزف الكثير من الطاقات البشرية والموارد المالية من أجل الكشف عن عيوب و أخطاء العملية الإنتاجية، أما في حالة تطبيق نظام إدارة الجودة الشاملة فإن ذلك سيؤدي إلى تقليص التكاليف وزيادة الإنتاجية لأن هذا النظام يحاول إدخال عنصر الوقاية في العملية الإنتاجية ومراقبة الانحرافات بأنواعها سواء كانت الانحرافات لأسباب عامة أو انحرافات لأسباب خاصة. (ستيفن، 1998، ص170)

- **المشاركة الكاملة:** تعد مشاركة كل فرد في العمل الجماعي من أهم النشاطات التي يجب التركيز عليها حيث تساعد في زيادة الولاء و الانتماء للمنشأة، إن العمل الجماعي عبارة عن أداة فعالة لتشخيص المشكلات وإيجاد الحلول المثلى لها من خلال الاتصال المباشر بين الأقسام المختلفة والاحتكاك المتواصل بين أفراد المنشأة الواحدة ، ومن أجل زيادة فعالية ذلك الاتصال يؤكد نظام إدارة الجودة الشاملة على أهمية استخدام أسلوب اللامركزية و الاتصالات الأفقية بدلا من أسلوب المركزية والاتصالات الرأسية، وذلك لدعم فكرة العمل الجماعي بين الأفراد في الأقسام المختلفة.

- **اتخاذ القرار بناء على الحقائق:** تمتاز المنشآت التي تطبق نظام إدارة الجودة الشاملة بأن قراراتها مبنية على حقائق وبيانات صحيحة وليست مجرد تكهنات فردية أو افتراضات أو توقعات مبنية على آراء شخصية، فليس بمقدور المنظمة إصدار القرارات الارتجالية المبنية على أساس ممكن أن تتجح في عالم يتغير بخطوات متسارعة، إن القرار الذي يتم التوصل إليه يجب أن يكون سريعا ودقيقا. (ستيفن، 1998، ص 170)

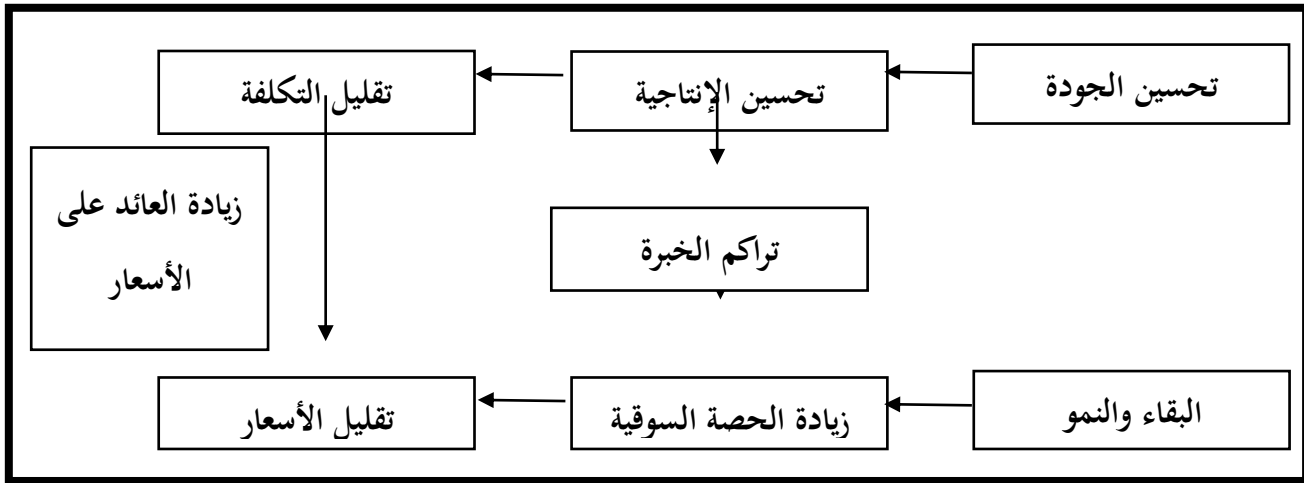
ثانيا: أهداف تطبيق إدارة الجودة الشاملة

إن الهدف الأساسي من تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات هو: " تطوير الجودة للمنتجات والخدمات مع إحراز تخفيض في التكاليف والإقلال من الوقت والجهد الضائع لتحسين الخدمة المقدمة للعملاء وكسب رضاهم."

هذا الهدف الرئيسي للجودة يشمل ثلاث فوائد رئيسية مهمة وهي: (السقاف، 1998، ص34)

- **خفض التكاليف:** إن الجودة تتطلب عمل الأشياء الصحيحة بالطريقة الصحيحة من أول مرة وهذا يعني تقليل الأشياء التالفة أو إعادة إنجازها وبالتالي تقليل التكاليف
- **تقليل الوقت اللازم لإنجاز المهمات للعميل:** فالإجراءات التي وضعت من قبل المؤسسة لإنجاز الخدمات للعميل قد ركزت على تحقيق الأهداف ومراقبتها وبالتالي جاءت هذه الإجراءات طويلة وجامدة في كثير من الأحيان مما أثر تأثيراً سلبياً على العميل.
- **تحقيق الجودة:** وذلك بتطوير المنتجات والخدمات حسب رغبة العملاء، إن عدم الاهتمام بالجودة يؤدي لزيادة الوقت لأداء وإنجاز المهام وزيادة أعمال المراقبة وبالتالي زيادة شكاوى المستفيدين من هذه الخدمات. وهذه جملة من أهداف وفوائد تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة:
 - خلق بيئة تدعم وتحافظ على التطوير المستمر.
 - إشراك جميع العاملين في التطوير.
 - متابعة وتطوير أدوات قياس أداء العمليات.
 - تقليل المهام والنشاطات اللازمة لتحويل المدخلات (المواد الأولية) إلى منتجات أو خدمات ذات قيمة للعملاء.
 - إيجاد ثقافة تركز بقوة على العملاء.
 - تحسين نوعية المخرجات.
 - زيادة الكفاءة بزيادة التعاون بين الإدارات وتشجيع العمل الجماعي.
 - تحسين الربحية والإنتاجية.
 - تعليم الإدارة والعاملين كيفية تحديد وترتيب وتحليل المشاكل وتجزئتها إلى أصغر حتى يمكن السيطرة عليها.
 - تعلم اتخاذ القرارات استناداً على الحقائق لا المشاعر.
 - تدريب الموظفين على أسلوب تطوير العمليات.
 - تقليل المهام عديمة الفائدة زمن العمل المتكرر.
 - زيادة القدرة على جذب العملاء والإقلال من شكاوهم.
 - تحسين الثقة وأداء العمل للعاملين.
 - زيادة نسبة تحقيق الأهداف الرئيسية للشركة.

يمكن تجسيد عملية تحقيق أهداف إدارة الجودة الشاملة من خلال سلسلة ديمنج في الشكل التالي:
الشكل رقم (3): يوضح أهداف إدارة الجودة الشاملة



المصدر: قاسم نايف علوان، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الأيزو 9001:2000، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط1، 2005، ص100.

المطلب الثالث: مبادئ تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

مبادئ مدخل إدارة الجودة الشاملة هي المراكز الأساسية التي يستند عليها التطبيق العملي لهذا المدخل في أية منظمة، ولقد وردت تحت عناوين مختلفة مثل أركان، عناصر، أساسيات، عوامل، وتباينت الدراسات والأبحاث حول عدد المبادئ التي يركز عليها تطبيق مدخل إدارة الجودة الشاملة، فالبعض يقلصها إلى خمسة مبادئ في حين البعض الآخر يوسعها إلى أكثر من عشرة مبادئ، ويمكن تفسير هذه الاختلافات حول عدد عناصر تطبيق مدخل إدارة الجودة الشاملة من خلال واحد أو أكثر من العوامل التالية:

- إن القيادات التي تحاول تطبيق مدخل إدارة الجودة الشاملة تعمل على خلق نماذج معدلة تتناسب مع حاجات منظماتهم وهو ما ينطبق على الباحثين الأكاديميين الذي تتباين اهتماماتهم بحسب المنظمات التي يقومون بدراساتها والبيئات التي تقع فيها تلك المنظمات وتقديراتهم لما يتناسب معها من تلك المبادئ.
- إن تباين عدد مبادئ مدخل إدارة الجودة الشاملة يرجع إلى تفصيل أو إدماج الدراسات لتلك المبادئ مما يجعل هذا الاختلاف في العدد فقط وليس في المحتوى الكلي للعناصر مجتمعة.
- أن الكثير من الدراسات المبكرة قد تناولت مبادئ إدارة الجودة الشاملة بالدراسة تبعا لإسهامات الرواد المتنوعة والمفصلة، وهو ما سارت عليه بعض الدراسات الجديدة بفعل تأثير التقليد وعدم الاستفادة من النماذج التطبيقية الحديثة التي حدث كثيرا من هذا التفاوت.

وبناء على ما تقدم فقد تم تحديد مبادئ إدارة الجودة الشاملة في هذه الدراسة على أساس الاستفادة من الاتجاهات الحديثة لإدارة الجودة الشاملة التي تأخذ بأسلوب دمج المبادئ حتى يحافظ على الترابط وعدم التشتت لهذه المبادئ، وحتى يساعد على التحليل الجزئي والكلّي لتأثير وعلاقات تلك المبادئ بالمتغير التابع، هذا من

جهة، ومن جهة أخرى مراعاة لتناسب هذه المبادئ مع طبيعة المؤسسة ميدان الدراسة. وفيما يلي عرض لأهم هذه المبادئ: (بوخلوة، 2016، ص 34)

– التزام الإدارة العليا بالجودة:

يعتبر التزام الإدارة العليا بتطبيق الجودة واحدا من المبادئ القليلة التي يتفق عليها الباحثون والمتخصصون في إدارة الجودة الشاملة، يقول ريمان مدير جائزة بالدريج للجودة الأمريكية: بأن مدخل إدارة الجودة الشاملة ينبع برمته من اهتمام والتزام القيادة في أي منظمة، ولقد كان ديمينغ يردد كثيرا أن الجودة تتم صناعتها في حجرة مجلس الإدارة، ويعتبر أن القائد الإداري هو المسؤول عن الجودة وليس أي شخص آخر، ولا يمكن تفويض شخص آخر في تحمل هذه المسؤولية. (لويد، 1997، ص 118)

وهناك عشرة التزامات للإدارة العليا اتجاه إدارة الجودة الشاملة والتي يجب تجسيدها سلوكيا وعمليا وهي:

- البحث عن فرص التحدي للتغيير والنمو والابتكار والتطوير.
- التجريب وتحمل المخاطر والتعلم من الأخطاء المصاحبة للتنفيذ.
- التخيل وتعظيم المستقبل.
- حث الآخرين من ذوي الرؤية المشتركة على التعبير عن آرائهم.
- تشجيع التعاون بالترويج للأهداف المشتركة وبناء الثقة.
- تقوية الآخرين بالاشتراك في المعلومات والسلطة وزيادة حريتهم في التعرف والرؤية الواضحة.
- إعطاء المثل للآخرين بالتصرف بطرق تتسق مع القيم المحددة التي تحملها.
- التخطيط للنجاحات الصغيرة التي تشجع على التقدم المستمر وتبني الالتزام.
- الاعتراف بمساهمات الأفراد في تحقيق النجاح لكل عملية من العمليات.
- الاحتفال بإنجازات فريق العمل بشكل منتظم. (ستيفن، 1998، ص 171)

المبحث الثاني: عموميات حول جودة الخدمة

تعد جودة الخدمة سلاحا تنافسيا مهما تستخدمه معظم المؤسسات لجذب الزبائن وتحقيق التميز والريادة في السوق لتأمين الاستمرارية والنمو. وسيتم في هذا المبحث التطرق على ثلاث مطالب أهمها:

المطلب الأول: تعريف جودة الخدمة وأهميتها وخصائها

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة

المطلب الثالث: أساليب جودة الخدمة

المطلب الأول: تعريف جودة الخدمة وأهميتها وخصائها

أولا: مفهوم جودة الخدمة:

ليس من السهل تحديد تعريف دقيق لجودة الخدمة لذا يسعى كل فرد إلى وضع وتحديد تعريف دقيق لها، إلا انه من الصعب أن يصلوا إلى تعبير علمي وحيد يتفق مع الآخرين (الدراركة، 2008، ص181)، لذلك سيتم عرض أهم هذه التعاريف بهدف الوصول إلى مفهوم عام لها على النحو التالي:

التعريف الأول: تعرف على أنها "جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة أي التي يتوقعها العملاء أو التي يدركونها في الواقع الفعلي وهي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك أو عدم رضانه وتعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية التي تريد تعزيز مستوى النوعية في خدماتها". (عبد المحسن، 2006، ص40)

التعريف الثاني: يعرف باديرو Badiro جودة الخدمة على أنها " مستوى متعادل لصفات تتميز بها الخدمة مبنية على قدرة المنظمة الخدمية واحتياجات العملاء، ويضيف أن مجموعة الصفات التي تحدد قدرة جودة الخدمة على إشباع حاجات العملاء هي مسؤولية كل مستخدم أو عامل في المنظمة". (ثابت، 2006، ص 291)

التعريف الثالث: يعرف Booms & Lewis أن جودة الخدمة هي " مفهوم يعكس مدى ملائمة الخدمة المقدمة بالفعل لتوقعات المتقدم للحصول على هذه الخدمة، أي أن تسليم الخدمة يعني جودة الخدمة هو المستفيد الفعلي منها". (خير الدين، 1997، ص 265)

التعريف الرابع: يعرفها عمر خير الدين على أنها " تطابق الخدمة الفعلية مع الخدمة المتوقعة". (الدراركة، 2008، ص194)

من خلال التعاريف السابقة يمكن تعريف جودة الخدمة على أنها هي القيام بإنتاج خدمة تعبر: عما يرغب فيه الزبون أو حتى ما يفوق توقعه فيها، وبذلك فهي تعكس ردود الفعل الايجابية اتجاه الخدمة التي تؤدي إلى تلبية متطلبات ورغبات الزبون وإشباع حاجاته وبالتالي تحقيق ما يطمح إليه.

ثانيا: أهمية جودة الخدمة:

لجودة الخدمة أهمية كبيرة بالنسبة للمؤسسات التي تهدف إلى تحقيق النجاح والاستقرار ففي مجال المنتجات السلعية يمكن استخدام التخطيط في الإنتاج وتصنيف المنتجات بانتظار العملاء لكن في مجال الخدمات فان العملاء والموظفين يتعاملون معا من اجل خلق الخدمة وتقديمها على مستوى، فعلى المؤسسات الاهتمام بالموظفين والعملاء معا، لذلك تكمن أهمية الجودة في تقديم الخدمة فيما يلي:

- نمو مجال الخدمة:

لقد تزايدت إعداد المنظمات التجارية التي تقدم الخدمات أكثر من أي وقت مضى، فعلى سبيل المثال نصف منظمات الأعمال يتعلق نشاطها بالخدمات إضافة إلى نمو المنظمات المتصلة بالخدمات مازال مستمرا بالتوسع.

- ازدياد المنافسة:

من المعلوم أن بقاء المنظمات يعتمد على حصولها على القدر الكافي من المنافسة، لذلك فان توفر جودة الخدمة في منتجات هذه المشاريع والخدمات يوفر لها العديد من المزايا التنافسية.

- الفهم الأكبر للعملاء:

أن تتم معاملتهم بصورة جيدة ويكرهون التعامل مع المنظمات التي تركز فقط على الخدمة فلا يكفي تقديم منتجات ذات جودة وسعر معقول بدون توفر المعاملة الجيدة والفهم الأكبر للعملاء.

- المدلول الاقتصادي لجودة خدمة العميل:

أصبحت المنظمات تحرص في الوقت الحالي على ضرورة استمرار التعامل معها وتوسيع قاعدة عملائها، وهذا يعني أن المنظمات يجب أن لا تسعى فقط إلى اجتذاب زبائن وعملاء جدد، ولكنه يجب عليها أن تحافظ على العملاء الحاليين ومن هنا تظهر الأهمية القصوى لجودة خدمة العملاء من اجل ضمان ذلك. (العلاق، الطائي 2002، ص 256)

ثالثا: الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة

بعد التطرق إلى تعريف جودة الخدمة وأهميتها نعرض في هذا المطلب أهم الخصائص الرئيسية لجودة الخدمة والمتمثلة في الخصائص الفنية والوظيفية بالإضافة إلى مجموعة من الأبعاد الأكثر تداولاً. تنقسم خصائص جودة الخدمة إلى قسمين رئيسيين هما:

- **الجودة الفنية:** تشير إلى الجوانب الكمية للخدمة بمعنى الجوانب التي يمكن أن تعبر عنها بشكل شخصي أي كمي ويتطلب هذا النوع من الجودة الاعتماد على مقدمي الخدمة ذوي الخبرات والمعارف المتميزة بالخدمات.

- **الجودة الوظيفية:** وتشير إلى الكيفية التي تتم فيها عملية نقل الجودة الفنية إلى المستفيدين من الخدمة أو الزبائن ويركز هذا النوع من المصادفة الخدمية والكيفية التي تقدم بها الخدمة وهي تتطلب التفاعل النفسي بين المنظمة وزبائنهم. (العلاق، الطائي، 2002، ص 256)

مواصفات جودة الخدمة: لجودة الخدمة أبعاد تتمثل في مايلي:

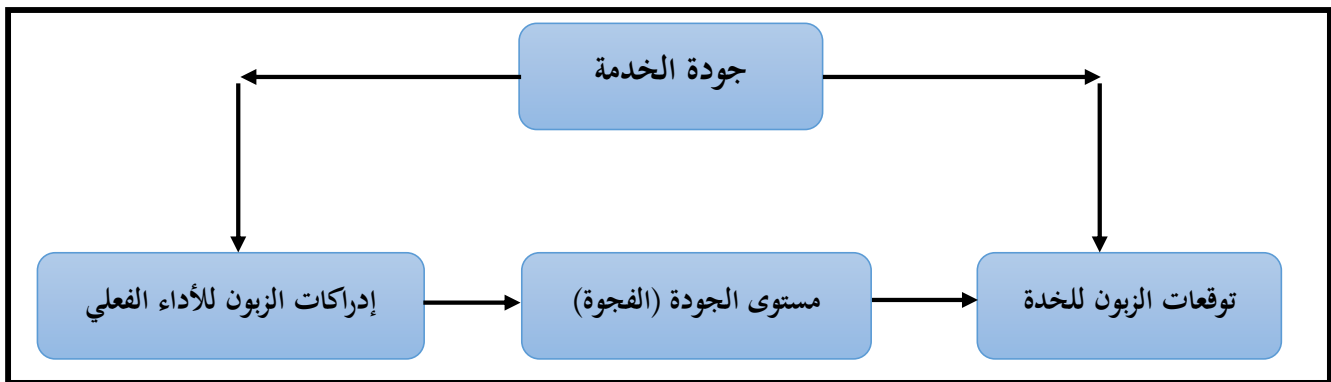
- **الفهم والإدراك:** ويتمثل في استعداد مقدم الخدمة في الوقت الكافي للزبون للتحدث معه وإبداء وجهة نظره دون ملل منه، أي معرفة الزبون وبذل الجهود لفهم حاجاته

- **الثقة في الأداء:** وهذه الثقة تتأثر من خلال السمعة التي يتمتع بها مقدم الخدمة

- **الاستمرارية:** وتعني المقدرة على أداء الخدمة بنفس الكفاءة والفعالية طوال الوقت.

- **المضمون الذاتي للخدمة:** ويتمثل في المهارات التي يتمتع بها مقدم الخدمة وذلك في ما يتعلق بطريقة عرض الخدمة.

- **المطابقة:** وبمعنى تحقيق التجانس بين تطلعات الزبائن والخدمة المقدمة.
 - **التوقيت:** ويتمثل في تحقيق رغبة الزبون في تقديم الخدمة له في الوقت الذي يريده أي كم ينتظر الزبون من وقت لتقديم الخدمة.
 - **الإتصالات:** وتعني إبقاء الزبائن مطلعين على كل ما يخصهم والاستماع لهم، أي عليها أن تعدل لغتها وفقا لمختلف الزبائن.
 - **الأدوات:** قد يتطلب تقديم بعض الخدمات لاستعمال بعض الأدوات المادية لذلك مثل الأدوات التي يستعملها الطبيب، وهنا يتوقع الزبون بان تكون الأدوات متوفرة وعلى درجة عالية من الكفاءة. (الصرفي، 2003، ص278)
- الشكل رقم (4): يوضح خصائص جودة الخدمة



المصدر: فليسي ليندة، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة ماجستير، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة بومرداس، 2012، ص24.

المطلب الثاني: أبعاد جودة الخدمة:

تعرضت بعض الكتابات في مجال صناعة الخدمات للمكونات أو الأبعاد التي تشتمل عليها جودة الخدمة، إلا أنها لم تنفق فيما بينها حول ماهية تلك الأبعاد أو المكونات على وجه التحديد. على سبيل المثال يرى كل من (Swan and comb 1976) أن جودة الخدمة لها بعدان أساسيان هما: الجودة المادية الملموسة التي يتعرض لها الزبون أو المستفيد حال حصوله على الخدمة، والجودة التفاعلية وهي تمثل أداء العملية الخدمية ذاتها أثناء تفاعل عاملين بالمنظمة مع الزبائن أو المستفيدين، في حين يرى Gronroos 1996 أن لجودة الخدمة بعدين أثنتين، هما: (عبد النبي الطائي، 2006، ص 209)

- الجودة الفنية

- الجودة الوظيفية

وكلاهما مهمان بالنسبة للمستفيد من الخدمة الجودة الفنية تشير الى جوانب الخدمة الكمية، بمعنى الجوانب التي يمكن التعبير عنها بشكل كمي، أما سلوك القائمين على تقديم الخدمة ومظهرهم وطريقة تعاملهم مع المستفيد (وهي أمور يصعب قياسها بدقة للقياس الى العناصر المكون للجودة الفنية فهي تمثل مكونات الجودة الوظيفية

للخدمة، ويقول (Lehitnen and Lechitinen1982) ان الجودة في مجال الخدمات تتجسد في ثلاث أبعاد أساسية هي:

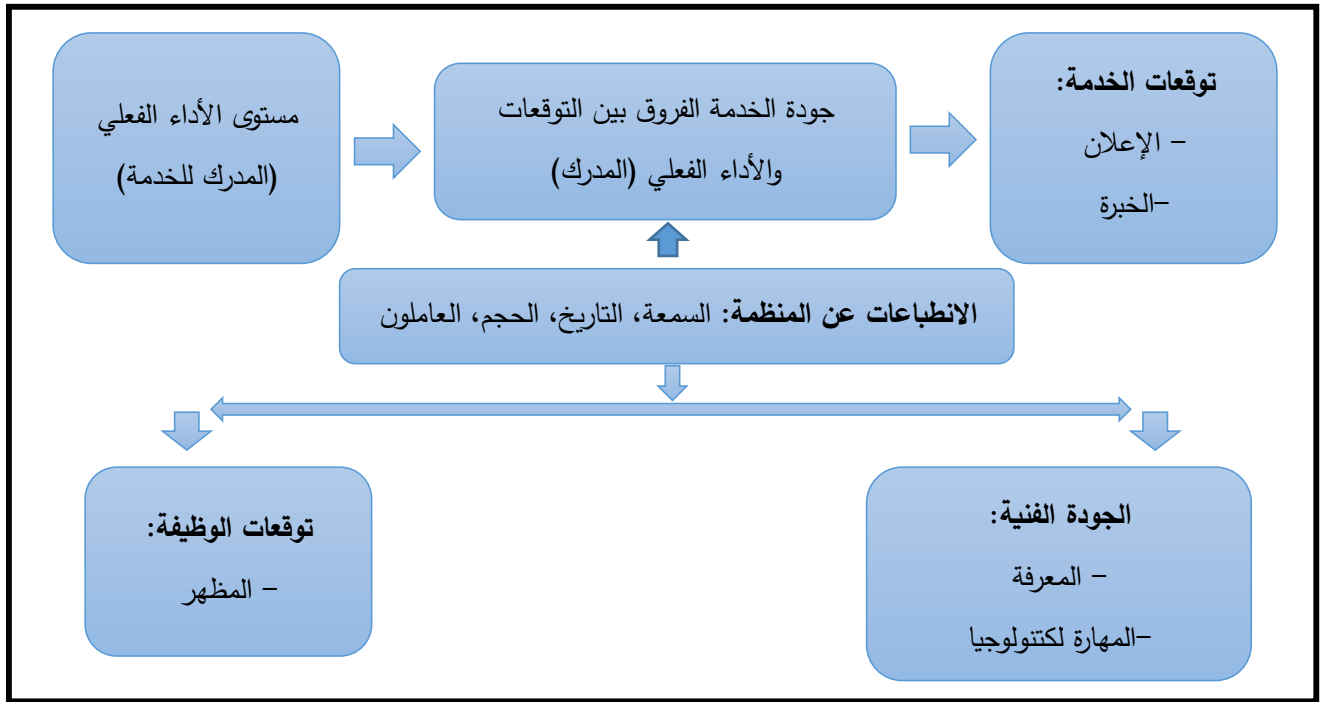
- الجودة المادية: والتي تتعلق بالبيئة المحيطة بتقديم الخدمة.

-جودة المنظمة: والتي تتعرض بصورة منظمة الخدمة والانطباع الذهني عنها.

- الجودة التفاعلية: والتي تتمثل نتاج عمليات الخدمة. (عبد النبي الطائي، 2006، ص 210)

وفي تصنيف آخر للباحثين نفسيهما عن جودة الخدمة نجد انهما يميزان بين جودة العمليات والتي يحكم عليها الزبون أثناء تأدية الخدمة، وبين جودة المخرجات والتي يحكم عليها الزبون بعد الأداء الفعلي للخدمة. من ناحية أخرى، يميز البعض الآخر بين ثلاثة أبعاد مختلفة للجودة، الجودة الفنية والتي يمكن التعبير عنها بالسؤال: ما الذي يتم تقديمه؟ والجودة الوظيفية والتي يمكن التعبير عنها بالسؤال: كيف تتم عملية تقديم الخدمة؟ اما الجانب الثالث من أبعاد الجودة فيطلق عليه الصورة الذهنية للمنظمة والذي يعكس انطباعات الزبائن عن منظمة الخدمة، والتي تتوقف بدورها على تقسيم الزبائن للجوانب الفنية والوظيفية للخدمة ويؤيد المدخل الأخير في تحديد أبعاد جودة الخدمة. (ثامر، 2016، ص 30)

الشكل رقم (5): يوضح الأبعاد الثلاث لجودة الخدمة.



المصدر: لخنس ثامر، المرجع السابق، ص 31.

وفي مجال تحديد مكونات الخدمة فقد توصلت مجموعة من الباحثين الى أن الأبعاد التي تبنا عليها الزبائن توقعاتهم وإدراكاتهم وبالتالي حكمهم على جودة الخدمة، تمتد لتشمل عشرة أبعاد رئيسية هي: الاعتمادية: وتعني الاتساق في الأداء، وإنجاز الخدمة الموعودة بشكل دقيق يعتمد عليه.

الاستجابة: وهي القدرة على تلبية الاحتياجات الجديدة أو الطارئة للزبائن من خلال المرونة في إجراءات ووسائل تقديم الخدمة، فمثلا ما هو مدى استعداد ورغبة المنظمة في تقديم المساعدة للزبون، أو حل مشاكله المحددة؟ هل الإدارة مثلا قادرة على ومستعدة وراغبة في لقاء زبون لديه مشكلة عاجلة تتطلب مساعدتها وتدخلها لتذليل هذه المشكلة؟ (العلاق، الطائي، 2002، ص258)

- **الجدارة:** وتعكس مستوى الجدارة التي يتمتع بها القائمون على تقديم الخدمة، من حيث المهارات والقدرات التحليلية والاستنتاجية، والمعارف التي يمكنهم من أداء مهامهم بشكل أمثل، وفي حالة التعامل مع مقدم خدمة ما لأول مرة، فإن المستفيد غالبا ما يلجأ الى معايير مثل الكفاءات العملية أو عضوية جمعيات معينة لتقييم جدارة مقدم الخدمة وجودة خدماته.

- **الوصول الى الخدمة:** لا يتضمن هذا البعد الاتصال فحسب، ولكن كل ما من شأنه أن يسير من الحصول على الخدمة مثل ملاءمة ساعات العمل، وتوافر عدد كاف من منافذ الخدمة وملاءمة موقع المنظمة.
- **المصداقية:** وتعني مدى الالتزام بالمواعيد التي تقدمها الإدارة للزبائن فيما يخص الخدمات المقدمة وتحسينها، مما يترتب عليه ثقة متبادلة. (عبد النبي الطائي، 2006، ص 211)

الأمان: ويعكس ذلك بالدرجة الأولى خلو المعاملات مع منظمة الخدمة من الشك أو المخاطرة **الاتصال:** أي وجود قنوات اتصال واضحة وإجراءات لنقل المعلومات من الزبائن الى الإدارة حول الاقتراحات أو الاعتراضات المقدمة لإجراء التعديلات المطلوبة والإبلاغ الزبائن عن أساليب الإخفاق والتغير في الخدمة للمستفيد.

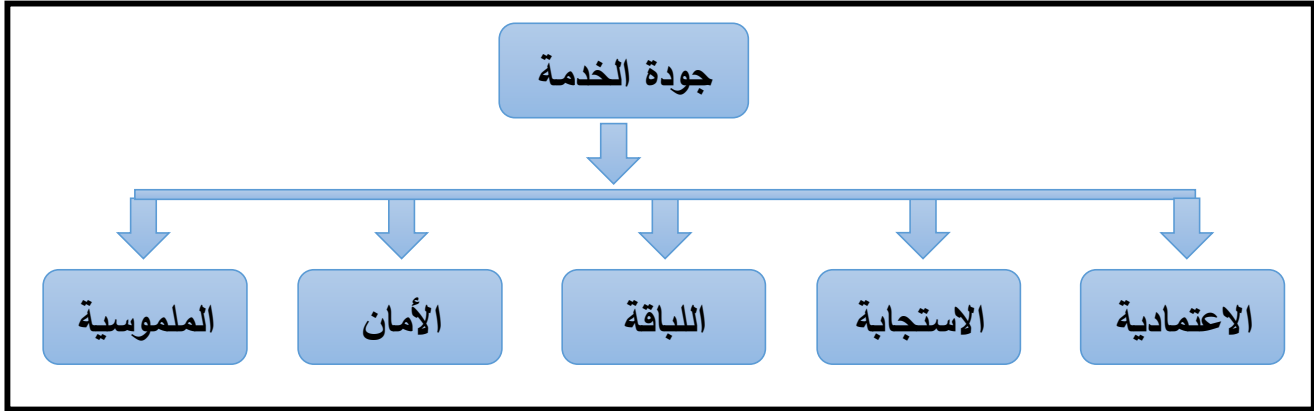
- **درجة فهم مقدم الخدمة للمستفيد:** وتعكس الجهد المبذول للتعرف على احتياجات، الزبون وملاءمة الخدمة في ضوء تلك المعرفة، كما يتضمن هذا الجانب توفر الاهتمام الشخصي للزبون وسهولة التعرف عليه، مثلا كم من الوقت والجهد يحتاج مقدم الخدمة لكي يفهم الزبون؟ هل يفهم مقدم الخدمة المتطلبات الخاصة للزبون؟

- **الأشياء الملموسة:** غالبا ما يتم تقييم جودة الخدمة من قبل الزبون في ضوء مظهر التسهيلات المادية (مثل المعدات والأجهزة والأفراد ووسائل الاتصال التابعة لمقدم الخدمة).

- **اللباقة:** وتعني ان يكون مقدم الخدمة على قدر من الاحترام والآداب، وأن يتسم بالمعادلة المادية مع الزبائن ومن ثمة فإن هذا الجانب يشير الى الصداقة والاحترام والود بين مقدم الخدمة والزبون. (العجارمة، 2005، ص330)
إن هذه المعايير التي يعتمدها الزبون لتقييم جودة الخدمة ليست بالضرورة أن تكون مستقلة عن بعضها البعض بل إن بعض المعايير متداخلة مع بعضها البعض وقد تكون أحيانا مكملة لبعضها البعض.

وقد قامت الدراسات المتلاحقة بتلخيص هذه الأبعاد العشرة في خمسة فقط، أطلق عليها نموذج جودة الخدمة، وتشمل النواحي المادية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان واللباقة.

الشكل رقم (6): يوضح أهم الأبعاد لجودة الخدمة.



المصدر: تيسير العجارمة، المرجع السابق، ص333.

ومن ناحية أخرى، فقد اثبتت الدراسات في هذا المجال أنه على الرغم من النظر الى الابعاد الخمس على انها ضرورية إلا أن الوزن النسبي لها يختلف من زبون لآخر ومن منظمة خدمة لأخرى إلا أن البعد الخاص بالاعتمادية يضل في جميع الأحوال في المرتبة الأولى كأهم عنصر أو بعد يعكس جودة الخدمة، بغض النظر عن طبيعة الخدمة.

المطلب الثالث: أساليب جودة الخدمة

تحرص العديد من المنظمات الخدمية على تطوير وتحقيق مستوى جودة خدماتها باستخدام مجموعة من الطرق والأساليب التالية:

- الاستخدام المستمر للدراسات والبحوث

إن الفشل في الوصول إلى خدمات ذات جودة عالية من قبل المنظمات إلى اللجوء إلى استخدام البحوث كوسيلة لتجميع المعلومات وتحقيق الفهم عن توقعات العملاء للخدمة وتقييماتهم للأداء الفعلي لها. ومن هذا المنظور فإن منظمة الخدمة يجب أن تسعى جاهدة للبحث عن إجابات حاسمة للأسئلة الرئيسية التالية:

- ما الذي يعتبره العملاء هاما في ملامح أو خصائص الخدمة؟

— ما هو المستوى الذي يتوقعه العميل بالنسبة لهذه الملامح؟

- كيف يتم إدراك وتقييم هذه الجوانب من الخدمة في الواقع العملي؟

إن التعرف على دور الخدمة وأبعادها والتعرف على توقعات العملاء وإدراكاتهم للخدمة ومشكلات التعامل فيها، يمثل جوهر أي برنامج فعال لتحسين جودة الخدمة. كذلك فإن قرارات وضع معايير الخدمة لعاملين وتدريبهم وقياس أدائهم وتحفيزهم يتوقف على ناتج هذه الأبحاث. وتساعد البحوث بصفة عامة في تحقيق الفوائد التالية لمنظمة الخدمة:

- التعرف على معايير جودة الخدمة ومعرفة الأهمية النسبية لأبعاد الخدمة.

مساعدة الإدارة في المفاضلة بين معايير الجودة.

- تقييم الأداء الفعلي للخدمة قياسا على المنافسين. (العجارمة، 2005، ص335)

- تحليل شكاوى العملاء

تعتبر شكاوى العملاء مؤشرا خطيرا لمستوى جودة الخدمة المقدمة وبالنسبة لبعض المنظمات فإن هذه الوسيلة تعتبر الأداة الرئيسية للتعرف على أداء العملاء ومدى رضائهم على مستويات الخدمة المقدمة. كما تقوم بها مؤسسة بحثية متخصصة.

عادة ما يكشف هذا التحليل بعض الجوانب الهامة مثل المعايير التي يستخدمها العملاء للحكم على جودة الخدمة ونواحي الضعف في الأداء وتوقعات التحسن ومن ثم توفير قاعدة من المعلومات والتي تفيد في رسم السياسات التي تساعد على تحسين الجودة.

- العمل على استقطاب وتوظيف أفضل الكفاءات

إن وضع معايير وبرامج لتحسين جودة الخدمة تعتبر ليس لها قيمة ما لم يتوافر لدى المنظمة قاعدة من الأفراد الذين يتمتعون بالاتجاه الايجابي والمقدرة على تحقيق تلك المعايير.

وتشير نتائج الدراسات إلى أن نحو ثلث مشكلات الجودة تنحصر في ضعف مهارات مقدمي الخدمة أو افتقادهم للرغبة في العمل وتدني نظرهم للعميل. ولذا فإن المنظمة يجب أن تكون حريصة على انتقاء وتوظيف أفضل العناصر التي سوف تقوم بالعرض الفعلي للمنظمة.

- الاهتمام ببرامج التسويق الداخلي

إن مجرد الحصول على أفضل العاملين قد لا يمكن المنظمة من تحقيق الأداء المتميز ولكن يجب أن يتوافر لدى هؤلاء العاملين الرغبة والاتجاه الايجابي نحو تحسين جودة الخدمة. والتسويق الداخلي هو مفهوم حديث بمقتضاه يتم النظر إلى العاملين على أنهم عملاء داخليين والى وظائفهم على أنها منتجات داخلية.

وأن المنظمة يجب أن تبذل جهودا معينة لبيع تلك الوظائف للعاملين وإقناعهم بها كشرط مسبق لتحقيق النجاح في تعاملاتهم مع العملاء الخارجيين، يعني ذلك أن العاملين يجب النظر إليهم كسوق أول من وجهة نظر المنظمة وأن الهدف النهائي للتسويق الداخلي يتمثل في تحفيز مقدم الخدمة وزيادة ادراكاته بأهمية العميل وتحقيق العناية به.

وبصفة عامة فإنه إذا ما استطاعت المنظمة أن تحقق العناية للعملاء، فإن الناتج النهائي سوف يتمثل في زيادة درجة التحفيز والرضا بين العاملين ومن ثم تحقيق مستوى مرتفع من جودة الخدمة وهو ما يؤدي في النهاية إلى مقابلة توقعات العملاء وتحقيق رضائهم وولائهم للمنظمة. (بيندا، 2012، ص51)

- سرعة التصدي لمشكلات العملاء

في دراسة أجريت عام 1988 عن درجة رضا عملاء بعض المنظمات الخدمية عن أسلوب تلك المنظمات في مواجهة المشكلات والتصدي لها والتعامل معها، وجاءت النتائج كما يلي:

- تختلف نسبة رضا العملاء عن حل المشكلات باختلاف طبيعة نشاط المنظمة، فقد بلغت هذه النسبة 76 بالنسبة للاتصالات الهاتفية، %46 بالنسبة لشركات التأمين، %35 بالنسبة للبنوك.

- يؤثر أسلوب التعامل مع الشكوى على احتمالات إعادة الشراء. وبصفة عامة كلما زاد التعامل الفعال مع الشكوى كلما زاد احتمال إعادة الشراء والعكس صحيح. (أبو نبعة، 2005، ص 27)
- **تعليم العميل عن الخدمة**
- يمكن للمنظمة تعزيز مصدر قيمتها لدى العميل من خلال بذل جهود ملموسة لتعليمه وتطوير معرفته بالخدمات المقدمة ولا شك أن زيادة إلمام العميل بالخدمات يزيد من قدرته على اتخاذ قرار أفضل. ومن ثم تحقيق درجات أعلى من الرضا عن هذه الخدمات. وتأخذ عملياته التعلم عدة أشكال أبرزها:
 - تعريف العميل بكيفية انجاز بعض الخدمات بنفسه؛
 - شرح مبررات إتباع المنظمة سياسات معينة قد لا تلقى قبولا لدى العميل أو تحظى برضائه؛
 - تعريف العميل كيف يستخدم الخدمة، مثال ذلك وسائل تقليل معدلات التأخير في صفوف الانتظار للحصول على الخدمة؛
 - تعريف العميل متى يستخدم الخدمة. (ثابت، 2006، ص 185)
- **تنمية ثقافية تنظيمية تدعم الجودة**
- يتطلب تحقيق التميز في الخدمة أن تصبح الجودة شعارا يؤمن به جميع العاملين ويسعون إلى التطبيق العملي له بمعنى أن تصبح الجودة قيمة تنظيمية يتولد عنها الإشباع والرضا بل والتحفيز لدى العاملين. ولإيجاد هذه الثقافة فإن الأمر يتطلب:
 - وجود معايير متفق عليها للجودة؛
 - استقطاب أفراد مؤهلين وقادرين على تحقيق تلك المعايير؛
 - تشجيع إداري للمقترحات والآراء بشأن تحسين الجودة؛بصفة عامة فإنه يرتبط بالثقافة التنظيمية ضرورة توافر درجة عالية من الاعتمادية وخلو الممارسات من الأخطاء وتوليد الاتجاه نحو شعار " أداء الخدمة على الوجه الصحيح من أول مرة". (احمد السيد، 1999، ص 192)
- **تأكيد دور فرق الجودة**
- يتمثل أحد المتطلبات البارزة لتحقيق جودة الخدمة في وجود ما يسمى بفرق الجودة ويقصد بفرق الجودة " مجتمع العاملين الذين يتوافر لديهم المقدرة على التنسيق والعمل المشترك والرغبة في تحقيق الأداء المتميز وتوليد الشعور بالرضا لدى العملاء" (احمد السيد، 1999، ص 193)
- وتعتبر هذه الفرق أداة للتحفيز كما تستمد أهميتها من كون أن انجاز الخدمة يتطلب في الغالب تضافر جهود أكثر من موظف في أكثر من موقع. فهذا الاعتماد المتبادل يجعل من العمل كفريق أحد محددات نجاحه في أداء الخدمة.
- وتشير الدراسات والأبحاث إلى أن العاملين في الوحدات التي تتجح في تحقيق مستويات متميزة من الخدمة يتوفر لديهم الخصائص التالية:

- الشعور بأن كل فرد هو جزء من فريق يسعه إلى تحقيق هدف مشترك؛ الشعور بالمسؤولية تجاه مساعدة الزملاء من اجل القيام بأعمالهم على الوجه الأكمل؛
 - سيطرة روح التعاون بدلا من التنافس في العلاقة بالزملاء؛
 - الشعور بالولاء والانتماء لمؤسسة خدمية؛
 - الإدراك بأن الهدف النهائي هو نجاح الفريق في تحقيق التميز وخدمة العملاء.
- وتجدر الإشارة إلى أن بناء فرق الخدمة لا يجب أن يترك عرضة للصدفة، إذ يحتاج إلى بدل جهود مميزة من أجل تحديد المهام والأدوار والتنسيق بين الأعضاء سواء داخل الوحدة أو بين الوحدات وبعضها الآخر.
- وجود تعهد أو التزام إداري نحو جودة الخدمة
- يرتبط تحقيق الفعالية والنجاح لبرامج جودة الخدمة أو العناية بالعملاء بضرورة إحداث تغيير جذري في ثقافة المنظمة ككل بدءا من الإدارة العليا وانتهاء بالمستويات التنفيذية، ويتطلب ذلك توافر أنماط قيادية فعالة يتوافر لديها:
- رؤية واضحة لأهداف النشاط ورسالته؛
 - المقدرة على إيصال وتحقيق الفهم لتلك الأهداف؛
 - القدرة في التصرفات والعمل؛
 - الإيمان بالتميز والقدرة على تحقيقه؛
 - الحماس والولاء. (ليندة، 2012، ص55)
- لا شك أن القيادة الفعالة في جميع المستويات تمثل الأساس في تحقيق النجاح لبرامج جودة الخدمة.

المبحث الثالث: أثر جودة الخدمات الإلكترونية على برنامج بريدي موب

إن ظهور عصر الخدمات الإلكترونية كان نتيجة التوسع الهائل والسريع في اقتصاد المعلومات والشبكات الإلكترونية التي أسهمت في تقدم وازدهار المنظمات الخدمائية خاصة في الآونة الأخيرة، بحيث استخدمت الشبكات لتنمية خدماتها من خلال تطبيق نظم تقنية عالية قائمة على ركائز إلكترونية متطورة لجودة الخدمة الإلكترونية وهي الميزة التي تحقق من خلالها إمتلاك المنظمات لتكنولوجيا المتطورة. حيث تطرقنا في هذا المبحث إلى العناصر التالية:

المطلب الأول: مفهوم الخدمة الإلكترونية وخصائصها

المطلب الثاني: أنواع الخدمات الإلكترونية ومجالاتها

المطلب الثالث: التطبيق الإلكتروني بريدي موب

المطلب الرابع: مدى تأثير رضا الزبائن بجودة الخدمات الإلكترونية

المطلب الأول: مفهوم الخدمة الإلكترونية وخصائصها

أولاً: تعريف الخدمة الإلكترونية

لقد تعددت واختلفت وجهات نظر المفكرين حول الخدمة الإلكترونية كما تشمل عدة تعاريف نذكر منها:
في الإطار الواسع على أنها: تنطوي على تقديم خدمة عبر وسائل إلكترونية مثل: الانترنت وهو ما يركز بدرجة الأساس على العميل. (العلاق، 2002، ص99)

وتعرف على أنها: خدمات يمكن تلقيها والتفاعل معها عبر الوسائل الإلكترونية وهي مجموعة من البيانات الوصفية، والبرمجيات والاجهزة التي تدعم خدمة الزبائن، وكذلك هي توفير الخدمات عبر الشبكات مثل: شبكة الأنترنت، الهاتف المحمول، مراكز الخدمة الذاتية. (محمود حسين، 2011، ص99)

كما تعرف أيضاً: ذلك المفهوم الذي يحتوي على البعدي النفعي والمتمثل في درجة التسهيل والبعد العاطفي

التمثل في مجمل العواطف والاحاسيس التي يشعر بها عند زيارته للموقع. (محمود حسين، 2011، ص 16)

وتعرف الخدمة الإلكترونية بأنها: الخدمات التي يتم تقديمها أو توفيرها أو استهلاكها من خلال استخدام

شبكات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات مثل الأنظمة القائمة على الأنترنت. (نصيرة، 04، 2017، ص 272)

ومن التعاريف السابقة يمكننا تعريف الخدمة الإلكترونية على أنها:

تقديم خدمات عبر الأنترنت ومراكز التواصل الاجتماعي حيث تكون الشبكة الإلكترونية همزة وصل بين

مقدم الخدمة والزبون، والتي تدعم قراره.

ثانياً: خصائص الخدمات الإلكترونية

تشير العديد من الدراسات أن أهم الخصائص المميزة للخدمات الإلكترونية هي القدرة على الوصول والتنبيه

وسرعة التحديث، حيث أن التطور السريع الذي تعرفه تكنولوجيا المعلومات والاتصال خاصة بالنسبة للهواتف

النقالة، وطَّد العلاقة بين المنظمات المقدمة للخدمات والعملاء.

وتقر بحوث ودراسات ميدانية لكلٍ من بلو وبولتون ولايمان أنّ مثل هذه الخصائص تسهمُ بشكل كبير في توفير الوقت والمال والجهد بالنسبة لكافة أطراف التبادل خاصة العميل، فلها دوراً فعالاً في إيجاد حلول ترضي العملاء وتكرس ولاءهم لمقدم الخدمة. (العلاق، 2004، ص 64)

- القدرة على الوصول

أي القدرة على الوصول إلى الشخص أو المعلومات التي يحتاجها العميل في الوقت المناسب له، وتتم باتجاهين بين العميل والمؤسسة، وهذا من شأنه تعزيز العلاقة بينهما، وتمكن هذه الخاصية العملاء والمنظمات من تحقيق الآتي:

- سهولة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بالتبادلات التجارية والمنتجات والخدمات التي يمكن الاستفادة منها.
- إمكانية الوصول إلى قواعد البيانات وفهارس المكتبات، وقراءة المطبوعات والكتب الإلكترونية والإعلانات.
- إرسال العملاء معلومات حول اهتماماتهم بسلعة أو خدمة ما، وبالتالي تستطيع المؤسسات الاستفادة من التغذية العكسية وبحوث السوق.
- متابعة العملاء لمشترياتهم ووضعهم المادي وحساباتهم.
- البحث عن حلول ممكنة جديدة لأي مشكلة تواجههم والحصول على إجابات لتساؤلاتهم حول مختلف المسائل.
- المشاركة والانخراط في المجتمعات الافتراضية لإيجاد سوق للسلع والخدمات، أو لتسويق منتجاتهم وخدماتهم.
- توفير الوقت للبيع والشراء وإعادة الطلب. (بوراس، بوعيشة، ع13، 2017، ص59)

- القدرة على التنبيه

أي القدرة على توفير المعلومات المطلوبة أو التفاعل المنشود في الوقت المناسب تماماً، وهذا من أجل تفادي شيء سلبي أو الانتفاع من شيء إيجابي، والتنبيه لوجود أشياء جديدة ينبغي الاهتمام بها، وتعود الآثار الإيجابية لهذه الخاصية على المنظمة والعملاء.

وهذه الخاصية تتطلب وجود تعليمات واضحة لاستخدام أي جزء من الموقع برامج مساعدة لمساعدة المستخدمين توفر أداة بحث داخل محتوى الموقع، أدوات اتصال وتغذية رجعية بين المستخدمين والموقع من خلال وسائل اتصال مختلفة، الاتصال من خلال البريد الإلكتروني أو نماذج التقييم ونحوه والمقدرة على متابعة الطلبات ومعرفة أين وصلت؟

- سرعة التحديث

خاصية التحديث تعني القدرة على تكوين وإدانة مصادر معلومات محدثة، من خلال تحديث المعلومات المستفادة من العملاء ومن التفاعلات التي تحدث بين العميل والمؤسسة بشكل متواصل، بتوقيت مناسب وبسرعة فائقة وهذا من شأنه أن يعزز كفاءة وفاعلية قواعد البيانات مما يضيف عليها قدراً من الدقة والمصداقية والثقة. كما يعبر عن هذه الخاصية بمدى حداثة المعلومات على الموقع، عدد مرات التحديث خلال فترة زمنية محددة ووجود تاريخ آخر تحديث. (أبو الرب، رشيد حسن، 2006، ص7)

المطلب الثاني: أنواع الخدمات الإلكترونية ومجالاتها

أولاً: أنواع الخدمات الإلكترونية

سوف نتطرق إلى مختلف الخدمات الإلكترونية:

- **أجهزة الصراف الآلي:** تعتبر أجهزة صرف العملة النقدية (Cash Dispensing Units) من أول الأدوات التي ساعدت على تقديم خدمات للزبائن بعيدة عن نوافذ المصرف من خلال سحبه كل ما يحتاج من عملة نقدية (دون التوجه للمصارف)، ولقد تم تطوير هذا الجهاز المبسط إلى ما يعرف الآن باسم الصراف الآلي والذي يمثل أحد جوانب التحويل الإلكتروني للأموال.

- إن استعمال هذا الجهاز أصبح على نطاق واسع خاصة في الدول الصناعية وبعض الدول النامية حيث نجده إما داخل المؤسسة أو خارجه في الأماكن العمومية خاصة التي يجتمع فيها الناس ويكون الزبون بحاجة فيها إلى خدمات الصراف الآلي كصالات السفر، المطارات المحلات الكبرى المجمعات التجارية ... إلخ.

- **نظام الإيداع المباشر:** يعمل هذا النظام على إيداع المبالغ التي يتحصل عليها الزبون كالأجور، الرواتب، التأمين الاجتماعي المعاش، شيكات المعونة الحكومية، أرباح الأسهم وغيرها من المدفوعات بصورة مباشرة ودورية متكررة لدى المؤسسة الذي يتعامل معه بشكل آلي.

ومن أجل استفادة الزبون من هذه الخدمة الإلكترونية الجديدة عليه أن يفوض الجهة التي تقوم بتحويل المبالغ آلياً لحسابه، وهذا من خلال الاتفاق مقدماً مع الجهة التي يعمل لديها أو لديها مدفوعاته الشهرية على تحويل المبلغ الذي يتقاضاه إلى حسابه بالمؤسسة عن طريق نظام الإيداع المباشر، وهكذا يحصل الزبون على مستحقاته بدون جهد أو عناء وفي الوقت المناسب دون تأخير.

- **السحب الآلي المباشر (المدفوعات الإلكترونية):** هو طريقة جيدة سهلة ومحكمة في إجراء المدفوعات المتكررة كما أنها توفر الوقت والجهد والنفقة للمؤسسة والزبون ويتم تعريف أسلوب الدفع الإلكتروني في الإطار المصرفي بالخصم المصرح به مقدماً، ويفيد في سداد المدفوعات التي على الزبون تلقائياً في مواعيدها المحددة من خلال إرسال الفواتير عبر البريد الإلكتروني، ويتم خصمها من حسابه مباشرة دون اللجوء إلى تحرير شيكات، مما يقلل الجهد والتكلفة، كما أن استخدام هذا الأسلوب يجنب تسديد الغرامات المالية الناتجة على تأخر الزبون على تسديد ما عليه من مستحقات مالية في تاريخ استحقاقها. (سماح، 2005، ص107)

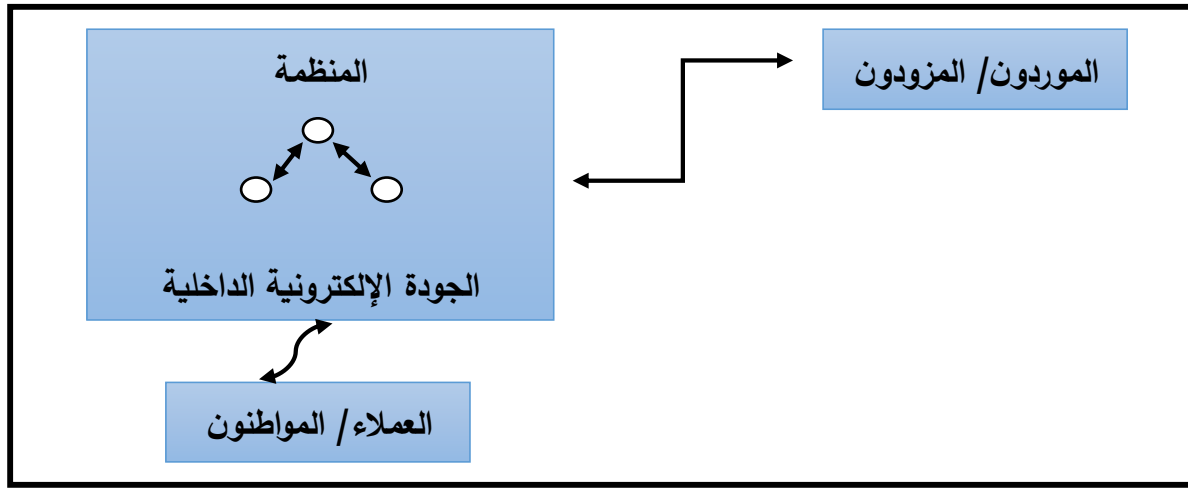
- **التحويل الإلكتروني للمدفوعات الدولية:** من المعروف أن المؤسسات تقدم لعملائها خدمة التحويلات الخارجية، حيث يعطي الزبون تعليمة لمؤسسته بتحويل نقدي خارجي لصالح زبون في الخارج، كان هذا التحويل يتم باستخدام البريد تلغراف والتلكس مع تضمن الرسالة لشفرة سرية محفوظة لدى المؤسسة لضمان سلامة التحويل، ونتيجة لكون هذه الأخيرة مكلفة وبطيئة وحرص المؤسسات على مواكبة التطورات العالمية في مجال الاتصالات وتماشياً مع التطور المتسارع في تقديم الخدمات المصرفية، عملت المؤسسات على إدخال نظام جديد في التحويل النقدي الدولي يعرف بشبكة سويفت (Swift) من أجل تحقيق السرعة المطلوبة للتحويلات النقدية الدولية وتستخدم لتوفير

هذه الخدمة، أحدث التقنيات في مجال الاتصالات بعيدة المدى وكذا أجهزة الكمبيوتر الموجودة في المؤسسات المشاركة في هذا النظام والمرتبطة بخطوط اتصال مستأجرة. (قزانية، 2018-2019، ص15)

ثانياً مجال الخدمات الإلكترونية

- الخدمات الإلكترونية بين المؤسسات.
 - الخدمات الإلكترونية بين المؤسسة والحكومة.
 - الخدمات الإلكترونية بين المؤسسة والزبون.
 - الخدمات الإلكترونية بين الحكومة والمواطن. (بوراس، بوعيشة، ع13، 2017، ص 59)
- يمكن تحديد مجال الخدمات الإلكترونية من خلال الشكل رقم (6) التالي:

الشكل رقم (7): يوضح مجال الخدمات الإلكترونية



المصدر: بشير العلق، المرجع السابق، ص 65.

يبين الشكل أن المؤسسة سواء كانت في القطاع العام أو الخاص تتفاعل مع عملائها أو مواطنيها من خلال القناة النازلة، بينما تتفاعل مع مورديها أو مزوديها من خلال القناة الصاعدة، وتتضمن الأنواع المختلفة من التفاعلات جميع أو جزء من النشاطات التالية:

- التبادلات التفاعلية المستندة للمعلومات.
- تفاعلات التفاوض.
- تدفقات الترويج.
- تدفقات السلع والخدمات. (العلق، 2004، ص65)

وتتضمن الخدمات الإلكترونية جميع هذه التفاعلات والتدفقات باستثناء المنتج المادي وانتقاله في كلتا القناتين النازلة والصاعدة، فالخدمات الإلكترونية في القناة النازلة تتضمن عدة مفاهيم، من بينها إدارة العلاقات مع الزبون أو المواطن رعاية الزبون الترويج للمنتج وهي تهدف إلى زيادة الكفاءة وتقليص التكاليف، أما في القناة الصاعدة فإن الخدمة الإلكترونية تتضمن عدة نشاطات لها علاقة بالموردين مصادر التموين مراكز التدريب وتهدف إلى تحسين الخدمة المقدمة للزبائن وتوسيع السوق. وعليه فإن مجال الخدمات الإلكترونية تتمثل في

الخدمات الإلكترونية التي تتم ما بين المؤسسة نفسها، والمؤسسة وعملائها ومورديها، وما بين الحكومة وجمهورها. (العلاق، 2004، ص65)

المطلب الثالث: التطبيق الإلكتروني بريدي موب

بريدي موب هي خدمة جديدة تم اطلاقها من طرف مؤسسة بريدي موب من طرف مؤسسة بريدي الجزائر، هذه الأخيرة قامت بإصدار تطبيق هاتف تم تسميته بـ "Baridi Mob" وهو موجه للأشخاص الذين يمتلكون البطاقة الذهبية وهذا لغرض تسهيل جميع المعاملات المالية الخاصة بالبطاقة الذهبية مثل: إرسال واستقبال والأموال، الاطلاع على رصيد ccp، تعبئة رصيد الهاتف، دفع فواتير الكهرباء، الماء الغاز، الأنترنت والهاتف، وهذا بدون الحاجة للتنقل إلى شبابيك بريد الجزائر. (بشير، قدوسي، ع5، 2022، ص397)

يعرف تطبيق بريدي موب على أنه: وسيلة دفع جديدة عن طريق الهاتف النقال، من مميزات أنها سهلة الإستعمال وغاية في الأمان، وهذه الخدمة مبنية على تكنولوجيا تقنية قراءة الرمز الشريطي ثنائي الأبعاد، وهي تقنية معروفة باسم (Qr Code)، بمعنى رمز الإجابة السريع. (عياشي، ع02، 2022، ص484)

يتمتع هذا النوع من الدفع دون بطاقة ذهبية او وسيلة بحيث يتم إجراء عملية مسح ضوئي، انطلاقا من تطبيق بريدي موب ليتم بعدها منح رمز الإجابة السريع للمستفيد، او يتولد بموجب إجراء المعاملة المالية، وهو الرمز الذي يسمح للزبون بالقيام بعملية تحويل الأموال من حسابه إلى حساب المعني، بكل أمان وفي وقت فوري. (لعلاوي، 2020، ص51)

وعرف على أنه: هي عملية تطبيقية على الهاتف النقال، تضع تحت تصرف زبائن بريد الجزائر والحاملين للبطاقة الذهبية الخدمات النقدية والمالية الإلكترونية، ويتم الاستفادة من هذه الخدمة بتحميل تطبيق بريدي موب من قوقل بلاي أو أبل ستور وتثبيته على الهاتف الذكي أو اللوحة الرقمية والانضمام إلى خدمات بريدي موب عبر الموقع واتباع خطوات التسجيل وبعدها الدخول للعملية التطبيقية. (لعلاوي، حماني، 2020، ص51)

المطلب الرابع: مدى تأثير رضا الزبائن بجودة الخدمات الإلكترونية

ما يمكن استخلاصه من الدراسات السابقة حول قياس جودة الخدمة الإلكترونية انه لا يمكن دراستها بعيدا عن دراسة سلوك الزبون المستخدم للموقع، ومعرفة ما مدى رضاه عنه. وفي دراستنا هذه تطرقنا للعلاقة بين الخدمات الإلكترونية سهولة الاستعمال، تصميم الموقع، الأمان والسرية، وجودة (المعلومة وفق مقياس Netqual، ورضا الزبائن الرضا الإلكتروني)، وقد فصلناه إلى الرضا عن الموقع الرضا عن خدمات الزبائن.

- علاقة سهولة الإستعمال برضا الزبائن

عرفت سهولة الإستخدام من طرف Barnes&Vidgen على أنها الدرجة التي يحقق فيها المستخدم سهولة الإستخدام للموقع على الشبكة، وسهولة تصفح الموقع كما يلي:

- علاقة سهولة الإستعمال بالعوامل المتعلقة بالرضا عن الموقع:

لقد اثبتت الدراسات بأن سهولة استعمال وتصفح الموقع ينجم عنها الرغبة في إعادة استخدامه، مما ينجم عنه الولاء الإلكتروني للموقع وبالتالي الرضا عنه إن الخدمات الإلكترونية تبدو معقدة للوهلة الأولى، مما ينجم عنه تخوف العديد من الزبائن منها. وبما أن مواقع الانترنت مخصصة لعامة الناس خاصة بالنسبة لمواقع الخدمات العمومية، لذا فلا بد من أن تكون بسيطة وسريعة بدون انقطاع حتى يتمكنوا من إتمام أعمالهم بسهولة مع مراعاة سهولة تصفح الموقع والانتقال بين أجزائه بسلاسة.

- علاقة سهولة الإستعمال بالعوامل المتعلقة بالرضا عن خدمات الزبائن:

إن سهولة الإستعمال أثر هام في رضا الزبائن عن الخدمات المقدمة إليهم، ذلك أنها تسهل عليهم مهمة الوصول إلى الخدمة المطلوبة بطريقة سهلة وبسيطة، مما يجعل المستعمل للموقع مرتاحا، وهذا ما يؤدي إلى رضا الزبائن عن هذه الخدمات.

- علاقة تصميم الموقع برضا الزبائن:

يكتسي تصميم الموقع أهمية كبيرة، ذلك أنه واجهة المؤسسة، وله دور في ترسيخ الصورة الذهنية لدى الزبون وانطباعه عنه، لذا يجب أن تراعى الجمالية والإبداع في تصميمه. وإن سوء التصميم يؤدي إلى ملل المستخدم، وعدم رغبته في تكرار زيارته للموقع مجددا. (شليبتنة، 2011، ص 127)

- علاقة تصميم الموقع بالعوامل المتعلقة بالرضا عن الموقع:

نلاحظ أن المؤسسات تسعى دائما لأن يظهر موقعها على الانترنت في أبهى صورة، حتى تجذب إليها الزبائن لزيارتها، اعتمادا على مبدأ إعطاء انطباع ممتاز منذ الزيارة الأولى للموقع، في بحث لـ Tarasewich's توصل إلى أنه توجد عدة عوامل تسهم في جعل الموقع أكثر جاذبية وهي: الصور الرسوم المتحركة، التصميم، الألوان الأسلوب، المحتوى، مقاطع الفيديو، النوافذ... الخ، وهذا ما يؤدي إلى الرضا عنه

- علاقة تصميم الموقع بالعوامل المتعلقة بالرضا عن خدمات الزبائن:

إن التصميم المبدع والمتطور والمنظم للموقع، يهدف لترغيب الزبائن في استخدامه، كما أنه لا بد من تخصيص نوافذ خاصة بإبداء الانتقادات والانطباعات عن الموقع، وهذه التفاعلية هي التي تعمل على تطوير الموقع من جهة وترضي الزبائن عن الخدمات المقدمة لهم من جهة أخرى. (مصطفى، ع18، 2010، ص 18)

- علاقة الاستجابة على رضا الزبون

لقد أصبح رضا الزبائن هدفا رئيسيا من أهداف الجودة على اعتبار أن الجودة تهدف إلى الارتقاء بمستوى الخدمة تحقيق لرضا الزبائن، لدى أصبحت المؤسسة الناجحة هي التي تأخذ بأراء الزبائن في عملياتها وخدماتها المقدمة لهم، حتى أن العديد من المؤسسات شاركت زبائنها في تصميم خدماتها وفي تطويرها وفي عمليات التقييم المستمرة لها، وذلك من خلال تحديد إجراءات واضحة لشكاوي زبائن واقترحا تهم والتعامل معهم وبذل جهد ممكن لتوفير الخدمات لكل شخص بما في ذلك ذوي الاحتياجات الخاصة (لكل زبون معامل خاصة به وتحسيسه بأن هو الزبون الوحيد للمؤسسة)، كل هذا من اجل رضا الزبون عن جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة وأن

الرضا بقي بالنسبة لها مقابلة حاجات ورغبات وتوقعات الزبائن سواء كانت هذه الرغبات أو الحاجات والتوقعات قد تم الإفصاح عنها أم لا، وأن على المؤسسة قد اتبعت أسلوباً أو أكثر في قياس رضا الزبائن وسبب للحصول على آراء وملاحظات وشكاوي ومقترحات الزبائن لذلك تبذل المؤسسة جهود نحو تحقيق المزيد من الرضا من خلال الاستجابة للرغبات والتوقعات والاستماع إلى الملاحظات والشكاوي. (بلحسين، 2012، ص 47)

علاقة إستجابة بالعوامل المتعلقة بالرضا عن الموقع:

يتأثر الزبون بطريقة تقديم الخدمة والوقت الذي ينتظره للحصول على الخدمة، مما يتوجب على مقدم الخدمة القدرة على التعامل الفعال مع كل متطلبات الزبائن والاستجابة لشكاويهم والعمل على حلها بسرعة وكفاءة حتى يقنعهم بأنها محل تقدير واحترام من قبل المؤسسة التي يتعاملون معها إضافة إلى ذلك فإن الاستجابة تعتبر عن المبادرة في تقديم الخدمة من قبل العاملين بصدر رحب أيكم ينتظر ليحصل على الخدمة.

ويركز هذا البعد على اللطف وتصل الاستجابة للزبون من خلال طول الوقت الذي ينتظره في تلقي الخدمة والإجابة على الأسئلة وقدرة المؤسسة على تقديم الخدمة لتلبية احتياجاته وإرضائه، هنا يستلزم الموازنة بين الاستجابة وسلوك مقدم الخدمة، أي أن درجة ودقة وسرعة الاستجابة لها تأثير في رغبات الزبون وكسب رضاه. إن الاستجابة في تقديم الخدمة تنهي حالة القلق والشك الذي يتولى لدى الزبون في الانتظار وعدم الحصول على الخدمة في الزمان والمكان المحدد، فالإدارة الجيدة للفترة التي يضطر الزبون أن ينتظرها تؤثر كثيراً على الطريقة التي يدرك فيها الزبون فيها جودة الخدمة المقدمة ويشكل انطباعاته عنها. (خيثر، مرايمي، 2017، ص 43)

- علاقة استجابة بالعوامل المتعلقة بالرضا عن خدمات الزبائن:

على الرغم من وجود علاقة أكيدة بين جودة الخدمة ورضا الزبون، إلا أن الأكاديميين مازالوا غير متفقين على أرضية عمل مشتركة بخصوص مفهومي جودة الخدمة والرضا، إذ أنهم لا يمتلكون رؤية فعلية واضحة ودقيقة لتفسير طبيعة الترابط وماهيته. وأن الجودة المدركة من قبل الزبون بوصفها موقفاً أو اتجاهاً شاملاً، إذ ميز Bateson ما بين جودة الخدمة ورضا الزبون وحددها كونها اتجاهاً يكونه الزبون من خلال تقييمه لعرض الخدمة، وأن هذا الموقف غالباً ما يكون مبنياً أو مستنداً على سلسلة من خبرات تقييمية سابقة.

والجودة بالأصل تقديم الخدمة على الوجه الذي يجب أن تقدم به للزبون بما يتناسب وتوقعاته عنها، لأن هذه التوقعات لم تأتي من فراغ بل هي مبنية على تصورات ومؤثرات جعلت الزبون يتوقع هذه الجودة، وبالتالي لن يحكم على الخدمة بأنها ذات جودة عالية إلا إذا ما طابقت أو فاقت توقعاته كما أن جانب الاختلاف بين جودة الخدمة ورضا الزبون يكمن في كيفية تعريف أو تحديد معنى التوقعات، لأنه عند قياس جودة الخدمة فإن مستوى المقارنة (نعني التوقع " ما الذي ينبغي على الزبون توقعه"، بينما قياس الرضا يكون مستوى المقارنة على أساس " ما قد يتوقعه الزبون من الخدمة " فإن التوقع يكون على شكل تصور أو تنبؤ. (خيثر، مرايمي، 2017، ص 43)

- علاقة الأمن والسرية برضا الزبائن:

يرى كل من donthu&yoo أن الأمن يعني حماية المستخدم من مخاطر الاحتيال والخسارة المالية من خلال استخدام بطاقة الائتمان الخاصة به على الموقع. أما السرية فتعني حماية البيانات الشخصية وعدم مشاركتها

أو إعادة بيعها لمواقع أخرى، هذه المعلومات التي تم جمعها من المستهلكين خلال تجريبهم الخدمة الإلكترونية، وهذا ينطوي على حماية وعدم الكشف عن هوية الزبائن، وضرورة طلب موافقتهم لنقل بياناتهم الشخصية. (غياد، ع2، 2021، ص123)

علاقة الأمن والسرية بالعوامل المتعلقة بالرضا عن الموقع:

إن الموقع المؤمن يتم استخدامه بأريحية من طرف الزبون، لتأكده من أنه في مأمن، ولا يتم استغلال بياناته الشخصية، وهذا ما يؤدي إلى الرضا عنه، وإعادة استعماله.

علاقة الأمن والسرية بالرضا عن خدمات الزبائن:

الخدمات الإلكترونية المقدمة للزبائن لا بد من أن تتميز بالسرية التامة، خاصة فيما يخص أرصدتهم المالية، وكذا العمليات التي يقومون بها. حتى تحظى بالرضا عن الخدمات المقدمة إليهم. (غياد، ع2، 2021، ص124)

خلاصة:

إن المدخل الأكثر شيوعاً في تقييم جودة الخدمة، هو المدخل الذي يعتمد على حكم الزبون والفكرة الأساسية لهذا المدخل، هي أنّ الزبائن يعتمدون على معايير مختلفة للحكم على جودة الخدمة المقدمة، لذا على المؤسسة التي تحرص على تقديم خدمة جيدة تلبي حاجات الزبائن وتوقعاتهم، أن تتعرف على هذه المؤشرات وعلى إمكانية تلبية هذه التوقعات.

كما أن للتطبيقات الإلكترونية مكانة مهمة لدى الأفراد والمؤسسات حيث دخلت في العديد من مجالات الحياة وأصبحت جزءاً لا يتجزأ منها: التعليم والتواصل والمعاملات المالية الإلكترونية، بفضل مميزاتا وتسهيلاتا المقدمة خاصة، كما تتنوع هذه التطبيقات حسب برمجتها ومحتواها واستخداماتها الإلكترونية في قطاع الخدماتية لأهداف عدة منها تقديم خدمات ومصالح وأغراض خاصة بالمؤسسات والأفراد.

الفصل الثاني

الدراسة الميدانية

تمهيد:

بعد عرض الإطار النظري والذي يهيم الأرضية النظرية لمعالجة مشكلة الدراسة نظريا، وتمهيدا لمعالجة مشكلة الدراسة ميدانيا والإجابة على فرضيات الدراسة المطروحة، خصص هذا الفصل للدراسة الميدانية على عينة من مستخدمي تطبيق بريدي موب لمعرفة أثر استخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، أعتد الاستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات من مستخدمي تطبيق بريدي موب، وتمت المعالجة الإحصائية والتحليل لآراء عينة الدراسة عن طريق البرنامج الإحصائي للحزمة الاجتماعية SPSS.V27 .
لتغطية متغيرات الدراسة والإمام بعرض وتحليل ومناقشة النتائج، قسم هذا الفصل إلى ثلاث مباحث أساسية:

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة بريد الجزائر

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الثالث: عرض وتحليل ومناقشة النتائج

المبحث الأول: تقديم عام لمؤسسة بريد الجزائر

المطلب الأول: تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر وخدماتها

تمثل مؤسسة بريد الجزائر أحد المؤسسات الخدمية العمومية التي لها حماية شبه كلية من الدولة بالنظر إلى وضعيتها الاحتكارية وفي ظل الضعف أو الانعدام الكلي للأطراف المنافسة لها أصبحت المؤسسة تخضع لرقابة عمومية ممثلة في وزارة البريد وتكنولوجيا العالم والاتصال وبالتالي أصبح تدخل الدولة فيها متطورا، فبريد الجزائر اليوم يحصي أكثر من 29417 عاملا من بينهم 3732 ساعي بريد كما أنه يملك شبكة بريدية واسعة تضم 3685 مكتب بريد عبر كافة ربوع الوطن من بينهم ولاية المسيلة.

أولا- لمحة عن مركز البريد الرئيسي بولاية المسيلة

تقع ولاية المسيلة في الوسط الشرقي الجزائري يحدها شمالا واليتي برج بوعريريج والبويرة ومن الشمال الشرقي ولاية سطيف ومن الشمال الغربي ولاية المدية أما من الشرق ولايتي باتنة ومن الغرب والجنوب الغربي ولاية الجلفة ومن الجنوب الشرقي ولاية بسكرة، وتقدر الكثافة السكانية بـ 1029447 نسمة. أما مساحتها فتقدر بـ 18075 كلم² وتتوسط القبضة الرئيسية تراب الولاية حيث تقع تحديدا في الحي الإداري، يحدها شمالا من الواجهة الرئيسية كلا من المحكمة وساحتها، وجنوبا مديرية التكوين المهني، أما شرقا فيحدها مقر المجلس الولائي، ومن الناحية الغربية فيحدها شركتي التأمين CAAT و CNASAT وبنك الفلاحة والتنمية BADR، تأسست سنة 1992، وتحتوي على 12 شباكا منهم شبك خاص بالحوامل وذوي الاحتياجات الخاصة، وعلى 34 عاملا.

ثانيا- المهام المحتركة من طرف مركز البريد الرئيسي لولاية المسيلة

للقبضة الرئيسية عدة مهام منوطة بها حيث تعتبر كمكتب عادي ال يختلف عن مكاتب البريد الأخرى بالإضافة إلى وظائف أخرى تختص بها تتمثل في النقاط التالية:

- تمويل المكاتب بالمال.
- مركزة الأموال والقيم المطابقة.
- الانفراد بفتح الحسابات البريدية الخاصة بالمؤسسات.
- تمويل المكاتب بالقيم (البريدية، الجبائية، التغيمية).
- تفرغ الحسابات البريدية الخاصة بالمكاتب الأخرى (Appurment).
- مركز الصكوك البنكية وصكوك الخزينة لإجراء عملية المقاصة.
- تزويد الحسابات البريدية الأخرى.

المطلب الثاني: المديرية الولائية لبريد الجزائر - مسيلة:

هي مديرية من بين 50 مديرية ولائية للبريد على مستوى الوطن، ومن مهامها تسيير المصالح البريدية عبر الولاية وتجسيد المخططات المحددة من طرف المديرية العامة لتطوير القطاع كما تتكون من المصالح الأساسية التالية:

- المصلحة المالية والنقدية.

- مصلحة الإدارة العامة والوسائل.

- مصلحة الاستثمار البريدي.

- مصلحة المحاسبة.

- مصلحة الإعلام الآلي.

- خلية التفتيش.

الهيكل البريدية:

تحتوي ولاية المسيلة على شبكة بريدية مكونة من 97 مكتب بريدي مصنفة كما يلي:

- 95 مكتب بريدي ذات مهام كاملة

1- (Plein exercice) مكتب متنقل

1- (Bureau itinerant) شبابيك ملحقة (Guichet annexe)

خلية التفتيش:

تتكون من مسؤول الخلية وعدد من المفتشين والمفتشين الرئيسيين، لهم مهام رئيسية منها:

- مراقبة وتفتيش المصالح البريدية (مكاتب ومختلف المصالح الأخرى).

- القيام بدراسة تنظيم المصالح والمستخدمين بالإضافة إلى القيام بالتحقيقات على مستوى جميع المصالح والمكاتب البريدية.

- القيام والإشراف على عملية التنصيب وإنهاء مهام قباضة البريد ومختلف المصالح الأخرى.

- السهر على ضمان السير الحسن لمختلف المصالح البريدية والعمل على تحسين أداء مختلف المصالح.

- العمل على تحسين مردودية الموظفين.

- القيام بمراقبة مختلف الوسائل والظروف الأمنية المتوفرة بمكاتب البريد.

- السهر على الاستغلال العقلاني لوسائل العمل المتوفرة.

- المفتش الرئيسي يعد الممثل الشخصي للمدير الولائي للبريد لدى جميع المكاتب والمصالح البريدية كما يعتبر المفتش بمثابة الأذن والعين الساهرة للمدير الولائي للبريد.

المصلحة المالية النقدية:

من مهامها تنظيم وتسيير المكاتب البريدية عبر تراب الولاية والمراقبة المالية والخدمات المقدمة.

أقسام المصلحة: تتكون من:

1. مكتب المالية.

وتشرف على مسك ومراقبة محاسبة المكاتب البريدية، والسهر على السير الحسن لكل العمليات المالية على مستوى مكاتب ولاية المسيلة، كما تعمل المصلحة المالية على حل والنظر في كل شكاوى المواطنين مثل الصكوك البريدية (CCP)، الحوالات البريدية (Les mandats)، الموزعات الآلية للأوراق النقدية (DAB)، الشبايك الآلية النقدية GAB.

الصكوك البريدية (Carnet de Cheques CCP):

لكل مواطن الحق في فتح حساب جاري وهذا بمجرد تقدمه إلى أي مكتب بريد، ولكن بشرط أن يكون مرفوقاً بنسخة من بطاقة التعريف الوطنية وشهادة عمل أو شهادة مدرسية وهذا بعد ملئه للوثائق المقدمة له من طرف وكيل الشباك حيث يقوم هذا الوكيل بفحصها أولاً ثم يسلم له وصل الإيداع.

وبعدما يقوم هذا الوكيل بإصدار تلك المعلومات إلى مركز الصكوك البريدية، يفتح له مباشرة دفتر حساب خاص به ويحتوي هذا الدفتر على اسم الطالب (الزبون) ورقم حسابه البريدي الشخصي ثم تقوم هذه المصلحة بإصدار دفتر الصكوك البريدية (Carnet de Cheques) إلى المكتب البريدي القريب من مقر سكن الطالب أو الزبون حيث يقوم الوكيل بالمكتب البريدي باستدعاء هذا الشخص من أجل تسليمه دفتر الصكوك (de Carnet Cheques) مقابل تقديم هويته وإمضائه على تسلمه للدفتر.

2. مكتب النقدية

متابعة طلب البطاقات المغناطيسية

- بيان حول سير الموزع الآلي للأموال GAB

- معالجة شكاوى المواطنين في حالة ضيع المبالغ المالية من الشبايك الآلية النقدية GAB.

مصلحة المحاسبة

1 مكتب المحاسبة:

تحويل الأموال: تحول هذه الأموال من مكاتب رئيسية إلى مكاتب ثانوية ويقوم بهذه العملية القابض الرئيسي الذي يقيم بمدينة المسيلة حيث يتم الاتصال به عبر الهاتف مساءً من جميع المصالح البريدية الموجودة عبر تراب الولاية من أجل طلب المبلغ وذلك لتسديد العمليات اليومية التي تقوم بها كل مكاتب الولاية، وكذا تزويد المكاتب البريدية بالأموال.

كما يقوم هذا المكتب بمتابعة كل الوثائق الحسابية القادمة من طرف كل المكاتب البريدية وهذا كل نهاية الشهر نذكر من بيننا لائحة 1104 وتشتمل هذه اللائحة على مداخل ومخارج المكاتب البريدية المنتشرة عبر تراب الولاية وهذا من بداية الشهر إلى نهايته،

مصلحة الإدارة العامة والوسائل

تتكون هذه المصلحة من عدة مكاتب هامة هي:

- مكتب المستخدمين (تسيير الموارد البشرية)،
- مكتب البناء .
- مركز الصيانة وحفظ البنايات (CEMB).
- مكتب النقل .

مصلحة الاستثمار البريدي:

1-مكتب الاستثمار البريدي:

- الطرود البريدية (Les Colis Postaux) الأكياس البريدية .
- منح رخصة خاصة ببيع الطوابع البريدية في الأكشاك
- التوقيت لفتح وغلق المكاتب البريدية (التوقيت الصيفي والشتوي)
- توزيع الرسائل، الأرشيف
- معالجة شكاوى المواطنين
- دراسة ميدانية في حالة فتح مكتب بريدي جديد
- متابعة ترحيل البريد والطرود

2-مكتب نقل وتوزيع البريد السريع EMS:

- متابعة نقل إرساليات البريد السريع إلكترونيا
- مراقبة جودة المكاتب البريدية
- الاشراف على متابعة نقل وتوزيع البريد
- تحرير فواتير الخاصة بالتلغراف
- الاشراف على خدمة البريد السريع
- منح رخصة لممارسة كاتب عمومي على مستوى المكاتب البريدية
- خدمة أمانتيك خدمة جديدة تتمثل في توصيل السلع والمنتجات إلى باب المنزل.

المطلب الثالث: الهيكل التنظيمي للمكتب الرئيسي بالمسيلة

المخطط التنظيمي للمكتب.

- 1- القابض الرئيسي.
- 2- مكتب الصندوق.
- 3- مكتب التنظيم.
- مصلحة المحاسبة.

- مصلحة السجل 60 مكر.

4- رئيس القسم.

4-1- دور مفتش الشبابيك.

- المفتش الخاص بالمصلحة البريدية

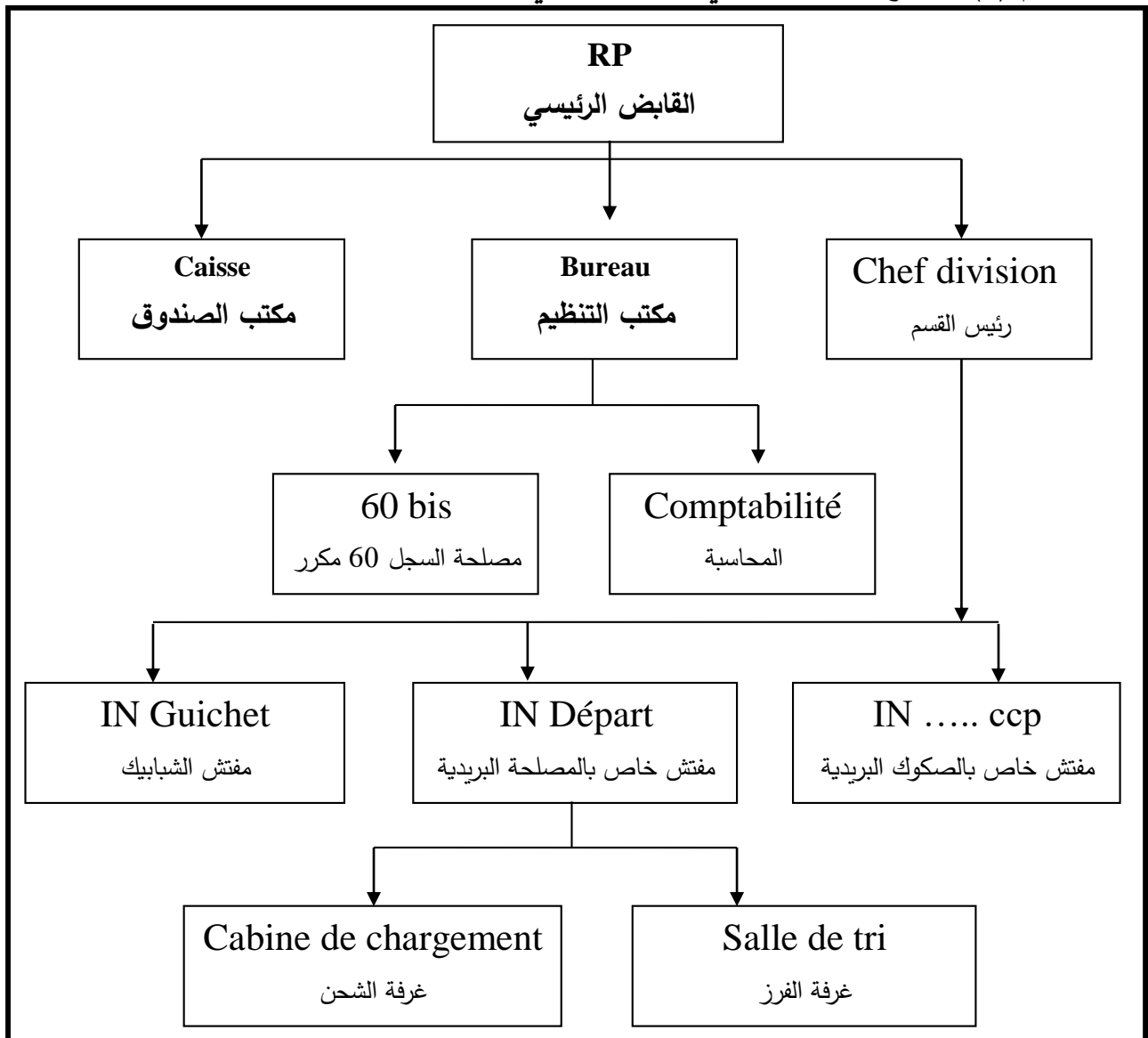
- المفتش الخاص بالصكوك البريدية.

4-2- الشبابيك.

- المصالح الخلفية.

4-3- مكتب الاستعمالات.

الشكل رقم (8): يوضح الهيكل التنظيمي للمكتب الرئيسي بالمسيلة



المصدر: بالاعتماد على الوثائق المقدمة من طرف بريد والمواصلات بالمسيلة

المطلب الرابع: عمليات الدفع الإلكتروني على مستوى تطبيق بريدي موب

تطبيق بريد موب: هي عملية تطبيقية على الهاتف النقال، تضع تحت تصرف الزبائن الخدمات النقدية والمالية لبريد الجزائر، وبالتالي فهي تساهم في تحسين الاستخدام الأكفأ للوقت والتسيير الأحسن للحساب البريدي الجاري للمعاملات المالية كيفما وحيثما شاء الزبون. (موقع البوابة الحكومية للخدمات العمومية)

تم بتاريخ 10 أفريل 2018 تقديم التطبيق الجديد " بريدي موب من طرف مؤسسة بريد الجزائر لفائدة زبائنها الذين يمتلكون أجهزة هواتف ذكية حيث يمكن تحميل هذا التطبيق من خلال Google Play أو عن طريق زيارة موقع بريد الجزائر www.poste.dz، ويسمح هذا التطبيق للزبائن الاستفادة من تشكيلة من الخدمات المتنوعة كتحديد مواقع تواجد مكاتب البريد الموزعات الآلية وغيرها بالإضافة إلى إمكانية القيام بتحويل النقود من الحساب البريدي للزبون إلى حساب بريدي آخر شريطة امتلاك كليهما للبطاقة الذهبية، ويصل المبلغ المتاح تحويله يوميا إلى خمسون ألف دينار جزائري (50000 دج). (مقابلة مع السيد علي بن قنة رئيس مكتب المصالح النقدية ببريد الجزائر المسيلة، 2023)

- خدمة حوالتك

هي خدمة لتحويل الأموال بصفة سريعة وأنية آمنة وبسيطة، عن طريق حوالة الكترونية، وهي خدمة جديدة هدفها إثراء باقة الخدمات المالية التابعة لمؤسسة بريد الجزائر، للاستفادة من خدمة حوالتك يتوجب على المرسل التقرب من أي مكتب بريد، حاملا وثيقة إثبات الهوية والمبلغ المالي المراد إرساله أو تحويله، مستخدما استمارة الصك الموحد SFP01 المتوفرة في المكاتب البريدية، والتي تحمل أيضا رقم هاتف المرسل ورقم هاتف المستفيد " المرسل إليه "، لأن هاته العملية تتم عبر رسالة نصية.

بعد إتمام عون الشباك للعملية يقدم وصل دفع الحوالة، ومباشرة ستصل رسالة نصية قصيرة إلى هاتف الزبون الذي أدرج رقمه، وفي نفس الوقت تصل نفس الرسالة إلى المستفيد من الحوالة، حيث تحمل الرسالة النصية رمز الحوالة ورقمها السري، إضافة إلى دعوة للمستفيد للتعرف نحو أي مكتب بريدي لسحب مبلغ الحوالة، أول شيء على الزبون التقرب من أي مكتب بريدي، مصحوبا ببطاقة الهوية، يقوم بتقديم الرقم السري ورمز الحوالة المرسلين إليه عبر الهاتف النقال.

بعدها سيتم سحب المبلغ المرسل عبر الشباك بشكل عادي، حيث سيتم منح عون الشباك المبلغ بعد تأكيد العملية، أما المبلغ الذي يمكن إرساله هو أقل مبلغ: 1000 دج وأكبر مبلغ: 200000 دج.

وفي حال لم يتم استلام أو سحب المبلغ من طرف الشخص المستفيد من حوالتك، في مدة أقصاها 30 يوماً من تاريخ الإرسال ترسل رسالة نصية إلى رقم هاتف المرسل تبلغه بعدم سحب الحوالة من طرف المستفيد يمكن للمرسل بعدها التوجه إلى أي مكتب، حاملا بطاقة هويته ووصل دفع الحوالة وذلك من أجل طلب استعادة المبلغ المرسل. وبعد تأكيد العملية سيتم إعادة مبلغ الحوالة، ولا يمكن المطالبة باسترجاع مبلغ الحوالة في حال تجاوزت المدة 24 شهرا. (مقابلة مع السيد علي بن قنة رئيس مكتب المصالح النقدية ببريد الجزائر المسيلة، 2023)

* التحويل من حساب إلى حساب على مستوى تطبيق بريدي موب: يمكن للزبون القيام بتحويل الأموال من حسابه البريدي إلى حساب بريدي آخر شريطة امتلاك كليهما للبطاقة الذهبية، ويصل المبلغ المتاح تحويله يوميا إلى خمسون ألف دينار جزائري (50000 دج).

* التحويل من حساب إلى حساب **compte a compte** على مستوى الموزعات الآلية والشباك: يمكن للزبون بريد الجزائر تحويل الأموال من حسابه البريدي نحو حساب آخر وتتم بصفة آنية دون الحاجة لسحب الأموال نقدا، على مستوى كل من:

* الموزعات الآلية: يصل سقف هذه العملية إلى مبلغ إلى خمسون ألف دينار (50000 دج)، حيث يقوم حامل البطاقة الذهبية بتحويل المبلغ عن طريق إدراج رقم التعريف البريدي للمستفيد xx00799999

* الشباك: يمكن للزبون تحويل مبلغ مائتين ألف دينار (200000 دج)، في اليوم عبر شبكاتك بريد الجزائر، باستعمال استمارة الصك الموحد SFP01 والبطاقة الذهبية للمرسل دون شرط امتلاك المستفيد للبطاقة الذهبية.

خدمة أمانتك AMANTIC:

تعد هذه الخدمة أحدث خدمة مقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر، لفائدة زبائنها، حيث تمكنهم من إرسال سلعهم عبر البريد بصفة آمنة ومضمونة عن طريق التقرب من شبكاتك البريد للاستفادة من هذه الخدمة، وإرسال السلعة إلى العنوان المسجل على استمارة MN01 والتي تحوي المعلومات التالية:

- قيمة السلعة المصرح بها، حيث لا تتعدى مائة وخمسون ألف دينار (150000 دج).

- وزن السلعة ولا يتجاوز عشرة كيلوغرام (10 كغ).

- العنوان الكامل للمرسل والمرسل إليه.

- رقم هاتف كل من المرسل والمرسل إليه.

- طبيعة السلعة.

- رقم الحساب البريدي للمرسل في حال طلبه لتحويل مبلغ السلعة من المرسل إليه.

أما عن تكلفتها يتم احتساب الرسوم آليا من خلال القيمة المصرح بها للسلعة وكذا وزنها. بعد هذه الخطوات يتم توزيع السلعة عبر موزع خاص مزود بكل الوسائل لتنتهي العملية بإرسال تأكيد استلام السلعة عن طريق رسالة نصية قصيرة ترسل إلى المرسل، وفي حالة وجوب تحويل قيمة السلعة على مستوى الشباك، عند وصول السلعة يتم إرسال رسالة نصية للمستقبل تفيد بوصول الإرسالية تدعوه للتقرب من مكتب البريد لأجل تسديد قيمة السلعة واستلامها، ليتم بعد نهاية العملية إرسال رسالة قصيرة للمرسل تبلغه بإتمام العملية، وتزويد حسابه البريدي بالمبلغ المحصل. (مقابلة مع السيد علي بن قنة رئيس مكتب المصالح النقدية بريد الجزائر المسيلة، 2023)

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

المطلب الأول: تجهيز البيانات

أولاً: تفرغ البيانات

تم ترجمة سلم الإجابة الخاص لفقرات الاستبيان من سلم تقدير لفظي حسب مقياس ليكرت الخماسي إلى سلم تقدير كمي، وهو أسلوب لقياس السلوكيات والتفضيلات استنبطه عالم النفس الأمريكي Rensis likert ، يستعمل في الاختبارات النفسية والاستبيانات وخاصة في مجال الاحصائيات، ويعتمد المقياس على ردود واجابات تدل على درجة الموافقة أو الاعتراض عن عبارة ما، واعتمادنا هذا المقياس لبيان مدى أهمية كل عبارة من عبارات الاستبيان، حيث طلب من أفراد العينة أن يحددوا الإجابة الموافقة لهم وفقاً للمقياس، والمتكون من خمس درجات وهي موضحة في الجدول التالي:

جدول (1): يوضح درجات مقياس ليكرت الخماسي

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

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين

بعد تحويل الإجابات الى بيانات كمية، تمت مراجعة بيانات قوائم الاستقصاء، للتأكد من اكتمالها وصلاحياتها لأجل إجراء التحاليل الإحصائية اللازمة ومن ثم ترميز قيم جميع العبارات الواردة بتلك القوائم وتفرغها على الحاسب الآلي باستخدام برنامج Microsoft Excel وبرنامج SPSS V.27، علماً أنه قد تم ترميز إجابات عينة الدراسة من خلال إعطاء مجموعة من الأوزان التي تعبر عن الآراء المختلفة لعينة الدراسة وفقاً لمقياس رنيس ليكرت الخماسي (Rensis Likert) ، بحساب المدى لتحديد طول الفئات ودرجة الموافقة حيث أن المدى هو الفرق بين أكبر قيمة وأصغر قيمة 1 أي: (هندي، 1995، ص17)

$$\text{المدى العام: } 4 = 1 - 5$$

أما طول الفئة فهو حاصل قسمة المدى العام على عدد الفئات أي:

$$\text{طول الفئة} = \frac{\text{المدى العام}}{\text{عدد الفئات}} = \frac{4}{5} = 0.8$$

وبالتالي يتم إضافة هذه القيمة الى أقل قيمة في مقياس 1 وذلك لتحديد الحد الأعلى لأول فئة:

الفئة الأولى = طول الفئة + أدنى قيمة = $1 + 0.8 = 1.8$ وبالتالي نجد أطوال الفئات ومستوى الموافقة لكل

فئة كما هو مبين في الجدول الموالي:

جدول (2): يوضح ترميز إجابات عينة الدراسة

الوزن	الإجابات	المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي النسبي المقابل له	الاتجاه
1	غير موافق بشدة	[1 - 1.80]	[20% - 36%]	مستوى منخفض جدا من القبول
2	غير موافق	[1.80 - 2.6]	[36% - 52%]	مستوى منخفض من القبول
3	محايد	[2.60 - 3.40]	[52% - 68%]	مستوى متوسط من القبول
4	موافق	[3.40 - 4.20]	[68% - 84%]	مستوى عال من القبول
5	موافق بشدة	[4.20 - 5]	[84% - 100%]	مستوى عال جدا من القبول

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

ثانيا: تكوين متغيرات الدراسة

تم تكوين متغيرات الدراسة اعتمادا على العبارات المعبرة عن كل منها، والجدول التالي يعطي توصيفا للمتغيرات التي تتضمنها التحليلات الإحصائية لاحقا.

جدول (3): يوضح تكوين متغيرات الدراسة

المتغيرات	العبارات	ترميز الأبعاد
بعد سهولة الاستخدام	من العبارة 1 إلى العبارة 9	X ₁
بعد تصميم الموقع	من العبارة 10 إلى العبارة 17	X ₂
بعد سرعة الاستجابة	من العبارة 18 إلى العبارة 25	X ₃
بعد السرية والأمان	من العبارة 26 إلى العبارة 32	X ₄

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من خلال الجدول أعلاه، تكونت متغيرات الدراسة من أربع (4) أبعاد رئيسية، مشتملة على 32 عبارة.

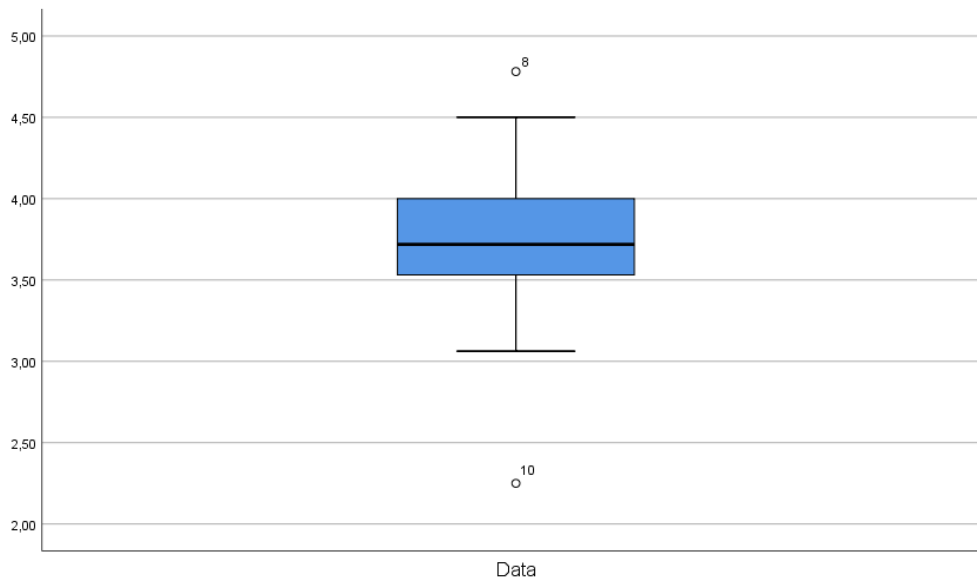
ثالثا: معالجة البيانات الشاذة واختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

1- معالجة البيانات الشاذة

بعد القيام بفحص واستكشاف بيانات الدراسة تبين أنه لا توجد بيانات شاذة كثيرة باستثناء إجابتي الاستمارة

رقم 08 ورقم 10 الشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل رقم (9): يوضح كشف البيانات الشاذة



المصدر: الشكل من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الشكل أعلاه، الخط الثخين داخل الصندوق يمثل وسيط بيانات الدراسة، والخط أسفله يمثل الربع الأول، أما الخط أعلاه فيمثل الربع الثالث، أما الحدين يمثلان حدود القيم المتطرفة، فالقيم التي تقع خارج الحدين تعتبر قيم متطرفة أو شاذة إن إجابتي الاستمارة رقم 08 ورقم 10 الموضحة في شكل دوائر صغيرة هي قيمتان شاذتان وغير متسقتان وغير منسجمتان مع باقي بيانات الدراسة التي كانت كلها محصورة بين الحد السفلي قيمته 3.10 والحد الأعلى بقيمة 4.50، وعليه تم معالجتها مع الأخذ بعين الاعتبار قيمة المتوسط الحسابي وقيمة الوسيط.

2- اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات (Tests of Normality)

يستخدم هذا الاختبار لمعرفة طبيعة توزيع بيانات ظاهرة معينة في كونها تتبع التوزيع الطبيعي (الاعتدالي) من عدمه، وهذا الاختبار ضروري لاختيار نوعية الأدوات والأساليب الإحصائية التي ستستخدم في الدراسة، وللكشف عن مدى ملائمة البيانات للتوزيع الطبيعي استخدمنا اختبارين:

أ- اختبار **Shapiro-Wilk**: يستخدم هذا الاختبار لمعرفة توزيع البيانات، إذا كان حجم العينة أقل أو يساوي 50 مفردة، بينما يستخدم اختبار كولموجروف - سميرونوف **Kolmogorov-Smirnov** إذا كان حجم العينة أكبر من 50 مفردة (أبو دقة، 2013، ص33)، وبالاعتماد على مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، ويتم الاعتماد على الاختبارات اللامعلمية، والعكس نعتمد على الاختبارات المعلمية إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة، والجدول التالي يوضح نتائج الاختبار:

جدول (4): يوضح نتائج اختبار Shapiro-Wilk

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
بيانات الدراسة ككل	0.066	50	0.200*	0.981	50	0.606
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

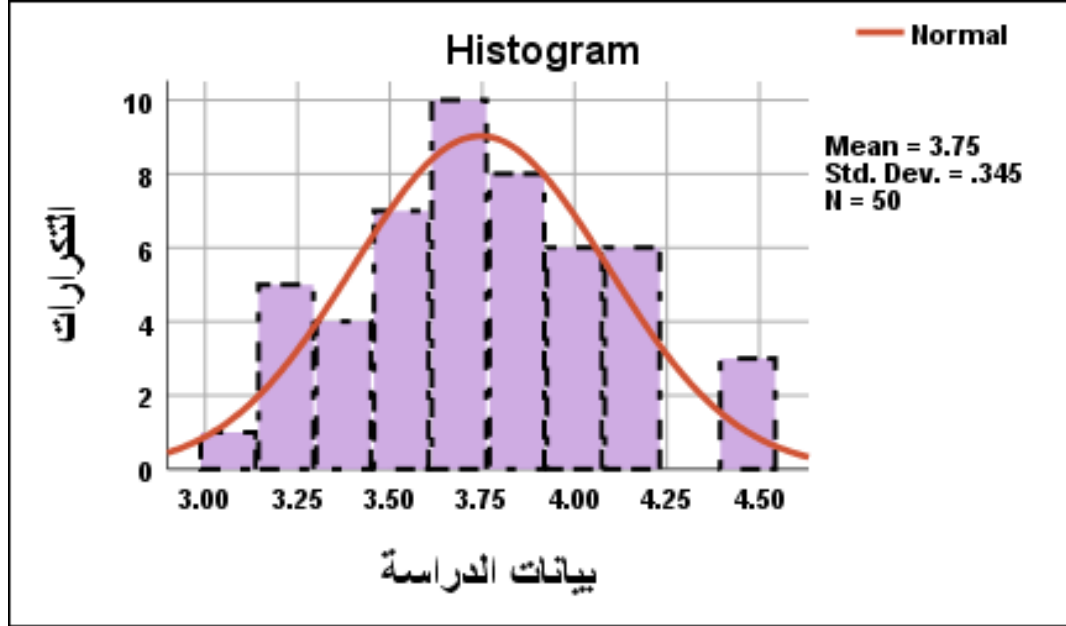
المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه يتبين أن القيم الاحتمالية لاختبار Shapiro-Wilk لبيانات الدراسة تساوي 0.606 وهي أكبر من مستوى المعنوية المعتمدة في الدراسة 0.05 ، وبالتالي بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، مما يسمح باستخدام الاختبارات المعملية لتحليل البيانات واختبار فرضيات الدراسة.

ب- طريقة المدرج التكراري Histogram

المدرج التكراري يعطينا معلومات غزيرة في شكل بسيط ويعتبر من الأدوات الشهيرة والبسيطة في تحليل البيانات والمدرج التالي يوضح مدى ملائمة البيانات للتوزيع الطبيعي.

الشكل رقم (10): يوضح توزيع بيانات الدراسة



المصدر: الشكل من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الشكل السابق لتوزيع بيانات الدراسة وفق لطريقة المدرجات التكرارية، وبنظرة سريعة يمكننا أن ندرك أن بيانات الدراسة تتوزع توزيع طبيعي معتادا حيث؛ أن معظم إجابات العينة تركزت بين موافق بدرجة متوسطة (3) وموافق (4).

رابعاً: أساليب المعالجة الإحصائية

بغرض تحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات وتفسيرها تم الاعتماد على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (SPSS (Statistical Package for Social Sciences)، الإصدار 27، وتم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية تتمثل في:

- 1- التكرارات والنسب المئوية: لمعرفة البيانات الأولية لمجتمع الدراسة وتحديد استجابات أفرادها اتجاه عبارات الأبعاد الرئيسية التي تتضمنها أداة الدراسة؛
- 2- المتوسط الحسابي: يعتبر من أهم مقاييس النزعة المركزية وأكثرها استخداماً، يعبر عن مدى أهمية عبارات الاستبيان عند أفراد العينة، كما يعبر عن تمركز إجابات العينة حول قيمة معينة، تبعاً للدراجات المعطاة لبدائل المقياس المستخدم؛
- 3- الانحراف المعياري: هو من مقاييس التشتت، يستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات الدراسة حول متوسطها الحسابي، وتكون قيمه جيدة كلما اقترب من الصفر؛
- 4- معامل الارتباط كارل بيرسون: ارتباط ثنائي يستخدم في معرفة قوة العلاقة البينية وقيمه محصورة بين (-1 و1)؛

5- معامل الصدق: يقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه،

6- معامل الثبات: يختبر مدى الاعتمادية على أداة الدراسة المستخدمة؛

7- اختبار التوزيع الطبيعي: يستخدم لمعرفة واكتشاف اعتدالية توزيع البيانات من عدمها؛

8- اختبار ستودنت t-test: من أجل قياس مستوى تواجد الظاهرة بإجراء مقارنة للمتوسطات مع المتوسط الافتراضي الذي يكون عادة في المقياس الخماسي يساوي 3.

المطلب الثاني: المنهج العلمي المعتمد، مجتمع وعينة الدراسة

أولاً: المنهج العلمي المعتمد

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي الميداني الذي يتناسب مع الموضوع المختار، ويعتبر المنهج الوصفي من أكثر المناهج التي يتم إتباعها في دراسة الظواهر، والذي يقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها، ومن بين الأساليب الأكثر استخداماً في المنهج الوصفي أسلوب دراسة حالة حيث؛ يقوم هذا الأسلوب على جمع الحقائق والبيانات والمعلومات عن حالة فردية أو مجموع من الحالات بهدف الوصول إلى فهم أعمق للظاهرة المدروسة أو المجتمع التي تمثله هذه الحالة.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة

1- مجتمع الدراسة: المجموعة الأكبر التي يفترض أن نعم نتائج الدراسة عليها، وتمثل مجتمع دراستنا في جميع مستخدمي تطبيق بريدي موب المسيلة، وأمام كبر حجمه وانتشاره فإنه لا يمكن اجراء عملية مسح شامل له، لذا تم الاكتفاء بعينة من هذا المجتمع لدراستها وتعميم النتائج.

2- عينة الدراسة: إن اختيار نوع العينة لابد أن يكون بطريقة تضمن التمثيل الصادق للمجتمع، اعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة لتلائمها مع دراستنا حيث؛ تسمح هذه الطريقة بتكافؤ الفرص أمام كل مفردات المجتمع، كما تتميز بقلّة خطأ التحيز (الصيد، ربيع، 1984، ص107)، كما يعتبر تحديد حجم العينة من الأمور التي على الباحث أن يوليها أهمية خاصة، ذلك أن صغر حجمها قد يجعلها غير ممثلة لمجتمع الدراسة، وفي مقابل ذلك فإن زيادة حجمها بشكل كبير يتطلب الكثير من الجهد والوقت والمال، كانت عدد الاستمارات الواردة إلينا من مستخدمي تطبيق بريدي موب المسيلة والصالحة للتحليل 50 استمارة وبالتالي حجم عينة الدراسة 50 مفردة.

ثالثا: خصائص عينة الدراسة

1- توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير للجنس

جدول (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	26	52.00
أنثي	24	48.00
المجموع	50	100%

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه أن عينة الدراسة تضمنت كلا الجنسين حيث؛ بلغت نسبة مشاركة الذكور 52.00%، ونسبة مشاركة الإناث أقل من مشاركة الذكور بنسبة 48.00%.

2- توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير السن

جدول (6): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

النسبة المئوية%	التكرار	السن
32.00	16	اقل من 25 سنة
32.00	16	من 25-35 سنة
30.00	15	من 36-45 سنة
06.00	03	45 سنة فما فوق
%100	50	المجموع

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

قسم متغير السن إلى 4 فئات حيث؛ نلاحظ من الجدول أعلاه هيمنت الفئتين العمريتين اقل من 25 سنة ومن 25-35 سنة، بنفس نسب المشاركة 32.00%، وتلتها الفئة العمرية من 36-45 سنة، بنسبة مشاركة 30.00%، أما الفئة الأخيرة تمثلت في الفئة العمرية 45 سنة فما فوق، بنسبة مشاركة 06.00%.

3- توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير المستوى التعليمي

جدول (7): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية%	التكرار	المستوى التعليمي
08.00	04	ثانوي
32.00	16	ليسانس
28.00	14	ماستر
26.00	13	دراسات عليا
06.00	03	أخرى
%100	50	المجموع

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أكبر نسبة كانت للفئة ذات المستوى التعليمي ليسانس بنسبة مشاركة 32.00%، ثم تليها فئة ماستر، بنسبة مشاركة 28.00%، وبعدها فئة دراسات عليا، بنسبة مشاركة 26.00%، أما الفئة الأخيرة تمثلت في أخرى، بنسبة مشاركة 06.00%.

4- توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير مدة استخدام تطبيق بريدي موب

جدول (8): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير مدة استخدام تطبيق بريدي موب

النسبة المئوية %	التكرار	مدة استخدام تطبيق بريدي موب
42.00	21	سنة واحدة
24.00	12	سنتين
16.00	08	3 سنوات
18.00	09	4 سنوات فما فوق
%100	50	المجموع

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن أكبر فئة كانت لمدة استخدام تطبيق بريدي موب سنة واحدة بنسبة مئوية 42.00%، ثم تليها فئة سنتين، بنسبة مئوية 24.00%، ثم تليها فئة 4 سنوات فما فوق، بنسبة مئوية 18.00%، وفي الترتيب الأخير لفئة 3 سنوات بنسبة مشاركة 18.00%.

المطلب الثالث: أداة الدراسة

أولاً: وصف الاستبيان

تم اعداد الاستبيان وتصميمه وصياغة عباراته طبقاً لأهداف الدراسة، وبما يتلاءم مع موضوعها، وتجدر الإشارة الى أن الاستبيان تم عرضه في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوي الاختصاص كما يظهره الملحق رقم (1-2) بهدف الوقوف على آرائهم وتقديرهم لمدى صلاحية عبارات الاستبيان وملائمتها للمحاور المقترحة للدراسة، وتم إجراء بعض التعديلات في صياغة وترتيب عباراته وبالتالي إخراجها بشكلها النهائي، مكون من 32 عبارة ومحورين (02) وفيما يلي توضيح ذلك:

المحور الأول: ويشمل مجموع البيانات الشخصية لعينة الدراسة وهي: الجنس، السن، المستوى التعليمي، مدة استخدام تطبيق بريدي موب.

المحور الثاني: الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريد موب وشمل هذا المحور على (04) أبعاد.

البعد الأول: بعد سهولة الاستخدام وشمل هذا البعد على (09) عبارات.

البعد الثاني: بعد تصميم الموقع وشمل هذا البعد على (08) عبارات.

البعد الثالث: بعد سرعة الاستجابة وشمل هذا البعد على (08) عبارات.

البعد الرابع: بعد السرية والأمان وشمل هذا البعد على (07) عبارات.

ثانيا: الخصائص السيكومترية لأداة الدراسة

بعدما تمت صياغة الاستبيان في شكله الأولي لابد من إخضاعه لاختباري الصدق والثبات.

1- صدق أداة الدراسة: يقصد بصدق أداة الدراسة؛ أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وهناك أنواع كثيرة من الصدق يتم اعتمادها لفحص أداة الدراسة، وسنقتصر في دراستنا على نوعين من الصدق لتأكد من صدق الاستبيان من خلال الصدق الظاهري، وصدق الاتساق الداخلي لأبعاد الاستبيان كما يلي:

أ- صدق المحكمين: يعني أن تكون عباراته مناسبة للغرض الذي وضعت من أجله ويتعلق صدق المحكمين بحالتين. (الساعدي، 2016، ص 452)

- **الصدق الظاهري:** نوع من أنواع صدق المحكمين يبين مدى تعلق العبارة بالهدف الذي وضعت من أجله.

- **صدق المحتوى:** صدق مكمل للصدق الظاهري وهو نوع من أنواع صدق المحكمين،

كما يبين مدى وضوح كل من عبارات الاستبيان من ناحية المعنى، والصياغة اللغوية والعلمية والتصميم المنطقي لها، وأنها تغطي المساحات المهمة لمجالها (شمول الاستبيان لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها)،

للتحقق من صدق المحكمين (الصدق الظاهري وصدق المحتوى) عرض الاستبيان على مجموعة من السادة المحكمين ذات الاختصاص والخبرة في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، وطلب منهم إبداء رأيهم حول عبارات وأبعاد الاستبيان وذلك بالحذف والتعديل واقتراح عبارات جديدة ومناسبة لموضوع الدراسة، وبناء على ملاحظات السادة المحكمين تم تعديل أداة الدراسة فأصبحت بصورتها النهائية مكونة من 32 عبارة، وبالتالي فإن الاستبيان يتمتع بصدق المحكمين.

ب- صدق الاتساق الداخلي: يقصد بصدق الاتساق الداخلي لعبارات الاستبيان؛ مدى اتساق كل عبارات الاستبيان

مع البعد الذي تنتمي إليه، أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه ولا تقيس شيء آخر، وتم ذلك من خلال حساب معامل الارتباط كارل بيرسون بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للبعد والمحور الذي تنتمي إليها، والجدول التالي يوضح المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط.

جدول (9): يوضح المجالات التي تنتمي إليها قيم الارتباط

ارتباط عكسي					ارتباط طردي					
قوي جدا	قوي	متوسط	ضعيف	ضعيف جدا	ضعيف جدا	ضعيف	متوسط	قوي	قوي جدا	
1-	0.9-	0.7-	0.5-	0.3-	0	0.3	0.5	0.7	0.9	1
تام										تام

Source : Emen bnymfarej, **Data analysais**, the statistical économic and social research and training center for Islamic countries(SESRI) ,Without the edition, Ankara, Turkey, 2015, p : 25.

جدول (10): يوضح الاتساق الداخلي لعبارات بعد سهولة الاستخدام

رقم العبارة	عبارات بعد سهولة الاستخدام	الاتساق مع البعد	الاتساق مع المحور
01	يمكن الدخول إلى تطبيق بريدي موب بكل سهولة	0.480**	0.453**
02	تعتبر خدمة تطبيق بريدي موب سهلة الاستخدام	0.583**	0.496**
03	يساعدك تطبيق بريدي موب على إنجاز كافة المهام المالية	0.455**	0.386**
04	يقدم تطبيق بريدي موب المعلومات والمساعدة الفورية لتسهيل العمليات المالية لزيائنه	0.640**	0.417**
05	هناك سهولة في الوصول إلى كافة صفحات الموقع	0.613**	0.501**
06	هناك تعليمات واضحة لاستخدام الموقع	0.511**	0.369**
07	يوفر تطبيق بريدي موب تحويل الأموال بكل سهولة	0.639**	0.529**
08	سهولة تعبئة رصيد الهاتف، الأنترنت (ADLS)، دفع فواتير الكهرباء، الماء والغاز، عبر تطبيق بريدي موب	0.352*	0.382**
09	يوفر التطبيق خدمة الإطلاع على الرصيد دون إنقطاع	0.535**	0.358*
بعد سهولة الاستخدام			0.765**
** الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.01$. * الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.			

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع بعدها ومحورها، أي أن عبارات هذا البعد دالة إحصائيا ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (11): يوضح الاتساق الداخلي لعبارات بعد تصميم الموقع

رقم العبارة	عبارات بعد تصميم الموقع	الاتساق مع البعد	الاتساق مع المحور
10	شكل تصميم تطبيق بريدي موب جذاب	0.384**	0.376**
11	محتوى تطبيق بريدي موب منظما تنظيما مناسباً	0.402**	0.428**
12	يتمتع تطبيق بريدي موب بالاجاذبية في التصميم	0.614**	0.319*
13	يتميز تطبيق برید موب بسهولة التصفح	0.585**	0.354*
14	يتم تحديث المعلومات في تطبيق بريدي موب بشكل مستمر	0.621**	0.366**
15	يتوفر تطبيق بردي موب على عدة لغات يمكنك فهمها	0.647**	0.531**
16	يحمس التطبيق المستخدم على زيارته دائما	0.520**	0.471**
17	الألوان المستخدمة في تطبي بريدي موب متناسقة	0.464**	0.432**
بعد تصميم الموقع			0.745**
** الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.01$. * الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.			

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع بعدها ومحورها، أي أن عبارات هذا البعد دالة إحصائياً ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (12): يوضح الاتساق الداخلي لعبارات بعد سرعة الاستجابة

رقم العبارة	عبارات بعد سرعة الاستجابة	الاتساق مع البعد	الاتساق مع المحور
18	يلتزم تطبيق بريدي موب بتقديم خدماته الإلكترونية في الوقت المحدد	0.562**	0.508**
19	يقلل تطبيق بريدي موب من الأخطاء ويضمن الأرصدة والحفاظ على الباقي بشكل دقيق	0.684**	0.545**
20	يتم الحصول على الخدمات الإلكترونية من أول مرة دون تأخير	0.629**	0.370**
21	يقوم تطبيق بريد موب بسرعة الاستجابة الفورية على الاستفسارات الإلكترونية وتلبية حاجات زبائنه	0.742**	0.461**
22	الاستجابة السريعة لشكاوى الزبائن والرد الفوري للحالات الطارئة	0.580**	0.319*
23	أتحصل بكل دقة على الخدمة التي تطلبها دون إنقطاع	0.580**	0.460**
24	يوفر تطبيق بريدي موب أيقونات خاصة لكل الخدمات الإلكترونية من أجل تسريع الخدمات للزبائن	0.692**	0.456**
25	يتم الإجابة على الاستفسارات من قبل القائمين على التطبيق بشكل دقيق	0.637**	0.483**
	بعد سرعة الاستجابة		0.718**
** الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.01$. * الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.			

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع بعدها ومحورها، أي أن عبارات هذا البعد دالة إحصائياً ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

جدول (13): يوضح الاتساق الداخلي لعبارات بعد السرية والأمان

رقم العبارة	عبارات بعد السرية والأمان	الاتساق مع البعد	الاتساق مع المحور
26	أشعر بالأمان عند تقديم معلوماتي الشخصية عبر تطبيق بريدي موب	0.376**	0.434**
27	يعرفني تطبيق بريدي موب بجميع التفاصيل وبالمعلومات عن الخدمات المتوفرة لديه	0.523**	0.374**
28	يضمن لي تطبيق بريدي موب الحماية لمعلوماتي عن تعاملاتي المالية	0.654**	0.374**
29	تعاملات تطبيق بريد موب بالسرية مع معلوماتي الشخصية ولا يسمح للآخرين بالاطلاع عليها أو إساءة استخدامها	0.772**	0.494**
30	يقوم تطبيق بريدي موب على إرسال رقم سري عبر رسائل قصيرة SMS لاستكمال العملية بأمان وسرية	0.724**	0.356*
31	يوفر تطبيق بريدي موب نظام أمان يحافظ على بيانات الشخصية عند استخدامك للمعاملات الإلكترونية	0.577**	0.409**
32	تتوفر خصوصية للمتعاملين مع تطبيق بريدي موب من خلال (كلمة السر، اسم المستخدم)	0.818**	0.507**
بعد السرية والأمان		0.665**	
**الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha < 0.01$. *الارتباط دال إحصائياً عند مستوى معنوية $\alpha < 0.05$.			

المصدر: الجدول من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع بعدها ومحورها، أي أن عبارات هذا البعد دالة إحصائياً ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

2- ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات الاستبيان؛ أنه يعطي نفس النتائج لو تم إعادة توزيع الاستبيان أكثر من مرة، وتحت نفس الظروف والشروط، بمعنى إذا أعيد توزيع الاستبيان بعد فترات زمنية معينة ولأكثر من مرة نجد استقرار في النتائج وعدم تغييرها بشكل كبير، ولتحقق من ثبات أداة الدراسة اعتمدنا طريقة ألفا كرونباخ (Alpha Cronbachs)، يستخدم معامل الثبات ألفا كرونباخ، للحكم على دقة القياس، بقياس مدى توافق الإجابات مع بعضها البعض، وموثوقية النتائج بأن يعطي المقياس قراءات متقاربة عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة، وأن يكون معامل ألفا كرونباخ يزيد عن القيمة المعيارية (0.6) (الجعفري، الطاهر، ع13، 2020، ص285)، والجدول الموالي يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ.

جدول (14): يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ لبيانات الدراسة

معامل ألفا كرونباخ	رقم العبارة	الاستبيان ككل
0.854	من 1 إلى العبارة 32	

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من النتائج الموضحة في الجدول أعلاه قيمة معامل الارتباط ألفا كرونباخ لبيانات الدراسة، وقيمة الاستبيان ككل، هي أكبر من القيمة المعيارية للاختبار 0.6 الحد الأدنى، وهي قيمة ممتازة وجد مناسبة، وتفي بأهداف وأغراض الدراسة حيث؛ أن قيمة الاستبيان ككل تؤكد ثبات الاستبيان ما يعادل 85.40 %.

المبحث الثالث: نتائج الدراسة الميدانية واختبار الفرضيات

نعرض في هذا المبحث النتائج المتحصل إليها إحصائياً والمتعلقة بأبعاد استبيان الدراسة وكذا اختبار صحة الفرضيات المطروحة في الدراسة.

المطلب الأول: نتائج الدراسة الميدانية

أولاً: تحليل العبارات المتعلقة ببعد سهولة الاستخدام

جدول (15): يوضح العبارات المتعلقة ببعد سهولة الاستخدام

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
01	يمكن الدخول إلى تطبيق بريدي موب بكل سهولة	3.66	0.772	73.20	5	عال
02	تعتبر خدمة تطبيق بريدي موب سهلة الاستخدام	3.76	0.716	75.20	4	عال
03	يساعدك تطبيق بريدي موب على إنجاز كافة المهام المالية	3.36	1.139	67.20	9	متوسط
04	يقدم تطبيق بريدي موب المعلومات والمساعدة الفورية لتسهيل العمليات المالية لزيائته	3.88	0.824	77.60	2	عال
05	هناك سهولة في الوصول إلى كافة صفحات الموقع	3.58	0.835	71.60	6	عال
06	هناك تعليمات واضحة لاستخدام الموقع	3.80	0.969	76.00	3	عال
07	يوفر تطبيق بريدي موب تحويل الأموال بكل سهولة	3.48	0.953	69.60	8	عال
08	سهولة تعبئة رصيد الهاتف، الأنترنت (ADLS)، دفع فواتير الكهرباء، الماء والغاز، عبر تطبيق بريدي موب	3.92	0.752	78.40	1	عال
09	يوفر التطبيق خدمة الإطلاع على الرصيد دون إنقطاع	3.48	0.814	69.60	7	عال
	بعد سهولة الاستخدام	3.680	0.458	73.60	/	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد سهولة الاستخدام، فقد جاءت العبارة رقم (08) سهولة تعبئة رصيد الهاتف، الأنترنت (ADLS)، دفع فواتير الكهرباء، الماء والغاز، عبر تطبيق بريدي موب، في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على هذه العبارة، وبلغ متوسطها الحسابي (3.92) وبانحراف معياري (0.752) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 78.40%.
جاءت العبارة رقم (04) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40-4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن تطبيق بريدي موب يقدم المعلومات والمساعدة الفورية لتسهيل العمليات المالية لزيائنه، وبلغ متوسطها الحسابي (3.88) وبانحراف معياري (0.824) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 77.60%.

وقعت العبارة رقم (06) في الترتيب الثالث ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40-4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن هناك تعليمات واضحة لاستخدام الموقع، وبلغ متوسطها الحسابي (3.80) وبانحراف معياري (0.969) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 76.00%، كما جاءت العبارة رقم (03) في الترتيب الأخير ضمن مجال الاتجاه (متوسط)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة متوسطة على أن تطبيق بريدي موب يساعدك على إنجاز كافة المهام المالية، وبلغ متوسطها الحسابي (3.36) وبانحراف معياري (1.139)، بوزن نسبي 67.20%.

أما بالنسبة للتقييم الكلي لبعد سهولة الاستخدام، فقد أخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (3.68)، بوزن نسبي 73.60%، وانحراف معياري بقيمة (0.458) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد سهولة الاستخدام، ما يجعلنا نقول أن أفراد عينة محل الدراسة لهم توجه عال نحو بعد سهولة الاستخدام لتطبيق بريدي موب.

ثانيا: تحليل العبارات المتعلقة ببعء تصميم الموقع

جدول (16): يوضح العبارات المتعلقة ببعء تصميم الموقع

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
10	شكل تصميم تطبيق بريدي موب جذاب	3.82	0.720	76.40	4	عال
11	محتوى تطبيق بريدي موب منظما تنظيما مناسباً	3.82	0.811	76.40	5	عال
12	يتمتع تطبيق بريدي موب بالجاذبية في التصميم	3.86	0.729	77.20	2	عال
13	يتميز تطبيق بريدي موب بسهولة التصفح	3.76	0.847	75.20	6	عال
14	يتم تحديث المعلومات في تطبيق بريدي موب بشكل مستمر	3.52	0.814	70.40	8	عال
15	يتوفر تطبيق بريدي موب على عدة لغات يمكنك فهمها	3.86	0.783	77.20	3	عال
16	يحمس التطبيق المستخدم على زيارته دائماً	3.94	0.712	78.80	1	عال
17	الألوان المستخدمة في تطبي بريدي موب متناسقة	3.64	0.851	72.80	7	عال
	بعء تصميم الموقع	3.807	0.388	76.00	/	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعء تصميم الموقع، فقد جاءت العبارة رقم (16) في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن التطبيق المستخدم يحمس على زيارته دائماً، وبلغ متوسطها الحسابي (3.94) وانحراف معياري (0.712) أقل من القيمة الحرجة 1، ووزن نسبي 78.80%.

جاءت العبارة رقم (12) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40-4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن تطبيق بريدي موب يتمتع بالجاذبية في التصميم، وبلغ متوسطها الحسابي (3.86) وانحراف معياري (0.729)، بوزن نسبي 77.20%.

وقعت العبارة رقم (15) في الترتيب الثالث ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40-4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن تطبيق بريدي موب يتوفر على عدة لغات يمكنك فهمها، وبلغ متوسطها الحسابي (3.86) وانحراف معياري (0.783) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 77.20%، كما جاءت العبارة رقم (14) في الترتيب الأخير ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن يتم تحديث المعلومات في تطبيق بريدي موب بشكل مستمر، وبلغ متوسطها الحسابي (3.52) وانحراف معياري (0.814) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 70.40%، وجاءت باقي عبارات بعء تصميم الموقع ضمن المجال الاتجاه (عال).

أما بالنسبة للتقييم الكلي لبعد تصميم الموقع، فقد جاءت جميع عباراته ضمن التوجه العالي وأخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (3.807)، بوزن نسبي 76.00%، وانحراف معياري بقيمة (0.388) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد تصميم الموقع، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه عال نحو بعد تصميم الموقع لتطبيق بريد موب.

ثالثاً: تحليل العبارات المتعلقة ببعد سرعة الاستجابة

جدول (17): يوضح العبارات المتعلقة ببعد سرعة الاستجابة

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
18	يلتزم تطبيق بريدي موب بتقديم خدماته الإلكترونية في الوقت المحدد	3.82	0.983	76.40	4	عال
19	يقلل تطبيق بريدي موب من الأخطاء ويضمن الأرصدة والحفاظ على الباقي بشكل دقيق	3.54	0.885	70.80	8	عال
20	يتم الحصول على الخدمات الإلكترونية من أول مرة دون تأخير	4.12	0.659	82.40	2	عال
21	يقوم تطبيق بريد موب بسرعة الاستجابة الفورية على الاستفسارات الإلكترونية وتلبية حاجات زبائنه	4.14	0.670	82.80	1	عال
22	الاستجابة السريعة لشكاوى الزبائن والرد الفوري للحالات الطارئة	3.90	0.789	78.00	3	عال
23	أتحصل بكل دقة على الخدمة التي تطلبها دون إنقطاع	3.78	0.815	75.60	5	عال
24	يوفر تطبيق بريدي موب أيقونات خاصة لكل الخدمات الإلكترونية من أجل تسريع الخدمات للزبائن	3.68	0.957	73.60	7	عال
25	يتم الإجابة على الاستفسارات من قبل القائمين على التطبيق بشكل دقيق	3.72	0.607	74.40	6	عال
	بعد سرعة الاستجابة	3.835	0.504	76.70	/	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد سرعة الاستجابة، فقد جاءت العبارة رقم (21) في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن تطبيق بريد موب يقوم بسرعة الاستجابة الفورية على الاستفسارات الإلكترونية وتلبية حاجات زبائنه، وبلغ متوسطها الحسابي (4.14) وانحراف معياري (0.670)، ووزن نسبي 82.80%.

جاءت العبارة رقم (20) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة] 3.40-4.20، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن يتم الحصول على الخدمات الإلكترونية من أول مرة دون تأخير، وبلغ متوسطها الحسابي (4.12) وانحراف معياري (0.659)، بوزن نسبي 82.40%.

وقعت العبارة رقم (22) في الترتيب الثالث ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة] 3.40-4.20، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن الاستجابة السريعة لشكاوى الزبائن والرد الفوري للحالات الطارئة، وبلغ متوسطها الحسابي (3.90) وانحراف معياري (0.789) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 78.00%، كما جاءت العبارة رقم (19) في الترتيب الأخير ضمن مجال الاتجاه (عال)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن يقلل تطبيق بريدي موب من الأخطاء ويضمن الأرصدة والحفاظ على الباقي بشكل دقيق، وبلغ متوسطها الحسابي (3.54) وانحراف معياري (0.885) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 70.80%، وجاءت باقي عبارات بعد سرعة الاستجابة ضمن المجال الاتجاه (عال).

أما بالنسبة للتقييم الكلي لبعد سرعة الاستجابة، فقد جاءت جميع عباراته ضمن المجال العالي وأخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (3.835)، بوزن نسبي 74.40%، وانحراف معياري بقيمة (0.504) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد سرعة الاستجابة، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه عال نحو بعد سرعة الاستجابة لتطبيق بريدي موب.

رابعاً: تحليل العبارات المتعلقة ببعء السرية والأمان

جدول (18): يوضح العبارات المتعلقة ببعء السرية والأمان

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
26	أشعر بالأمان عند تقديم معلوماتي الشخصية عبر تطبيق بريدي موب	3.76	0.822	75.20	4	عال
27	يعرفني تطبيق بريدي موب بجميع التفاصيل وبالمعلومات عن الخدمات المتوفرة لديه	3.62	0.602	72.40	5	عال
28	يضمن لي تطبيق بريدي موب الحماية لمعلوماتي عن تعاملاتي المالية	3.86	0.808	77.20	2	عال
29	تعاملات تطبيق بريد موب بالسرية مع معلوماتي الشخصية ولا يسمح للآخرين بالاطلاع عليها أو إساءة استخدامها	4.10	0.647	82.00	1	عال
30	يقوم تطبيق بريدي موب على إرسال رقم سري عبر رسائل قصيرة SMS لاستكمال العملية بأمان وسرية	3.78	0.764	75.60	3	عال
31	يوفر تطبيق بريدي موب نظام أمان يحافظ على بيانات الشخصية عند استخدامك للمعاملات الإلكترونية	3.36	0.875	67.20	7	متوسط
32	تتوفر خصوصية للمتعاملين مع تطبيق بريدي موب من خلال (كلمة السر، إسم المستخدم)	3.52	0.886	70.40	6	عال
	بعء السرية والأمان	3.714	0.490	74.20	/	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعء السرية والأمان، فقد جاءت العبارة رقم (29) في المرتبة الأولى ضمن مجال الاتجاه (عال) أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن تطبيق بريد موب يتعامل بالسرية مع معلوماتي الشخصية ولا يسمح للآخرين بالاطلاع عليها أو إساءة استخدامها، وبلغ متوسطها الحسابي (4.10) وانحراف معياري (0.647)، ووزن نسبي 82.00%.

جاءت العبارة رقم (28) في الترتيب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40-4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن تطبيق بريدي موب يضمن لي الحماية لمعلوماتي عن تعاملاتي المالية، وبلغ متوسطها الحسابي (3.86) وانحراف معياري (0.808) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 77.20%.

وقعت العبارة رقم (30) في الترتيب الثالث ضمن مجال الاتجاه (عال) حسب المحك المعتمد في الدراسة [3.40-4.20]، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية على أن تطبيق بريدي موب يقوم على إرسال رقم سري عبر رسائل قصيرة SMS لاستكمال العملية بأمان وسرية، وبلغ متوسطها الحسابي (3.78) وبانحراف معياري (0.764) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 75.60%، كما جاءت العبارة رقم (31) في الترتيب الأخير ضمن مجال الاتجاه (متوسط)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة متوسطة على أن تطبيق بريدي موب يوفر نظام أمان يحافظ على بيانات الشخصية عند استخدامك للمعاملات الإلكترونية، وبلغ متوسطها الحسابي (3.36) وبانحراف معياري (0.875) أقل من القيمة الحرجة 1، بوزن نسبي 67.20%، وجاءت باقي عبارات بعد السرية والأمان ضمن المجال الاتجاه (عال) باستثناء العبارة رقم (31) فقد جاءت ضمن درجة متوسطة.

أما بالنسبة للتقييم الكلي لبعد السرية والأمان، فقد أخذ درجة عالية من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (3.714)، بوزن نسبي 70.40%، وانحراف معياري بقيمة (0.490) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد السرية والأمان، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه عال نحو بعد السرية والأمان لتطبيق بريد موب.

خامسا: ترتيب الأهمية النسبية لمحور الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريد موب

جدول (19): يوضح ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريد موب

أبعاد الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريد موب	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي %	الترتيب	الاتجاه
بعد سهولة الاستخدام	3.680	0.458	73.60	4	عال
بعد تصميم الموقع	3.807	0.388	76.00	2	عال
بعد سرعة الاستجابة	3.835	0.504	76.60	1	عال
بعد السرية والأمان	3.714	0.490	74.20	3	عال

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

من الجدول أعلاه وحسب ترتيب الأهمية النسبية لأبعاد الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريد موب، عينة الدراسة قد أولت اهتمامها الأكبر ببعد سرعة الاستجابة مقارنة بالأبعاد الأخرى لمحور الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريد موب، فقد جاء في المرتبة الأولى بدرجة عالية من القبول والموافقة، بوزن نسبي 76.60% ومتوسط حسابي (3.835)، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة واحد (1) بقيمة 0.504، وفي الترتيب الثاني بعد تصميم الموقع، ضمن الدرجة العالية كذلك، بوزن نسبي 76.00%، بمتوسط حسابي (3.807)، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة واحد (1) بقيمة 0.388؛ في حين يأتي الترتيب الأخير بعد سهولة الاستخدام والأقل أهمية بالنسبة لعينة الدراسة من الأبعاد الأخرى، ضمن المجال العال من القبول والموافقة بمتوسط حسابي (3.680)، بوزن نسبي (73.60%) وانحراف معياري (0.458) أقل من القيمة الحرجة واحد (1).

المطلب الثاني: اختبار فرضيات الدراسة. (Test of Hypotheses)

بعد تقديم الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، ووصف العينة إحصائياً، واختبار توزيع البيانات، وكذا قياس استجابات عينة الدراسة نحو عبارات الاستبيان، تأتي مرحلة مهمة والمتمثلة في التحقق من مدى تحقق الفرضيات المصاغة من عدمها وهذا ما نتناوله في هذا المطلب.

أولاً: اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
لاختبار صحة الفرضية الرئيسية للدراسة يتم استخدام اختبار ستودنت للعينة الأحادية (One-Sample Test)، والجدول الموالي يبين نتائج الاختبار.

جدول (20): يوضح نتائج اختبار t ستودنت للفرضية الرئيسية للدراسة

One-Sample Test Test Value = 3							
نتيجة الفرض البديل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	Sig (2-tailed)	T الجدولية	T المحسوبة	df درجات الحرية	n عدد العينة
قبول	0.345	3.745	0.000	2.000	15.259	49	50

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة الانحراف المعياري 0.345 وهي أقل من القيمة الحرجة 1، فكلما اقتربت قيمته من الصفر دل ذلك على تجانس البيانات (الإجابات) وتقاربها وقلة تشتتها عن وسطها الحسابي وتطابق وجهات نظر عينة الدراسة، وبلغ المتوسط الحسابي 3.745 وهو أكبر من القيمة المعيارية (3)، بذلك تنتمي إجابات المبحوثين إلى المستوى العال من القبول (موافق) حسب محك المعتمد في الدراسة [3.40 - 4.20]، القيمة المحسوبة لاختبار T تساوي 15.259 وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.000، عند درجة حرية 49 (2-tailed) وبمستوى دلالة 0.000؛

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لاستخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).

وهذا ما يتطابق مع دراسة (عقوني لخضر وبلخيري فاطنة، مساهمة تكنولوجيا الإلكترونيات الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا covid-19 دراسة تطبيق بريدي موب لبريد الجزائر)

ثانيا: اختبار الفرضية الفرعية الأولى للدراسة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها سهولة استخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
لاختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى للدراسة يتم استخدام اختبار ستودنت للعينة الأحادية (One-Sample Test)، والجدول الموالي يبين نتائج الاختبار.

جدول (21): يوضح نتائج اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الأولى للدراسة

One-Sample Test Test Value = 3							
نتيجة الفرض البديل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	Sig (2-tailed)	T الجدولية	T المحسوبة	df درجات الحرية	n عدد العينة
قبول	0.458	3.680	0.000	2.000	10.481	49	50

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة الانحراف المعياري 0.458 وهي أقل من القيمة الحرجة 1، فكلما اقتربت قيمته من الصفر دل ذلك على تجانس البيانات (الإجابات) وتقاربها وقلة تشتتها عن وسطها الحسابي وتطابق وجهات نظر عينة الدراسة، وبلغ المتوسط الحسابي 3.680 وهو أكبر من القيمة المعيارية (3)، بذلك تنتمي إجابات المبحوثين إلى المستوى العال من القبول (موافق) حسب محك المعتمد في الدراسة [3.40 - 4.20]، القيمة المحسوبة لاختبار T تساوي 10.481 وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.000، عند درجة حرية 49 (2-tailed) وبمستوى دلالة 0.000؛

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعدها سهولة استخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
وهذا ما يتطابق مع دراسة (عقوني لخضر وبلخيري فاطمة، مساهمة تكنولوجيا الإلكترونيات الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا covid-19 دراسة تطبيق بريدي موب لبريد الجزائر)

ثالثاً: اختبار الفرضية الفرعية الثانية للدراسة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد تصميم موقع تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية للدراسة يتم استخدام اختبار ستودنت للعينة الأحادية (One-Sample Test)، والجدول الموالي يبين نتائج الاختبار.

جدول (22): يوضح نتائج اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثانية للدراسة

One-Sample Test Test Value = 3							
نتيجة الفرض البديل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	Sig (2-tailed)	T الجدولية	T المحسوبة	df درجات الحرية	n عدد العينة
قبول	0.388	3.807	0.000	2.000	14.680	49	50

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة الانحراف المعياري 0.388 وهي أقل من القيمة الحرجة 1، فكلما اقتربت قيمته من الصفر دل ذلك على تجانس البيانات (الإجابات) وتقاربها وقلة تشتتها عن وسطها الحسابي وتطابق وجهات نظر عينة الدراسة، وبلغ المتوسط الحسابي 3.807 وهو أكبر من القيمة المعيارية (3)، بذلك تنتمي إجابات المبحوثين إلى المستوى العال من القبول (موافق) حسب محك المعتمد في الدراسة [3.40 - 4.20]، القيمة المحسوبة لاختبار T تساوي 14.680 وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.000، عند درجة حرية 49 (2-tailed) وبمستوى دلالة 0.000؛

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد تصميم موقع تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
وهذا ما يتطابق مع دراسة (وسيم إسماعيل الهابيل، احمد عبد الكريم السر، جودة الخدمات الالكترونية وتأثيرها على الميزة التنافسية للجامعات الفلسطينية في قطاع غزة من وجهة نظر الطلبة)

رابعاً: اختبار الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد سرعة استجابة تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة يتم استخدام اختبار ستودنت للعينة الأحادية (One-Sample Test)، والجدول الموالي يبين نتائج الاختبار.

جدول (23): يوضح نتائج اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الثالثة للدراسة

One-Sample Test Test Value = 3							
نتيجة الفرض البديل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	Sig (2-tailed)	T الجدولية	T المحسوبة	df درجات الحرية	n عدد العينة
قبول	0.504	3.835	0.000	2.000	11.713	49	50

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة الانحراف المعياري 0.504 وهي أقل من القيمة الحرجة 1، فكلما اقتربت قيمته من الصفر دل ذلك على تجانس البيانات (الإجابات) وتقاربها وقلة تشتتها عن وسطها الحسابي وتطابق وجهات نظر عينة الدراسة، وبلغ المتوسط الحسابي 3.835 وهو أكبر من القيمة المعيارية (3)، بذلك تنتمي إجابات المبحوثين إلى المستوى العال من القبول (موافق) حسب محك المعتمد في الدراسة [3.40 - 4.20]، القيمة المحسوبة لاختبار T تساوي 11.713 وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.000، عند درجة حرية 49 (2-tailed) وبمستوى دلالة 0.000؛

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد سرعة استجابة تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
وهذا ما يتطابق مع دراسة (عقوني لخضر وبلخيرى فاطنة، مساهمة تكنولوجيا الإلكترونيات الحديثة في الوقاية من جائحة كورونا covid-19 دراسة تطبيق بريدي موب لبريد الجزائر)

خامسا: اختبار الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده السرية والأمان لتطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
لاختبار صحة الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة يتم استخدام اختبار ستودنت للعينة الأحادية (One-Sample Test)، والجدول الموالي يبين نتائج الاختبار.

جدول (24): يوضح نتائج اختبار ستودنت للفرضية الفرعية الرابعة للدراسة

One-Sample Test Test Value = 3							
نتيجة الفرض البديل	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	Sig (2-tailed)	T الجدولية	T المحسوبة	df درجات الحرية	n عدد العينة
قبول	0.490	3.714	0.000	2.000	10.294	49	50

المصدر: من إعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات برنامج

من الجدول أعلاه، نلاحظ أن قيمة الانحراف المعياري 0.490 وهي أقل من القيمة الحرجة 1، فكلما اقتربت قيمته من الصفر دل ذلك على تجانس البيانات (الإجابات) وتقاربها وقلة تشتتها عن وسطها الحسابي وتطابق وجهات نظر عينة الدراسة، وبلغ المتوسط الحسابي 3.714 وهو أكبر من القيمة المعيارية (3)، بذلك تنتمي إجابات المبحوثين إلى المستوى العال من القبول (موافق) حسب محك المعتمد في الدراسة [3.40 - 4.20]، القيمة المحسوبة لاختبار T تساوي 10.294 وهي أكبر من القيمة الجدولية 2.000، عند درجة حرية 49 (2-tailed) وبمستوى دلالة 0.000؛

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار (مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة 0.05، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل، والعكس إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة فإننا نقبل الفرض الصفري ونرفض الفرض البديل)، وعليه فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعده السرية والأمان لتطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميها عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$).
وهذا ما يتطابق مع دراسة (عبد الجليل طواهرير، جمال الهواري، قياس أثر الخدمات الالكترونية على رضا الزبون دراسة ميدانية مؤسسة بريد الجزائر)

خلاصة

من خلال هذا الفصل تم عرض الدراسة الميدانية، بتحليل عبارات الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة من مستخدمي تطبيق بريدي موب لمؤسسة بريد الجزائر بالمسيلة، وتمت معالجتها إحصائياً عن طريق برنامج SPSS.V27، وتطرقنا إلى التقديم والتعريف بالمؤسسة محل الدراسة، كما تم التطرق لمنهجية وإجراءات الدراسة الميدانية، وعرض ومناقشة نتائج الدراسة من خلال تحليل البيانات الشخصية، واختبار التوزيع الطبيعي للبيانات، وتحليل عبارات الاستبيان، بالإضافة إلى ذلك اختبار صحة الفرضيات المطروحة في الدراسة، باستخدام اختبار استودنت.

الختامة

الخاتمة:

تعد الخدمات العمومية الإلكترونية من بين أبرز سمات عصر الثورة الرقمية والتطورات التي يشهدها المجال التقني والتكنولوجي وتدفق للمعلومات والاستخدام الواسع لشبكات الأنترنت، وفي ظل تعدد وتنوع وسائل الإعلام والاتصال التي أتاحت ظهور الخدمات ونشر المعارف ونقل المعلومات في ظرف وجيز لتلبية حاجيات الأفراد، ما أفضى إلى بروز ما يعرف بمجتمع المعرفة حاملا في صفاته معطيات جديدة للمجتمعات الإنسانية ومتطلعا إلى تعزيز الإمكانيات المعرفية، لهذا المجتمع الذي ظهر نتيجة الحراك التكنولوجي، التقني والعلمي، بحيث تسارعت وتيرة استخدام تطبيق بريدي موب والذي كان له الأثر البالغ على المجتمع والاقتصاد والمؤسسات العمومية، مما يساهم في تنمية وتطوير إمكانيات الإنسان تبني النظم الحديثة، وتثمين المبادرات والجهود التي من شأنها أن تعزز النهوض بالقطاع الخدماتي العمومي من أجل إرساء مجتمع معرفي يعتمد على التبادل الرقمي للمعلومات. توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات النظرية والتطبيقية، كما تم طرح مجموعة من الاقتراحات وعدة مواضع تمثل أفق الدراسة.

أولا: الاستنتاجات النظرية

- 1- إن مجموعة الخصائص التي يتمتع بها تطبيق بريدي موب تجعله ذات طبيعة خاصة ومتميزة.
- 2- إن تقييم جودة الخدمات المقدمة يكون من وجهة الزبون باعتباره عنصرا جوهريا.
- 3- تتحقق جودة الخدمات الإلكترونية عندما تنجح المنظمة في تصميم وتنفيذ خدمات تشبع حاجات ورغبات الزبائن.
- 4- رضا الزبون يعد الحجر الأساسي لنمو وبقاء تطبيق بريدي موب في مجال الخدمات الإلكترونية.
- 5- يعمل تطبيق بريدي موب على تحقيق رضا العميل وكسب ولائه وذلك ضمانا لاستمراريته وديمومته في الأجل الطويل.

ثانيا: الاستنتاجات التطبيقية

- 1- نتج عن تحليل آراء واتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات بعد سهولة الاستخدام لتطبيق بريدي موب، انتمائه لمستوى عال من القبول والموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.680)، ويشير ذلك إلى اهتمام المؤسسة محل الدراسة ببعد سهولة الاستخدام لتطبيق بريدي موب؛
- 2- نتج عن تحليل آراء واتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات بعد تصميم الموقع لتطبيق بريدي موب، انتمائه لمستوى عال من القبول والموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.807)، ويشير ذلك إلى اهتمام المؤسسة محل الدراسة ببعد تصميم الموقع لتطبيق بريدي موب؛
- 3- نتج عن تحليل آراء واتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات بعد سرعة الاستجابة لتطبيق بريدي موب، انتمائه لمستوى عال من القبول والموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.835)، ويشير ذلك إلى اهتمام المؤسسة محل الدراسة ببعد سرعة الاستجابة لتطبيق بريدي موب؛

- 4- نتج عن تحليل آراء واتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات بعد السرية والأمان لتطبيق بريدي موب، انتمائه لمستوى عال من القبول والموافقة، بمتوسط حسابي قدره (3.714)، ويشير ذلك إلى اهتمام المؤسسة محل الدراسة ببعد السرية والأمان لتطبيق بريدي موب؛
- 5- نتج عن ترتيب الأهمية النسبية لمختلف أبعاد محور الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريدي موب (بعد سهولة الاستخدام، بعد تصميم الموقع، بعد سرعة الاستجابة، بعد السرية والأمان، البعد الأقوى والذي توليه مؤسسة الدراسة اهتمام أكبر هو بعد سرعة الاستجابة، بمتوسط حسابي 3.835 أعلى من المتوسطات الحسابية للأبعاد الأخرى؛
- 6- نتج عن اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة وجود دلالة إحصائية لاستخدام تطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميه عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
- 7- نتج عن اختبار الفرضية الفرعية الأولى للدراسة وجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد سهولة الاستخدام لتطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميه عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
- 8- نتج عن اختبار الفرضية الفرعية الثانية للدراسة وجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد تصميم الموقع لتطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميه عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
- 9- نتج عن اختبار الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة وجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد سرعة الاستجابة لتطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميه عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.
- 10- نتج عن اختبار الفرضية الفرعية الرابعة للدراسة وجد أثر ذو دلالة إحصائية لبعد السرية والأمان لتطبيق بريدي موب على جودة الخدمات المقدمة للزبون، بمؤسسة بريد الجزائر مسيلة، من وجهة نظر عينة من مستخدميه عند مستوى معنوية $(\alpha \leq 0.05)$.

ثالثاً: الاقتراحات

- من بين الاقتراحات التي نراها مناسبة لتقديم خدمات ذات جودة للزبائن من طرف مؤسسة بريد الجزائر أن تعتمد بشكل كبير على الخدمات الإلكترونية وترك الخدمات التقليدية من خلال:
- 1- إنشاء مواقع إلكترونية: حيث يمكن للزبائن الحصول على المعلومات اللازمة وطلب الخدمات عبر الإنترنت، ويجب أن يكون الموقع سهل الاستخدام ويوفر تجربة مريحة للمستخدمين.
- 2- تقديم خدمات الدفع عبر الإنترنت: بتوفير وسائل دفع آمنة وموثوقة عبر الإنترنت للزبائن، مثل الدفع الإلكتروني عن طريق بطاقات الائتمان أو خدمات الدفع الإلكتروني مثل PayPal أو Stripe هذا يوفر راحة للزبائن ويقلل من الحاجة إلى الدفع النقدي أو الشيكات.

3- توفير خدمة الدعم عبر الإنترنت: بإنشاء نظام دعم عبر الإنترنت يسمح للزبائن بتقديم الاستفسارات والشكاوى والحصول على الدعم الفني عن طريق البريد الإلكتروني أو الدردشة المباشرة أو نظام تذاكر الدعم، يمكن أن يكون هذا أكثر فعالية ويسرع من وقت الاستجابة للزبائن.

4- توفير خدمة التوصيل عبر الإنترنت: يمكن توفير خدمة التوصيل عبر الإنترنت للزبائن كما يمكن للزبائن اختيار وشراء الخدمات أو المنتجات عبر الموقع الإلكتروني وتوصيلها مباشرة إلى عنوانهم، هذا يسهل على الزبائن الحصول على المنتجات بسرعة ويوفر لهم الوقت والجهد.

5- التسويق الرقمي: استخدام التسويق الرقمي من خلال الترويج لخدمات المؤسسة وجذب المزيد من الزبائن وذلك بإنشاء حملات إعلانية عبر الإنترنت باستخدام وسائل التواصل الاجتماعي مثل Facebook و Instagram و LinkedIn و Twitter، كما يمكن ببناء قاعدة بيانات بريدية للزبائن وإرسال رسائل ترويجية ونشرات إخبارية بانتظام، وتقديم عروض خاصة وتحديثات عن الخدمات الجديدة عبر البريد الإلكتروني للتواصل المستمر مع الزبائن وزيادة وفائهم للمؤسسة.

6- إدارة المحتوى عبر الإنترنت: بإنشاء مدونة أو قسم على الموقع الإلكتروني حيث يمكن للمؤسسة نشر محتوى ذو قيمة مثل مقالات ونصائح وإرشادات، وأيضًا إنشاء فيديوهات تعليمية أو محتوى مرئي هذا يساعد في بناء سمعة جيدة للمؤسسة وتقديم قيمة مضافة للزبائن.

7- التواجد في المتاجر الإلكترونية: يمكن للمؤسسة التواجد عبر المتاجر الإلكترونية مثل Amazon أو eBay أو Shopify. هذا يوفر واجهة سهلة للزبائن لشراء المنتجات أو الخدمات الخاصة بها وزيادة مدى وصولها إلى الجمهور العالمي.

8- الحضور في الفعاليات الرقمية: بالبحث عن فرص للمشاركة في الفعاليات والمؤتمرات الرقمية ذات الصلة بمجال عمل المؤسسة، إذ يمكن تقديم عروض وعروض توضيحية لمنتجاتها أو خدماتها.

رابعاً: آفاق الدراسة

يمكن مستقبلاً إثراء هذا الموضوع بدراسات مستقبلية نظراً لتجده وتأثره بالتطورات الحاصلة في السنوات المقبلة:

1- تأثير التطبيقات الإلكترونية على تجربة المستخدم.

2- دراسة مقارنة بين مختلف التطبيقات الإلكترونية للمؤسسات المالية والمصرفية.

3- الأمان والخصوصية في تطبيقات الخدمات الإلكترونية المالية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

المراجع باللغة العربية

الكتب

1. أبو النصر مدحت (2008)، "أساسات إدارة الجودة الشاملة"، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر.
2. بشير العلاق (2004)، الخدمات الإلكترونية بين النظرية والتطبيق: مدخل تسويقي استراتيجي، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، الأردن.
3. بشير العلاق (2002)، ثقافة الخدمة، دار الريا لل نشر والتوزيع، الاردن.
4. بشير العلاق، حميد عبد النبي الطائي (2002)، التسويق الإلكتروني، دار اليازوري للنشر.
5. توفيق محمد عبد المحسن (2006)، قياس الجودة، مكتبة النهضة المصرية، مصر.
6. تيسير العجارمة (2005)، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
7. جلال الدين الصياد وعبد الحميد محمد ربيع (1984)، مبادئ الطرق الإحصائية، الناشر تهامة، الطبعة الأولى، المملكة العربية السعودية.
8. جورج ستيفن وآخرون (1998)، إدارة الجودة الشاملة: الاستراتيجيات والأليات المجربة في أكثر الشركات الناجحة اليوم، ترجمة حسين حسنين، دار البشير، عمان، الأردن.
9. جورج ستيفن وأرنولد ويمرزيكيتش (1998)، إدارة الجودة الشاملة: الاستراتيجيات والأليات المجربة في أكثر الشركات الناجحة اليوم، ترجمة حسين حسنين، دار البشير، عمان، الأردن، 1998.
10. جورج ستيفن وأرنولد ويمرزيكيتش، إدارة الجودة الشاملة: الاستراتيجيات والأليات المجربة في أكثر الشركات الناجحة اليوم، ترجمة حسين حسنين، دار البشير، عمان، الأردن، 1998.
11. حامد عبد الله السقاف (1998)، المدخل الشامل للإدارة الجودة الشاملة، مطبعة الفردوس، السعودية.
12. حميد عبد النبي الطائي وآخرون (2006)، الأسس العلمية للتسويق الحديث، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
13. دوبينز لويد وماسون كراوفورد (1997)، إدارة الجودة: التقدم والحكمة وفلسفة ديمينج، ترجمة حسين عبد الواحد، الجمعية المصرية لنشر المعرفة، القاهرة، مصر.
14. سناء إبراهيم أبو دقة، سمير خالد الصافي (2013)، تطبيقات علمية باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss في البحث التربوي والنفسي، الطبعة الأولى، مكتبة الأفاق، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين.

15. سوسن شاكر مجيد(2015)، إدارة الجودة الشاملة، دار صفاء للطباعة والنشر والتوزيع، الطبعة الثانية، الأردن.
16. عبد الرحمان إدريس ثابت (2006)، كفاءة وجودة الخدمات اللوجستية، الدار الجامعية، الإسكندرية، مصر.
17. عبد الستار محمد العلي(2000)، إدارة الإنتاج والعمليات مدخل كمي، دار وائل، عمان، الأردن.
18. عبد العزيز أبو نبعة(2005)، تسويق الخدمات المتخصصة، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن.
19. عبد الفتاح الصرفي(2003)، الإدارة الرائدة، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
20. علي السلمي(دس)، السياسات الإدارية في عصر المعلومات، دط، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع.
21. عمر وصفي عقيلي وآخرون(1996)، مبادئ التسويق، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
22. عمرو خير الدين(1997)، التسويق مفاهيم واستراتيجيات مكتبة عين الشمس، القاهرة، مصر.
23. قاسم نايف علوان(2005)، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات الأيزو 9001:2000، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
24. مأمون سليمان الدراكعة(2008)، إدارة الجودة الشاملة وخدمة العملاء، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
25. محمد الصيرفي(2006)، الجودة، مؤسسة حورس الدولية، ط1، مصر.
26. محمود هندي وآخرون(1995)، الإحصاء التطبيقي، مطبعة جامعة الملك سعود، الطبعة الثانية.
27. مصطفى احمد السيد(1999)، إدارة الإنتاج والعمليات في الصناعة والخدمات، القاهرة.
28. مؤيد الساعدي(2016)، قياس اللاملموسات في السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، عمان، الأردن.

الاطروحات والرسائل

1. أحمد فوزي شلبيته (2010-2011)، العوامل المؤثرة في تحثيث الولاء الإلكترونية في أسواق الأعمال الإلكترونية، مذكرة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في إدارة الأعمال كلية الأعمال في إدارة الأعمال، جامعة الشرق الأوسط- الأردن.
2. إيمان محمود حسين(2011)، قياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مدخل الفجوات، مذكرة ماجستير في الأعمال الإلكترونية، الأردن.

3. باديس بوخلوة (2015-2016)، أثر تطبيق مبادئ إدارة الجودة الشاملة على جودة المنتجات النفطية، دراسة ميدانية في مؤسسة يوناتراك، قسم التكريم، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.
4. حسام الدين قزانية (2018-2019)، أثر جودة الخدمات الإلكترونية على رضا الزبائن - دراسة حالة لعينة من زبائن بريد الجزائر - ام البواقي، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي، تخصص: تسويق الخدمات، جامعة العربي بن مهيدي.
5. سميحة بلحسين (2011-2012)، تأثير الخدمات على تحقيق رضا الزبون - دراسة حالة مؤسسة موبيليس وكالة ورقلة -، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، تخصص: تسوي الخدمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
6. فليسي ليندة (2012)، واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز، مذكرة ماجستير، علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد بوقرة بومرداس.
7. فليسي ليندة، واقع (2011-2012)، جودة الخدمات في المنظمات ودورها في تحقيق الأداء المتميز - دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير جامعة امحمد بوقرة بومرداس"، تخصص: تسيير المنظمات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة بومرداس.
8. لخنش ثامر (2015-2016)، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمة - دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر فرع لمسيلة -، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر (أكاديمي) في علوم التسيير، تخصص: استراتيجية وتسويق.
9. ميهوب سماح (2004-2005)، الاتجاهات الحديثة للخدمات المصرفية، مذكرة الماجستير في البوك والتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة منتوري - قسنطينة.

المجلات

1. الأخضر عياشي (2022)، مساهمة تكنولوجيا التطبيقات الإلكترونية في تنظيم المعاملات المالية البريدية - دراسة عينة من مستخدمي تطبيق بريدي موب لولاية الوادي، مجلة إقتصاد المال والأعمال، المجلد 7، العدد 02.
2. بركنو نصيرة (2017)، الخدمات الحكومية الإلكترونية كأداة فعالة لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر، مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة، العدد 4.
3. تاج بشير، محمد قدوسي (2022)، مجتمع المعرفة بين واقع الخدمة العمومية الإلكترونية ومتطلبات التحول الرقمي - التطبيق الإلكترونية بريد موب انموذجا، مجلة المعيار، مجلد 26، العدد 5.

4. تواري لعلاوي، عبد الرؤوف حماني(2020)، مساهمة الدفع الإلكتروني في تعزيز الشمول المالي والوقاية من جائحة كورونا في الجزائر: البطاقة الذهبية لبريد الجزائر انموذجا، مجلة المشكاة في الاقتصاد التنمى والقانون، 2020.
5. شقنان محمد(2022)، مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تفعيل وسائل الدفع الإلكتروني - دراسة تحليلية لآراء عينة من حاملين البطاقة الذهبية لبريد الجزائر بالأغواط، مجلة الامتياز لبحوث الاقتصاد والادارة، المجلد 06، العدد02.
6. الطاهر غراز نورية سوامية(2020)، إدارة الموارد البشرية في ظل تبني مفهوم الجودة الشاملة بالمنظمات الحكومية عرض نظري مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، المجلد 06، العدد 01.
7. كريمة غياد(2021)، أثر جودة الخدمات الإلكترونية في تحقيق رضا الزبائن: دراسة على عينة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر سكيكدة، مجلة دراسات وأبحاث اقتصادية في الطاقات المتجددة، المجلد08، العدد 02.
8. محمد الجعفري، هديل الطاهر(2020)، دور الوعي بالذات في فعالية سلوك القائد الإداري دراسة حالة جامع الخرطوم، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، جامعة النيلين، الخرطوم، المجلد 4، العدد 13، السودان.
9. محمد خيثر، أسماء مرايمي(2017)، العلاقة التفاعلية بين أبعاد ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة الاقتصادية الأعمال، المجلد 03، العدد 24.
10. محمد مصطفى(2010)، تقييم جودة المواقع الإلكترونية، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد18.
11. مقابلة مع السيد علي بن قنة رئيس مكتب المصالح النقدية ببريد الجزائر المسيلة، يوم 23 ماي 2023، الساعة 10.00
12. نادية بوراس، مبارك بوعيشة(2017)، تحسين الخدمات الإلكترونية بالاعتماد على معايير الجودة، مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية، العدد 13.
- المدخلات العلمية والندوات**
1. عماد أبو الرب وليلى رشيد حسن(2006)، جودة الخدمات الإلكترونية لمنظمات الأعمال في ظل العولمة، المؤتمر العلمي الدولي الخامس حول الاتجاهات الدولية الحديثة في منظمات الأعمال التحديات والفرص والافاق، جامعة الزرقاء الأهلية، الأردن.

المراجع باللغة الأجنبية

الكتب

1. Emen bnymfarej, **Data analysais**, the statistical économic and social research and training center for Islamic countries(SESRIC) ,Without the edition, Ankara, Turkey, 2015.

مواقع الانترنت

1. <https://bawabatic.dz/?req=informations&op=detail&id=440>

الملاحق

الملاحق

الملحق رقم: (1-1) الاستبيان

جامعة محمد بوضياف لمسيلا

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

استمارة استبيان:

بعنوان:



أثر استخدام برنامج بريدي هوب على جودة الخدمات للزبون

دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي تطبيق بريدي هوب

يشرفنا أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان والذي يدخل ضمن متطلبات استكمال مذكرة
الماستر الأكاديمي الموسومة بعنوان "أثر استخدام تطبيق بريدي هوب على جودة الخدمات المقدمة
للزبون" دراسة ميدانية على عينة من مستخدمي تطبيق بريدي هوب"

وفي سبيل هذا فإننا نرجو منكم المساهمة الجادة في إنجاح هذه الدراسة وذلك بالإجابة بكل
موضوعية على كافة الأسئلة من خلال وضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم، علما بأن
هذه المعلومات تستخدم فقط لغرض البحث العلمي. وشكرا على تعاونكم مسبقا

الأستاذ المشرف

إعداد الطالبتين:

د. الوافي رابح

ك. بن يطو إيناس

ك. سايب شهيناز

بريدي هوب هي خدمة جديدة تم اطلاقها من طرف مؤسسة بريدي هوب من طرف مؤسسة بريدي الجزائر،
هذه الأخيرة قامت بإصدار تطبيق هاتف تم تسميته بـ "Baridi Mob" وهو موجه للأشخاص الذين يمتلكون
البطاقة الذهبية وهذا لغرض تسهيل جميع المعاملات المالية الخاصة بالبطاقة الذهبية مثل: إرسال واستقبال
والأموال، الاطلاع على رصيد CCP، تعبئة رصيد الهاتف، دفع فواتير الكهرباء، الماء الغاز، الأنترنت والهاتف،
وهذا بدون الحاجة للتنقل إلى شبابيك بريد الجزائري.

السنة الجامعية: 2023/2022

البيانات الشخصية

الجنس:

ذكر أنثى

السن:

اقل من 25 سنة

من 25 - 35 سنة

من 36 - 45 سنة

45 سنة فما فوق

المستوى الدراسي:

ثانوي

ليسانس

ماستر

دراسات عليا

أخرى

مدة استخدام تطبيق بريدي موب:

سنة واحدة

سنتين

3 سنوات

4 سنوات فما فوق

المحور الثاني: الخدمات الإلكترونية لتطبيق بريد موب

الرقم	العبارات	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
بعد سهولة الاستخدام						
01	يمكن الدخول إلى تطبيق بريدي موب بكل سهولة					
02	تعتبر خدمة تطبيق بريدي موب سهلة الاستخدام					
03	يساعدك تطبيق بريدي موب على إنجاز كافة المهام المالية					
04	يقدم تطبيق بريدي موب المعلومات والمساعدة الفورية لتسهيل العمليات المالية لزيائنه					
05	هناك سهولة في الوصول إلى كافة صفحات الموقع					
06	هناك تعليمات واضحة لاستخدام الموقع					
07	يوفر تطبيق بريدي موب تحويل الأموال بكل سهولة					
08	سهولة تعبئة رصيد الهاتف، الأنترنت (ADLS)، دفع فواتير الكهرباء، الماء والغاز، عبر تطبيق بريدي موب					
09	يوفر التطبيق خدمة الإطلاع على الرصيد دون إنقطاع					
بعد تصميم الموقع						
09	شكل تصميم تطبيق بريدي موب جذاب					
10	محتوى تطبيق بريدي موب منظما تنظيما مناسباً					
11	يتمتع تطبيق بريدي موب بالجاذبية في التصميم					
12	يتميز تطبيق بريد موب بسهولة التصفح					
13	يتم تحديث المعلومات في تطبيق بريدي موب بشكل مستمر					
14	يتوفر تطبيق بريدي موب على عدة لغات يمكنك فهمها					
15	يحمس التطبيق المستخدم على زيارته دائماً					
16	الألوان المستخدمة في تطبي بريدي موب متناسقة					
بعد سرعة الاستجابة						
17	يلتزم تطبيق بريدي موب بتقديم خدماته الإلكترونية في الوقت المحدد					

					يقل تطبيق بريدي موب من الأخطاء ويضمن الأرصدة والحفاظ على الباقي بشكل دقيق	18
					يتم الحصول على الخدمات الإلكترونية من أول مرة دون تأخير	19
					يقوم تطبيق بريد موب بسرعة الاستجابة الفورية على الاستفسارات الإلكترونية وتلبية حاجات زبائنه	20
					الاستجابة السريعة لشكاوى الزبائن والرد الفوري للحالات الطارئة	21
					أتحصل بكل دقة على الخدمة التي تطلبها دون إنقطاع	22
					يوفر تطبيق بريدي موب أيقونات خاصة لكل الخدمات الإلكترونية من أجل تسريع الخدمات للزبائن	23
					يتم الإجابة على الاستفسارات من قبل القائمين على التطبيق بشكل دقيق	24
بعد السرية والأمان						
					أشعر بالأمان عند تقديم معلوماتي الشخصية عبر تطبيق بريدي موب	25
					يعرفني تطبيق بريدي موب بجميع التفاصيل وبالمعلومات عن الخدمات المتوفرة لديه	26
					يضمن لي تطبيق بريدي موب الحماية لمعلوماتي عن تعاملاتي المالية	27
					تعاملات تطبيق بريد موب بالسرية مع معلوماتي الشخصية ولا يسمح للآخرين بالاطلاع عليها أو إساءة استخدامها	28
					يقوم تطبيق بريدي موب على إرسال رقم سري عبر رسائل قصيرة SMS لاستكمال العملية بأمان وسرية	29
					يوفر تطبيق بريدي موب نظام أمان يحافظ على بيانات الشخصية عند استخدامك للمعاملات الإلكترونية	30
					تتوفر خصوصية للمتعاملين مع تطبيق بريدي موب من خلال (كلمة السر، إسم المستخدم)	31

الملحق رقم: (2-1) قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان

الجامعة	الأستاذ	الرقم
جامعة المسيلة	د. رابح الوافي	01
جامعة المسيلة	حوضو مصطفى	02
جامعة المسيلة		03

الملحق رقم: (3-1) يتضمن مخرجات برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية
(SPSS.V27) Statistical Package for the Social Sciences

أولا: نتائج صدق الاستبيان

- نتائج صدق الاتساق الداخلي لعبارات بعد سهولة الاستخدام

CORRELATIONS

/VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 Ind1 Data

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes

Output Created	26-MAY-2023 16:29:35	
Comments		
Input	Data	C:\Users\رمضان\Desktop\بن ايناس\Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 Ind1 Data /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.07

Correlations

		q1	q2	q3	q4	q5	q6	q7	q8	q9	Ind1	Data
q1	Pearson Correlation	1	.329*	.119	.384**	.312*	.071	.310*	.409**	.167	.480**	.453**
	Sig. (2-tailed)		.020	.411	.006	.027	.625	.029	.003	.245	.000	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q2	Pearson Correlation	.329*	1	.534**	.504**	.033	.018	.292*	.002	.062	.583**	.496**
	Sig. (2-tailed)	.020		.000	.000	.821	.903	.040	.992	.671	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q3	Pearson Correlation	.119	.534**	1	.177	.184	.085	.044	-.013-	-.014-	.455**	.386**
	Sig. (2-tailed)	.411	.000		.218	.202	.557	.759	.927	.923	.001	.006
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

q4	Pearson Correlation	.384**	.504**	.177	1	.311*	.072	.205	.050	.148	.640**	.417**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.218		.028	.621	.154	.730	.304	.000	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q5	Pearson Correlation	.312*	.033	.184	.311*	1	.398**	.310*	.173	.423**	.613**	.501**
	Sig. (2-tailed)	.027	.821	.202	.028		.004	.029	.230	.002	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q6	Pearson Correlation	.071	.018	.085	.072	.398**	1	.371**	.286*	.305*	.511**	.369**
	Sig. (2-tailed)	.625	.903	.557	.621	.004		.008	.044	.031	.000	.008
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q7	Pearson Correlation	.310*	.292*	.044	.205	.310*	.371**	1	.283*	.539**	.639**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.029	.040	.759	.154	.029	.008		.047	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q8	Pearson Correlation	.409**	.002	-.013-	.050	.173	.286*	.283*	1	.131	.352*	.382**
	Sig. (2-tailed)	.003	.992	.927	.730	.230	.044	.047		.365	.012	.006
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q9	Pearson Correlation	.167	.062	-.014-	.148	.423**	.305*	.539**	.131	1	.535**	.358*
	Sig. (2-tailed)	.245	.671	.923	.304	.002	.031	.000	.365		.000	.011
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Ind1	Pearson Correlation	.480**	.583**	.455**	.640**	.613**	.511**	.639**	.352*	.535**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.012	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Data	Pearson Correlation	.453**	.496**	.386**	.417**	.501**	.369**	.529**	.382**	.358*	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.006	.003	.000	.008	.000	.006	.011	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

- لعبارات الداخلي الاتساق لبعء تصميم الموقع نتائج صدق

CORRELATIONS

/VARIABLES=q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 q17 Ind2 Data
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes		
Output Created		26-MAY-2023 16:41:33
Comments		
Input	Data	C:\Users\رمضان\Desktop\بن ايناس\Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	50
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Definition of Missing	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 q17 Ind2 Data /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.05
	Elapsed Time	00:00:00.27

Correlations

		q10	q11	q12	q13	q14	q15	q16	q17	Ind2	Data
q10	Pearson Correlation	1	.803**	.223	.162	-.011-	.099	.018	.059	.384**	.376**
	Sig. (2-tailed)		.000	.119	.261	.939	.493	.899	.686	.006	.007
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q11	Pearson Correlation	.803**	1	.262	.196	.128	.027	-.022-	.025	.402**	.428**
	Sig. (2-tailed)	.000		.066	.173	.375	.853	.882	.861	.004	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q12	Pearson Correlation	.223	.262	1	.606**	.366**	.072	-.135-	.082	.614**	.319*
	Sig. (2-tailed)	.119	.066		.000	.009	.618	.351	.573	.000	.024
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q13	Pearson Correlation	.162	.196	.606**	1	.392**	.225	.009	-.037-	.585**	.354*
	Sig. (2-tailed)	.261	.173	.000		.005	.115	.948	.797	.000	.012
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q14	Pearson Correlation	-.011-	.128	.366**	.392**	1	.469**	.301*	-.019-	.621**	.366**

	Sig. (2-tailed)	.939	.375	.009	.005		.001	.033	.897	.000	.009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q15	Pearson Correlation	.099	.027	.072	.225	.469**	1	.607**	.229	.647**	.531**
	Sig. (2-tailed)	.493	.853	.618	.115	.001		.000	.110	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q16	Pearson Correlation	.018	-.022-	-.135-	.009	.301*	.607**	1	.469**	.520**	.471**
	Sig. (2-tailed)	.899	.882	.351	.948	.033	.000		.001	.000	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q17	Pearson Correlation	.059	.025	.082	-.037-	-.019-	.229	.469**	1	.464**	.432**
	Sig. (2-tailed)	.686	.861	.573	.797	.897	.110	.001		.001	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Ind2	Pearson Correlation	.384**	.402**	.614**	.585**	.621**	.647**	.520**	.464**	1	.745**
	Sig. (2-tailed)	.006	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.001		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Data	Pearson Correlation	.376**	.428**	.319*	.354*	.366**	.531**	.471**	.432**	.745**	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.002	.024	.012	.009	.000	.001	.002	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- نتائج صدق الاتساق الداخلي لعبارات لبعده سرعة الاستجابة

- Correlations

Notes

Output Created		26-MAY-2023 16:48:42
Comments		
Input	Data	C:\Users\ارمضان\Desktop\بن ايناس بطو\Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=q18 q19 q20 q21 q22 q23 q24 q25 Ind3 Data /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.08

Correlations

		q18	q19	q20	q21	q22	q23	q24	q25	Ind3	Data
q18	Pearson Correlation	1	.372**	.632**	.380**	.003	-.025-	.198	.221	.562**	.508**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	.007	.986	.863	.169	.122	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q19	Pearson Correlation	.372**	1	.341*	.248	.196	.196	.617**	.401**	.684**	.545**
	Sig. (2-tailed)	.008		.015	.082	.173	.172	.000	.004	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q20	Pearson Correlation	.632**	.341*	1	.562**	.181	.126	.224	.239	.629**	.370**
	Sig. (2-tailed)	.000	.015		.000	.210	.383	.118	.095	.000	.008
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q21	Pearson Correlation	.380**	.248	.562**	1	.529**	.431**	.358*	.449**	.742**	.461**
	Sig. (2-tailed)	.007	.082	.000		.000	.002	.011	.001	.000	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q22	Pearson Correlation	.003	.196	.181	.529**	1	.631**	.173	.366**	.580**	.319*
	Sig. (2-tailed)	.986	.173	.210	.000		.000	.230	.009	.000	.024
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q23	Pearson Correlation	-.025-	.196	.126	.431**	.631**	1	.353*	.244	.580**	.460**
	Sig. (2-tailed)	.863	.172	.383	.002	.000		.012	.088	.000	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q24	Pearson Correlation	.198	.617**	.224	.358*	.173	.353*	1	.475**	.692**	.456**
	Sig. (2-tailed)	.169	.000	.118	.011	.230	.012		.000	.000	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q25	Pearson Correlation	.221	.401**	.239	.449**	.366**	.244	.475**	1	.637**	.483**
	Sig. (2-tailed)	.122	.004	.095	.001	.009	.088	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Ind3	Pearson Correlation	.562**	.684**	.629**	.742**	.580**	.580**	.692**	.637**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Data	Pearson Correlation	.508**	.545**	.370**	.461**	.319*	.460**	.456**	.483**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.001	.024	.001	.001	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

- نتائج صدق الاتساق الداخلي لعبارات لبعد السرية والأمان

CORRELATIONS

/VARIABLES=q26 q27 q28 q29 q30 q31 q32 Ind4 Data
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes		
Output Created	26-MAY-2023 16:55:16	
Comments		
Input	Data	C:\Users\ارمضان\Desktop\بن ايناس\ابطو\Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=q26 q27 q28 q29 q30 q31 q32 Ind4 Data /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.06
	Elapsed Time	00:00:00.09

Correlations

		q26	q27	q28	q29	q30	q31	q32	Ind4	Data
q26	Pearson Correlation	1	.389**	.071	.123	-.021-	.037	.091	.376**	.434**
	Sig. (2-tailed)		.005	.623	.396	.886	.796	.531	.007	.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q27	Pearson Correlation	.389**	1	.266	.361**	.258	.033	.225	.523**	.374**
	Sig. (2-tailed)	.005		.062	.010	.070	.823	.117	.000	.007
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q28	Pearson Correlation	.071	.266	1	.652**	.346*	.188	.417**	.654**	.374**
	Sig. (2-tailed)	.623	.062		.000	.014	.191	.003	.000	.007
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q29	Pearson Correlation	.123	.361**	.652**	1	.583**	.224	.584**	.772**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.396	.010	.000		.000	.119	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q30	Pearson Correlation	-.021-	.258	.346*	.583**	1	.365**	.685**	.724**	.356*

	Sig. (2-tailed)	.886	.070	.014	.000		.009	.000	.000	.011
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q31	Pearson Correlation	.037	.033	.188	.224	.365**	1	.543**	.577**	.409**
	Sig. (2-tailed)	.796	.823	.191	.119	.009		.000	.000	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
q32	Pearson Correlation	.091	.225	.417**	.584**	.685**	.543**	1	.818**	.507**
	Sig. (2-tailed)	.531	.117	.003	.000	.000	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Ind4	Pearson Correlation	.376**	.523**	.654**	.772**	.724**	.577**	.818**	1	.665**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50
Data	Pearson Correlation	.434**	.374**	.374**	.494**	.356*	.409**	.507**	.665**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.007	.007	.000	.011	.003	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ثانيا: نتائج ثبات أداة الدراسة

RELIABILITY

```

/VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 q17 q18 q19 q20 q21 q22 q23 q24
q25 q26 q27 q28 q29 q30 q31 q32
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

```

Reliability

Notes

Output Created	26-MAY-2023 16:38:39	
Comments		
Input	Data	C:\Users\امضان\Desktop\بن ايناس\بن ايناس\Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=q1 q2 q3 q4 q5 q6 q7 q8 q9 q10 q11 q12 q13 q14 q15 q16 q17 q18 q19 q20 q21 q22 q23 q24 q25 q26 q27 q28 q29 q30 q31 q32 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.02

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	32

ثالثاً: نتائج التوزيع الطبيعي

```
EXAMINE VARIABLES=Data
/PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT
/COMPARE GROUPS
/STATISTICS DESCRIPTIVES
/CINTERVAL 95
/MISSING LISTWISE
/NOTOTAL.
```

Explore**Notes**

Output Created		26-MAY-2023 16:39:36
Comments		
Input	Data	C:\Users\ارمضان\Desktop\بن ايناس\Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values for dependent variables are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any dependent variable or factor used.

Syntax		EXAMINE VARIABLES=Data /PLOT BOXPLOT STEMLEAF NPLOT /COMPARE GROUPS /STATISTICS DESCRIPTIVES /INTERVAL 95 /MISSING LISTWISE /NOTOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:05.73
	Elapsed Time	00:00:07.83

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Data	50	100.0%	0	0.0%	50	100.0%

Descriptives

			Statistic	Std. Error	
Data	Mean		3.7450	.04883	
	95% Confidence Interval for Mean		Lower Bound	3.6469	
			Upper Bound	3.8431	
	5% Trimmed Mean		3.7378		
	Median		3.7031		
	Variance		.119		
	Std. Deviation		.34525		
	Minimum		3.06		
	Maximum		4.53		
	Range		1.47		
	Interquartile Range		.47		
	Skewness		.203	.337	
	Kurtosis		-.233-	.662	

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Data	.066	50	.200*	.981	50	.606

*. This is a lower bound of the true significance.

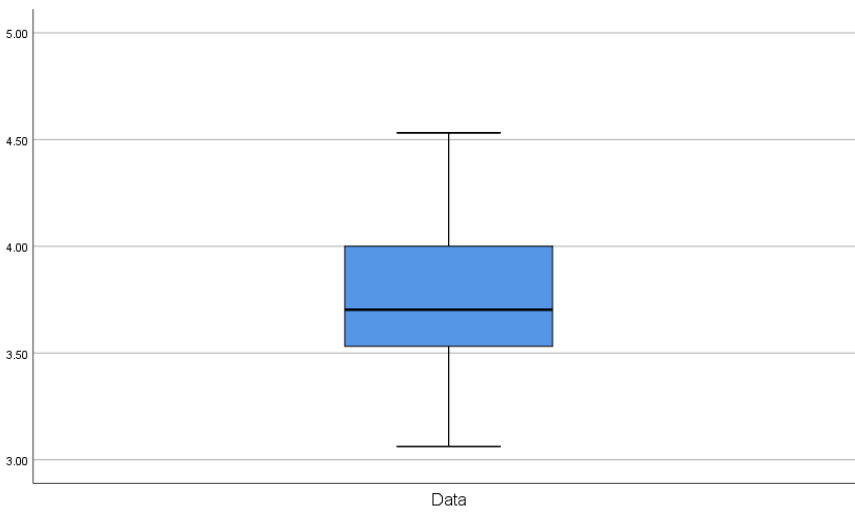
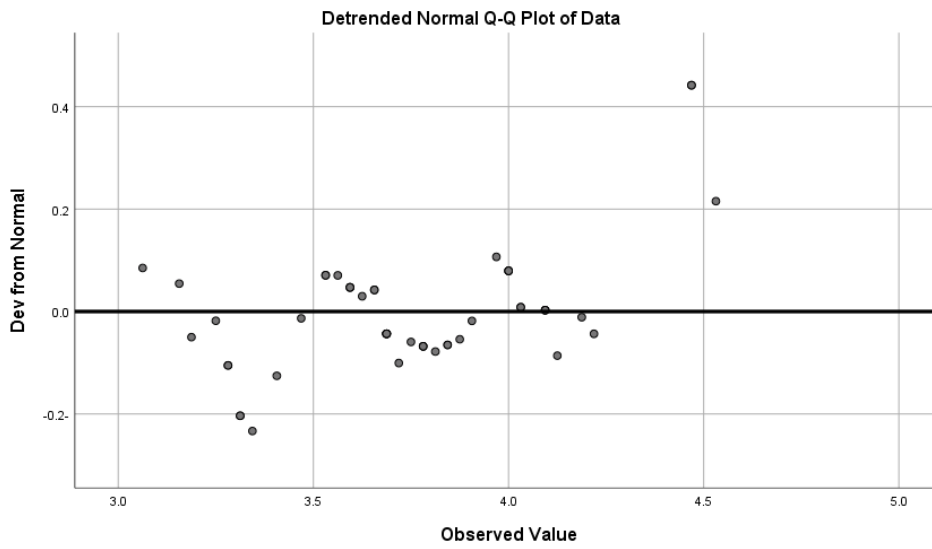
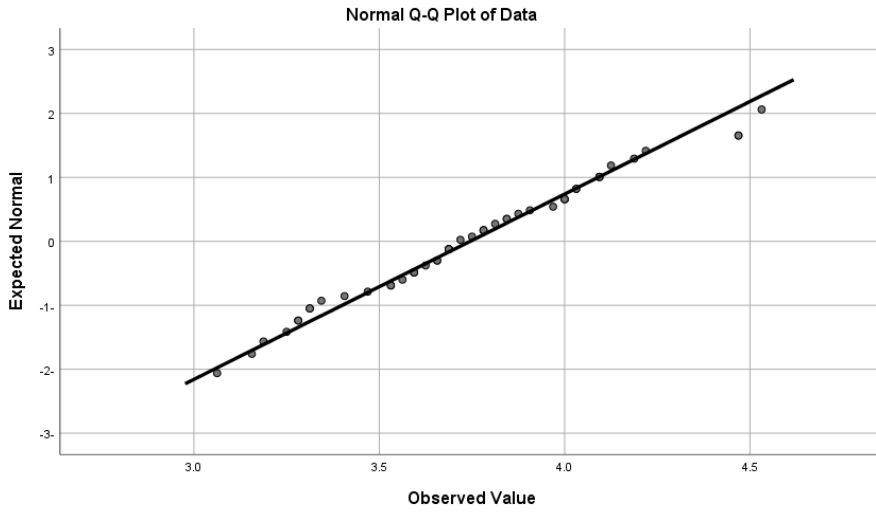
a. Lilliefors Significance Correction

Data

Data Stem-and-Leaf Plot

Frequency Stem & Leaf

3.00 3 . 011
6.00 3 . 222333
8.00 3 . 44555555



رابعاً: نتائج اختبار الفرضيات
- نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

T-TEST

/TESTVAL=3
/MISSING=ANALYSIS
/VARIABLES=Data
/CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Notes

Output Created	26-MAY-2023 21:46:18	
Comments		
Input	Data	C:\Users\رمضان\Desktop\يطو بن \Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	T-TEST /TESTVAL=3 /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=Data /CRITERIA=CI(.95).	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.04

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Data	50	3.7450	.34525	.04883

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Data	15.259	49	.000	.74500	.6469	.8431

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى

T-TEST

/TESTVAL=3
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=Ind1
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Notes

Output Created		26-MAY-2023 21:56:03
Comments		
Input	Data	C:\Users\رمضان\Desktop\يطو بن \Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST /TESTVAL=3 /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=Ind1 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.03

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ind1	50	3.6800	.45875	.06488

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Ind1	10.481	49	.000	.68000	.5496	.8104

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية

T-TEST
 /TESTVAL=3
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=Ind2
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Notes		
Output Created	26-MAY-2023 21:58:12	
Comments		
Input	Data	C:\Users\رمضان\Desktop\يطو بن\سايب\Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	T-TEST /TESTVAL=3 /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=Ind2 /CRITERIA=CI(.95).	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.05

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ind2	50	3.8075	.38895	.05501

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Ind2	14.680	49	.000	.80750	.6970	.9180

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

T-TEST

/TESTVAL=3
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=Ind3
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Notes

Output Created	26-MAY-2023 22:00:06	
Comments		
Input	Data	C:\Users\رمضان\Desktop\بن-يطو \Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax	T-TEST /TESTVAL=3 /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=Ind3 /CRITERIA=CI(.95).	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.03

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ind3	50	3.8350	.50409	.07129

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Ind3	11.713	49	.000	.83500	.6917	.9783

- نتائج اختبار الفرضية الفرعية الرابعة

T-TEST

/TESTVAL=3
 /MISSING=ANALYSIS
 /VARIABLES=Ind4
 /CRITERIA=CI(.95).

T-Test

Notes

Output Created		26-MAY-2023 22:00:42
Comments		
Input	Data	C:\Users\رمضان\Desktop\يطو بن \Inas banyattou.sav
	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each analysis are based on the cases with no missing or out-of-range data for any variable in the analysis.
Syntax		T-TEST /TESTVAL=3 /MISSING=ANALYSIS /VARIABLES=Ind4 /CRITERIA=CI(.95).
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.03

One-Sample Statistics

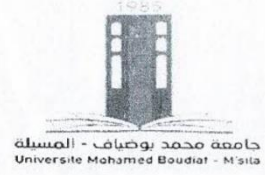
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Ind4	50	3.7143	.49065	.06939

One-Sample Test

	Test Value = 3					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Ind4	10.294	49	.000	.71429	.5748	.8537



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم: علوم التسيير



المسيلة في:

رقم:

إلى السيد:

الموضوع: طلب مساعدة الطلبة على إجراء التريض الميداني.

سيدي المحترم، تحية طيبة و بعد...

في إطار افتتاح الجامعة على محيطها الاقتصادي والإداري، ومن أجل مساعدة الطلبة في إعداد مذكرات التخرج، التي تدخل ضمن متطلبات

نيل شهادة الماستر في شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة الأعمال

فإنه يشرفنا أن نطلب من سيادتكم مساعدة الطلبة المذكورين في الجدول أدناه، على إجراء تريضهم الميداني بمؤسستكم.

تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

الطلبة:

الرقم	الاسم واللقب	رقم بطاقة الطالب	رقم ب.ت.و/ر.س	الإمضاء
01	بن يلمو إيتاس	181835075954	2024 47 395	
02	سايب شهيبتان	18183508586	2025 29662	
عنوان المذكرة: أ.ت.ر. استخدام... بن تلميح... بن يدي... جوي... على جودة الخدمات... المهنة: مهنة للتزيين... من أسرة... جدي... عينية... جدي... جدي... جدي... تطبيق... بن يدي... جوي...				
المشرف (الاسم و اللقب و الإمضاء)		هيئة التريض (الإمضاء والختم)		رئيس القسم (الإمضاء والختم)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestionالجامعة محمد بوضياف بالمسيلة
Université Mohamed Boudiaf a M'sila

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Département: Science de Gestionقسم: علوم التسيير

تصريح شرفي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة): نسيب أحماد المولود(ة) بتاريخ: 1999/12/12 بـ مسورةالحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 202309662 الصادرة بتاريخ: 2018/02/28 عن: بلدية مسورةالمسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة الأعمال خلال السنة الجامعية: 2023/2022والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: أثر التمسك بالبرهان في برهان بوسيد علىجودة الخدمات المقدمة للزبون من أسس صيانة على مستوىمن صيانة صيانة بوسيد في مسورة

أصرح بشرفي أنني التزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 2023/06/06

التوقيع و البصمة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

Faculté des Sciences Économiques, Commerciales et
des Sciences de Gestion

Université Mohamed Boudiaf a M'sila

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

Département: ... Science de Gestionقسم: علوم التسيير

تصريح شرقي

بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي اسقله:

الطالب (ة): دين بطل إيتاس المولود(ة) بتاريخ: 18 جوان 2000 بـ المسيلة

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية (أور.س.) رقم: 202447395 الصادرة بتاريخ: 09 20 2018 من: بلدية المسيلة

المسجل بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم التسيير تخصص: إدارة الأعمال خلال السنة الجامعية: 2023/2022

والمعد لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: أثر استخدام برنامج بريديا جوب على

جودة الخدمات المقدمة للزبون - دراسة ميدانية على عينة

من مستخدمي تطبيق بريديا جوب

أصرح بشرفي أني التزمت بمراعاة معايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة الماستر المذكور أعلاه.

حرر بتاريخ: 05/06/2023

التوقيع و البصمة