

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTRY OF HIGHER EDUCATION AND SCIENTIFIC RESEARCH  
UNIVERSITE MOHAMED BOUDIAF - M'SILA

Mohamed boudiaf University of Msila

Faculty of Economic commercial and  
management sciences

Department of Management Sciences



جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

العنوان :

# دور الرقمنة في تحقيق رضا العملاء دراسة حالة بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

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

تخصص: إدارة الموارد البشرية

تحت إشراف الدكتور

عطالله ياسين

من اعداد الطالبين:

✓ عيش عبد النور

✓ قطوش إسكندر

لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الجامعة	الصفة
زريق عمر	أستاذ محاضر " أ "	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	رئيسا
عطالله ياسين	أستاذ محاضر " أ "	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مشرفا ومقررا
علي نادية	أستاذ مساعد "ب"	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

السَّلَامُ عَلَيْكُمْ وَرَحْمَةُ اللَّهِ وَبَرَكَاتُهُ

## الشكر والتقدير

الشكر لله العلي القدير على توفيقه وتسديده خطانا، وله الحمد حتى يرضى وله الحمد إذا رضي و له الحمد بعد الرضا، ثم أستاذي الفاضل الدكتور ياسين عطا لله الذي اشرف على توجيهنا و مدنا بنصائحه القيمة ما ذلل عنا الصعاب وسماعه لأسئلتنا ومناقشتنا ، فكان مثالا لنا لجمعه بين صفة العلم والتخصص.

الشكر والعرفان بالجميل لكل أساتذة الكلية على جهودهم المبذولة في سبيل تمكيننا من التحصيل العلمي.

كما نتقدم بالشكر لكل من قدم لنا يد المساعدة ولكل هؤلاء نقدم هذا العمل عربون عرفان وامتنان.

## اهداء:

الحمد لله واشكره جزيل الشكر يليق بجلاله والذي سهل لي الصعاب  
ووفقني لأنجز هذا العمل الذي أهديه

إلى صاحب السيرة العطرة والفكر المستتير فلقد كان له الفضل في  
بلوغي التعليم العالي "والدي الغالي رحمة الله عليه

إلى من أفضلها على نفسي ولما لا فلقد ضحت من أجلي ولم  
تدخر جهدا في سبيلي إسعادي على الدوام " أمي الحبيبة" أبقالي  
الله صوننا وحفظا لي

إلى إخوتي أدامهم الله عِزا وحفظهم الله

وإلى كل أفراد عائلتي إلى أصدقائي وزميلي سكندر الذي كان نعم  
الاخ والرفيق.



## ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة لمعرفة دور الرقمنة من خلال ابعادها (المادي. الإداري. البشري. الأمني) في تحقيق رضا عملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة وتوضيح العلاقة بين المتغيرين المستقل والتابع، حيث تم الاعتماد على الاستبيان لجمع البيانات وتم توزيعها على عينة عشوائية من 50 عميلا، اعتمدنا على المنهج الوصفي لجمع المعلومات وتحليلها. وتم الاستعانة ببرنامج التحليل الاحصائي SPSS لاختبار الفرضيات وتوصلنا إلى أن للرقمنة دور في تحقيق رضا العملاء وكسب ولائهم ، من خلال تحسين جودة الخدمات المقدمة لهم.

**الكلمات المفتاحية:** الرقمنة، البعد المادي، البعد الإداري، البعد البشري، البعد الأمني ، رضا العملاء.

**Abstract:**

This study aimed to determine the role of digitization through its dimensions (material, administrative, human, and security) in achieving customer satisfaction at Algeria Telecom Corporation in M'Sila and to clarify the relationship between the independent and dependent variables. The questionnaire was relied upon to collect data and it was distributed to a random sample of 50 customers. We relied on the descriptive approach to collect and analyze information. The statistical analysis program SPSS was used to test the hypotheses

We concluded that digitization has a role in achieving customer satisfaction and gaining their loyalty, by improving the quality of services provided to them.

**Keywords :** digitization, physical dimension, administrative dimension, human dimension, security dimension, customer satisfaction.

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	الشكر والتقدير
	الاهداء
	ملخص البحث بالعربية
	ملخص البحث باللغة الإنجليزية
	ملخص البحث باللغة الفرنسية
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
	فهرس الملاحق
أ	مقدمة
<b>الفصل الأول: الإطار النظري للرقمنة ورضا العملاء</b>	
	<b>تمهيد</b>
7	المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الرقمنة
7	المطلب الأول: نشأة وتعريف الرقمنة
7	الفرع الأول: نشأة الرقمنة
8	الفرع الثاني: تعريف الرقمنة
9	المطلب الثاني: أهمية وأهداف وابعاد الرقمنة
9	الفرع الأول: أهمية الرقمنة
10	الفرع الثاني أهداف الرقمنة
13	الفرع الثالث : أبعاد الرقمنة
15	المطلب الثالث: نماذج وخصائص ومتطلبات الرقمنة
15	الفرع الأول: نماذج الرقمنة
15	الفرع الثاني: خصائص الرقمنة
16	الفرع الثالث: متطلبات الرقمية
17	المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات الرقمنة
17	الفرع الأول إيجابيات الرقمنة
17	الفرع الثاني: سلبيات الرقمنة

19	المبحث الثاني: عموميات عن رضا العملاء
19	المطلب الأول: مفهوم الرضا
20	المطلب الثاني: خصائص وكسب الرضا
20	الفرع الأول: خصائص الرضا
21	الفرع الثاني: كسب رضا العملاء
22	المطلب الثالث: أبعاد ومحددات الرضا العميل
22	الفرع الأول: أبعاد رضا العميل
23	الفرع الثاني: محددات الرضا العميل
23	المطلب الرابع: خطوات ومعايير تحقيق رضا العملاء
23	الفرع الأول: خطوات تحقيق رضا العميل
24	الفرع الثاني: معايير إدراك رضا العميل
32	خلاصة الفصل
<b>الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة</b>	
34	تمهيد
35	المبحث الأول: التعريف بالميدان محل الدراسة
35	المطلب الأول: تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر
35	الفرع الأول: تاريخ شركة اتصالات الجزائر
35	الفرع الثاني: الإطار القانوني لشركة اتصالات الجزائر
36	الفرع الثالث: أهداف ونشاطات اتصالات الجزائر
36	المطلب الثاني: تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة
38	المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة
38	المطلب الأول: منهج الدراسة، مجتمعها، وعينتها
38	الفرع الأول: منهج الدراسة
39	الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.
40	المطلب الثاني: مصادر وأساليب جمع البيانات والمعلومات، أداة الدراسة
40	الفرع الأول: مصادر جمع البيانات
40	الفرع الثاني: أداة الدراسة (أسلوب القياس)
42	المطلب الثالث: الأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة
44	المطلب الرابع: صدق وثبات أداة الدراسة واختبار توزيع الطبيعي للبيانات

44	الفرع الاول: الخصائص السيكومترية
46	الفرع الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات
48	المبحث الثاني: تحليل البيانات واختبار الفرضيات ومناقشتها
48	المطلب الأول: تحليل المحور الأول (البيانات الشخصية)
54	المطلب الثاني: تحليل الإحصاءات الوصفية للمحور الأول (الرقمنة)
54	الفرع الأول: المادي
56	الفرع الثاني: الإداري
58	الفرع الثالث: البشري
59	الفرع الرابع: الأمني
60	المطلب الثالث: تحليل الإحصاءات الوصفية للمحور الثالث (رضا العملاء)
62	المطلب الرابع: مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات
63	المطلب الخامس: اختبار الفرضيات ومناقشتها
64	الفرع الاول: اختبار الفرضية الرئيسية
67	الفرع الثاني: اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة
74	خلاصة الفصل
76	الخاتمة
81	قائمة المراجع
85	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
41	هكل أداة الدراسة (الاستبيان) أقسام الاستبيان	01
41	توزيع درجات مقياس المستخدم في الاستبيان	02
44	معامل ارتباط عبارات المحور مع الدرجة الكلية للمحور.	03
45	معامل ارتباط المحاور مع الدرجة الكلية للاستبيان	04
46	معامل ثبات ألفا كرونباخ	05
46	ترميز إجابات عينة الدراسة	06
47	التحقق من شرط التوزيع الطبيعي بالنسبة للمتغيرين محل الدراسة	07
48	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	08
49	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات تعاملك مع المؤسسة	09
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	10
51	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	11
52	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان إقامتك	12
53	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المنتجات المقدمة	13
54	الإحصاءات الوصفية للبعد المادي	14
56	الإحصاءات الوصفية للبعد الإداري	15
58	الإحصاءات الوصفية للبعد البشري	16
59	الإحصاءات الوصفية للبعد الأمني	17
60	الإحصاءات الوصفية لمحور رضا العملاء	18
63	معاملات ارتباط بيرسون بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع	19
65	يبين نتائج نموذج الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية	20
68	الإنحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى	21
69	الإنحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية	22
70	الإنحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة	23
71	الإنحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة	24

فهرس الأشكال

الصفحة	الشكل	الرقم
31	نموذج الدراسة	01
37	الهيكل التنظيمي للمؤسسة اتصالات الجزائر . المسيلة.	02
49	توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات تعاملك مع المؤسسة	03
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	04
51	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي المؤهل العلمي	05
52	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان إقامتك	06
53	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المنتجات المقدمة	07
72	النموذج الميداني للدراسة	08

فهرس الملاحق

الصفحة	الملحق	الرقم
88-85	الاستبيان	01
97-89	مخرجات spss	02
98	طلب الموافقة على إجراء دراسة تطبيقية	03
100-99	تصريح شرفي بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر	04

# مقدمة

تسعى الدول في الوقت الحاضر إلى مواكبة التقدم على الصعيد العالمي وذلك لمواجهة الكثير من التحديات التي فرضها الواقع وتغيرات العصر كما أنه من المتعارف عليه أن القطاع العام أدرك مدى الحاجة الماسة إلى عمليات التحسين المستمرة فأصبحت أغلب المؤسسات تقوم بإنجاز أنشطتها من خلال الخدمات والتعاملات الإلكترونية وذلك من أجل ممارسات أفضل ولتحقيق أهداف المؤسسة.

فمن خلال الواجهات الرقمية المنتشرة اليوم في العديد من بلدان العالم يستطيع العملاء إجراء تعاملات إلكترونية مع مزودي خدمات متواجدين في مناطق بعيدة جدا، فقد تقلصت المسافات، بل انعدمت في حالات كثيرة، مما نتج عنه تقديم الخدمات بصورة رقمية الأمر الذي يؤدي إلى توفير الوقت والجهد ويقلل من عبء العمل للمؤسسات كما أنه يضمن تقديم الخدمات بصورة أكثر فعالية وكفاءة مما كان عليه بالطريقة التقليدية، فأصبحت المؤسسات اليوم تقدم خدماتها بصورة رقمية من خلال المواقع الإلكترونية التابعة لها عبر شبكة الانترنت.

ومن هنا حاولت المؤسسات العمومية في الجزائر تبني مفهوم الرقمنة لتحسين أدائها فاهتمت بالتوجه نحو تقديم خدمات الكترونية، ومن هذا المنطلق وفي إطار رفع ولاء العملاء حظي مفهوم الرقمنة باهتمام خاص من طرف مصلحة حيث بذلت جهودا في سبيل تحسين الخدمات المؤسسة وتقريبها من المواطن فاستحدثت العديد من الخدمات البريدية الالكترونية.

### أولا: الإشكالية:

في ظل عصر الثورة التكنولوجية وانتشار التقنيات الحديثة غزت الرقمنة جميع مجالات الحياة وبالأخص المؤسسات فكان على هذه الأخيرة استغلالها في تحقيق رضا عملائها باعتبارهم العصب الحساس في المؤسسة والميزة التنافسية التي تسعى أي مؤسسة لكسب المزيد منها لتحقيق شهرة أكبر وازدياد أكثر من أجل البقاء في سوق وتحقيق الريادة فيتبادر الى اذهاننا تساؤل حول هذا الموضوع، فكانت إشكالتنا كالتالي:

✓ ما هو دور الرقمنة في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟

وللاجابة على الإشكالية الرئيسية يمكن طرح التساؤلات الفرعية التالي:

- ✓ ما هو تأثير البعد المادي في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟
- ✓ ما هو تأثير البعد الإداري في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟
- ✓ ما هو تأثير البعد البشري في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟

✓ ما هو تأثير البعد الأمني في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟

## ثانيا: الفرضيات

### الفرضية الرئيسية:

للإجابة على هذه إشكالتنا المطروحة تم صياغة الفرضية الرئيسية التالية:

✓ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للرقمنة في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.

### الفرضيات الفرعية:

للإجابة على الفرضية الرئيسية تم تقسيم الفرضية الرئيسية حسب أبعادها إلى فرضيات فرعية كالتالي:

-الفرضية الفرعية الأولى: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد المادي في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

- الفرضية الفرعية ثانية: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الإداري في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.

-الفرضية الفرعية الثالثة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد البشري في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.

-الفرضية الفرعية الرابعة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للبعد الأمني في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.

### ثالثا: أهمية موضوع الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- الاهتمام العلمي الكبير لموضوع الرقمنة وخاصة في القرن الأخيرين.
- التطورات السريعة لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات أو ما يعرف بالانفجار التكنولوجي عرب شبكاته المختلفة، نتيجة الاكتشافات العلمية وما حققته من توفير للوقت والجهد، والسعي لتزويد المجتمع بالمعرفة والعلم.
- انتشار الرقمنة في جميع المجالات الاقتصادية والاجتماعية والثقافية والسياسية التي تحيط حياة الفرد والمجتمع.
- الأهمية البالغة التي تعطيها الدولة لهذا الموضوع، والأثر الإيجابي الكبير الذي نتج عند تطبيق الرقمنة في البلدان المتقدمة.

### رابعا: أهداف الدراسة:

تتلخص أهداف الدراسة فيما يلي:

- البحث عن مفهوم جامع للرقمنة من خلال المفاهيم المختلفة.
- مدى فعالية الرقمنة في إنجاز أعمال المؤسسة اتصالات الجزائر.
- التعرف على أهم معوقات وتحديات التي تواجه عملية الرقمية.

### خامسا: أسباب اختيار الموضوع:

هناك العديد من الأسباب تدفعنا إلى اختيار الموضوع منها:

أ- الأسباب الذاتية:

الاهتمام الشخصي بدور الرقمنة في تحسين رضا العملاء باعتباره موضوع عصر السرعة والمعلوماتية الذي يهتم به الفرد والمجتمع وكذلك تقديم نظرة عامة عن الرقمنة داخل المؤسسة اتصالات الجزائر.

**ب - الأسباب الموضوعية:**

حادثة الموضوع، ونقص أدبياته جعل التفكير منصب حول مناقشته ووضع كمرجعية إضافية، إلى جانب قيمة الموضوع في الوقت الراهن الذي يصبوا إلى تحسين جودة الخدمة ومحاولة تقريب الإدارة من المواطن.

**سادسا: حدود الدراسة:**

اقتصرت حدود هذه الدراسة فيما يلي:

**حدود مكانية:** كانت حدودنا المكانية بصفة عامة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة كعينة.

**حدود زمانية:** كانت من فيفري الى ماي من عام 2024.

**سابعا: صعوبات البحث:**

عند قيامنا بعملية جمع المعلومات حول موضوع الدراسة وحول المؤسسة وجهتنا عدة صعوبات نذكر منها ما يلي :

- قلة المراجع بالنسبة لمصطلح الرقمنة والعملاء الذي يعد جديدا في وقتنا الحالي.
- قلة الدراسات التي تناولت علاقة الرقمنة بالعملاء.
- فيما يخص الجانب الميداني هناك بعض العملاء يرفضون تقديم المعلومات.
- صعوبة الحصول على المعلومات من طرف الإدارة.

# الفصل الأول

الإطار النظري للرقمنة

ورضا العملاء

### تمهيد

بعد التطور السريع الذي شهدته الحياة سواء من الجانب الاقتصادي، الاجتماعي، العلاقة بين الأفراد وكذلك بين مختلف الفاعلين وهيئات وتنظيمات ومنظمات... الخ حيث كان لهذا التطور الأثر البالغ في ظهور تغيرات جذرية في الأدوات والأساليب لاسيما الوسائل التكنولوجية ووسائل الإعلام والاتصال، فمع منتصف القرن العشرين بدأ يظهر ما يسمى بالرقمنة و التحول من المعاملات الكلاسيكية التقليدية إلى الرقمي ففي بادئ الأمر كانت محصورة على قطاعات معينة على سبيل المثال لا الحصر القطاع العسكري، لتبدأ بعدها في الانتشار على جميع المجالات دون استثناء، ومع ظهور شبكة الانترنت، والبيانات الضخمة، لم تصبح الرقمنة درب من دروب الحياة بل حتمية لا مفر منها، فمن النادر جدا أن نجد منظمة أو فرد لا يتعامل بالرقمنة، في هذا الصدد سنتطرق في هذا الفصل إلى التفاصيل التي توضح الرؤية في هذا الموضوع. ولقد قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين:

- المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الرقمنة
- المبحث الثاني: عموميات حول رضا العملاء

### المبحث الأول: مفاهيم عامة حول الرقمنة

تمهيد:

ساعدت الرقمنة بنسبة كبيرة في تقليل تكاليف العمليات التجارية بشكل كبير ولاسيما في عمليات الاوراق الثقيلة الحسابات مستحقة الدفع وتسجيل كشوف المرتبات تعني الرقمنة تقليل استخدام الاوراق والعمليات اليدوية وادخال البيانات يدويا لانه يسهل أتمتة البيانات الرقمية ومشاركتها.

يقصد بمصطلح الرقمنة هو كل عملية يتم عن طريقها تحويل المعلومات من شكلها التقليدي إلى شكل رقمي سواء كانت هذه المعلومات صورة او بيانات نصية أو ملفات صوتية أو أي شكل آخر.

غير أن هذا المصطلح يأخذ عدة معاني حسب السياق الذي يستخدم فيه حيث يلاحظ أن الرقمنة تعني:

أ- في الحاسبات: تحويل البيانات على شكل رقمي بحيث يمكن معالجتها بواسطة الحاسب.

ب- سياق نظام المعلومات: تحويل النصوص المطبوعة مثل الكتب والصور وغيره من المواد التقليدية من أشكال إلى أشكال التي يقرأ فيها بواسطة الحاسب الآلي الى الإشارات ثنائية وذلك عن طريق استخدام نوع ما من أجهزة المسح الضوئي، أو عن طريق الكاميرات الرقمية، والتي ينتج عنها أشكال يتم عرضها على شاشة الحاسب.

### المطلب الأول: نشأة وتعريف الرقمنة

#### الفرع الأول: نشأة الرقمنة

يرجع مفهوم الرقمنة إلى تطورات تاريخية عديدة في مرافق ومؤسسات المعلومات. ولقد بدأت تتردد مصطلحات عديدة مشابهة مثل (المكتبة الافتراضية والمكتبة الالكترونية والمكتبة الرقمية) كل هذه المصطلحات بقيت تتسم بالغموض لتعدد مصطلحاتها، حيث سماها ليكلير بمكتبة المستقبل، وسماها الانكيستر دون ورق. إلا أن ههما اختلفت هذه التسميات يبقى جوهرها واحدا وهو إدخال تطبيقات الحاسوب والشبكات في تنظيم الوثائق وإدارة واسترجاع المعلومات.

هذا التطور الطويل لحوالي نصف القرن تبين أن هناك تسميات فرضت نفسها على أدبيات علوم المكتبات والمعلومات والمكتبات الالكترونية أو الرقمية أو الافتراضية والتي. حصل خلط فيما بينها ، ينبغي توضيح حسب ما تشمله هذه المصطلحات من معاني إضافة إلى الأشكال المختلفة والإشارات

## الفصل الأول الاطار النظري للرقمنة ورضا العملاء

التناظرية التي تشمل كل المواد الرقمية من أصل الكتروني وتتطلب جهاز الكتروني لتصبح مقروءة، لأن عبارة إلكترونية تشير إلى كيفية عمل الأجهزة أكثر من أنها صفة للبيانات التي تحويها، وعليه فإن المكتبة الإلكترونية تتألف من كل الموارد الموجودة في المكتبات التي أدخلت أجهزة إلكترونية والتي توجد في المكتبة الرقمية، فالمكتبة الإلكترونية هو المصطلح الأعم والأوسع دلالة حيث يشمل كلا من التناظري والرقمي ويضم كل الجهود التي ترمي إلى استخدام أجهزة إلكترونية مثل آلات الفيديو وقارئات الميكرو فيلم والحاسب تشمل مواد إلكترونية، ورقمية، غير أن هذه المصطلحات ما تزال رغم شيوعها.<sup>1</sup>

وهي تعاني الكثير من الخلط والاضطراب بسبب عدم اهتمام عدد من المنظرين العرب للكتابة الرقمية والمهتمين بها بتحديد دلالة هذه المصطلحات وضبط حدودها.

### الفرع الثاني: تعريف الرقمنة

هناك الكثير من التعاريف للرقمنة نذكر منها ما يلي:

يقصد بالرقمنة تطبيق تقنية التحول الرقمي والانتقال بالخدمات التي تقدمها قطاعات الحكومية الى نموذج عمل مبتكر يعتمد على تقنيات الرقمية<sup>2</sup>

الرقمنة [ اي تحويل الى صياغة رقمية ] : Digitization هي عملية تبديل الهاردوير الالكتروني والاشارات التماثلية الهاردوير الالكتروني واشارات رقمية وتمثل الصور والملفات الغير الرقمية مسبقا باستخدام مجموعة منقطعة مكونة من نقاط منفصلة حين معالجتها<sup>3</sup>.

عرف تيلور (Taylor)الرقمنة بأنها: "تمثل الفرق بين البتات "Bits" وهي كل ما ليس له لون، أو حجم، أو وزن ويستطيع السفر في سرعة الضوء وبعد أصغر عنصر في الحمض النووي للمعلومات يعبر عنه بسلاسل من الصفر والواحد والذرات "Atoms" التي تشكل بطبيعة الحال المادة الصلبة مثل الورق والحبر اللذان يوضعان معا لإعطاء المعنى والقيمة لهذه المادة، أي أن الرقمنة من الناحية العملية هي نظام إلكتروني يمكن بعض الأجهزة من النقاط الصور للمواد المطبوعة وإتاحتها بلغة مشفرة ومن ثم تخزينها ونقلها واسترجاعها ونسخها وحتى تغييرها".

<sup>1</sup>أحمد، الكبيسي، تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية مجلة العربية 30، العدد 29، 2008، ص8.

<sup>2</sup>-http://www.youm7.com

<sup>3</sup>- مؤرشف من الأصل في 24-02-2018 "welcome to the digital library of gorgia" usg.

عرف سشلومف (schlumpf) مصطلح الرقمنة "Digitization" بأنه أشمل مما يقابله عند البعض الآخر وهو "مصطلح المسح الضوئي" "Scanning"، حيث إن الرقمنة لا تقتصر على المسح فقط بل تقوم بتحويل المواد التقليدية كالصور والكتب والتسجيلات الصوتية وتسجيلات الفيديو وغيرها إلى شكل مقروء بواسطة الحاسب سواء تطلب ذلك التحويل استخدام الماسحات الضوئية أم لا".

وحسب قاموس علم المكتبات والمعلومات "ODLIS" فإن الرقمنة هي "العملية التي يتم بمقتضاها تحويل البيانات إلى شكل رقمي لمعالجتها بواسطة الحاسب وعادة ما يستخدم مصطلح الرقمنة في نظم المعلومات للإشارة إلى تحويل النص المطبوع أو الصور إلى إشارات ثنائية يمكن عرضها على الحاسب باستخدام أحد أجهزة المسح الضوئي".

واستخدمت مؤسسة "DPC" (Digital Preservation Coalition) مصطلح "Digitization" وعرفته بأنه "عملية خلق ملفات رقمية سواء بالمسح الضوئي أو بتحويل المواد التناظرية إلى مواد رقمية، وتكون نتيجتها نسخة رقمية أو بديل رقمي تصنف كمادة رقمية<sup>1</sup>."

وتشير "شارلوت بيرسي" إلى الرقمنة أنها "منهج يسمح بتحويل البيانات والمعلومات من النظام التناظري إلى النظام الرقمي" ويقدم "دوج هودجز" مفهوماً آخرًا تم تبنيه من طرف المكتبة الوطنية الكندية ويعتبر فيه "الرقمنة عملية أو إجراء لتحويل المحتوى الفكري المتاح على وسيط تخزين فيزيائي تقليدي، مثل (مقالات الدوريات والكتب والمخطوطات، والخرائط....) إلى شكل رقمي<sup>2</sup>."

إن تعدد مصطلحات الرقمنة يعود أساساً إلى حداثة عهد المصطلح وعدم تقنينه دولياً ويمكن التغلب على هذا بتقنين مصطلح واحد للاستخدام المستقبلي مع ترك المصطلحات الأخرى المستخدمة حالياً حتى تنوي مع الوقت وتصبح غير متداولة، حيث أن عدم توحيد المصطلح قد يؤدي إلى فقد الكثير من المحتوى المرتبط به عند إجراء عملية البحث.

### المطلب الثالث: أهمية وأهداف الرقمنة

#### الفرع الأول: أهمية الرقمنة:

للتعرف إلى أهمية الرقمنة من المناسب الإشارة إلى أن الرقمنة مصدر معلومات متاح على وسط تخزين تقليدي، تزيد من إمكانية الاستفادة منه من خلال تسيير عمليات الوصول والاطلاع عليه، حيث

<sup>1</sup> نجلاء أحمد يس، الرقمنة وتقنياتها في المكتبات العربية، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2013، ص 17.

<sup>2</sup> سعيد يقطين من النص إلى النص مدخل إلى جماليات الإبداع التفاعلي، بيروت، المركز الثقافي العربي، 2005، ص 21.

أصبح في الإمكان إجراء البحث أو الاستعلام داخل النصوص الكاملة لمصادر المعلومات، والاستعانة بمجموعات من الروابط الفائقة « **Hypertext** » والتي تحيل القارئ مباشرة على النصوص التي ينبغي الاطلاع عليها إلى جانب إحالته إلى المصادر الخارجية المرتبطة بموضوع بحثه ويحدد مجموعة الأهداف الأساسية المنشودة تحقيقها من وراء الرقمنة، والتي يمكن تلخيصها في:<sup>1</sup>

▪ **حماية المجموعات الأصلية والنادرة:** حيث تمثل الرقمنة وسيلة فاعلة لحفظ مصادر المعلومات النادرة والقيمة، أو تلك التي تكون حالتها المادية هشّة وبالتالي لا يسمح للمستخدمين بالاطلاع عليها، كما تعمل على تقليص أو إلغاء الاطلاع على المصادر الأصلية، وذلك لإتاحة نسخة بديلة في شكل إلكتروني في متناول المستخدمين.

▪ **التشارك في المصادر والمجموعات:** تمثل إمكانية استخدام المصدر الرقمي من جانب عدة مستفيدين في الوقت نفسه اتجاهاً ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار من أجل القضاء على مشكلة النسخ المحدودة من المجموعات التقليدية، والتي تحدد عدد المستخدمين الراغبين في الاطلاع على مصدر المعلومات في ضوء عدد النسخ المتاحة منه.

▪ **الاطلاع على النصوص:** بالرغم من أن الاتصال الفيزيائي للمستخدم من مصدر المعلومات التقليدي قد ينقطع مع عملية الرقمنة، إلا أن هذه العملية يمكن أن تتيح في بعض الأحوال قراءة أفضل من تلك التي تتيحها للنص الأصلي، كما توفر بعض الإمكانيات والخدمات التي من شأنها تسهيل قراءة النص مثل إجراء تكبير النص وتصغيره "الزوم" والانتقال السريع إلى أي جزئية من جزئيات النص من خلال منظومة الروابط الفائقة إلى جانب إمكانية محاكاة وسيط الاطلاع الرقمي الكتاب الرقمي " للكتاب التقليدي الورقي.

▪ **زيادة قيمة النصوص:** يمكن أن تمثل الرقمنة فرصة الاستفادة القصوى من مصادر المعلومات القيمة أو النادرة، والتي يمكن أن تكون في بعض الأحوال غير منشورة على نطاق واسع، ويمكن أن يتحقق ذلك من خلال إعادة إتاحة هذه المصادر سواء في شكل أقراص مليزرة " CD-ROM " أو أقراص مدمجة، والتجهيزات المادية والبرمجيات وجميع المكونات التي لا غنى عنها من أجل تنظيم مصادر المعلومات الإلكترونية وحفظها واسترجاعها ، وتتمثل الإشكالية الرئيسية في قضية النقاد السريع لتقنيات المعلومات حيث أنها تتطور بسرعة وبشكل سريع ودون توقف، الأمر الذي تكتنفه صعوبة الاطلاع على المعلومات المسجلة على وسائط تخزين متقدمة.

**الفرع الثاني: أهداف الرقمنة:**

<sup>1</sup> مريم خالص حسين، الحكومة الإلكترونية، كلية الاقتصادية، وزارة المالية، العراق، 2013 ص 446.

هناك العديد من الأهداف التي نسعى إليها من خلال القيام بعملية الرقمنة ومنها<sup>1</sup>:

✓ **الحفظ:** الوسائط الرقمية تعد أقل عرضة لتلف والضرر، مقارنة بالوسائط الورقية التي تتعرض لعدة أخطار.

✓ **لاقتسام:** من خلال الشبكات وخصوصا شبكة الانترنت سمحت الرقمنة بالاطلاع على نفس الوثيقة من قبل مئات الأشخاص في نفس الوقت.

✓ **التخزين:** أن قرص مضغوط يمكنه تخزين آلاف الصفحات

✓ **سرعة الاسترجاع و سهولة الاستخدام:** تتميز النظم الرقمية بسرعة كبيرة في الاسترجاع، حيث أنه يمكن استرجاعها في ثوان بدل من عدة دقائق.

✓ **توصيل المعلومات للمستفيد دون التدخل البشري**

-المساهمة في توزيع وإيصال المعلومات بشكل أسرع وأقل تكلفة وذلك عبر مختلف احتياجات المعلوماتية والبحثية.

-إنجاز معاملات الأفراد من دون عناء والتخلص من مشكلة الانتظار أمام مكاتب الموظفين لفترات طويلة من أجل الحصول على معلومات أو إنجاز معاملة<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: نماذج وخصائص ومتطلبات الرقمنة

#### الفرع الأول: نماذج الرقمنة

تتمثل نماذج الرقمنة في ما يلي<sup>3</sup>

**01.النموذج الفني:** يتم تحويل المنظمات التقليدية إلى منظمات رقمية باستخدام بحوث العمليات وعلوم الحاسب وعلم الإدارة دون التركيز على الجوانب السلوكية للمنظمة، ويؤدي ذلك إلى الارتفاع نسبة المقاومة ورفض التطبيقات الالكترونية في اتخاذ القرارات.

**02.النموذج السلوكي:**وهنا يتم التركيز على المتغيرات السلوكية الفردية والجماعية والتخطيطية والبيئية عند تحويل المنظمة التقليدية إلى منظمة رقمية ومن ثم نقل أهمية اتخاذ القرارات رقميا.

<sup>1</sup> مريم خالص حسين مرجع سابق، ص 447.

<sup>2</sup> سهيلة مهري، بلال بن جامع، " نحو استراتيجية لنجاح مشاريع رقمنة الوثائق التخطيط العلمي بمشروع رقمنة الوثائق لمؤسسة سوناطرك، مجلة بيلوفيا لدراسات المكتبات والمعلومات، المجلد 01، العدد 04، 2019، ص 86.

<sup>3</sup> لطيب صيد، مجتمع المعلومات السياسات السيسولوجية للمواطنة الجديدة في الجزائر، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة بسكرة، العدد 04، 2012، ص 52.

**03. النموذج الفني الاجتماعي:** تؤخذ في الاعتبار درجات التفاعل الفني التنظيمي عند عمليات التحويل التي يركز على استراتيجية الأعمال والبرمجيات اللازمة لتفعيل الحاسبات وقاعدة البيانات والاتصالات.

**04. نموذج المشاركة في المعلومات:** يعتمد على اشتراك المؤسسة في إحدى شبكات المعلومات أو اعتماد إحدى شركات المعلومات في توفير الخدمة على المشاركة.

**05. نموذج تحليل القوى التنافسية:** يعتمد على بناء نظم معلومات متكاملة لدعم التحليل الرباعي وعلى التخطيط الاستراتيجي للمنظمة؛ حيث يسعى إلى تعظيم نقاط القوة التنظيمية وتقليل نقاط الضعف، ذلك للسيطرة على الفرص البيئية ومواجهة التحديات العالمية والمحلية.

**06. نموذج إدارة الأصول الرقمية :** يعتمد على مجموعة من شركات المعلومات والاتصالات بدال من شركة واحدة في إدارة الملفات الرقمية .

**07. التدريجي التحول:** يعتمد هذا النموذج على القدرات المالية للمؤسسات للتحول من النموذج الورقي إلى النموذج الرقمي.

### الفرع الثاني: خصائص الرقمنة

تتميز الرقمنة عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بالخصائص التالية<sup>1</sup>:

- ✓ **تقليص الوقت:** فالتكنولوجي تجعل كل الأماكن إلكترونيًا متجاورة.
- ✓ **تقليص المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجمًا هائلًا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها ببسر وسهولة.
- ✓ **تقاسم المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث ونظام الذكاء الصناعي، مما يجعل تكنولوجية المعلومات تساهم في تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج.
- ✓ **تكوين شبكات الاتصال:** تتحد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستخدمين والصناعيين وكذا منتج ي الآلات ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات مع الأخرى.
- ✓ **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذه التكنولوجيا يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو ما يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة.

<sup>1</sup> احمد الكبيسي، مرجع سابق، ص7.

## الفصل الأول الاطار النظري للرقمنة ورضا العملاء

- ✓ **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم فالمشارك ونغير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت.
- ✓ **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- ✓ **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بغض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع، على مستوى العالم بأكمله.
- ✓ **قابلية التحرك والحركية:** أي أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة من الحاسب الآلي النقال، الهاتف النقال...الخ. قابلية التحويل وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كتحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.
- ✓ **الجمهورية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد أو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة، وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك.
- ✓ **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم، بحيث تكتسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمط مرن.
- ✓ **العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تنشط فيه هذه التكنولوجيا، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم، وهي تسمح لرأس المال بأن يتدفق إلكترونياً

### الفرع الثالث : ابعاد الرقمنة

#### أولاً: ابعاد مادية

#### وتتمثل في:<sup>1</sup>

1. **الابعدالتقنية:** وتتمثل في مجموعة المكونات المادية التي يمكن من خلالها تنفيذ تطبيقات الادارة الالكترونية وترتبط بإيجاد حواسيب الكترونية ونظم بيانات متكاملة ،وهواتف وفاكسات وتعمل بنية الاتصالات على زيادة الترابط بين مختلف الاجهزة الادارية وتختلف متطلبات الادارة الالكترونية بين مبادرة الكترونية واخرى، وهذا حسب برامج التحول الإلكتروني بالحجم المنظمة التي تستهدف الاتمة الكلية او الجزئية لوظائفها وانشطتها الادارية، ومن اهم عناصر البنية التحتية التي لا يمكن تطبيق الادارة الالكترونية بدون توافرها في المنظمات تتحصر فيما يلي:
- ✓ **البنية التحتية الصلبة للأعمال الإلكترونية:** و تتمثل في كل التوصيلات الارضية والخلوية عن بعد وأجهزة الحاسوب والشبكات وتكنولوجيا المعلومات المادية والضرورية لممارسة الاعمال الالكترونية

<sup>1</sup> بن سليمان غنيمه، أثر رقمنة العمليات الادارية على أداء الموارد البشرية بالمؤسسات القضائية، مذكرة ماستر، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، ادرار، 2021، ص6.

وتبادل البيانات الكترونيا. وتتمثل في ( الحاسوب ، الماسحات الضوئية، أجهزة التخزين: ان من بين اساسيات تكنولوجيا الرقمنة اختيار اوعية تخزين ذات جودة واسعة وعالية.

✓ **البنية التحتية الناعمة للأعمال الإلكترونية:** وتشمل مجموعة الخدمات والمعلومات والخبرات وبرمجيات النظم التشغيلية للشبكات وبرمجيات التطبيقات التي تتم من خلالها انجاز وظائف الاعمال الالكترونية. **وتتمثل في:**<sup>1</sup>

• **شبكات الاتصال:** هي الوصلات الالكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الانترنت والاكسترنت، والتي تمثل شبكة القيمة للمنظمة ولإدارتها الالكترونية وشبكة الانترنت.

• **برمجيات:** ان مشاريع الرقمنة تحتاج الى مجموعة من البرمجيات تبعا للوظائف والتطبيقات المستعملة بالمشروع، واي مشروع رقمنة هو بحاجة الى البرمجيات التالية:

- انظمة التشغيل واهمها واكثرها استعمالا Windows XP
- برمجيات التطبيقات
- برمجيات معالجة الصور
- برمجيات ضغط الملفات مثل Winrar.

### ثانيا: الابعاد الادارية

يتطلب تطبيق الإدارة الإلكترونية إجراء تغييرات في الجوانب الهيكلية والتنظيمية والإجراءات والأساليب الحكومية، بحث تتناسب مع مبادئ الإدارة الإلكترونية، وذلك عن طريق استحداث إدارات جديدة أو إلغاء أو دمج بعض إدارات مع بعضها و إعادة الإجراءات والعمليات الداخلية بما يكفل توفير الظروف الملائمة لتطبيق إدارة إلكترونية أسرع وأكثر كفاءة وفعالية، مع مراعاة أن التحول في إطار زمني متدرج، وتشمل مجمل التشريعات والقوانين التي يجب إقرارها لإيجاد البيئة القانونية اللازمة للعمل.<sup>2</sup>

### ثالثا: الأبعاد البشرية

يعد العنصر البشري من أهم العناصر في المنظمات، وبدون هذا العنصر لن تتمكن المنظمات من تحقيق أهدافها حتى وإن امتلكت أضخم المعدات والآلات والأجهزة، مما يتطلب تأهيل الناصر البشرية تأهيلا جيدا على مستوى الي من الكفاءة، مع ضرورة إعداد الكوادر البشرية الفنية المتخصصة ذات الارتباط بالبنية المعلوماتية ونظم العمل على شبكة اتصالات الإلكترونية من خلال تنفيذ مجموعة من برامج التدريب لتحقيق الكفاءة عند تنفيذ تطبيقات الإدارة الإلكترونية وتمثل المتطلبات البشرية في ما يلي:

<sup>1</sup> بن سليمان غنيمه، مرجع سبق ذكره، ص07.

<sup>2</sup> ناصر عويد عطية العقابي، خلود هادي عبود الربيعي، تحليل متطلبات الإدارة الإلكترونية ودوره في تحسين الأداء الوظيفي للمورد البشري، مجلة دراسات حسابية ومالية (JAFS)، جامعة بغداد، المجلد 13، العدد 45، 2018، ص71.

## الفصل الأول الاطار النظري للرقمنة ورضا العملاء

تحديد الاحتياجات الحالية والمستقبلية من الأفراد المؤهلين في نظم المعلومات والبرمجيات والعمل على الإنترنت إيجاد نظم فاعلة للمحافظة على الأفراد وتطويرهم وتحفيزهم، من أجل إتاحة الفرصة أمامهم للتعامل السريع مع المتغيرات في البيئة التكنولوجية<sup>1</sup>

### رابعاً: الأبعاد الأمنية

يقصد بأمن المعلومات الإلكترونية ضمان بقاء المعلومات الخاصة بالجهة أو المؤسسة أو المنظمة التي تدار إلكترونياً في مأمن من الوصول إليها والتلاعب بها، والأمر نفسه ينطبق على المؤسسة نفسها والعاملين فيها، وأجهزة الحاسوب المستخدمة ووسائط التخزين التي تحوي أسرار المؤسسة وبياناتها وذلك بتأمين أكثر من وسيلة جماعية كالبرامج المضادة للقرصنة لضمان سلامة المعلومات التي تعد أعلى ما تملكه المؤسسة.<sup>2</sup>

### الفرع الثالث: متطلبات الرقمنة

تحتاج المؤسسات للقيام بالعملية الرقمية للمعلومات والبيانات المطبوعة الخاصة بها من أجل إتاحتها لجمهور واسع أو محدود إلى إمكانيات ومتطلبات يجب توفرها قبل البدء في عملية الرقمنة والتي تتمثل فيما يلي<sup>3</sup>:

#### 1. تحديد أهداف مشروع الرقمنة: وذلك من خلال تحديد خطة انطلاق ووضع تخطيط الذي يعتبر

عملية منظمة تتضمن اتخاذ مجموعة من الإجراءات والقرارات للوصول إلى أهداف محددة وعلى مراحل معينة مستخدمة كافة الإمكانيات المادية والمعنوية المتاحة حالياً ومستقبلاً أحسن استخدام، والتخطيط لمشروع الرقمنة يجب أن يسند إلى لجنة تشرف على مشروع الذي يجب أن يتكون من عناصر يشهد لها بالكفاءة.<sup>4</sup>

إضافة إلى تحديد تكاليف المشروع وإقرار ميزانية مناسبة للمشروع مع تبويبها ووضع خطة زمنية واضحة لمراحل تنفيذ المشروع، كما يجب إعادة هندسة الإجراءات الإدارية والتنظيمية والعمليات الفنية بما يناسب والتحول الجديد، وفي الأخير يجب تحديد الإجراءات التي ستتخذ بخصوص المشاكل التي يمكن أن تعترض المشروع. ويتحكم في نجاح التخطيط لمشاريع رقمنة الوثائق مجموعة المتطلبات التالية :

<sup>1</sup>بوزكري جباللي، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وآفاق، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال وتسويق، جامعة الجزائر، 2016، ص 89.

<sup>2</sup> بن سليمان غنيمية، مرجع سبق ذكره، ص 90.

<sup>3</sup> سهيلة مهري المكتبة الرقمية في الجزائر دراسة للواقع وتطلعات المستقبل، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة 2005، ص 84.

<sup>4</sup> بن علة فنيحة، بلحاج قمر، الرقمنة في المكتبات الجامعية الجزائرية دراسة واقع رقمنة الأطروحات والمذكرات دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية الجامعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص، تكنولوجيا وهندسة المعلومات، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2019، ص 38.

2. القوى البشرية المؤهلة: عملية الرقمنة تستلزم جهود جماعية من المسؤولين داخل المؤسسة إلى جانب الموظفين من مختلف الأقسام ، وكلما كان الموظفون القائمون على عملية الرقمنة داخل المؤسسة مؤهلين ويملكون مهارات وكفاءات عالية كان ذلك عاملا مساعدا في إتمام مشاريع الرقمنة بجودة عالية.

3. الموارد المالية : مشروعات الرقمنة تتطلب ميزانية خاصة وموردا ماليا يخصص لشراء المعدات الرقمية اللازمة لعملية الرقمنة وكذلك لصيانة هذه المعدات وكل ما تتطلبه عملية الرقمنة.

#### 4. المعدات و الأجهزة:

يعتبر جهاز الماسح الضوئي أحد ملحقات الحاسوب ، ومن الأجهزة الهامة في عملية الرقمنة، وهو جهاز يقوم بتحويل أي شكل من أشكال البيانات المتوفرة في الوثائق المطبوعة والمصورة و المخطوطات و المرسومة إلى إشارات رقمية قابلة للتخزين في ذاكرة الحاسوب .

وهناك عدة أنواع للماسح الضوئي منها :

▪ الماسح الضوئي المسطح: وهو يعمل من خلال تثبيت الورقة المراد تغذيتها للحاسوب داخل الماسح وتبقى ثابتة مكانها ، ويمسح ضوء الماسح الورقة<sup>1</sup>.

▪ الماسح الضوئي اليدوي : وهو الأصغر حجم ويقوم بالمسح بطريقة يدوية وهو لا يعطي صورة عالية الجودة.

▪ الماسح الضوئي الأسطواني: يستخدم في مؤسسات النشر، وتفوق دقته كل الأنواع السابقة الذكر، كما تختلف فكرة عمله عن الماسحات الأخرى، حيث تبتث الورقة على أسطوانة زجاجية و يسطع ضوء من داخل الأسطوانة ليضيء الورقة ، ويقوم جهاز حساس للضوء يسمى أنبوب تكبير الفوتونات ليحول الضوء المنعكس إلى تيار كهربائي.

▪ الماسح الضوئي الرأسي : تسمى ماسحات الكتب ، وتتميز بالحد من مخاطر اتلاف المصدر أثناء المسح الضوئي.

• الحاسبات الآلية: عملية الرقمنة لا يمكن أن تتم دون توفر أجهزة حاسب آلي لها مواصفات ملائمة لعملية الرقمنة تتناسب مع المهمة المطلوبة انجازها ومن الضروري أن تكون الحاسبات الآلية حديثة وعالية الجودة.

• شبكات المعلومات: تقوم الشبكة المحلية للمعلومات على الربط بين مجموعة من الحاسبات داخل مبنى واحد أو مباني متجاورة من خلال كابل رئيسي البرمجيات وهي تعالج النصوص والكلمات وتساعد في إنتاج الصور وتحريرها لأغراض الحفظ والعرض على الانترنت، وهناك برمجيات للتعرف الضوئي على الحروف التي تستخدم في تحويل الصور إلى نصوص، ومن بين البرامج هي:

<sup>1</sup>مهري سهيلة مرجع سابق، ص86-87.

## الفصل الأول الاطار النظري للرقمنة ورضا العملاء

✓ حزمة الأوفيس. MS office

✓ برمجيات معالجة الصور . Adobe photoshop

✓ برمجية ضغط الملفات مثل Winzipwinra.

✓ برمجيات التشابك Unix<sup>1</sup>

✓ برمجيات إنشاء وإدارة قواعد البيانات.

كما يعد نظام أوراكل **Oracle** من الأنظمة الناجحة، فهو يعمل بناء على نظام إدارة قواعد البيانات العلائقية ويعمل على بيئة أنظمة مفتوحة من خلال أجهزة مختلفة.<sup>2</sup>

✓ **المتطلبات القانونية:** وتشمل مجمل التشريعات والقوانين التي يجب إقرارها لإيجاد البيئة القانونية الأزيمة للعمل.<sup>3</sup>

اي هناك العديد من المتطلبات التنظيمية والإدارية وكذلك المتطلبات التقنية والقانونية التي توفر البنية الأساسية للرقمنة.

---

<sup>1</sup>فتيحة بوخيرة، دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية على مستوى الجماعات المحلية دراسة ميدانية بمكتب الوثائق البيو مترية في بلدية سيدي خويلد، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2019، ص26.

<sup>2</sup>فتيحة بوخيرة، المرجع السابق، ص26.

<sup>3</sup>ريان بن كحلة دور الإدارة الإلكترونية في رقمنة سجلات الحالة المدنية دراسة حالة لبلدية شتمة بسكرة، مذكرة ماستر علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018، ص71.

### المطلب الرابع: إيجابيات وسلبيات الرقمنة

#### الفرع الأول إيجابيات الرقمنة:

تتمثل إيجابيات الرقمنة في العناصر التالية<sup>1</sup>:

- ربح المساحات حيث أن الأرشيف الإلكتروني لا يتطلب مساحات كبيرة للحفظ.
- سهولة البحث والحصول على المعلومات وريح الوقت لإيصالها.
- تعدد المستفيدين من الملفات والوثائق في نفس الوقت وسهولة التنقل بمحتوى الملفات في قرص ليزري والذي يمكن حمله واستغلاله خارج أماكن العمل.
- استغلال الرصيد البشري في الأعمال التقنية بدلا من التعامل مع المستفيدين بجلب الوثائق المطلوبة وإرجاعها إلى أماكنها.
- إمكانية التعامل مع المؤسسة عن بعد تسهيلا للمستفيدين من خدماتها.
- المحافظة على الوثائق الأصلية من التلف دون حرمان المستفيدين من الاطلاع عليها.

#### الفرع الثاني: سلبيات الرقمنة

سلبيات الرقمنة كثيرة منها ما يلي<sup>2</sup>:

- ✓ تحتاج إلى أنظمة أمنية معلوماتية متطورة.
- ✓ معرفة لمختلف أخطار الأنظمة المعلوماتية والفيروسات.
- ✓ تحتاج إلى تحديد العتاد والوسائل بشكل مستمر نظرا للتطور الهائل والمستمر للتكنولوجيا، كما أنها تحتاج لطاقات عمالية مؤهلة مع إخضاعها لدورات تكوينية مستمرة مما يرفع كلفة هذه العملية.
- ✓ فاعلية (CD-I)، أو إتاحتها من خلال الشبكة الداخلية (Intranet) والشبكة العالمية (internet)، وذلك في حال ما إذا كان الجمهور المستهدف يمثل قطاعا عريضا، ويعتمد أسلوب الإتاحة على السياسة العامة التي تتبعها مؤسسة المعلومات في هذا الشأن.
- ✓ إتاحة المصادر عبر منظومة شبكات المعلومات يمثل إتاحة وتبادل مصادر المعلومات عن بعد إحدى السمات الأساسية التي تتميز بها المجموعات الرقمية، فقد يكون في وسع المكتبة إمداد أي

<sup>1</sup>بوضياف مصطفى ، توظيف الطلبة لمصادر المتطلبات الرقمية في بحوثهم العلمية طلبة السنة الثانية ماستر شعبة الإعلام و الاتصال نمودجا، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم المكتبات و المعلومات ، كلية العلوم الاجتماعية ، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم2017، ص38.

<sup>2</sup>شروق مسعودان، ليندة رحال، أثر الرقمنة على جودة الخدمات، مذكرة مقدمة استكمالا لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى- جيجل، 2022، ص20.

## الفصل الأول الاطار النظري للرقمنة ورضا العملاء

---

مكتبة أخرى بنسخة إلكترونية من مصدر المعلومات عبر منظومة الشبكات، ويجب أن تتم هذه العملية بشكل متبادل بين المكتبات حتى يتمكن المستفيد من الاطلاع والمقارنة في موقع واحد على كل مصادر المعلومات المتاحة في عدة مكتبات أو مؤسسات المعلومات.

### المبحث الثاني: عموميات عن رضا العملاء

يعتبر الرضا لدى العملاء من أهم المعايير التي تمكن المؤسسة من التأكد من جودة سلعها وخدماتها، لأنه يعتبر مصدر ولاء العملاء للمؤسسة، لذلك تسعى إلى العمل على زيادة درجة الرضا لدى عملاءها للمحافظة على بقاءها في السوق لذلك سنتعرف في هذا المبحث على مفهوم الرضا وخصائصه.

### المطلب الأول: مفهوم الرضا

توجد العديد من التعاريف الخاصة برضا العميل ونذكر منها:

1. تعريف (Howard و "Fheth) وهو الانطباع بالمكافأة أو عدم المكافأة لقاء التضحيات التي يتحملها العميل عند الشراء<sup>1</sup>.
2. تعريف (Kotter .Ph و " Dubois.B) هو شعور العميل الناتج عن المقارنة بين خصائص المنتج مع توقعاته<sup>2</sup>.
3. تعريف " (Coll et Zeithimal) الحكم على جودة المنتج الناتج عن مقارنة بين توقعات العميل للخدمة والأداء<sup>3</sup>.
4. تعريف " (Hun)تقييم يثبت بأن التجربة كانت على المدرك الأقل مثلما كان من المفترض أن تكون<sup>4</sup>.
5. كما يعرف الرضا على أنه: "مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين الأداء المدرك<sup>5</sup>. من خلال التعاريف السابقة نستنتج بأن الرضا عبارة عن شعور وإحساس نفسي يعبر عن الفرق بين أداء السلعة أو الخدمة المدركة وتوقعات العميل وكذلك هو الارتباط العاطفي بين العميل والمؤسسة، وبالتالي يخلق هذا الارتباط الولاء والوفاء للمؤسسة. وهناك بعض المصطلحات ذات العلاقة بمفهوم العملاء و التي يمكن تحديدها كالاتي<sup>6</sup>

<sup>1</sup>Daniel Ray, Mesurer et développer la satisfaction des clients, 2eme tirage édition d'organisation, paris, 2001, P22

<sup>2</sup>Jean Marie gogue , Management de la qualité ,3eme édition economica paris ,2001,P96.

<sup>3</sup>Monique Zollinger et Eric Lamarque, Mrketing et stratégie de la banque, 3eme édition, Dunod, Paris, 1999,P73 .

<sup>4</sup>Christian Derbaix, Joelbrée, comportement du consommateur édition economica, paris, 2000, P505.

<sup>5</sup>محمد فريد الصحن ، قراءات في إدارة التسويق ، الدار الجامعية ، مصر ، 2002 ، ص 71.

<sup>6</sup>يلال بن زكري، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة أم البواقي، 2014 ، ص 39.

✓ **العميل:** هو أي شخص طبيعي أو معنوي، حالي أو متوقع، له الرغبة و القدرة على شراء منتجات المنظمة وليس بالضرورة هو المستهلك النهائي.

✓ **الزبون:** ذلك الفرد الذي يقوم بالبحث عن سلعة أو خدمة ما وشراؤها لاستخدامه الخاص أو استخدامه لعائلي.

✓ **المستهلك:** هو الشخص العادي الاعتباري الذي يقوم بشراء السلع والخدمات من السوق لاستهلاكه الشخصي أو لغيره بطريقة رشيدة في الشراء والاستهلاك. حيث يقوم المستهلك بعملية الشراء الرشيدة لإشباع حاجاته ومتطلباته والتي تشبع من خلال حصوله على السلع والخدمات من السوق عن طريق عمليات مختلفة<sup>1</sup>.

✓ **المشتري:** هو الشخص الذي يقوم بدفع قيمة المنتج بعد أن يكون مقتنعا باقتنائها تماما وعن رغبة للحصول عليها، تدفعه لدفع المال مقابل ذلك<sup>2</sup>.

### المطلب الثاني: خصائص وكسب الرضا

#### الفرع الأول: خصائص الرضا

يمكن التعرف على طبيعة الرضا من خلال الخصائص التالية<sup>3</sup>:

**1. الرضا ذاتي:** يتعلق رضا العميل هنا بعنصرين أساسيين: طبيعة ومستوى التوقعات الشخصية للعميل من جهة والإدراك الذاتي للخدمات المقدمة من جهة أخرى، فنظرة العميل هي النظرة الوحيدة التي يمكن أخذها بعين الاعتبار فيما يخص موضوع الرضا، فالعميل لا يحكم على جودة الخدمة بواقعية وموضوعية، فهو يحكم على جودة الخدمة من خلال ما يتوقعه من الخدمة، فالعميل الذي يرى بأن الخدمة المقدمة بأنها أحسن من الخدمات المنافسة، يراها عميل آخر بأنها أقل جودة من الخدمات الموجودة في السوق، ومن هنا تظهر أهمية الانتقال من النظرة الداخلية التي تركز على ( الجودة - المطابقة )، إلى النظرة الخارجية التي تعتمد على ( الجودة - الرضا )، فالمؤسسة يجب أن لا تقدم خدمات وفق مواصفات ومعايير محددة وإنما تنتج وفق ما يتوقعه ويحتاجه العميل. إن الخاصية الذاتية للرضا ينتج عنها ضرورة وجود عناصر مادية خاصة بالأنشطة الخدمية، أي جعل العناصر المعنوية للخدمة ملموسة، حتى نجعل جودة الخدمة مرئية، ومن أجل إظهار الرضا الخفي لدى العميل.

<sup>1</sup> حسين وليد حسين عباس، أحمد عبد محمود الجنابي، إدارة علاقات الزبون، دار الصفاء لنشر و توزيع، ط 01 عمان، 2017، ص 15-16.

<sup>2</sup> مرجع نفسه، ص16.

<sup>3</sup> عتيق خديجة، أثر المزيج الترويجي المصرفي عمى رضا الزبون، مذكرة ماجستير، جامعة تلمسان، الجزائر، 2012، ص

2. الرضا نسبي: لا يتعلق الرضا هنا بحالة مطلقة وإنما بتقدير نسبي فكل عميل يقوم بالمقارنة من خلال نظريته لمعايير السوق . فبرغم من أن الرضا ذاتي إلا أنه يتغير حسب مستويات التوقع، ففي حالة عميلين يستعملان نفس الخدمة في نفس الشروط يمكن أن يكون رأيهما حولها مختلف تماما لأن توقعاتهما الأساسية نحو الخدمة مختلفة، وهذا ما يفسر لنا بأنه ليست الخدمات الأحسن هي التي تباع بمعدلات كبيرة. فالمهم ليس أن تكون الأحسن ولكن يجب أن تكون الأكثر توافقا مع توقعات العملاء.

3. الرضا تطوري: يتغير رضا العميل من خلال تطوير هاذين المعيارين: مستوى التوقع من جهة ، ومستوى الأداء المدرك من جهة أخرى فمع مرور الزمن يمكن لتوقعات العميل أن تعرف تطورا نتيجة لظهور خدمات جديدة أو تطور المعايير الخاصة بالخدمات المقدمة، وذلك بسبب زيادة المنافسة ، ونفس الشيء بالنسبة لإدراك العميل لجودة الخدمة الذي يمكن أن يعرف هو أيضا تطورا خلال عملية تقديم الخدمة.

إن قياس رضا العميل، أصبح يتبع نظام يتوافق مع هذه التطورات عن طريق الأخذ في الحسبان جميع التغيرات الحاصلة.

من هنا يمكن أن نفهم بشكل أفضل الدور المهم لتقسيم السوق في مجال التسويق، فليس بهدف تحديد القطاعات السوقية وإنما لتحديد التوقعات المتجانسة للعملاء من أجل تقديم خدمات تتوافق مع هذه التوقعات.

### الفرع الثاني: كسب رضا العملاء

✓ **زيادة مبيعاتك وأرباح:** حيث أن رضا عملائك عن ما تقدمه من منتجات أو خدمات يدفعهم إلى الشراء والتعامل معك باستمرار، وبالتالي يؤدي إلى زيادة مبيعاتك وأرباحك في النهاية حيث أثبتت الدراسات والأبحاث أيضًا أن العملاء يكررون الشراء والتعامل مع الشركة أو المؤسسة التي جعلتهم راضيين عز منتجاتها أو خدماتها حتى لو كانت أسعارها مرتفعة.<sup>1</sup>

✓ **جذب المزيد من عملائك المحتملين:** رضا العملاء سعي المؤسسة الدائم إلى تحقيق الرضا لعملاء عن ما تقدمها من منتجات أو خدمات يجعلهم يترشحون منتجاتها أو خدمات للآخرين الذين يريدون شراء نفس المنتجات أو الخدمات التي تقدمها، وبالتالي يساعده ذلك على جذب، والحصول على المزيد من عملائك المحتملين.

✓ **الحصول على ثقة وولاء عملاء:** رضا عملاء المؤسسة عن منتجاتها أو خدماتها يجعلهم يتقنون بها، وبما تقدمه، وسوف يعودون إلى الشراء منها في المرات القادمة، وبالتالي يصبح لديهم ولاء وانتماء لعلامتها التجارية.

<sup>1</sup> زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق الخدمات، دار الراجحة لمنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 97.

✓ **التحدث عن المؤسسة بشكل إيجابي:** رضا العملاء عن ما تقدمه من منتجات أو خدمات يدفعهم إلى التحدث عنها بشكل إيجابي لدى أصدقائهم وأقاربهم ( هذا يعتبر تسويق مجاني لك)، وبالتالي فإن ذلك يجذب لك العديد من العملاء المحتملين؛ بما يؤدي في النهاية إلى زيادة مبيعاتك وأرباحك.

✓ **تكلفة الحصول على رضا العملاء منخفضة** هذا ما أثبتته الأبحاث والتجارب أن تكلفة الحصول على عملاء جدد تفوق 6 أو 7 أضعاف تكلفة الحصول على رضا العملاء.

✓ **لذا يجب أن تهتم كثيرًا بالحصول على رضا عملائك** عن ما تقدمه من منتجات أو خدمات لأن هذا أيضًا يجلب لك الكثير من العملاء بدون أن تتكلف الكثير من الأموال.

حيث أثبتت الدراسات والأبحاث أن العملاء يميلون إلى مشاركة تجاربهم السلبية مع الشركات والعلامات التجارية المختلفة بشكل كبير، وبالتالي فإن عدم رضاهم عن ما تقدمه من منتجات أو خدمات يدفعهم إلى التحدث عنك بشكل سلبي إلى الآخرين؛ بما يؤدي في النهاية إلى خسارة المزيد من عملائك المحتملين<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: أبعاد ومحددات الرضا العميل

تتمثل أبعاد محدّدات رضا العميل في العديد من النقاط من بينها التوقعات والتي تعني بصفة عامة تطلعات وأفكار العميل بشأن احتمالية ارتباط الخدمة بخصائص ومزايا معينة متوقعة لديه لمحصل عليها قبل الاستفادة منها، وهناك عدة تصنيفات للتوقعات منها:

#### الفرع الأول: أبعاد رضا العميل

إن رضا العميل يتكون من ثلاث أبعاد رئيسية وهي<sup>2</sup>:

✓ **فهم حاجات العملاء:** يتوجب على المسوقين أن يكونوا على اتصال دائم بالعملاء، سواء الحاليين منيم أو المحتملين، ليتسنى لهم معرفة العوامل التي تحدد السلوك الشرائي لهؤلاء العملاء، إذ يعد فهم العميل والإلمام بحاجاته ورغباته من أكثر الأمور أهمية في المؤسسة

✓ **التغذية المرتدة للعملاء:** تتمثل هذه الخطوة بالطرق والأساليب التي يستعملها المسوقون لتعقب آراء العملاء لمعرفة مدى تلبية توقعاتهم.

<sup>1</sup>أسية بن عياش، محمد أمين وكحيل، "رقمنة المرفق العام كآلية لترشيد الخدمة العمومية في الجزائر"، مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية، المجلد العدد 01 السنة 2020، ص 225.

<sup>2</sup>فهد إبراهيم جورج حواء، أثر الادارة اللوجستية في رضا الزبون، مذكرة ماجستير، قسم إدارة الاعمال، منشورة، جامعة الشرق الاوسط، 2013، ص 26.

✓ **القياس المستمر:** الخطوة الأخيرة لتحقيق الرضا تتمثل بقيام المؤسسة بإنشاء برنامج خاص لقياس رضا العملاء كنظام "CSM" الذي يقدم إجراءات لتتبع رضا العملاء طوال الوقت بدلا من معرفة مدى تحسين أداء المؤسسة في وقت معين.

### الفرع الثاني: محددات الرضا العميل

تتمثل محددات رضا العميل في النقاط التالية<sup>1</sup>:

✓ **التوقعات عن طبيعة أداء الخدمة:** هي مجموعة المنافع التي يتوقع العميل الحصول عليها من خلال اقتناء الخدمة والاستفادة منها، وهي أيضا الصورة التي يكونيا العملاء عن الخدمة في أذهانهم كمواصفاتها

✓ **منافعها، أسلوب تقديمها وغيرها،** ويجب فهم معايير وطرق تكوين التوقعات وذلك لتحديد الرضا من عدمه.

✓ **التوقعات على المنافع ورد الفعل الاجتماعي:** هو رد الفعل المتوقع للإفراد الآخرين من العائلة، أو الأصدقاء عند اقتناء الفرد للخدمة ويأخذ شكل الاستحسان أو الاستهجان ويؤثر بشكل مباشر على توقع العميل.

✓ **التوقعات على تكاليف الخدمة:** وهي التكاليف التي يتوقع أن يتحملها العميل في سبيل الحصول على الخدمة مثل الوقت، الجيد المبذول في السوق، وجميع المعلومات بالإضافة إلى سعر الخدمة.

✓ **الأداء الفعلي المدرك للخدمة:** يلعب الأداء المدرك للخدمة دور كبيرا في الرضا، حيث أن الأداء المدرك للخدمة هو بمثابة المعيار الذي يستخدم للمقارنة والذي يمكن من خلاله تقييم وتحديد عدم التحقق وذلك بمقارنة الأداء المدرك مع التوقعات السابقة عن الخدمة، كما يتمثل الأداء الفعلي في مستوى الأداء الذي يدركه العميل عند الاستفادة من الخدمة.

### المطلب الرابع: خطوات ومعايير تحقيق رضا العملاء

تقوم المؤسسة بالحفاظ على عملائها بصفة دائمة من خلال كسب رضاهم باستمرار، وذلك عن طريق ومراحل معايير تتبعها لتحقيق ذلك.

### الفرع الأول: خطوات تحقيق رضا العميل

هناك عدة نقاط يمكن من خلالها تحقيق رضا العميل أهمها ما يلي<sup>2</sup>:

<sup>1</sup> حسين وليد حسين عباس، أحمد عبد محمود، مرجع سابق ص 16.

<sup>2</sup> فهد ابراهيم جورج حواء مرجع سابق، ص 35.

1- التعرف على تفضيلات وتوقعات العملاء: ويقصد بها معايير الخدمة والأساليب الأكثر ملاءمة لتقديمها والتعرف على نوعية الحلول التي يمكن تقديمها، والتعرف على نوعية الحلول التي يمكن تقديمها لعالج المشكلات التي تعترضها.

2- تحديد أنواع العملاء وطرق التعامل معهم: وذلك من خلال وضع أهداف عملية لإرضاء العميل وذلك من خلال معرفة ما يرغب فيه العميل وما ترغب فيه المؤسسة، وما يرغب فيه العميل ولا ترغب فيه المؤسسة، ما لا يرغب فيه كلا الطرفين .

3- إشراك العملاء في مناقشة خطأ الجودة وطرائق تطويرها وتخصيص مكافأة لكل مقترح من مقترحاتهم والتي تحقق نتائج إيجابية .

4- إشعار العملاء بأهميتهم من خلال اعتمادهم بمجال التسويق والترويج بالإعلانات.

5- تقديم هدايا رمزية للعميل في المناسبات الرسمية وبطاقات تهيئة.

6- زيارة العملاء المميزين بين الحين والآخر للاستماع ميدانيا إلى آرائهم ومقترحاتهم.

### الفرع الثاني: معايير إدراك رضا العميل

يوجد ثلاث معايير أساسية لأدراك الرضا وهي<sup>1</sup>:

أ- الرضا الشخصي: أن الرضا لدى العميل يقوم على إدراكه الشخصي للسلعة أو الخدمة وليس حسب الواقع.

ب- الرضا المرتبط: الرضا لا يرتكز فقط على المعايير الشخصية وإنما يتغير كذلك حسب الحاجات ففي بعض الأحيان نجد زبونين يستعملان نفس السلعة وفي نفس الشروط، ولكن ردود الأفعال فتكون مختلفة تماما، وذلك بسبب اختلاف الحاجات وهذا يفسر من جهة أخرى انه ليس بالضرورة أن المنتج الجيد الذي سيشتري دائما وإنما المنتج الذي يلبي حاجات العميل ونجده في:

- حالة السوق اليومية.
- حسب الخيارات الشخصية لمشتري.
- المعلومات المحصلة من العميل عن طريق الاستماع المباشر له.
- الإشهار والإعلان.
- النشرات وعود البائعين.

ج- الرضا التطوري: الرضا يتطور عبر الزمن من خلال مستويين مختلفين، الاول يتمثل في الاحتياجات والثاني دورة استعمال المنتج .

<sup>1</sup> مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة، ط7، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص270.

### المطلب الثاني: الدراسات السابقة للمتغيرين الرقمنة ورضا العملاء:

تمهيد:

تستمد أي دراسة مشروعيتها المعرفية والمنهجية من مجموعة من الدراسات والبحوث التي تلتقي معها في متغيرها وأكثر فالبحوث السابقة هي مصدر لا يجب تجاهله بالنسبة للباحث فكل بحث هو إلا امتداد للبحوث التي سبقته لذلك لا بد من استعراض الأدبيات السابقة، فهي خطوة مهمة في المنهجية البحث العلمي وهي لا تذكر فقط لأنها لها علاقة بالموضوع المدروس أو تذكر فقط بل من اجل الاستفادة منها من ناحية النظرية والمنهجية فهي بحوث ودراسات قام باجراها باحثون آخرون في موضوعات مشابهة تساعد الباحث المبتدئ.

بعض الدراسات السابقة للمتغير الرقمنة:

#### 1) الدراسة الأولى :

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في شعبة العلوم السياسية تخصص عامة وتنمية بجامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة من إعداد رحيمة حليمة وإشراف الدكتور ولد صديق ميلود بعنوان "دور الإدارة الالكترونية في تحقيق التنمية المحلية (الاستخراج الالكتروني لوثائق الحالة المدنية بلدية البيض) سنة 2015/2016 .

هدفت الدراسة إلى تحديد مفهوم الرقمنة كمنظور معرفي جديد لتحسين جودة الخدمة العمومية في المرافق العامة، بإدخال تكنولوجيات رقمية وما ينتج عنها من تغيير جذري لنظام تقليدي الذي يعتمد على الأرشيف المكتوب الورقي وتعامل بشكل مباشر مع المواطن ، ومعرفة مدى مساهمة مشروع المرفق العام لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر ،السعي وراء اكتشاف التطورات الطارئة على الخدمة العمومية للمرفق العام. البحث عن مفهوم جامع للرقمنة، إبراز دور وفاعلية الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية، من خلال تبسيط وسرعة إجراءات الإدارية وتخفيف الأعباء والقيود على المواطن حسب الاستراتيجية الحديثة وتركيز على تتبع نتائجها من خلال إدراجها في اغلب القطاعات .

من أهم النتائج المتحصل عليها:

✓ تعتبر الخدمة العمومية من بين المفاهيم الحديثة التي أوجدتها الإدارة الالكترونية لمالها من مزايا في تحسين وترشيد الخدمات العمومية،تنوع أساليب تقديم الخدمة العمومية الالكترونية وتتطور وفق التطورات الحاصلة في مجال الرقمنة فهي تهدف لسرعة في تقديم الخدمة بأسهل الطرق ولكن تطبيقها

في الجزائر يبقى في المستوى دون المطلوب بالنظر بحجم دولة كالجزائر وماتملكه من إمكانيات مالية، رقمنة الخدمة العمومية لها أهمية كبيرة في مختلف المجالات لأنها تدفع الاقتصاد نحو النمو و التطور ،الخدمات العمومية الالكترونية حقيقة موجودة في الإدارة الجزائرية من خلال المشاريع الالكترونية مثل البلدية الالكترونية، مساهمة تطبيق الإدارة الالكترونية المحلية في تحسين الخدمات العمومية خاصة في تقليل من أشكال البيروقراطية وتعقيد الإداري.

✓ { أبعاد الدراسة :متغير مستقل :الإدارة الالكترونية/متغير تابع: التنمية المحلية)

✓ اعتمادها على مناهج الدراسة:

✓ المنهج المقارن.

✓ منهج دراسة الحالة.

✓ اقتراب الإصلاح الإداري.

واجهت هذه الدراسة عدة صعوبات منها: صعوبات متعلقة بجمع المعلومات المتمثلة في ندرة المراجع نظرا لحدثة هذا الموضوع من جهة وتداخله مع موضوع الإدارة الالكترونية من جهة أخرى، وقلة الدراسات التي تناولت علاقة الرقمنة بالخدمة العمومية.

**2الدراسة الثانية:** لطالب حمزة بوتمانني حول "دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المرفق : العمومي " دراسة حالة بريد الجزائر بولاية المسيلة مذكرة تخرج ماستر أكاديمي علوم التسيير سنة2020 /2021 وإشكالية موضوعه كانت كالاتي :ما هو دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمات في المرفق العمومي بولاية المسيلة وقد وضع مجموعة من الفرضيات تمثلت في انه يوجد استخدام جيد للرقمنة الذي يمثل التوجه الأبرز للإدارة العمومية في المرفق العمومي بالمسيلة وكان الهدف من دراسته هو الوقوف على دور الرقمنة فيتحسن جودة الخدمات على المستوى المرفق العمومي و كذلك لفت النظر إلى هذه المواضيع الهامة المتعلقة بالاقتصاد الرقمي الجديد والأدوات التي استخدمها لجمع البيانات هي الاستبيان الذي كان على مستخدمي بريد الجزائر،و توصل في نهاية دراسته إلى أن هناك ارتباط وثيق بين الرقمنة وجودة الخدمات.

**(3 الدراسة الثالثة :**دراسة لدكتورة كلثوم عطاب و الدكتور مكي الدراجي مقال فيس مجلة الاجتهاد القضائي جامعة محمد خيضر بسكرة حول " رقمنة الشباك الالكتروني الموحد للوثائق البيو مترية مالية لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر بلدية ورقلة نموذجا وتمثلت إشكالية الدراسة حول : كيف ساهمت رقمنة شباك الالكتروني الموحد للوثائق البيو مترية في البلديات من اجل تحسين الخدمة

العمومية في الجزائر؟ وللاجابة على هذه الإشكالية وضع الفرضيات التالية: التوظيف الجيد للرقمنة داخل أجهزة إدارية للجماعات المحلية يضمن تحسين الخدمة العمومية والفرضية الثانية هي توفير متطلبات الأساسية للرقمنة يضمن تجسيد الفعلي لها ، واهم النتائج التي توصل لها هي عدم التنسيق والتنظيم بين مختلف الشبائيك وغياب التكوين الجيد للأعوان وعدم التقيد باللوائح التي تضمنها التشريعات المتعلقة بالجانب التنظيمي .

**(4) الدراسة الرابعة :** مذكرة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية تخصص سياسة عامة وإدارة محلية بعنوان "الرقمنة كمدخل لتحسين الخدمة العمومية في الجزائر من إعداد الطالبين عبد الغاني ومدلل عبد الفتاح ، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الوادي ، "قطاع العدالة نموذجاً" السنة الجامعية 2016/2017 وقد عالجت هذه الدراسة العناصر التي لم يتم التطرق لها في الدراسات السابقة فأغلبها ركزت على الجانب النظري للرقمنة وبعضها ركز على تحسين الخدمة العمومية ،وما يمكننا إضافته للدراسات السابقة.

**(5) الدراسة الخامسة:** مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في العلوم السياسية تخصص إدارة الجماعات المحلية ،من إعداد الطالب بن يوسف مصطفى بعنوان: دور الرقمنة الإدارية في تحسين الخدمة وانعكاساتها على التنمية المحلية بالجزائر 2013/2018 كلية الحقوق و العلوم السياسية ،جامعة الجيلالي نعام ، خميس مليانة، للسنة 2017/2018.

**(6)الدراسة السادسة:** نجد في كتاب بعنوان " الرقمنة وتقنياتها في المكتبة العربية ، للدكتورة نجلاء احمد ياسين ، وهي دراسة تهدف لتحديد مفهوم اصطلاحي ، موحد للرقمنة واستكشاف المراحل الإجرائية المختلفة التي تمر بها عملية الرقمنة وتعرف على تكنولوجيات الحديثة المستخدمة في عملية الرقمنة وحصص وتقييم وتحليل التجارب العربية المبذولة في رقمنة مصادر المعلومات ، وقد استفادة الدراسة من الجوانب النظرية للرقمنة ، من حيث المفاهيم والإجراءات والخطوات المتعلقة بالرقمنة إلا أن هذه الدراسة لم تشير إلى علاقة الرقمنة بجودة الخدمة .

**(7)الدراسة السابعة:** تناولت الباحثة مهري سهيلة، في رسالتها لنيل شهادة الماجستير بعنوان "المكتبة الرقمية في الجزائر للرقمنة إلى جوانب نظرية من حيث المفاهيم وأشكال الرقمنة ومتطلباتها إلا إن هذه الدراسة ركزت على تطبيق الرقمنة، في مجال المكتبات وقد استفادة الباحثين مكن حيث الجوانب النظرية للرقمنة إلا أنها لم تشر إلى دور الرقمنة في تحسين جودة الخدمة.

### دراسات سابقة حول رضا العملاء

1. ( دراسة الاولى: فليسي ليندة (2012) واقع جودة الخدمات في المنظمات ودورها بتحقيق الأداء المتميز (دراسة حالة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير جامعة محمد بوقرة بومرداس) هدفت الدراسة الى ما يلي:

✓ عرض وتقديم الإطار النظري لأسلوب إدارة الجودة الشاملة في الخدمات.

✓ معرفة مدى استعمال منظمات الخدمة في ظل تطبيق إدارة الجودة الشاملة.

2. KOKING LILY HAN 2008 SERVICE DIMENSION OF ( الدراسة الثانية :SERIR QUALITY IMPCATING CUSTOMER SATISFACTION OF FINE DINING RESTAURANTS IN SINGAPORE.

أبعاد جودة الخدمة المؤثرة على العملاء في مطاعم العشاء سنغافورة

هدفت هذه الدراسة إلى ما يلي:

✓ معرفة أبعاد الخدمة التي من شأنها إن تساعد في رفع مستوى رضا الزبائن نحو هذه المطاعم سنغافورة.

✓ تقديم بعض التوصيات التي من شأنها ان تساعد في تحقيق رضا العملاء نحو هذه المطاعم.

✓ معرفة أهمية الحفاظ على العملاء من خلال تقديم الخدمات التي تلبي حاجاتهم وتحقق رضاهم.

3. MOHAMED MIZENURE RHAMAM 2011 MEASURING SERICE QUALITY USING SERVIQUAL A STUDY ON PCB 'S PRIVATE COMMERCIAL BANKS( IN BANGLADISH

هدفت هذه الدراسة إلى:

✓ قياس جودة الخدمة باستعمال نموذج الفجوة "دراسة حالة مجموعة من البنوك التجارية الخاصة في بنغلادش هدفت هذه الدراسة إلى دراسة أهمية واثر جودة الخدمة ورضا الزبون في البنوك التجارية في بنغلادش.

✓ معرفة أكثر الإبعاد تأثيرا في رضا الزبائن في البنوك التجارية في بنغلادش.

✓ قياس مستوى رضا الزبائن الحاليين في البنوك التجارية في بنغلادش.

وتوصلت إلى:

تقديم توصيات لضمان جودة الخدمة.

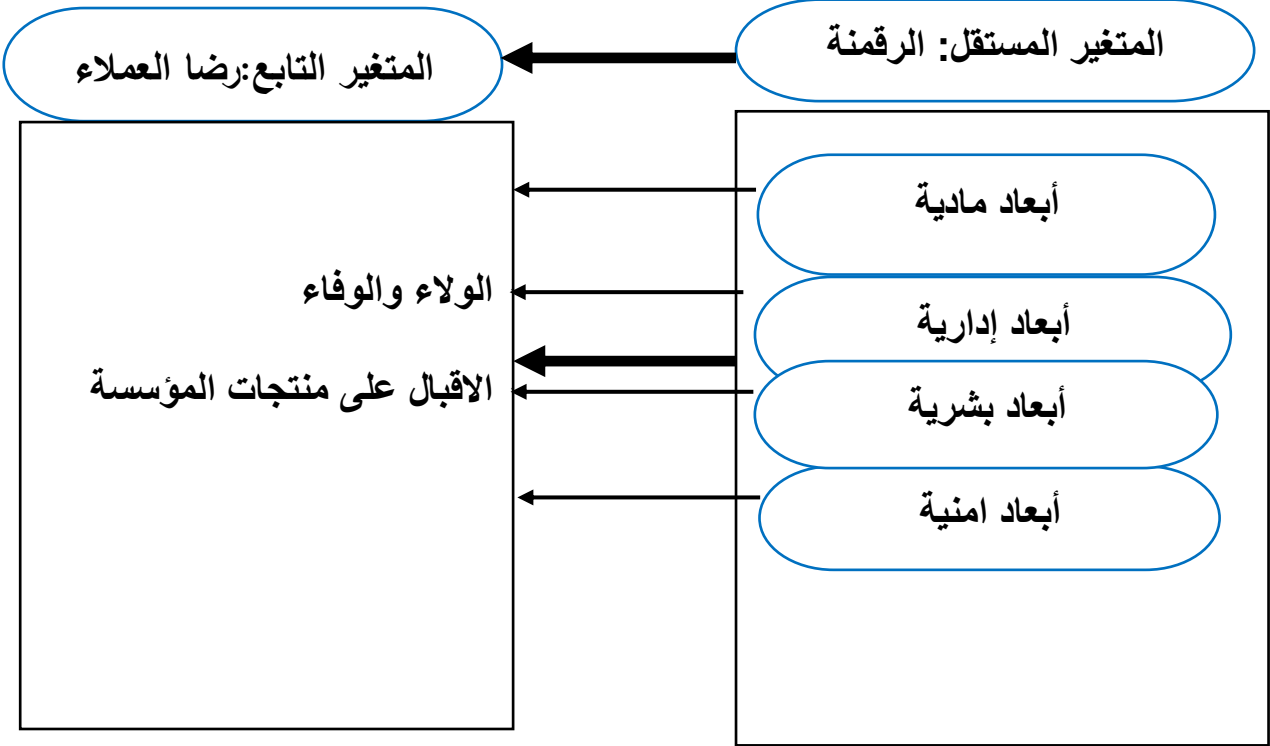
4) الدراسة الرابعة: دور البيئة المادية في تحقيق رضا العميل دراسة ميدانية على فنادق بعنوان مدينة دمشق منيف حناوي.

- يتلخص الهدف الرئيسي للدراسة في دراسة دور البيئة المادية في تحقيق رضا العميل.  
حيث تم الاعتماد على المنهج الوصفي ويهدف تحليل البيانات واختبار الفرضيات تم استخدام التحليل الإحصائي ومن نتائجها :
- ✓ وجود علاقة دلالة (إحصائية بين البيئة المادية بعناصرها التالية النظافة، الأثاث، اللباس مقدمي الخدمة الديكور) لفنادق مدينة دمشق في تحقيق رضا عملائها واهم مقترحات الدراسة كانت العمل على الاهتمام بكل عناصر البيئة لكونها تلعب دورا مهما في تحقيق حاجات ورضا العمل.
- (5) **الدراسة الخامسة :** عويسي سهام دور الإدارة الالكترونية في تحقيق رضا العميل دراسة حالة وحدة البريد الولائية ( جامعة بسكرة 2016 هدفت هذه الدراسة لتوضيح دورة الإدارة الالكترونية في تحقيق رضا العميل وإيجاد العلاقة بين المتغيرين تم اعتماد على المنهج الوصفي التحليلي وبرنامج SPSS لجمع البيانات وتحليلها اهم نتائج الدراسة يوجد دور الإدارة الالكترونية لوحدة البريد الولائية بسكرة بخصائصها المتمثلة في ( السرعة، الوضوح، تخفيض التكاليف، المرونة، تبسيط الإجراءات، عدم التقيد بالمكان والزمان، السرية الخصوصية ).
- في تحقيق رضا العميل ، ومن اهم التوصيات المتوصل إليها وضع برامج توعية وتنقيفية لعملاء وحدة البريد الولائية بسكرة وكيفية الاستفادة من إمكانيات تطبيقات الإدارة الالكترونية لتسهيل الحصول على خدمات الوحدة.
- (6) **الدراسة السادسة:** مذكرة تخرج ماستر علوم إنسانية واجتماعية رقام سعاد، بوساحة خلود، حروش ملاك دور الترويج الالكتروني لخدمات الوكالات السياحية الجزائرية في تعزيز ولاء العميل،(دراسة ميدانية على عينة من زبائن وكالة نوميديا بالسياحة والسفر قالمة) جامعة 8 ماي 1945 قالمة 2022.
- هدفت هذه الدراسة بالاعتماد على المنهج الوصفي إلى معرفة دور الترويج الإلكتروني لخدمات الوكالات السياحية الجزائرية في تعزيز ولاء العميل أين اتخذت وكالة شياوي للحج والعمرة قالمة وتوصلت الدراسة الى الوكالات تستخدم الترويج الالكتروني بكثرة نظرا لأهميته في جذب الزبائن والتأثير عليهم وأكثر موقع يحقق تفاعل مع العملاء هو فيسبوك.
- اعتماد الوكالة على الصفحة لترويج عن جودة خدماتها وتمييز عروضها من خلال حملة من التخفيضات كما بين ان الخدمات المقدمة من طرف الوكالة تتوافق مع توقعات العميل من خلال اتسامها بالصدق والمصداقية في الترويج الإلكتروني يخلق علاقة تفاعلية مستمرة بين الوكالة والزبون.

نموذج الدراسة:

من خلال الدراسات السابقة يمكن لنا وضع النموذج التصوري للدراسة التالي:

الشكل رقم (1): يوضح نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على ما سبق

### خلاصة الفصل:

تطرقنا في هذا الفصل إلى أهم الجوانب المتعلقة بمفهوم الرقمنة ورضا العملاء والملاحظ تعدد تعريفهما كذلك شروع الدولة إلى تحسين الإدارة و تقريبها من العميل لدى لجأت إلى إتباع آليات وأصدرت العديد من التشريعات ولكن بالرغم من الجهود التي تبذلها من أجل السير الحسن للمعاملات مع العملاء بأسرع وقت ممكن وتفاذي أهم النقائص التي كانت تعاني منها الإدارة التقليدية، إلا أنها ما تزال تعاني من العديد من العوائق و الصعوبات التي تقف أمامها لمواكبة عصر السرعة وتحسين الخدمة العملاء، ومقارنة بتجارب الإقليمية فهم تصل الجزائر إلى ما وصلت إليه بعض الدول مثل دبي في تعاملاتها الرقمية، وقد يعود ذلك إلى العديد من الأسباب منها المتغيرات البيئي و النفسي أو إلى الذهنية الاجتماعية و السياسية للمجتمع الجزائري.

# الفصل الثاني

دراسة حالة مؤسسة اتصالات

الجزائر بالمسيطة

### تمهيد :

بعدها تطرقنا في الجانب النظري الى التعرف على دور الرقمنة ومجموعة أبعاد الرقمنة ودراسة سبل تحقيق رضا العملاء، ولأن دراستنا لا تكمل إلا بالجانب التطبيقي لمعرفة دور الرقمنة في تحقيق رضا العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر. حيث اخذنا مؤسسة اتصالات الجزائر المسيلة كميدان لا جراء هذه الدراسة باعتبارها مؤسسة تواكب التطور التكنولوجي والتقنيات الرقمية كما انه قد تم الاعتماد في دراستنا على إعداد استبيان الذي تم توزيعه على العملاء وتم الحصول على إجاباتهم وآرائهم. وقد قمنا بتقسيم هذا الفصل الى المباحث التالية:

### المبحث الأول: التعريف بالميدان محل الدراسة

### المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

### المبحث الثالث: عرض وتحليل ومناقشة النتائج

### المبحث الأول: التعريف بالميدان محل الدراسة

### المطلب الأول: تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر

قبل معالجة موضوع دراستنا واسقاط ما تناولناه من خلال الجانب النظري على الجانب التطبيقي لابد من التعريف بالمؤسسة من خلال الإطار التاريخي لشركة اتصالات الجزائر والإطار القانوني للشركة بالإضافة للأهداف المسطرة. كالتالي:

### الفرع الأول: تاريخ شركة اتصالات الجزائر

نظرا لتحديات التي يتطلبها هذا التطور الراهن الحاصل على في تكنولوجيا الاعلام والاتصال باشرت الدولة الجزائرية سنة 1999 بإصلاحات عميقة في قطاع البريد والمواصلات وقد تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر أوت 2000 حيث جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الدولة لنشاطات البريد والمواصلات وكرس الفصل بين نشاط التنظيم واستغلال وتسيير الشبكات. وتطبيقا لهذا المبدأ تم إنشاء سلطة مستقلة إداريا وماليا ومتعاملين أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية والخدمات المالية البريدية والخدمات المالية متمثلة في مؤسسة بريد الجزائر وثانيهما بالاتصالات ممثلة في اتصالات الجزائر.

وفي إطار فتح سوق اتصالات للمنافسة تم في شهر جوان 2001 بيع رخصة الإقامة استغلال شبكة الهاتف النقال واستمر تنفيذ برنامج فتح سوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى حيث تم بيع رخصة تتعلق بشبكات VSAT، وشبكة الربط المحلي في مناطق الريفية كما شمل فتح سوق كذلك الدراسات الدولة في عام 2003 والربط المحلي في المناطق الحضرية في عام 2004 وبالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في عام 2005 وذلك في ظل احترام دقيق لمبدأ الشفافية ولقواعد المنافسة، وفي نفس الوقت تم الشروع في برنامج واسع النطاق يرمي على تأهيل مستوى المنشآت الأساسية اعتمادا على تدارك التأخر المتراكم.<sup>1</sup>

### الفرع الثاني: الإطار القانوني لشركة اتصالات الجزائر

اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية ذات أسهم براس مال ينشط في سوق شبكة وخدمات الاتصالات اللاسلكية والسلكية بالجزائر، تأسست وفق القانون 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000

<sup>1</sup> وثائق مقدمة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية المسيلة

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

المحدد للقواعد العامة بالبريد والمواصلات، حيث جاء في المادة الأولى "يحدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية" ويهدف إلى:

- تطوير وتقديم خدمات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ذات النوعية في ظروف موضوعية وشفافية وبدون تمييز في مناخ تنافسي مع ضمان المصلحة لعامة.
- . تحديد إطار وكيفيات ضبط النشاطات ذات الصلة بالبريد والمواصلات وخلق الظروف لتطوير نشاطات المنفصلة للبريد والمواصلات، السلكية واللاسلكية.
- تحديد الإطار المؤسسي لسطة ضبط مستقلة وحررة.<sup>1</sup>

### الفرع الثالث: أهداف ونشاطات اتصالات الجزائر

سطرت ادارى مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث أهداف تقوم عليها الشركة وهي: المردودية، الجودة، الفعالية، نوعية الخدمات، وقد سمحت بهذه الأهداف الثلاثة التي سطرته اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في السوق الاتصالات الجزائرية وتمحور نشاطات المؤسسة في:

- ✓ تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية.
- ✓ تطوير واستمرار وتسيير شبكات العامة والخاصة.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: تقديم مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة

أنشأت مديرية الولائية لاتصالات الجزائر المسيلة في 2003 أي بعد تقسيم قطاع البريد والمؤسسات إلى مؤسستين بريد الجزائر واتصالات الجزائر كشركة عمومية ذات أسهم وقد كانت تسمى بالوحدة العملية للاتصالات إلى غاية جوان 2010 حيث أصبحت تسمى مديرية العملية وهي تابعة للمديرية الإقليمية لاتصالات بولاية سطيف والتي بدورها تتبع الى المديرية العامة في العاصمة الجزائر .

- المهام الرئيسية التي تقوم بها مديرية العملية للاتصالات بالمسيلة.
- رفع مستوى استحقاقات الهاتفية إلى نسبة تفوق 80 بالمئة.

<sup>1</sup> - وثائق مقدمة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية المسيلة

<sup>2</sup> - وثائق مقدمة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية المسيلة

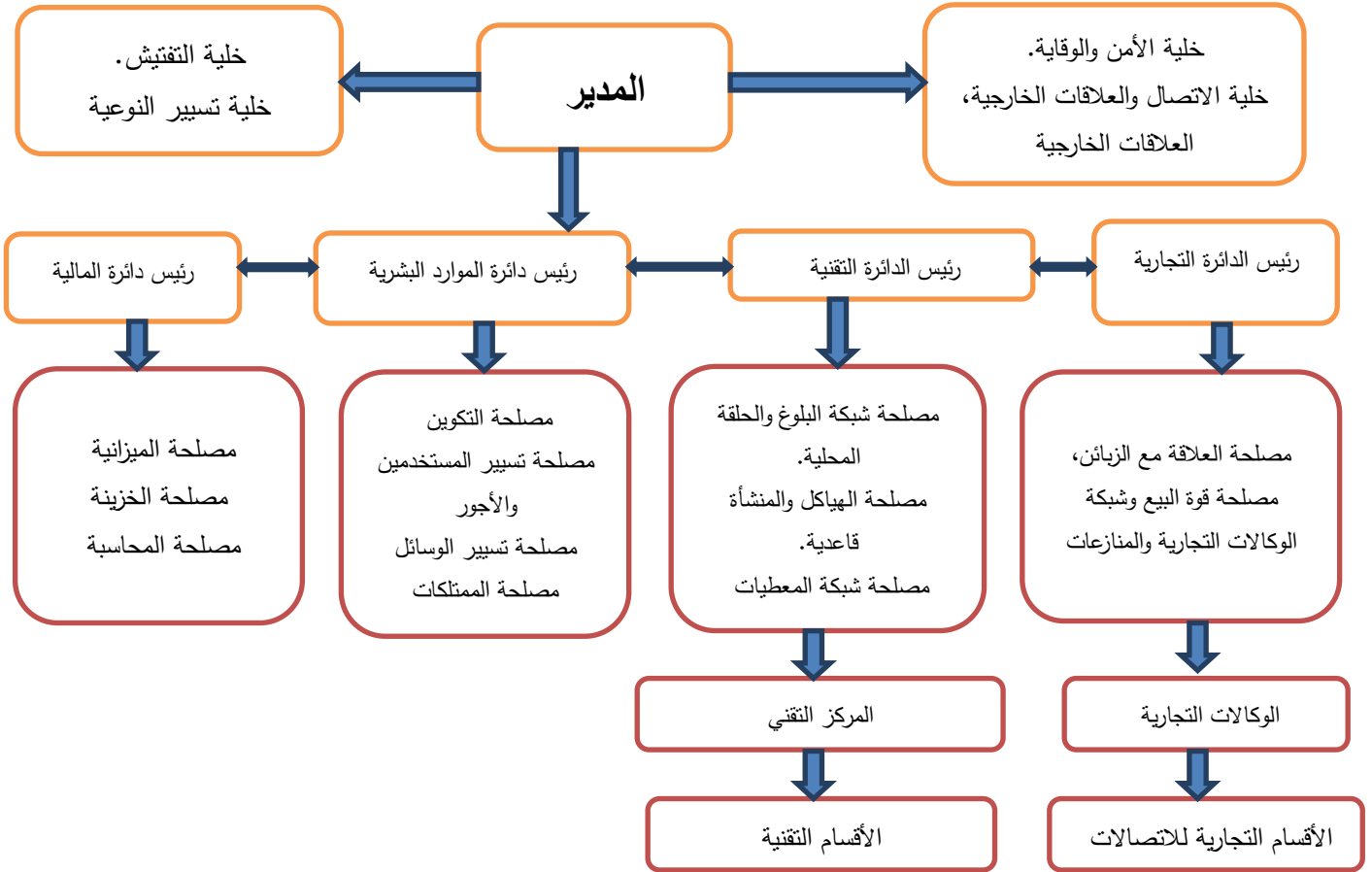
## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

- تركيب وتوسيع الشبكة الهاتفية في الولاية وزيادة عدد المشتركين في الهاتف الثابت بنوعية الخطي واللاسلكي.
- زيادة عدد المشتركين في الانترنت عالي التدفق ADSL.
- اصلاح التعطيلات التي تمس خطوط المشتركين فضلا عن متابعة اليومية لشبكة الالياف البصرية الممتدة عبر الولاية.
- تزويد المؤسسات العمومية وشركات بالخدمات المختلفة كأثناء شبكات محلية -\*الانترنت.<sup>1</sup>

### الهيكل التنظيمي للمديرية العملية للاتصالات الجزائر بالمسيلة:

بعد شهر جوان 2010 تم تغير الصفة الاسمية للوحدة العملية وأصبحت تدعى بالمديرية العملية للاتصالات أي أصبحت مستقلة ماليا عن المديرية الإقليمية بسطيف وتغير الهيكل التنظيمي لها.

### الشكل رقم (2): يوضح الهيكل التنظيمي للمؤسسة اتصالات الجزائر . المسيلة.



المصدر: وثائق مقدمة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

<sup>1</sup> - وثائق مقدمة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر ولاية المسيلة.

### المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

إن تحديد الإطار المنهجي للدراسة هو خطوة أساسية للبدء في الجانب التطبيقي وذلك بعد تحديد مجتمع الدراسة الذي يتلاءم مع موضوع البحث بمختلف أبعاده ويستجيب لمتطلبات وأدوات جمع البيانات بشكل ايجابي، ويتضمن هذا المبحث وصفا للإجراءات التي اتبعت لغرض تحقيق أهداف الدراسة، من خلال وصف منهج الدراسة، أدواتها، مجتمعها وعينتها، وصدق أداة الدراسة وثباتها.

### المطلب الأول: منهج الدراسة، مجتمعها، وعينتها

#### الفرع الأول: منهج الدراسة

كل دراسة تستدعي منهجا ملائما لها **والمنهج هو**: "مجموعة من الأساليب والمداخل المتعددة التي تستعمل لغرض جمع البيانات والوصول من خلالها إلى تفسيرات أو نتائج".  
وتماشيا مع أهداف وإشكالية الدراسة ولإثبات فرضيات البحث لابد من إتباع منهج علمي يخلق انسجام بين فرضيات البحث وعملية إثباتها ميدانيا، حيث اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي، ودراسة الحالة كجزء منه، وفيما يلي شرح مختصر لهذه المناهج:<sup>1</sup>

#### 1. المنهج الوصفي:

تم الاستعانة بالمنهج الوصفي، والذي يعرف بأنه "طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها عن طريق جمع المعلومات المقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة".<sup>2</sup>  
✓ استخدمنا لهذا المنهج لأنه يتناسب وطبيعة دراستنا، كونه لا يقتصر فقط على جمع البيانات لظاهرة معينة، بل يتناول تحليل هذه الظاهرة ورصدها، حيث نقوم بجمع البيانات والمعلومات عن الظاهرة ونهتم بوصفها وصفا تفسيريا دقيقا من خلال البيانات المجمع والمتوفرة، ومعبّر عن تعبيرها كيفيا وكما سواء بفقرات أو في شكل رسوم بيانية أو في جداول رقمية وصفية.  
فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي يقدم وصف رقمي ملموس يوضح مقدار هذه الظاهرة وحجمها.

- وبناء على منطلقات هذا المنهج قمنا كمرحلة أولى بجمع بيانات كافية ودقيقة عن الموضوع في ميدان الدراسة بالاعتماد على طرق جمع البيانات المستخدمة في البحث كالأستبيان، ثم قمنا بتسجيلها

<sup>1</sup> - لويس كوهين، (ترجمة كوثر حسين كوجيك): مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والتربوية، ط1، القاهرة، مصر، دار العربية للنشر، سنة 1990 ص62.

<sup>2</sup> - عمار بوحوش، وآخرون، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 2000، ص 32.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

وترتيبها بعدها قمنا بتحليل ما تم جمعه من البيانات بطريقة موضوعية كخطوة ثانية ثم استنتاج دور الرقمنة في تحقيق رضا العملاء وذلك بالاعتماد على توجهات وأراء عينة الدراسة.

❖ دراسة الحالة:

اعتمدنا على دراسة حالة كجزء من المنهج الوصفي التحليلي لأهمية ذلك في الدراسات الميدانية، حيث قمنا بجمع المعلومات والبيانات والحقائق والآراء المختلفة التي من شأنها أن تعطينا وصفا شاملا للظاهرة من حيث متغيراتها وكذلك مسبباتها، وفروض حلها واستخدام الأدوات المناسبة لغرض تحليل البيانات.

### الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

#### 1. مجتمع الدراسة

✓ يعرف مجتمع الدراسة بأنه: "جميع المفردات التي تتوافر فيها خصائص المطلوب دراستها".<sup>1</sup>

✓ ويعرف أيضا على انه : "جميع المفردات التي تمثل الظاهرة موضوع البحث، وتتشرك في صفة معينة أو أكثر المطلوب جمع البيانات حولها"<sup>2</sup>

✓ عرف أيضا بأنه: "عبارة عن جميع الوحدات أو الأفراد أو المشاهدات أو الحالات التي تشترك في صفة أو مجموعة من الصفات تميزها عن غيرها ويرغب الباحث في تعميم النتائج المتوصل إليها".<sup>3</sup>

• وبالتالي فإن مجتمع هذه الدراسة يتمثل في العملاء المتعاملون مع مؤسسة اتصالات الجزائر.

#### 2. عينة الدراسة

في العينة يمكن الاكتفاء بعدد معين من وحدات المجتمع، ودراستهم وعند التوصل إلى نتائج يمكن تعميم هذه النتائج على جميع أفراد المجتمع، وباختصار فإن العينة هي عبارة عن جزء أو قسم من المجتمع الدراسة.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> - مام عواطف، مطبوعة جامعية في مساق حلقة البحث، المستوى الثانية ماستر توجيه وإرشاد، قسم علم النفس وعلوم التربية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة محمد بوضياف مسيلة- ، السنة الجامعية 2016-2017، ص 40.

<sup>2</sup> - بعيطيش شعبان، اثر التسويق بالعلاقات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الصناعية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف - المسيلة-، السنة الجامعية 2015-2016، ص186.

<sup>3</sup> - خليفي رزيقة، شيقارة هجيرة: منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة المعارف علمية دولية محكمة، تصدر عن جامعة بويرة، العدد 23 (ديسمبر 2017)، ص 280-294.

<sup>4</sup> - مصطفى طويطي: التحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان - تطبيقات عملية على برنامج excel- الجزء الأول، النشر الجامعي الجديد، تلمسان، الجزائر 2018، ص 19.

مفهوم العينة على أنها: " مجموعة جزئية من المجتمع لها نفس خصائصه الأصلية التي تنتمي إليه ويكون الغرض منها الحصول على معلومات مرتبطة بالمجتمع عن طريق اختيار عدد من الأشخاص للدراسة يمثلون ذلك المجتمع حيث تبدأ أية دراسة إحصائية بجمع البيانات الخام المتوفرة بإحدى الطرق"<sup>1</sup> وعينتنا نحن مكونة من 50 عميل مختار اختيارا عشوائيا.

### المطلب الثاني: مصادر وأساليب جمع البيانات والمعلومات، أداة الدراسة

#### الفرع الأول: مصادر جمع البيانات

تم الحصول على البيانات المتعلقة بالدراسة من خلال مصدرين:

1. **المصادر الرئيسية:** تم الحصول على البيانات من خلال تصميم استمارة وتوزيعها على عينة من المجتمع البحث، ومن تم تفرغها وتحليلها باستخدام برنامج الحزمة الإحصائية الاجتماعية وباستخدام الاختبارات الإحصائية المناسبة بهدف الوصول إلى دلالات ذات قيمة، ومؤشرات تدعم موضوع الدراسة.

2. **المصادر الثانوية:** تم الحصول على المعطيات من خلال الرسائل الجامعية والمقالات والتقارير المتعلقة بالموضوع قيد البحث والدراسة، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، والهدف من اللجوء للمصادر الثانوية في هذا البحث هو التعرف على الأسس والطرق العلمية السليمة في كتابة الدراسات، وكذلك اخذ صور عام عن المستجدات التي حدثت وتحديث في مجال هذا البحث.

#### الفرع الثاني: أداة الدراسة (أسلوب القياس)

❖ في دراستنا ولقياس متغيرات الدراسة فإنه تم الاعتماد على أداة الاستبيان الاستطلاع آراء الأفراد المستجوبين في المؤسسة محل الدراسة الميدانية وفيما يلي شرح خطوات تصميم الاستبيان وكذا سلم القياس:

• **تصميم الاستبيان:** يعتبر الاستبيان "الأداة الأكثر استخداما في البحوث الاجتماعية والإنسانية، إذ يعتبر وسيلة لجمع البيانات من خلال ما يتضمنه من مجموعة من الأسئلة أو العبارات ويطلب من المستجوبين الإجابة عليها ويتم توزيع الاستبيان باليد."<sup>2</sup>

<sup>1</sup> - سامية يغني، مديني عثمان، العينة في المجتمع الإحصائي كمدخل ضابط لدقة نتائج البحوث الأكاديمية، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 04، العدد 01، جامعة الشهيد حمه الأخضر بالوادي، الجزائر، 2019، ص 231-240.

<sup>2</sup> - طويطي مصطفى وعيل ميلود، مطبوعة جامعية موسومة بـ " أساليب تصميم وإعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي"، معتمد من طرف المجلس العلمي بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير - جامعة البويرة، بتاريخ 30 جوان 2014، ص 28.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

• وتم إعداد استبيان بشكل يساعد على جمع البيانات وتصميمه باعتماد ما تم تناوله في الجانب النظري وأيضا ما تم تطرق إليه في الدراسات السابقة وأيضا وضوح العبارات لتسهيل فهمها، ومن أجل التأكد أن عبارات الاستبيان تقيس فعلا وضعت لقياس مدى سلامة ودقة الصياغة اللفظية والعلمية لعبارات الاستبيان، تم عرضه من أجل مراجعته على الأستاذ المشرف ومن خلال آرائه وتوجيهاته، قمنا بإضافة وتغيير بعض العبارات في ضوء اقتراحات والتعديلات التي طلبها الأستاذ المشرف وفي الأخير خلصنا إلى بناء الاستبيان ليصبح في صورته النهائية مكون من 32 عبارة وتضمن الاستبيان محورين هما:

الجدول رقم (1): يوضح هيكل أداة الدراسة (الاستبيان) أقسام الاستبيان

عدد العبارات	أقسام الاستبيان	
<b>البيانات الشخصية</b>		
05	البعد المادي	<b>المحور الأول: المتغير الثابت الرقمنة</b>
06	البعد الإداري	
04	البعد البشري	
04	البعد الأمني	
13	<b>المحور الثاني: المتغير التابع: رضا العملاء</b>	
32	<b>مجموع عبارات الاستبيان</b>	

المصدر: من إعداد الطالبين

الجدول رقم (2): يوضح توزيع درجات مقياس المستخدم في الاستبيان

بدائل القياس	غير موافق	غير موافق تمام	محايد	موافق	موافق تماما
الدرجة / الترميز	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مقياس ليكرت (LikertScale)

- ولتسهيل تحليل ومناقشة آراء المستجوبين نحو مدى موافقتهم أو عدم الموافقة على ما تضمنته عبارات ومحاور الاستبيان فإنه يتم إعداد دليل الموافقة لتحليل إجابات أفراد العينة الدراسة وتم الاعتماد على الأدوات الإحصائية التالية:

✓ **المدى العام:** لتحديد طول خلايا مقياس ليكرت الخماسي المستخدم في استبيان الدراسة تم حساب المدى: (أعلى درجة في مقياس - أدنى درجة في مقياس) = (5-1) = 4 وللحصول على طول الخلية الصحيح نقوم بقسمة المدى العام على عدد درجات الموافقة وذلك على نحو التالي:

$0.8 = 5/4$  وبإضافة هذه القيمة في كل مرة للحد الأدنى لدرجة الموافقة نحصل على الحد الأعلى وهكذا مع كل درجات الموافقة، وتفيد هذه العملية في التعرف على موقف مشترك لإجمالي أفراد العينة

### المطلب الثالث: الأساليب المعالجة الإحصائية المستخدمة

تم إخضاع البيانات إلى عملية التحليل الإحصائي بالاستعانة برنامج التحليل الإحصائي للعلوم الاجتماعية (SPSS: Statistical Package for the Social Sciences (V25) وتم الاعتماد على بعض الأساليب الإحصائية:

1. التكرارات والنسب المئوية: لوصف الإحصائي البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة.
2. المتوسط الحسابي: وهو أحد مقاييس النزعة المركزية التي سنتعرض لها وهي الأكثر استخداما في البحوث فالمتوسط الحسابي لمجموعة القيم التي يخضع لها المتغير المدروس هو مجموع القيم مقسم على عددها؛ فهو يعبر عن تركز إجابات العينة حول قيمة معينة وتكون محصورة من (01- 05 درجات) تبعا لدرجات المعطاة البدائل لمقياس ليكرت المستخدم في الاستبيان.
3. الانحراف المعياري: وهو مقياس من مقاييس التشتت، يستخدم لقياس وبيان تشتت إجابات مفردات عينة الدراسة حول وسطها الحسابي.
4. معامل الثبات ألفا كرونباخ : وذلك لاختبار مدى موثوقية أداة جمع البيانات المستخدمة (الاستبيان) في قياس المتغيرات التي اشتملت عليها الدراسة؛ المجالات المختلفة لدرجة الثبات ل معامل الفا كرونباخ هي<sup>1</sup>:

-  $0.6 > a$  (غير كافية)، إذا كانت قيمه بين  $0.6 > a > 0.65$  (ضعيفة)، إذا كانت قيمه بين  $0.65 > a > 0.70$  (مقبولة نوعا ما) وإذا كانت قيمه بين  $0.70 > a < 0.85$  (حسنة) وإذا كانت قيمه بين  $0.85 > a > 0.90$  (جدة) وإذا كانت أكبر من 0.9 تكون قيم الثبات ممتازة.

5. تحليل الانحدار (**Régression analysis**): أداة إحصائية قوية ومرنة تستعمل لتحليل العلاقة الارتباطية بين متغير تابع واحد أو أكثر من المتغيرات المستقلة ويستعمل<sup>2</sup>:

لتحديد ما إذا كان المتغير المستقل قادر على شرح تغيرات معنوية في المتغير التابع: أي هل توجد علاقة؟ لتحديد كمية الاختلاف في المتغير التابع التي يمكن شرحها بواسطة المتغير المستقل: أي ماهي قوة علاقة؟

لتحديد البناء أو شكل العلاقة: أي ماهي المعادلة الرياضية التي تربط المتغير المستقل أو عدة متغيرات:

✓ مستقلة مع المتغير التابع؟

✓ للتنبؤ بقيمة المتغير التابع؟

✓ التحكم في المتغيرات المستقلة الأخرى عند حساب مساهمة متغير أو متغيرات محددة.

<sup>1</sup>-طويطي مصطفى وعيل ميلود، المرجع السابق، ص 29.

<sup>2</sup>-عايدة نخلة رزق الله، "دليل الباحثين في التحليل الإحصائي الاختبار والتفسير"، الطبعة الأولى، 2002، ص ص

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

والهدف من تحليل الانحدار هو التنبؤ بالمتغير التابع بمعلومات المتغير المستقل. وفي حالة وجود متغير مستقل واحد يطلق عليه تحليل الانحدار البسيط، بينما يطلق عليه تحليل الانحدار المتعدد عندما يوجد إثنين أو أكثر من المتغيرات المستقلة.

ومن معايير قياس كفاءة ومعنوية نموذج الانحدار الخطي (البسيط المتعدد) هناك معايير إحصائية منطقية.<sup>(1)</sup>

معايير إحصائية: وتشمل (T-test) لاختبار معنوية معاملات المتغيرات المستقلة والمعامل الثابت (constant) و R الاختبار درجة العلاقة بين كل متغير مستقل والمتغير التابع ومنها أيضا (F-test) و (R) لاختبار معنوية المعادلة النهائية ومدى معنوية درجة تفسير التباين ويمكن اجمال أهم هذه المعايير الإحصائية بما يلي:

• **إختبار F (F-test):** ويستخدم لاختبار معنوية المعادلة، بكلمة أخرى معنوية العلاقة بين مجموعة المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، يتم الحكم على معنوية العلاقة المدروسة بينهما من خلال قيمة (Sig) المصاحبة للاختبار (F-test) فإذا كانت قيمة Sig أقل من 0.05 فإن العلاقة المدروسة بين المتغيرين ذات دلالة إحصائية.

• **اختبار T: (T-test):** ويستخدم هذا المعيار لاختبار معنوية كل من معاملات الانحدار التي يتضمنها النموذج، من خلال مقارنة قيمة sig المرافقة للاختبار (T-test) مع مستوى المعنوية (0.05) فإذا كانت قيمتها أقل من 0.05 فإن التأثير معنوي. أي أن قيمة معامل الانحدار تشير إلى وجود تأثير معنوي (دال إحصائياً) للمتغير المستقل على المتغير التابع. ويضم في نموذج الانحدار الممثل للعلاقة المدروسة.

• **معامل الارتباط بيرسون Correlation de Pearson:** ويستخدم لاختبار درجة العلاقة بين كل متغير مستقل والمتغير التابع، وتكون قيمته محصورة بين -1 إلى +1، وتدل على قوة أو ضعف العلاقة بين المتغيرين معامل الارتباط بيرسون فإذا كنت القيمة كبيرة وكافية بغض النظر عن الإشارة فإن العلاقة بين المتغيرين قوية، أما إشارة معامل الارتباط فإنها تدل على اتجاه العلاقة بين المتغيرين فإذا كانت الإشارة موجبة فإن زيادة قيم أحد المتغيرات ترافقها زيادة في المتغير الأخر أي أن العلاقة بينهما طردية والعكس صحيح.

• **قيمة معامل التحديد R<sup>2</sup>:** ويرمز له بالرمز R<sup>2</sup> ويمثل النسبة المئوية للتباين التي يتم تفسيرها بواسطة قيمة معامل التحديد المتغير أو المتغيرات المستقلة التي يتضمنها النموذج وتقع بين 0 و 1 أي بين:  $0 \leq R^2 \leq 1$  فكلما اقتربت من 1 يعني ارتفاع معنوية النموذج التفسيرية.

<sup>1</sup> عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، الأساليب التطبيقية لتحليل وإعداد البحوث العلمية مع حالات دراسية باستخدام برنامج spss، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008، ص 242-243.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

• **معايير منطقية:** وهي تخص الإشارة التي يجب أن تظهر معها معامل المتغير، ولكون القرار الذي يعتمد بشأن صحة الإشارة أو خطئها أساسه معرفة منطقية اتجاه سلوك المتغير، حيث علاقته بالمتغير التابع لذا سميت بالمعايير المنطقية ولقد تم اختيار مستوى المعنوية 0.05 لاختبار فرضيات الدراسة وهو مستوى الدلالة الشائع استخدامه في مختلف الدراسات والأبحاث الخاصة بالعلوم الاجتماعية والإنسانية، وهو ما يعرف بقيمة ألفا ( $\alpha$ ) أي أنه يتم اختبار الفرضية الصفرية عند مستوى المعنوية ( $\alpha=0.05$ )، ويعني ذلك أن احتمال الخطأ في المعاينة يجب ألا يزيد عن (0.05) أو بمعنى آخر يقبل مقدار خطأ في صحة النتائج لا يزيد عن (0.05). ومن أجل اتخاذ القرار فإننا نقارنه مع: مستوى المعنوية المحسوبة (sig)، أو (احتمال الخطأ) (P-value) الذي ظهر في مخرجات spss، وعلى أساسه يتم اختبار الدلالة الإحصائية للمؤشرات الإحصائية المحسوبة، وهذا من خلال مقارنة قيمة احتمال الخطأ (Sig) المصاحبة لقيم المؤشرات الإحصائية مع مستوى المعنوية ( $\alpha=0.05$ ).

**المطلب الرابع: صدق وثبات أداة الدراسة واختبار توزيع الطبيعي للبيانات**

**الفرع الأول: الخصائص السيكومترية**

الجدول رقم (3): يوضح معامل ارتباط عبارات المحور مع الدرجة الكلية للمحور.

المحور الأول					
البعد الثاني			البعد الأول		
الاحتمالية	معامل الارتباط	رقم العبارة	الاحتمالية	معامل الارتباط	رقم العبارة
0,000	0.540**	06	0,000	0.509**	01
0,000	0.681**	07	0,000	0.654*	02
0,000	0.589**	08	0,000	0.462**	03
0,000	0.368**	09	0,000	0.397**	04
0,000	0.531**	10	0,000	0.387**	05
0,000	0.512**	11	البعد الثالث		
البعد الرابع			0,000	0.516**	12
0,000	0.508**	16	0,000	0.623**	13
0,000	0.530**	17	0,000	0.734**	14
0,000	0.556**	18	0,000	0.747**	15
0,000	0.568**	19			

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

** الارتباط دال عند مستوى الدلالة 0.01 * الارتباط دال عند مستوى الدلالة 0.05					
المحور الثاني					
رقم العبارة	معامل الارتباط	الاحتمالية	رقم العبارة	معامل الارتباط	الاحتمالية
01	0.312*	0,000	08	0.487**	0,000
02	0.457**	0,000	09	0.488**	0,000
03	0.307*	0,000	10	0.640**	0,000
04	0.554**	0,000	11	0.385**	0,000
05	0.556**	0,000	12	0.461**	0,000
06	0.569**	0,000	13	0.418**	0,000
07	0.499**	0,000			

\*\* الارتباط دال عند مستوى الدلالة 0.01 \* الارتباط دال عند مستوى الدلالة 0.05

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الاحصائية النسخة 25

من خلال الجدول نلاحظ أن جميع أسئلة الاستبيان تتمتع بدرجة عالية جدا من الصدق، وهي ترتبط ارتباطا دالا احصائيا مع الدرجة الكلية للمحور التي تنتمي إليه، حيث تراوحت في المحور الأول بين (0.508 و 0.747) ، وفي المحور الثاني تراوحت القيم بين (0.307 - 0.640) ومنه فإنه الاستبيان يتمتع بصدق الاتساق الداخلي.

الجدول رقم (4): يوضح معامل ارتباط المحاور مع الدرجة الكلية للاستبيان

المحاور	عدد العبارات	معامل الارتباط مع الدرجة الكلية للاستبيان
الأول	19	0,910**
الثاني	13	0,782**

\*\* الارتباط دال عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الاحصائية النسخة 25

ونلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن جميع محاور الاستبيان ترتبط مع الدرجة الكلية للاستبيان، حيث تراوحت القيم بين 0.782 كأدنى قيمة و 0.910 كأعلى قيمة وهي قيم مرتفعة جدا تقترب من 1.

✓ ومنه فإن الاستبيان يتمتع بصدق الاتساق الداخلي.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

الثبات:

ويقصد بها مدى حصول الباحث على نفس النتائج أو نتائج متقاربة لو كرر البحث في ظروف مشابهة باستخدام الأداة نفسها، وفي هذا البحث تم قياس ثبات أداة البحث باستخدام معامل الارتباط ألفا كرو نباخ، الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى (0.6) فأكثر، حيث كانت النتائج كما هي موضحة في الجدول التالي:

الجدول رقم (5): يوضح معامل ثبات ألفا كرونباخ

عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
المحور الأول	0.904
المحور الثاني	0.845
الاستبيان ككل	0.911

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

الجدول رقم (6): يوضح ترميز إجابات عينة الدراسة

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

المصدر: الجدول من إعداد الطالبين

الفرع الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات

- يجب تحديد ما إذا كان بيانات أفراد العينة لإجاباتهم على المتغيرات الدراسة التي يتم دراستها تتبع التوزيع الطبيعي أم من التوزيعات الاحتمالية أخرى.
- وهناك عدة طرق إحصائية للكشف عن نوع التوزيع البيانات الاستبيان وهي طريقة اختبار Kolmogorov-Smirnov، طريقة حساب معاملي الالتواء والتقلطح وطريقة اختبار Shapiro-Wilk وفي دراستنا نستعمل هذه الأخيرة. كما أن

اختبار Kolmogorov-Smirnov يستخدم إذا كان عدد العينة أكبر أو يساوي من 50، ويستخدم اختبار Shapiro-Wilk إذا كان عدد العينة اقل من 50<sup>1</sup>، وللتذكير نعلم أن هناك نوعان من الأساليب الإحصائية التي تستخدم في تحليل البيانات واختبار الفرضيات وهي:

**01-أساليب إحصائية معلمية:** وتستخدم في حالة البيانات التي توزيعها يتبع التوزيع الطبيعي.

**02-أساليب إحصائية غير معلمية:** وتستخدم في حالة البيانات التي توزيعها لا يتبع التوزيع الطبيعي والجدول التالي يبين نتيجة اختبار التوزيع الطبيعي (Tests of Normality) :  
الجدول رقم (7): يوضح التحقق من شرط التوزيع الطبيعي بالنسبة للمتغيرين محل الدراسة

القرار	Kolmogorov-Smirnov			المتغيرين
	مستوى الدلالة	درجة الحرية	الاحصاءات	
غير دال	0.200	50	0.079	الرقمنة
غير دال	0.200	50	0.097	رضا العملاء

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

ومن خلال الجدول أعلاه نجد نتائج اختبار Shapiro-Wilk تظهر أن مستوى المعنوية sig للمحور الأول المتعلق بقياس الرقمنة بلغت sig = (0.200) هي أكبر من (0.05)، وأيضا بالنسبة للبيانات المحور الثاني المتعلق بقياس رضا العملاء Sig = (0.200) وهي أكبر من 0.05

ومنه تدل نتائج اختبار (Tests of Normality) أن بيانات إجابات العينة على جميع العبارات محاور الاستبيان تبعا لتوزيع الطبيعي.

من نتائج قيم مؤشرات اختبار (Kolmogorov-Smirnov) نكون قد تأكدنا من أن بيانات المستجوبين نحو المتغيرات الرئيسية للدراسة تتبع التوزيع الطبيعي.

✓ ومنه في دراستنا سنستخدم الأدوات الإحصائية المعلمية الوصفية والاستدلالية في تحليل إجابات وآراء أفراد العينة واختبار الفرضيات للدراسة.

<sup>1</sup> - أبو زيد ، محمد خير سليم، أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجية SPSS، الرياض، دار جرير للنشر والتوزيع، 2005، ص156.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

المبحث الثاني: تحليل البيانات واختبار الفرضيات ومناقشتها

المطلب الأول: تحليل المحور الأول (البيانات الشخصية)

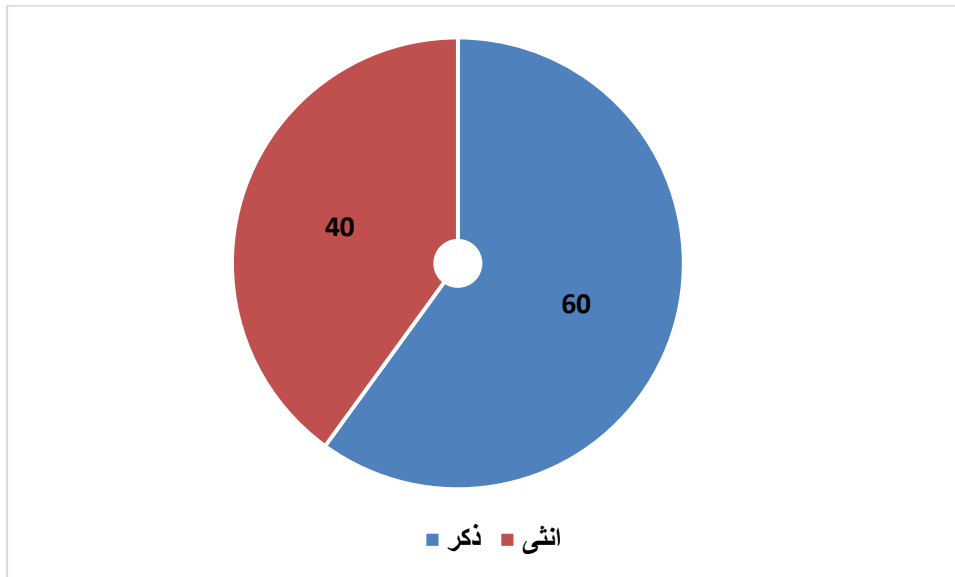
الجدول رقم (8): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

نسبة مئوية %	تكرارات	
60	30	ذكر
40	20	انثى
100	50	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الاحصائية النسخة 25

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (50) فرداً، نلاحظ أن حجم الذكور (30) بنسبة 60 %، أما الإناث فقد بلغ عددهن (20) أنثى بنسبة قدرت بـ 40 % وهذا راجع لأن الرجال أكثر اقتناء واستخدام المنتجات المؤسسة وبدل على أن العينة محل الدراسة اغلبيتها ذكور أي مجتمع ذكوري كما هو موضح من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (02): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

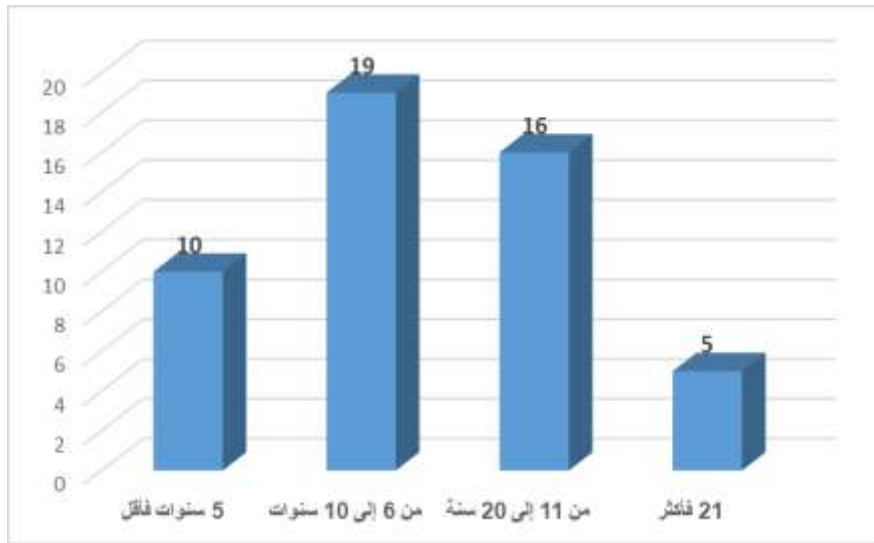
الجدول رقم (9): يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات تعاملك مع المؤسسة

تكرارات	نسبة مئوية %	
10	20	5 سنوات فأقل
19	38	من 6 إلى 10 سنوات
16	32	من 11 إلى 20 سنة
5	10	21 فأكثر
50	100	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (50)، نلاحظ أن اللذين لديهم الذين لديهم تعامل مع المؤسسة (5 سنوات فأقل) قدر عددهم بـ (10) بنسبة بلغت 20%، أما من تتراوح عدد سنوات تعاملهم مع المؤسسة (من 6 إلى 10 سنوات) فقد بلغ عددهم (19) بنسبة قدرت بـ 38%، أما من تتراوح سنوات تعاملهم أفراد العينة المؤسسة (من 11 إلى 20 سنة) فقد بلغ عددهم (16) بنسبة قدرت بـ 32%، وفي الأخير تراوحت أفراد العينة الذين لديهم تعامل مع المؤسسة 21 فأكثر فبلغ عددهم (5)، بنسبة 10%، مما يدل على إن اغلبية أفراد عينة الدراسة لديهم تطلعات واسعة على منتجات مؤسسة اتصالات الجزائر، وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (3): يوضح توزيع أفراد العينة حسب عدد سنوات تعاملك مع المؤسسة



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

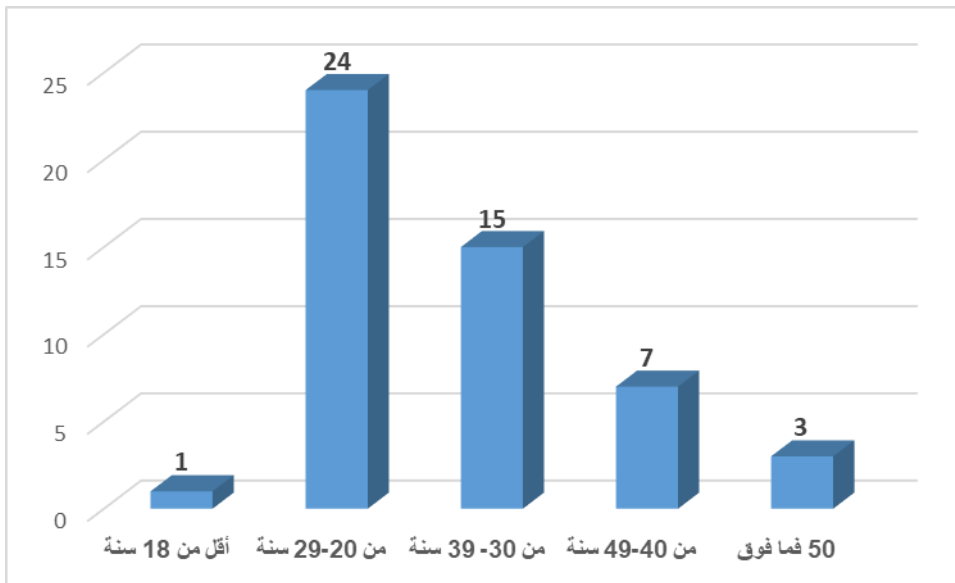
الجدول رقم (10): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

نسبة مئوية %	تكرارات	
2	1	أقل من 18 سنة
48	24	من 20-29 سنة
30	15	من 30-39 سنة
14	7	من 40-49 سنة
6	3	50 فما فوق
100	50	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

من خلال نتائج الجدول الذي يمثل توزيع مفردات العينة وفقا لمتغير العمر يتبين لنا أن أكبر نسبة من عينة الدراسة (من 20 إلى 29 سنة) بنسبة (48%) وهو ما يعادل (24مبحوثين) فيما كان الذين بلغ سنهم بين (أقل من 18 سنة) قدرت نسبهم (2%) أي ما يعادل (1 مبحوث)، وتليها نسبة (30%) الذين يفوق سنهم فوق (من 30 - 39 سنة) أي ما يعادل (15 مبحوث)، أما الذين لديهم سن (من 40 - 49 سنة) بنسبة (14%)، وتليها في الأخير الذين لديهم سن (50 فما فوق)، وهذا ما يدل أن أغلبيتهم فئة شبابية مما يساهم في أداء مهنتهم. وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (4): يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير السن



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

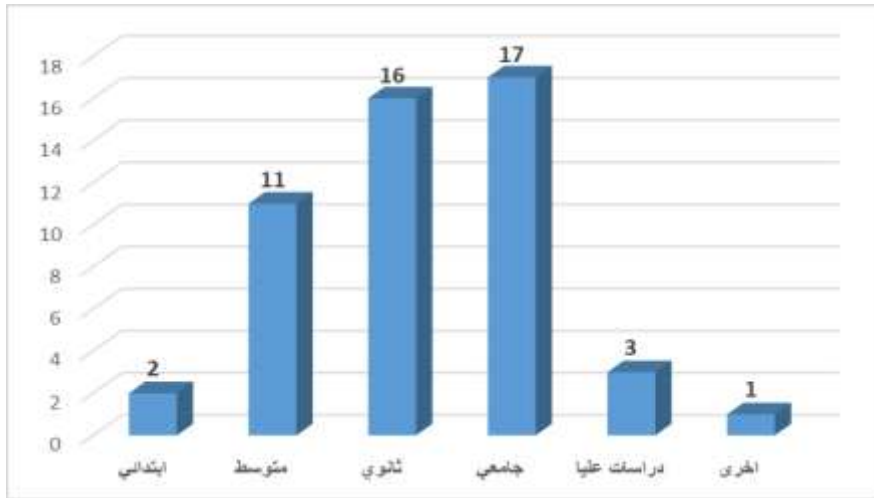
الجدول رقم (11): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

نسبة مئوية %	تكرارات	
4	2	ابتدائي
22	11	متوسط
32	16	ثانوي
34	17	جامعي
6	3	دراسات عليا
2	1	اخرى
100	50	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الاحصائية النسخة 25

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 34 فرداً، نلاحظ أن الذين لديهم مستوى ابتدائي بلغ عدد 2 بنسبة 4%، أما الذين لديهم مستوى متوسط فبلغ عددهم 11 بنسبة 22%، والذين لديهم مستوى ثانوي جاء بنسبة 31% فيبلغ عددهم 16 مفردة، أما أفراد العينة الحاملين لشهادة جامعية فقد بلغ عددهم 17 أفراد بنسبة 34%، أما الذين لديهم شهادات الدراسات العليا فقد كان عددهم على 3 قدرت نسبهم على التوالي بـ 6%، وتليها في الأخير الذي لديهم شهادات أخرى بلغ عددهم 1 مفردة قدرت بنسبة 2%، يتضح من خلال النسب الموضحة أن معظم أفراد عينة الدراسة هم من الفئة المستوى الجامعي ويتمتعون بالمهارات اللازمة لأداء عملهم كما ان طبيعة النشاط التي تمارسهم المؤسسة يستلزم هذه الفئة، مما يجعلهم يتحلون بالموضوعية والمصادقية في الإجابة على أسئلة الاستبيان والخروج بنتائج أقرب على الواقع. وهذا ما يوضحه الشكل التالي:

الشكل رقم (5): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي المؤهل العلمي



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

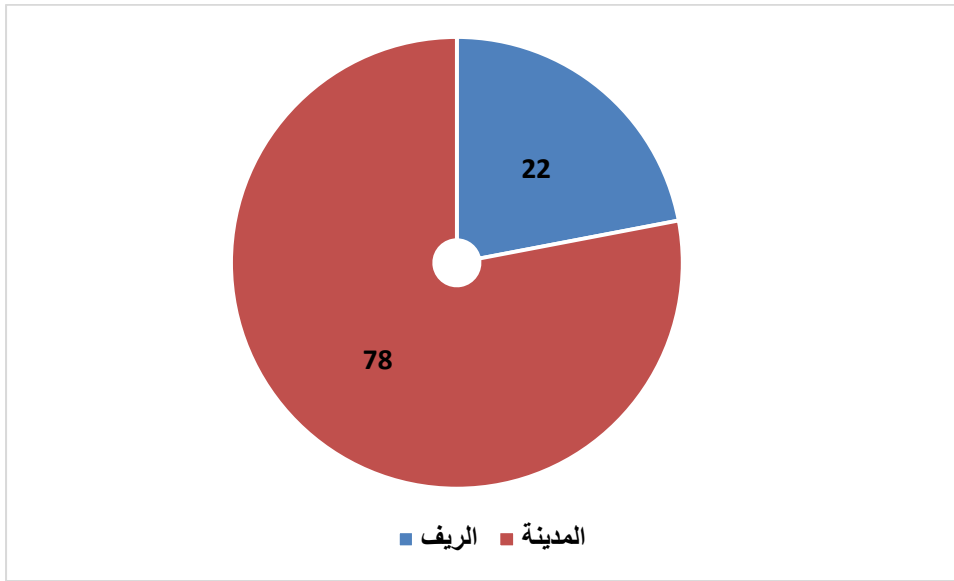
الجدول رقم (12): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان إقامتك

نسبة مئوية	تكرارات	
22	11	الريف
78	39	المدينة
100	30	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الاحصائية النسخة 25

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (50) فرداً، نلاحظ أن نسبة 22%، من أفراد عينة الدراسة يقيمون في الريف، في حين جاءت نسبة 78% من أفراد العينة من يقيمون في وسط المدينة وهذا ما يد على أنها الفئة الأكثر تفاعلاً مع مؤسسة اتصالات الجزائر كما هو موضح من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (6): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان إقامتك



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

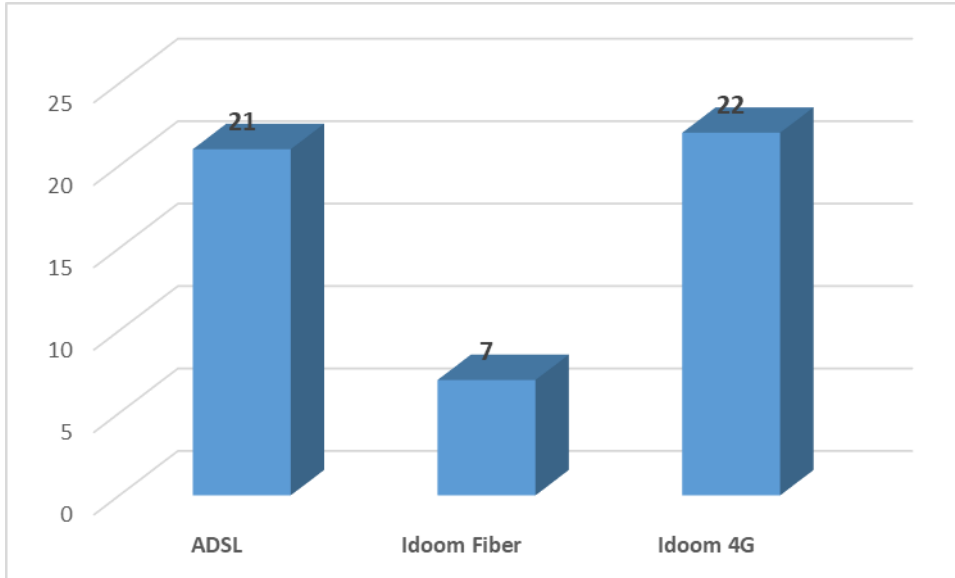
الجدول رقم (13): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المنتجات المقدمة

نسبة مئوية %	تكرارات	
42	21	ADSL
14	7	idoom Fibre
44	22	Idoom 4G
100	50	المجموع

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً (50) فرداً، نلاحظ أن نسبة 42%، من أفراد عينة الدراسة يستخدمون (ADSL)، في حين 14% من أفراد العينة من يستخدمون (IdoomFiber) فبلغ عددهم 7 مفردة، أما بالنسبة للذين يستخدمون (Idoom 4G)، فبلغ عددهم 22 مفردة بنسبة 44% وهذا ما يدل على أن خدمات الإنترنت المقدمة للعملاء متقاربة بين كل الخدمات التي توفرها وكالة اتصالات الجزائر، لأن Idoom 4G الأكثر تفاعلاً بالنسبة بين العملاء، كما هو موضح من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (7): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المنتجات المقدمة



المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على برنامج Excel

المطلب الثاني: تحليل الإحصاءات الوصفية للمحور الأول (الرقمنة)

ان مايميز تطبيق الارقمنة في المؤسسات هو تقليل تكاليف التنقل وتسريع انجاز الخدمات بالنسبة للعميل الذي تريد المؤسسة دائما ان تكسب رضاه عن منتجاتها وخدماتها ولعل اهم مايساعد الإدارة في تطبيق الرقمنة هو توفرها على أجهزة وتقنيات حديثة ونظم بيانات حديثة وهواتف وفاكسات تزيد ترابط بين مختلف الأجهزة الإدارية فالمكونات امادية ضرورية لمواكبة مؤسسة لمختلف تطورات التي تحدث في سوق لضمان بقائها.

الفرع الأول: المادي

الجدول رقم (14): يوضح الإحصاءات الوصفية للبعد المادي

القرار	الترتيب	انحراف معياري	متوسط الحسابي	العبارات
عالي	2	0,98747	3,6200	تعتقد أن الأجهزة المستخدمة في مؤسسة اتصالات الجزائر تخدم عملية الرقمنة
متوسط	4	1,24605	3,2800	ترى أن التطبيقات المستعملة في مؤسسة اتصالات الجزائر تغطي مختلف الخدمات المقدمة للعملاء
متوسط	5	1,20898	3,2600	تستغل مؤسسة اتصالات الجزائر جميع الوسائل والمعدات التكنولوجية الحديثة استغلال أمثل تلبية لخدمتكم
عالي	3	1,10657	3,400	تنشط مؤسسة اتصالات الجزائر عبر مختلف المواقع الالكترونية للتقرب من عملائها
عالي	1	1,09619	3,6800	تمتلك اتصالات الجزائر قاعة مريحة ونظيفة
<b>عالي</b>		<b>0.80970</b>	<b>3.4480</b>	<b>الدرجة الكلية للبعد</b>

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

بالنسبة للبعد الأول: يتضح من خلال الجدول السابق أن درجة بعد المادي جاءت بدرجة عالي ومتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (3.4480)، وانحراف معياري يساوي (0.80970). أما المتوسطات الحسابية لكل عبارة فتراوحت بين (3.2600 – 3.6800)، يمكن تفسير حصول بعد المادي في مؤسسة الاتصالات الجزائر بالمتوسط الحسابي.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

وقد جاءت كل العبارة بدرجة موافق وغير متأكد بمتوسطات حسابية في النواحي الآتية: جاءت عبارة الثانية في المرتبة الثانية "تعتقد أن الأجهزة المستخدمة في مؤسسة اتصالات الجزائر تخدم عملية الرقمنة" بمتوسط حسابي (3,6200)، وانحراف معياري (0,98747)، وعبارة "ترى أن التطبيقات المستعملة في مؤسسة اتصالات الجزائر تغطي مختلف الخدمات المقدمة للعملاء"، جاءت في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3.2800)، وانحراف معياري (1,24605)، وفي المرتبة الخامسة جاءت العبارة "تستغل مؤسسة اتصالات الجزائر جميع الوسائل والمعدات التكنولوجية الحديثة استغلال أمثل تلبية لخدمتكم" بمتوسط حسابي (3,2600)، وانحراف معياري (1.20898)، وأما العبارة الرابعة "تنشط مؤسسة اتصالات الجزائر عبر مختلف المواقع الالكترونية للتقرب من عملائها" جاءت في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,400)، وانحراف معياري (1,10657)، وفي المرتبة الاولى جاءت العبارة "تمتلك اتصالات الجزائر قاعة مريحة ونظيفة" بمتوسط حسابي (3,6800)، وانحراف معياري (0,09619).

مساهمة الرقمنة الجانب المادي في مؤسسة الاتصالات الجزائر تفسر بالكثير من الجوانب التي تدعم تقدم المؤسسة وتعزز قدرتها على تلبية احتياجات العملاء والمجتمع بشكل عام. والاستثمار في البنية التحتية يمثل جانباً أساسياً من البعد المادي، حيث يتضمن بناء وتحديث شبكات الاتصال، بما في ذلك الألياف البصرية ومحطات البث وأبراج الاتصالات. وهذه الاستثمارات ضرورية لضمان تقديم خدمات إنترنت عالية السرعة واتصالات هاتفية موثوقة، مما يعزز من تحقيق رضا العملاء وثقتهم في المؤسسة.

تمكنت رقمنة الجانب المادي وذلك لتبني التكنولوجيا الحديثة والابتكارات التقنية. من خلال الاستثمار في أجهزة ومعدات متطورة، تستطيع المؤسسة تقديم خدمات متقدمة مثل الجيل الرابع (4G) والخامس (5G)، مما يفتح أبواباً جديدة للتواصل الرقمي ويوفر إمكانيات واسعة للاستخدامات التجارية والشخصية. هذه التحسينات التكنولوجية ليست فقط مصدراً للتنافسية، ولكنها أيضاً تعزز من الكفاءة التشغيلية وتحسن جودة الخدمة المقدمة.

كذلك، يساهم في تعزيز قدرات المؤسسة على صيانة شبكاتها وتجهيزاتها بشكل فعال. الاستثمار في أنظمة المراقبة والصيانة الحديثة يضمن استمرارية الخدمة ويقلل من فترات الانقطاع، مما يؤدي إلى تحسين تجربة المستخدم وزيادة مستوى الثقة في الخدمات المقدمة.

في نهاية المطاف يفسر البعد المادي في مؤسسة الاتصالات الجزائر مساهمته الكبيرة في التطوير التكنولوجي، وتحسين جودة الخدمات، وتطوير الموارد البشرية، وتعزيز المسؤولية الاجتماعية. هذه الجوانب مجتمعة تساهم في تحقيق رؤية المؤسسة وأهدافها الاستراتيجية، مما يجعل الاستثمار في البعد المادي ضرورة حتمية لاستمرار نجاحها وتقدمها.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

### الفرع الثاني: الإداري

الجدول رقم (15): يوضح الإحصاءات الوصفية للبعد الإداري

القرار	الترتيب	انحراف معياري	متوسط الحسابي	العبارات
متوسط	6	1,29756	2,9000	تجد استجابة سريعة لمعالجة الشكاوي المقدمة من طرفكم
عالي	5	1,21218	3,4000	ساهمت الرقمنة في تخفيض تكلفة المادية المستغلة لتنفيذ الخدمات الإدارية (الوثائق، التسجيلات... إلخ) في مؤسسة اتصالات الجزائر
عالي	3	1,07076	3,4200	ساهمت الرقمنة في تسريع إنجاز العمليات الإدارية بالمؤسسة اتصالات الجزائر
عالي	1	1,0351	3,7000	أضافت الرقمنة ميزات جديدة على مستوى خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر
عالي	4	1,17959	3,4200	حققت الرقمنة تخفيض المدة الزمنية المستغرقة من لحظة استلام طلب الزبون للخدمة (طلب الوثائق الرقمية) إلى لحظة تسليم الطلب
عالي	2	1,1808	3,5600	مع وجود الرقمنة تقلص استخدام الملفات الورقية
عالي		<b>0,80037</b>	<b>3,4000</b>	<b>الدرجة الكلية للبعد</b>

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

بالنسبة للبعد الثاني: يتضح من خلال الجدول السابق أن درجة بعد الإداري جاءت بدرجة عالي ومتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (3,4000)، وانحراف معياري يساوي (0,80037). أما المتوسطات الحسابية لكل عبارة فتراوحت بين (2.9000 – 3.7000)، يمكن تفسير حصول بعد الإداري في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمتوسط الحسابي.

وقد جاءت كل العبارة بدرجة موافق وغير متأكد بمتوسطات حسابية في النواحي الآتية: جاءت عبارة الثانية في المرتبة السادسة "تجد استجابة سريعة لمعالجة الشكاوي المقدمة من طرفكم" بمتوسط حسابي (2,9000)، وانحراف معياري (1,29756)، وعبارة "ساهمت الرقمنة في تخفيض تكلفة المادية المستغلة لتنفيذ الخدمات الإدارية (الوثائق، التسجيلات... إلخ) في مؤسسة اتصالات الجزائر"، جاءت في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3,4000)، وانحراف معياري (1,21218)، وفي المرتبة الثالثة جاءت العبارة "ساهمت الرقمنة في تسريع إنجاز العمليات الإدارية بالمؤسسة اتصالات الجزائر" بمتوسط حسابي (3,4200)، وانحراف معياري (1,07076)، وأما العبارة الرابعة "أضافت الرقمنة ميزات جديدة على

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

مستوى خدمات مؤسسة اتصالات الجزائر " جاءت في المرتبة الاولى بمتوسط حسابي (3,7000)، وانحراف معياري (1,0351)، وفي المرتبة الرابعة جاءت العبارة "حققت الرقمنة تخفيض المدة الزمنية المستغرقة من لحظة استلام طلب الزبون للخدمة (طلب الوثائق الرقمية) إلى لحظة تسليم الطلب "بمتوسط حسابي(3,4200)، وانحراف معياري(1,17959)،وفي المرتبة الثانية جاءت العبارة "مع وجود الرقمة تقلص استخدام الملفات الورقية "بمتوسط حسابي(3,5600)، وانحراف معياري(0,80037).

تتيح الرقمنة للمؤسسة تقديم خدمات أفضل وأكثر تفاعلية للعملاء. من خلال استخدام الأنظمة الرقمية وخدمات الإنترنت، يمكن للعملاء الوصول إلى الخدمات والمعلومات بسهولة وسرعة، مما يعزز من تجربتهم ويزيد من رضاهم. الأنظمة الرقمية تمكن المؤسسة من تتبع طلبات العملاء واستفساراتهم بشكل أكثر فعالية، مما يساهم في تقديم حلول سريعة ودقيقة.

كما تساهم الرقمنة في تعزيز قدرة المؤسسة على الابتكار والتكيف مع التغيرات السريعة في سوق الاتصالات. الأنظمة الرقمية توفر البيانات والتحليلات اللازمة لفهم الاتجاهات السوقية واحتياجات العملاء، مما يساعد الإدارة على اتخاذ قرارات استراتيجية مبنية على معلومات دقيقة ومحدثة. هذا يعزز من قدرة المؤسسة على الابتكار وتقديم خدمات ومنتجات جديدة تلبي تطلعات العملاء.

في نهاية المطاف تفسر مساهمة رقمنة الإدارة في مؤسسة الاتصالات الجزائر من خلال دورها في تحسين الكفاءة التشغيلية، تعزيز الشفافية والمساءلة، تحسين التواصل الداخلي، تقديم خدمات أفضل للعملاء، وتعزيز القدرة على الابتكار والتكيف مع التغيرات السوقية. هذه العوامل مجتمعة تساهم في تعزيز مكانة المؤسسة كقائد في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتدعم تحقيق أهدافها الاستراتيجية والنمو المستدام.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

### الفرع الثالث: البشري

الجدول رقم (16): يوضح الإحصاءات الوصفية للبعد البشري

القرار	الترتيب	إنحراف معياري	متوسط الحسابي	العبارات
متوسط	1	1,32926	3,2200	تعتمد المؤسسة على اليد العاملة المؤهلة في مجال الرقمنة
عالي	3	1,23487	3,1600	عدد الموظفين كافي لتلبية طلباتكم وتحقيق أفضل خدمة لكم في الوقت المحدد
متوسط	4	1,4119	2,9200	يتمتع موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بحسن الخلق وطريقة جيدة للحوار
متوسط	2	1,31382	3,2200	تستعمل المؤسسة اتصالات الجزائر التقنيات الرقمية التي تسهل التواصل مع الزبائن
متوسط		0,03539	3,1300	الدرجة الكلية للبعد

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

بالنسبة للبعد الثالث: يتضح من خلال الجدول السابق أن درجة بعد البشري بدرجة موافق، محايد، معارض، حيث بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (3.0286)، وانحراف معياري يساوي (0.64370). أما المتوسطات الحسابية لكل عبارة فتراوحت بين (2,9200 - 3,2200)، يمكن تفسير حصول بعد البشري في مؤسسة اتصالات الجزائر، بالمتوسط الحسابي.

وقد جاءت كل العبارة بدرجة موافق بمتوسطات حسابية في النواحي الآتية: جاءت عبارة الأولى في المرتبة الأولى "تعتمد المؤسسة على اليد العاملة المؤهلة في مجال الرقمنة" بمتوسط حسابي (3,2200)، وانحراف معياري (1,32926)، وعبارة "عدد الموظفين كافي لتلبية طلباتكم وتحقيق أفضل خدمة لكم في الوقت المحدد"، في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,1600)، وانحراف معياري (1,23487)، وفي المرتبة الرابعة جاءت العبارة "يتمتع موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بحسن الخلق وطريقة جيدة للحوار" بمتوسط حسابي (2,9200)، وانحراف معياري (1,4119)، وأما العبارة الرابعة "تستعمل المؤسسة اتصالات الجزائر التقنيات الرقمية التي تسهل التواصل مع الزبائن" جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3,2200)، وانحراف معياري (1,31382).

مساهمة رقمنة الجانب البشري في مؤسسة الاتصالات الجزائر تفسر من خلال التأثير العميق الذي تحدثه في تحسين كفاءة إدارة الموارد البشرية، وتعزيز تجربة الموظفين، ودعم تحقيق الأهداف الاستراتيجية، وتحقيق فوائد متعددة للمؤسسة وموظفيها.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

وتتيح الأنظمة الرقمية وضع أهداف واضحة وقابلة للقياس، ومتابعة تقدم تحقيق هذه الأهداف بشكل مستمر. هذا يوفر شفافية أكبر ويسمح بتقديم تغذية راجعة فورية للموظفين، مما يساعدهم على تحسين أدائهم باستمرار. كما توفر هذه الأنظمة تحليلات وتقارير تفصيلية تدعم اتخاذ قرارات مستنيرة بشأن الترقيات والمكافآت، مما يحفز الموظفين ويعزز من رضاهم الوظيفي.

وتفسر مساهمة رقمنة الجانب البشري في مؤسسة الاتصالات الجزائر من خلال تحسين عمليات التوظيف، تعزيز برامج التدريب والتطوير المهني، تحسين إدارة الأداء، تعزيز التواصل الداخلي، وتسهيل الخدمات الإدارية. هذه التحسينات تساهم في بناء قوة عمل فعالة ومحفزة، تدعم تحقيق الأهداف الاستراتيجية للمؤسسة وتعزز من قدرتها على الابتكار والنمو في سوق تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الديناميكي.

### الفرع الرابع: الأمني

#### الجدول رقم (17): يوضح الإحصاءات الوصفية للبعد الأمني

القرار	الترتيب	إنحراف معياري	متوسط الحسابي	العبارات
متوسط	4	1,15281	3,240	تستعمل المؤسسة قاعدة بيانات احتياطية عند ضياع أو فقدان البيانات الأصلية
متوسط	3	1,21638	3,3000	تحتوي المؤسسة على أنظمة رقابية وأمنية لمكافحة الاختراقات
عالي	1	1,0349	3,4800	تضمن المؤسسة اتصالات الجزائر سرية المعلومات والمعاملات الإدارية
متوسط	2	1,2436	3,3800	تؤمن مؤسسة اتصالات الجزائر حسابات وخدمات الكترونية آمنة لعملائها
متوسط		<b>0,98716</b>	<b>3,3500</b>	<b>الدرجة الكلية للبعد</b>

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

**بالنسبة للبعد الثالث:** يتضح من خلال الجدول السابق أن درجة بعد الأمني بدرجة موافق، محايد، معارض، حيث بلغ المتوسط الحسابي للبعد ككل (3.3500)، وانحراف معياري يساوي (0.98716). أما المتوسطات الحسابية لكل عبارة فتراوحت بين (3,240 – 3,4800)، يمكن تفسير حصول بعد الأمني في مؤسسة اتصالات الجزائر، بالمتوسط الحسابي.

وقد جاءت كل العبارة بدرجة موافق بمتوسطات حسابية في النواحي الآتية:

جاءت عبارة الأولى في المرتبة الرابعة "تستعمل المؤسسة قاعدة بيانات احتياطية عند ضياع أو فقدان البيانات الأصلية" بمتوسط حسابي (3,240)، وانحراف معياري (1,15281)، وعبارة "تحتوي

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

المؤسسة على أنظمة رقابية وأمنية لمكافحة الاختراقات"، في المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,3000)، وانحراف معياري (1,21638)، وفي المرتبة الأولى جاءت العبارة "تضمن المؤسسة اتصالات الجزائر سرية المعلومات والمعاملات الإدارية" بمتوسط حسابي (3,4800)، وانحراف معياري (1,0349)، وأما العبارة الرابعة "تؤمن مؤسسة اتصالات الجزائر حسابات وخدمات الكترونية آمنة لعملائها جاءت في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3,3800)، وانحراف معياري (1,31382).

مساهمة رقمنة الجانب الأمني في مؤسسة الاتصالات الجزائر تفسر من خلال الفوائد الكبيرة التي تقدمها في تعزيز الحماية الشاملة للبيانات والبنية التحتية التقنية للمؤسسة.

رقمنة الجانب الأمني تعني استخدام التقنيات الرقمية المتقدمة والأنظمة الإلكترونية لتعزيز الأمن السيبراني، وحماية المعلومات الحساسة، وضمان استمرارية العمليات التشغيلية دون انقطاع.

كما تساهم الرقمنة في توعية الموظفين وتعزيز ثقافة الأمن السيبراني. من خلال برامج التدريب الرقمية والمحاكاة، يمكن للمؤسسة تعليم الموظفين أفضل الممارسات في مجال الأمن السيبراني، وكيفية التعرف على التهديدات والتعامل معها بفعالية. هذا يزيد من الوعي الأمني ويقلل من احتمالية الوقوع في الفخاخ الإلكترونية مثل هجمات التصيد الاحتيالي.

تفسر مساهمة رقمنة الجانب الأمني في مؤسسة الاتصالات الجزائر من خلال تعزيز قدرات المراقبة والاستجابة، حماية البيانات الحساسة، ضمان استمرارية الأعمال، تعزيز ثقافة الأمن السيبراني، وتحسين إدارة الامتثال. هذه التحسينات تضمن توفير بيئة آمنة وموثوقة، تحمي المؤسسة من التهديدات السيبرانية وتعزز من قدرتها على تقديم خدمات عالية الجودة بثقة وأمان.

### المطلب الثالث: تحليل الإحصاءات الوصفية للمحور الثالث (رضا العملاء)

#### الجدول رقم (18): يوضح الإحصاءات الوصفية لمحور رضا العملاء

القرار	الترتيب	الانحراف المعياري	متوسط حسابي	
عالي	1	0,97080	3,5800	سبق لك أن اقتنيت منتج من مؤسسة اتصالات الجزائر
متوسط	2	1,12486	3,2000	لديك معلومات مسبقة عن المنتج من خلال المواقع الإلكترونية لمؤسسة اتصالات الجزائر
متوسط	7	1,07836	3,0200	تتعامل مؤسسة اتصالات الجزائر بالدفع عن طريق الأقساط وبطاقات الدفع الإلكتروني
متوسط	8	1,20221	2,9400	ترضيك جودة منتجات وخدمات مؤسسة اتصالات الجزائر
متوسط	13	1,19335	2,6200	توفر مؤسسة اتصالات الجزائر خدمات سلكية ولاسلكية للمناطق المعزولة
متوسط	11	1,18992	2,8200	خدمة ما بعد البيع والضمان موجودة
متوسط	5	1,09563	3,0600	بشكل عام أنت راضي عن مستوى الخدمات المقدمة لك
متوسط	10	1,25584	2,8800	تجد تخفيضات وتحفيزات على مستوى المؤسسة اتصالات

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

الجزائر في منتجاتها				
متوسط	3	1,16058	3,2000	برايك المؤسسة اتصالات الجزائر توكب الرقمنة
متوسط	9	1,13227	2,9400	توفر المؤسسة اتصالات الجزائر حسن المعاملة والاستقبال وتقديم الخدمة المطلوبة
متوسط	12	1,27279	2,8200	توجد استطلاعات للرأي حول كفاءة مؤسسة اتصالات الجزائر على مواقع التواصل الاجتماعي
متوسط	6	1,32419	3,0400	ترى ان المؤسسة اتصالات الجزائر ترقى لمستوى توقعاتكم
متوسط	4	1,38505	3,2000	كزبون من خلال نظرتك وتعاملك للمؤسسة في تحسن و تطور الخدمات المقدمة
متوسط		<b>0,70200</b>	<b>3,0246</b>	الدرجة الكلية للمحور

المصدر: مخرجات برنامج الحزم الإحصائية النسخة 25

يتضح من خلال الجدول السابق أن درجة محور رضا العملاء جاءت موافق، حيث بلغ المتوسط الحسابي للمجال ككل (3,0246)، وانحراف معياري يساوي (0,70200).

أما المتوسطات الحسابية لكل عبارة فتراوحت بين (2.6200 - 3.5800)، يمكن تفسير حصول كل محور رضا العملاء بالمتوسط الحسابي.

وقد جاءت كل العبارة بدرجة وموافق وغير متأكد بمتوسطات حسابية وانحرافات معيارية كل عبارة المحور الثالث بدرجة بين موافق على النحو الآتي:

جاءت عبارة "سبق لك أن اقتنيت منتج من مؤسسة اتصالات الجزائر" في المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (3,5800)، وانحراف معياري (0,97080)، وعبارة "لديك معلومات مسبقة عن المنتج من خلال المواقع الالكترونية لمؤسسة اتصالات الجزائر"، في المرتبة الثانية بمتوسط حسابي (3,200)، وانحراف معياري (0,80827)، جاءت العبارة "تتعامل مؤسسة اتصالات الجزائر بالدفع عن طريق الأقساط وبطاقات الدفع الإلكتروني" جاءت في الثالثة المحور المرتبة السابعة بمتوسط حسابي (3,0200)، وانحراف معياري (1,07836)، وفي المرتبة في الثامنة عبارة "ترضيكم جودة منتجات وخدمات مؤسسة اتصالات الجزائر" بمتوسط حسابي (2,9400)، وانحراف معياري (1,20221)، وجاءت العبارة "توفر مؤسسة اتصالات الجزائر خدمات سلكية ولاسلكية للمناطق المعزولة" في المرتبة الثالثة عشر بمتوسط حسابي (2,6200)، وانحراف معياري (1,19335) أما عبارة "خدمة ما بعد البيع والضمان موجودة" جاءت في المرتبة الحادي عشر بمتوسط حسابي (2,8200)، وانحراف معياري (1,18992)، كما جاءت للعبارة "بشكل عام أنت راضي عن مستوى الخدمات المقدمة لك"، في المرتبة الخامسة بمتوسط حسابي (3,0600) وانحراف معياري (1,09563)، وفي المرتبة العاشرة عشر فكانت للعبارة "تجد تخفيضات وتحفيزات على مستوى المؤسسة اتصالات الجزائر في منتجاتها"، بمتوسط حسابي (2,8800) وانحراف معياري (1,25584)، وأما العبارة "برايك المؤسسة اتصالات الجزائر توكب الرقمنة" فاحتلت

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

المرتبة الثالثة بمتوسط حسابي (3,2000) وانحراف معياري (1,16058)، وجاءت العبارة " توفر المؤسسة اتصالات الجزائر حسن المعاملة والاستقبال وتقديم الخدمة المطلوبة" في المرتبة التاسعة بمتوسط حسابي (2,9400) وانحراف معياري (1,13227). وجاءت عبارة " توجد استطلاعات للرأي حول كفاءة مؤسسة اتصالات الجزائر على مواقع التواصل الاجتماعي" جاءت في المرتبة الثانية عشر بمتوسط حسابي (2,8200) وانحراف معياري (1,27279)، وجاءت العبارة " ترى ان المؤسسة اتصالات الجزائر ترقى لمستوى توقعاتكم" في المرتبة السادسة بمتوسط حسابي (3,0400) وانحراف معياري (1,35805)، وجاءت العبارة " كزبون من خلال نظرتك وتعاملك للمؤسسة في تحسن وتطور الخدمات المقدمة" في المرتبة الرابعة بمتوسط حسابي (3,2000) وانحراف معياري (1,35805).

مما يتضح لنا من خلال النتائج المتحصل عليها على أن أفراد العينة يؤكدون تبين من النتائج أن هناك أغلبية المستجوبين جاءت بدرجة متوسطة من العملاء الذين أبدوا رضاهم عن خدمات مؤسسة الاتصالات الجزائر. وجاءت ذلك الرضا نتيجة للجهود المبذولة في تحسين جودة الخدمات وتلبية احتياجات العملاء بشكل فعال.

بالإضافة إلى ذلك، أشار العملاء إلى الاستجابة السريعة والفعالة من قبل فرق خدمة العملاء، حيث تم تلبية استفساراتهم ومتطلباتهم بشكل مهني وودي. كما لاحظوا التحسينات في عمليات الفوترة وتسهيلات الدفع، مما أدى إلى تجربة عملاء أسهل وأكثر يسراً.

علاوة على ذلك، أشار العملاء إلى رضاهم عن التواصل والتفاعل مع مؤسسة الاتصالات الجزائر، حيث تم تقديم مساحة للملاحظات والاقتراحات، وتم التعامل معها بجدية وتقدير.

مما يفسر أن آراء العملاء التي تم جمعها من العينة تفوق مؤسسة الاتصالات الجزائر في تلبية احتياجات وتوقعات العملاء، وتوفير خدمات شبه عالية. هذا ما يعكس التزام المؤسسة بالتطوير المستمر وتحسين الجودة، ويعزز من مكانتها كمزود رائد لخدمات الاتصالات في الجزائر

### المطلب الرابع: مناقشة النتائج على ضوء الفرضيات

لدراسة وجود علاقة بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع سنقوم بحساب معاملات الارتباط من أجل معرفة أي المتغيرات أقوى ارتباطاً والمتغيرات الأقل ارتباطاً، ولأجل ذلك سيتم صياغة فرضيات العلاقة كالتالي:

H0: لا يوجد دور ذو دلالة إحصائية للرقمنة في تحقيق رضا العملاء.

H1: يوجد دور ذو دلالة إحصائية للرقمنة في تحقيق رضا العملاء.

ومن خلال مخرجات برنامج (SPSS) لحساب معامل الارتباط كانت النتائج كما في الجدول التالي:

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

الجدول رقم (19): يوضح معاملات إرتباط بيرسون بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع

بعد الأمني	بعد البشري	بعد الإداري	بعد المادي	رضا العملاء	المتغيرات	معامل الارتباط
0.636**	0.839**	0.785**	0.677**	1	رضا العملاء	
0.000	0.000	0.000	0.000		مستوى الدلالة	
0.396**	0.614**	0.524**	1	0.677**	بعد المادي	
0.004	0.000	0.000		0.000	مستوى الدلالة	
0.461**	0.672**	1	0.524**	0.785**	بعد الإداري	
0.001	0.000		0.000	0.000	مستوى الدلالة	
0.564**	1	0.672**	0.614**	0.839**	بعد البشري	
0.000		0.000	0.000	0.000	مستوى الدلالة	
1	0.564**	0.461**	0.396**	0.636**	بعد الأمني	
	0.000	0.000	0.004	0.000	مستوى الدلالة	

المصدر: إعداد الطالبين من خلال البيانات الميدانية للبحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي (SPSS) نلاحظ من الجدول السابق وجود علاقة بين المتغيرات طردية وذات دلالة إحصائية عالية جدا أقل من أو تساوي (0.01) مما يعني وجود علاقة بين المتغيرات المستقلة الرقمنة، ونلاحظ أن أبعاد الرقمنة (بعد مادي، بعد إداري، بعد بشري، بعد أمني) البعد البشري هو الأقوى ارتباطا بمعدل ارتباط، (0.839). وذلك راجع إلى وجود علاقة ارتباطية تكاملية موجبة بين تكنولوجيا الرقمية في مؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق رضا العملاء تأثيره بعدة عوامل ما هو داخلي مثل تحسين كفاءة العمليات الداخلية، تعزيز التواصل الفعال بين الأقسام، وتوفير تدريب متقدم للموظفين.

### المطلب الخامس: اختبار الفرضيات ومناقشتها

تتمحور الفرضيات الدراسة في كشف عن مدى وجود علاقة ارتباطية ذات تأثير ايجابي بين المتغير المستقل والمتغير التابع أي بين متغير مستقل المتمثل في الرقمنة والمتغير التابع المتمثل في رضا العملاء وعليه وللإجابة عن الفرضيات فانه سيتم دراسة علاقة التأثير بينهما باستخدام تحليل الانحدار الخطي الكشفي على وجود ارتباط بين المتغيرات وكذلك عن مدى تأثير ومساهمة ودور متغير مستقل في التغيرات التي تحدث في المتغير التابع حيث وخلال حساب معادلة الانحدار الخطي للعلاقة التأثير بين المتغيرين فإن نتحصل على مؤشرات إحصائية نقدم شرح موجز لها حتى نتمكن من تفسير النتائج المتحصل عليها:

▪ معامل الارتباط بيرسون (Correlation de Pearson): ويستخدم لقياس اتجاه وقوة العلاقة الخطية بين المتغيرين وتقع قيمة معامل الارتباط بين - 1 إلى + 1 وهذه القيمة تدل على قوة أو ضعف العلاقة بين المتغيرين، فإذا كنت القيمة كبيرة كافية بغض النظر عن الإشارة فإن العلاقة بين

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

المتغيرين قوية، أما إشارة معامل الارتباط فإنها تدل على اتجاه العلاقة بين المتغيرين فإذا كانت الإشارة موجبة فإن زيادة قيم أحد المتغيرات ترافقها زيادة في المتغير الآخر أي العلاقة بينهما طردية والعكس صحيح، ويمكن تقسيم مجالات قيمة معامل الارتباط.

▪ **اختبار F (F-test):** من اجل معنوية العلاقة بين متغير المستقل والمتغير التابع للعلاقة المدروسة يمكن معرفة المعنوية أو الدلالة الإحصائية للعلاقة المدروسة من خلال قيمة sig المرافقة للاختبار (F-test) فإذا كانت قيمة SIG أقل من 0.05 فإن العلاقة المدروسة بين متغيرين ذات دلالة إحصائية:

▪ **معامل الانحدار  $b_1$  و  $b_0$ :** حيث ما يمثل مقدر الثابت ذلك أن الثابت و  $b$  ومعامل B فهو قيمة التي يزيد بها المتغير التابع عند زيادة وحدة واحدة في المتغير المستقل.

▪ **اختبار T (T-test):** من اجل معنوية التأثير بين المتغيرين، ويستخدم لاختبار معنوية تأثير المستقل في التابع، بكلمة أخرى يستخدم لتحقيق من معنوية معاملات ( $b_0$  و  $b_1$ ) للنموذج الانحدار وهذا من مقارنة قيمة sig المرافقة للاختبار (T-test) مع مستوى الدلالة 0.05 حيث إذا كانت قيمة SIG أقل من 0.05 فإن معامل الانحدار ( $b_0$  و  $b_1$ ) يختلف عن الصفر ومنه له تأثير معنوي ويضم في نموذج الانحدار الممثل للعلاقة المدروسة. قيمة معامل التفسير: ويرمز له بالرمز  $R^2$  ويمثل النسبة المئوية للتباين التي يتم تفسيرها بواسطة المتغير أو المتغيرات المستقلة التي يتضمنها النموذج وتقع بين 0 و 1 أي بين:  $0 \leq R \leq 1$  فكلما اقتربت من 1 يعني ارتفاع درجة التفسير متغير التابع من قبل متغير المستقل.

### الفرع الاول: اختبار الفرضية الرئيسية:

#### تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على ما يلي

✓ يوجد دور ذو دلالة إحصائية للرقمنة في تحقيق رضا العملاء.

لإختبار هذه الفرضية تم استخدام تحليل الانحدار المتعدد للتحقق من دور أبعاد الرقمنة البديلة والمتمثلة في كل (البعد الأول: المادي/ البعد الثاني: إداري/ البعد الثالث: بشري، البعد الرابع: الأمني) في تحقيق رضا العملاء، حيث تنص الفرضيات الفرعية على ما يلي:

▪ **بعد المادي:**

**نصت الفرضية الأولى:** يوجد دور ذو دلالة احصائية للبعد المادي في تحقيق رضا العملاء عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

▪ **بعد الإداري**

**نصت الفرضية الثانية:** يوجد دور ذو دلالة احصائية للبعد الإداري في تحقيق رضا العملاء عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

### ▪ بعد البشري

نصت الفرضية الثالثة: يوجد دور ذو دلالة احصائية للبعد البشري في تحقيق رضا العملاء عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

### ▪ بعد الامني

نصت الفرضية الرابعة: يوجد دور ذو دلالة احصائية للبعد الامني في تحقيق رضا العملاء عند مستوى دلالة ( $\alpha \geq 0.05$ ).

▪ صياغة النموذج الانحدار الخطي المتعدد للفرضية: من أجل دراسة العلاقة بين المتغير (المستقل (المؤثرة) والتابع (المتأثر) نعتمد على المعادلة التالية:

$$Y=B+x_1+x_2+x_3+x_4$$

والجدول التالي هو ملخص للجدول مخرجات تحليل الانحدار المتعدد بالاستعانة ببرنامج SPSS وهي ملخص نموذج الانحدار ( $R^2, R$ )، تحليل التباين ANOVA، النتائج الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار (B). يبين نتائج نموذج الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية الجدول رقم (20): يوضح يبين نتائج نموذج الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية

القدرة التفسيرية للنموذج					
خطأ المعياري للتقدير في النموذج	Adjusted R Square معامل التفسير المصحح	R Square معامل التفسير	R معامل الارتباط المتعدد		
0.17011	0.185	0.252	0.502		
معنوية الكلية لنموذج حسب نتائج تحليل ANOVA					
النموذج	Sum of Squares	Df	Mean square	F	Sig القيمة الاحتمالية
الانحدار	6.076	4	1.519	3.783	0.010
البواقي	18.071	45	0.402		
المجموع	24.147	49			
المعنوية الجزئية لمعاملات					
المتغيرات	B قيم معامل الانحدار	قيم اختبار T	Sig القيمة الاحتمالية	تشخيص مشكلة التداخل الخطي بين المتغيرات المستقلة VIF	
التابع: تحقيق رضا العملاء	-B <sub>0</sub>	1.811	3.797	0.000	
البعد الأول: المادي	-B <sub>1</sub>	0.041-	0.145	0.283-	1.671
البعد الثاني: الاداري	-B <sub>2</sub>	0.177	1.128	0.265	1.919
البعد الثالث: البشري	-B <sub>3</sub>	0.266	1.928	0.060	2.488
البعد الرابع: الأمني	-B <sub>4</sub>	-0.024	-0.210	0.834	1.496

المصدر: إعداد الطالبين من خلال البيانات الميدانية للبحث اعتمادا على نتائج التحليل الإحصائي (SPSS) v25

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

قبل تحليل نتائج الانحدار الخطي المتعدد ولبناء النموذج الفرضية للعلاقة بين المتغيرات محل الدراسة في ضوء أسس إحصائية دقيقة يجب التأكد.

من استقلالية المتغيرات المستقلة وعدم التداخل الخطي فيما بينها أو ما يعرف بتشخيص مشكلة الارتباط الخطي المتعدد. ويتم هذا من خلال استخدام معامل تضخم التباين (VIF) ويجب أن تكون قيمة: (VIF) تكون أقل (5).<sup>1</sup>

• ويتبين من الجدول أعلاه: أن قيمة معامل تضخم التباين (VIF) لجميع المتغيرات المستقلة (البعد الأول: المادي/البعد الثاني: الإداري/ البعد الثالث: البشري/ البعد الرابع: الأمني) هي أقل من 5. حيث نجد أن قيم (VIF) للمتغيرات المستقلة محصورة بين (2.488 أعلى قيمة وأدنى قيمة 1.496)، مما يبين أنه لا توجد مشكلة التعدد الخطي في بيانات المتغيرات المستقلة ومنه نتائج نموذج الانحدار المتعدد المتعلق باختبار الفرضية الرئيسية. ستكون دقيقة ونعتمد على نتائجها من أجل تحليلها وتفسيرها.

✓ تحليل نموذج الانحدار المتعدد من خلال معرفة معنوية نموذج الانحدار الممثل لدراسة الأثر بين المتغيرات المستقلة والمتغير التابع ونسبة مساهمة وتفسير المتغيرات المستقلة في التغيرات التي تؤدي إلى تفعيل المتغير التابع وأيضا من خلال تحليل معاملات الانحدار المتغيرات المستقلة كل على حدا ومدى التأثير المعنوي لكل منهما على المتغير التابع.

• معنوية نموذج الانحدار من خلال قيم اختبار (F-test): وهي القيمة التي تشير إلى معنوية نموذج الانحدار لدراسة التأثير بين المتغيرات المستقلة في المتغير التابع ويتم الحكم على معنوية العلاقة من خلال قيمة احتمال الخطأ (Sig) المصاحبة لقيمة F فإذا كانت قيمة Sig أقل من 0.05 فإن علاقة التأثير معنوية. ومن خلاله يتم الحكم على قبول الفرضية.

حيث تبين من الجدول أعلاه من نجد قيمة F المحسوبة بلغت (F<sub>cal</sub>=3.783) وأن قيمة SIG=0.000 المصاحبة لقيمة (F) هي أقل من مستوى الدلالة (0.05) وهذا يشير إلى وجود علاقة ارتباطية دال إحصائيا بين عناصر الرقمنة (البعد الأول: المادي/ البعد الثاني: الإداري / البعد الثالث: البشري/ البعد الرابع: الأمني) و(تحقيق رضا العملاء) وعليه نستنتج قرار اختبار الفرضية: نرفض الفرضية الصفرية (H<sub>0</sub>) ونقبل الفرضية البديلة (H<sub>1</sub>): يوجد علاقة ارتباطية ذات تأثير ايجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) رقمنة مؤسسة اتصالات الجزائر وتحقيق رضا العملاء.

<sup>1</sup> عبد الناصر السيد عامر: نمذجة المعادلة البنائية للعلوم النفسية والاجتماعية (الأسس والتطبيقات والقضايا)، الجزء الثاني، دار جامعة نايف للنشر، 2018، ص 54.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

تفسير قيمة معامل ارتباط بيرسون (R) من خلال معامل الارتباط بيرسون الذي بلغت قيمته:  $R = (0.502)$  وقيمته موجبة ودالة إحصائية، لأن قيمة الاحتمالية ( $0.000 = \text{sig}$ ) المصاحبة لاختبار (F) أقل من 0.05. ويدل ذلك أن العلاقة بين المتغير بين عناصر الرقمنة (البعد الأول: المادي/ البعد الثاني: الإداري / البعد الثالث: البشري/ البعد الرابع: الأمني) و(تحقيق رضا العملاء) طردية (موجبة)، أي إن زيادة في تطبيق عناصر الرقمنة يؤدي ذلك إلى زيادة في تحقيق رضا العملاء هذه النتيجة منطقية من حيث اتجاه وهذا بناء على ما تطرقنا له في الجانب النظري للدراسة.

تفسير قيمة معامل التحديد ( $R^2$ ) (نسبة التفسير): من خلال الجدول أعلاه نجد قيمة معامل التحديد المقدر بـ  $R^2 = 0.252$  وهي توضح أن القوة التفسيرية لنموذج الانحدار بلغت 25.2% أي أن 25.2% من التغيرات الحاصلة في متغير التابع "تحقيق رضا العملاء" ترجع إلى تأثير التغير في قيم متغيرات عناصر الرقمنة (البعد الأول: المادي/ البعد الثاني: الإداري / البعد الثالث: البشري/ البعد الرابع: الأمني) و(تحقيق رضا العملاء) من وجهة نظر العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر والباقي يرجع إلى عوامل أخرى.

تفسير قيمة التأثير (معامل الانحدار B) للمتغيرات المستقلة في المتغير التابع وأيهما له تأثير (تأثير معنوي) وأيهما ليس له أي أثر (تأثير غير معنوي) ومن ثم استبعاده من النموذج الانحدار (معادلة الانحدار المتعدد) وقاعدة تقييم: هي إذا كانت قيمة مستوى المعنوية ( $\text{sig}$ ) والمبين في الجدول أعلاه أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة 0.05 المقابلة لقحة المحسوبة للمعامل B فإن قيمة معامل الانحدار معنوية أي (تضم إلى النموذج).

-بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل (رضا العملاء) قيمة ( $B = 1.811$ ) وهي قيمة موجبة (تأثير إيجابي) ودالة إحصائية حيث نجد أن قيمة (T) المحسوبة بلغت ( $T_{\text{cal}} = 3.797$ ) وأن قيمة ( $\text{Sig} = 0.000$ ) أقل من مستوى الدلالة 0.05 ويمكن أن نفسر ذلك أن تأثير متغير المستقل الرقمنة معنوي (دالة إحصائية). وهذا يعني إن هناك علاقة عكسية وذلك كل تغير مقداره درجة واحدة في تطبيق الرقمنة، سيؤدي إلى تغير إيجابي في زيادة تحقيق رضا العملاء بمقدار القيمة الإحتمالية 0.000 وهي قيمة مقبولة إحصائياً تدل على أهمية الرقمنة في تأثيرها على تحقيق رضا العملاء.

معادلة الانحدار الخطي المتعدد لدور الرقمنة الذي نرسم لها بالرمز Y ونرمز للمتغير الفرعي

المستقل بالرمز X.

$$Y = 1.811 - 0.041x_1 + 0.177x_2 + 0.266x_3 - 0.024x_4$$

$$y = x_2 + x_3$$

ومنه رفض البعد الأمني والمادي وقبول البشري والإداري.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

### الفرع الثاني: اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة:

لمعرفة المتغير الثابت (البعد الأول: المادي/ البعد الثاني: الإداري / البعد الثالث: البشري/ البعد الرابع: الأمني) تأثيره على تحقيق رضا العملاء كلاً على حدا على المتغير التابع (تحقيق رضا العملاء) سيتم دراسة علاقة التأثير بينهما باستخدام تحليل الانحدار الخطي البسيط لكشف على وجود ارتباط بين المتغيرات وكذلك عن مدى تأثير ومساهمة ودور متغير مستقل في التغيرات التي تحدث في كل المتغير التابع على حدا والجدول التالي يعرض النتائج المؤشرات الإحصائية للانحدار الخطي البسيط وهو ملخص للجدول ملخص نموذج الانحدار  $(R, R^2)$ ، تحليل التباين ANOVA، النتائج الدلالة الإحصائية لمعاملات الانحدار (B).  
**نصت الفرضية الأولى:** يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبعد المادي في تحقيق رضا العملاء عند مستوى دلالة  $(\alpha \geq 0.05)$ .

جدول رقم (21) يوضح الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الأولى

نتيجة الفرضية	معنوية معامل الانحدار			القدرة التفسيرية		معنوية الكلية لنموذج الانحدار البسيط		المتغير التابع	المتغير المستقل بعد	اختبار الفرضية الفرعية
	Sig	t	B	R <sup>2</sup>	R	Sig	قيمة F			
قبول الفرضية	0.044	2.070	2.248	0.082	0.286	0.044	4.283	رضا العملاء	المادي	الفرضية الأولى

بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل (البعد المادي) قيمة  $(B=2.169)$ : وهي قيمة موجبة (تأثير إيجابي) دالة إحصائياً حيث أن قيمة الاحتمالية  $(Sig=0.044)$  أصغر من مستوى الدلالة 0.05 ويمكن أن نفسر ذلك أن يوجد تأثير معنوي لمتغير (البعد المادي) و(دالة إحصائياً). وبهذا نرفض الفرضية الصفرية  $(H_0)$  ونقبل الفرضية البديلة  $(H_1)$ : يوجد علاقة ارتباطية ذات تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى  $(0.05)$  البعد المادي في تحقيق رضا العملاء.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لدور الرقمنة الذي نرمز لها بالرمز Y ونرمز للمتغير الفرعي المستقل بعد المادي بالرمز  $x_1$

$$Y=2.169+0.248x_1$$

وهذا يعني بأن كل تغير مقداره درجة واحدة في القيادة الإدارية، سيؤدي إلي تغير إيجابي في بعد المادي في مؤسسة اتصالات الجزائر على تحقيق رضا العملاء بمقدار قيمة احتمالية 0.044 وهي قيمة مقبولة إحصائياً تدل على أهمية البعد المادي في مؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق رضا العملاء، كما تتجلى أهمية البعد المادي في مؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق رضا العملاء من خلال الدور الحاسم

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

الذي يلعبه في تحسين جودة البنية التحتية التقنية وتوفير الأجهزة والمعدات المتطورة. والاستثمار في البعد المادي، مثل تحديث الشبكات وتوسيع نطاق التغطية واستخدام أحدث التقنيات في مجال الاتصالات، يساهم بشكل مباشر في تحسين كفاءة الخدمة وتقليل الأعطال والانقطاعات. هذا بدوره يؤدي إلى تقديم خدمات أكثر موثوقية واستمرارية، مما يعزز من تجربة العملاء ورضاهم. بالإضافة إلى ذلك يتيح البعد المادي المحدث للمؤسسة تقديم خدمات جديدة ومبتكرة تلبي احتياجات العملاء المتزايدة وتوقعاتهم المتطورة. على سبيل المثال، توفير سرعات إنترنت أعلى وخدمات بث أكثر استقرارًا يساهم في تعزيز تحقيق رضا العملاء.

كما أن تجهيز فرق الدعم الفني بالمعدات والأدوات اللازمة يضمن استجابة سريعة وفعالة لطلبات

العملاء وحل مشاكلهم في وقت قياسي، مما يزيد من رضاهم وولائهم. ومن هنا نستنتج قبول الفرضية نصت الفرضية الثانية: يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبعد الإداري في تحقيق رضا العملاء عند مستوى دلالة  $(\alpha \geq 0.05)$ .

جدول رقم (22) يوضح الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثانية

نتيجة الفرضية	معنوية معامل الانحدار			القدرة التفسيرية		معنوية الكلية لنموذج الانحدار البسيط		المتغير التابع	المتغير المستقل	اختبار الفرضية الفرعية
	Sig	t	B	R <sup>2</sup>	R	قيمة F	sig			
قبول الفرضية	0.002	3.253	0.373	0.181	0.425	0.002	10.580	تحقيق رضا العملاء	البعد الإداري	الفرضية الثانية

- بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل (البعد الإداري) قيمة (B= 0.373) وهي قيمة موجبة (تأثير إيجابي) ودالة إحصائياً حيث أن قيمة الاحتمالية (Sig=0.002) أقل من مستوى الدلالة 0.05 ويمكن أن نفسر ذلك أن تأثير متغير (ثابت) معنوي (دالة إحصائياً).

✓ وبهذا نرفض الفرضية الصفرية (H<sub>0</sub>) ونقبل الفرضية البديلة (H<sub>1</sub>): يوجد علاقة ارتباطية ذات تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى (0.05) للبعد الإداري في تحقيق رضا العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر.

✓ وهذا يعني بأن كل تغير مقداره درجة واحدة في تطبيق بناء فريق العمل، سيؤدي إلى تغير إيجابي في زيادة تحقيق رضا العملاء بمقدار 0.002 وهي قيمة مقبولة إحصائياً تدل على أهمية بعد الإداري وتأثيره على تحقيق رضا العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لدور الرقمنة الذي نرسم لها بالرمز Y ونرمز للمتغير الفرعي

المستقل بعد المادي بالرمز X<sub>2</sub>

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

$$Y=1.757+0.373x_2$$

تتمثل أهمية البعد الإداري في مؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق رضا العملاء من خلال تحسين كفاءة إدارة العمليات والخدمات وتقديم تجربة عملاء ممتازة، وذلك لأن الإدارة الجيدة تضع استراتيجيات واضحة وخطط عمل مدروسة، تضمن تدريب الموظفين بشكل مستمر، وتطبيق أنظمة إدارة علاقات العملاء (CRM) لتقديم خدمات مخصصة وفعالة، مما يعزز من ثقة العملاء ورضاهم عن الخدمات المقدمة.

علاوة على ذلك تسهم الإدارة في تحسين التواصل الداخلي بين الأقسام المختلفة، مما يؤدي إلى تنسيق أفضل وتنفيذ أكثر سلاسة للعمليات. هذا يقلل من الأخطاء والتأخيرات ويضمن تقديم خدمات موثوقة وفي الوقت المناسب. كما أن الإدارة الفعالة تضمن توجيه الموارد بشكل مثالي، مما يساعد في تقليل التكاليف التشغيلية وتحسين جودة الخدمات المقدمة.

في المجمل فإن البعد الإداري الجيد يعزز من قدرة مؤسسة اتصالات الجزائر على تقديم خدمات متميزة وموثوقة، مما يزيد من تحقيق رضا العملاء وولائهم، ويعزز من مكانة المؤسسة في سوق الاتصالات التنافسي. ومن هنا نستنتج قبول الفرضية.

نصت الفرضية الثالثة: يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبعد البشري في تحقيق رضا العملاء عند مستوى دلالة  $(\alpha \geq 0.05)$ .

جدول رقم (23) يوضح الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الثالثة

نتيجة الفرضية	معنوية معامل الانحدار			القدرة التفسيرية		معنوية الكلية لنموذج الانحدار البسيط		المتغير التابع	المتغير المستقل	اختبار الفرضية
	Sig	T	B	R <sup>2</sup>	R	sig	قيمة F			
قبول الفرضية	0.000	3.789	0.325	0.230	0.480	0.000	14.358	تحقيق رضا العملاء	البعد البشري	الفرضية الثالثة

بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل (البعد الإداري) قيمة  $(B= 0.325)$  وهي قيمة موجبة (تأثير إيجابي) ودالة إحصائية حيث أن قيمة الاحتمالية  $(Sig=0.000)$  أقل من مستوى الدلالة 0.05 ويمكن أن نفسر ذلك أن تأثير المتغير (ثابت) معنوي (دالة إحصائية).

وبهذا نرفض الفرضية الصفرية  $(H_0)$  ونقبل الفرضية البديلة  $(H_1)$ : يوجد علاقة ارتباطية ذات تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى  $(0.05)$  للبعد البشري في تحقيق رضا العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

وهذا يعني بأن كل تغير مقداره درجة واحدة في تطبيق البعد الإداري، سيؤدي إلى تغير إيجابي في زيادة تحقيق رضا العملاء بمقدار 0.000 وهي قيمة مقبولة إحصائياً تدل على أهمية بعد البشر بتأثيره على تحقيق رضا العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لدور الرقمنة الذي نرسم لها بالرمز  $Y$  ونرمز للمتغير الفرعي المستقل بعد الماديبالرمز  $X_3$

$$Y=2.006+0.325x_3$$

تتجلى أهمية البعد البشري في مؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق رضا العملاء من خلال الدور الحيوي الذي يلعبه الموظفون في تقديم الخدمات وتلبية احتياجات العملاء، وذلك لأن الموظفين المدربين جيداً والمتفانين في عملهم قادرون على تقديم تجربة عملاء متميزة. يمثل البعد البشري المحرك الأساسي في أي مؤسسة، حيث يعتمد نجاحها بشكل كبير على كفاءة وفعالية العاملين بها. في مؤسسة اتصالات الجزائر، يتم التركيز على تدريب وتطوير الموظفين باستمرار لضمان امتلاكهم المهارات والمعرفة اللازمة للتعامل مع مختلف المواقف والتحديات التي قد يواجهها العملاء.

ويمكن القول إن الاستثمار في البعد البشري من خلال التدريب والتطوير والتحفيز يؤثر بشكل مباشر وإيجابي على تحقيق رضا العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر، حيث يؤدي إلى تقديم خدمات عالية الجودة وبناء علاقات قوية ومستدامة مع العملاء. ومن هنا نستنتج قبول الفرضية. نصت الفرضية الرابعة: يوجد دور ذو دلالة إحصائية للبعد الأمني في تحقيق رضا العملاء عند مستوى دلالة  $(\alpha \geq 0.05)$ .

جدول رقم (24) يوضح الانحدار الخطي البسيط للفرضية الفرعية الرابعة

نتيجة الفرضية	معنوية معامل الانحدار			القدرة التفسيرية		معنوية الكلية لنموذج الانحدار البسيط		المتغير التابع	المتغير المستقل	اختبار الفرضية الفرعية
	Sig	t	B	R <sup>2</sup>	R	Sig	قيمة F			
قبول الفرضية	0.046	3.944	2.186	0.069	0.262	0.046	3.537	تحقيق رضا العملاء	البعد الأمني	الفرضية الرابعة

بلغ معامل الانحدار للمتغير المستقل (البعد الأمني) قيمة  $(B= 2.400)$  وهي قيمة موجبة (تأثير إيجابي) ودالة إحصائياً حيث أن قيمة الاحتمالية  $(Sig=0.046)$  أقل من مستوى الدلالة 0.05 ويمكن أن نفسر ذلك أن تأثير متغير (ثابت) معنوي (دالة إحصائياً).

وبهذا نرفض الفرضية الصفرية  $(H_0)$  ونقبل الفرضية البديلة  $(H_1)$ : يوجد علاقة ارتباطية ذات تأثير إيجابي ذو دلالة إحصائية عند مستوى  $(0.05)$  للبعد الأمني في تحقيق رضا العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر.

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

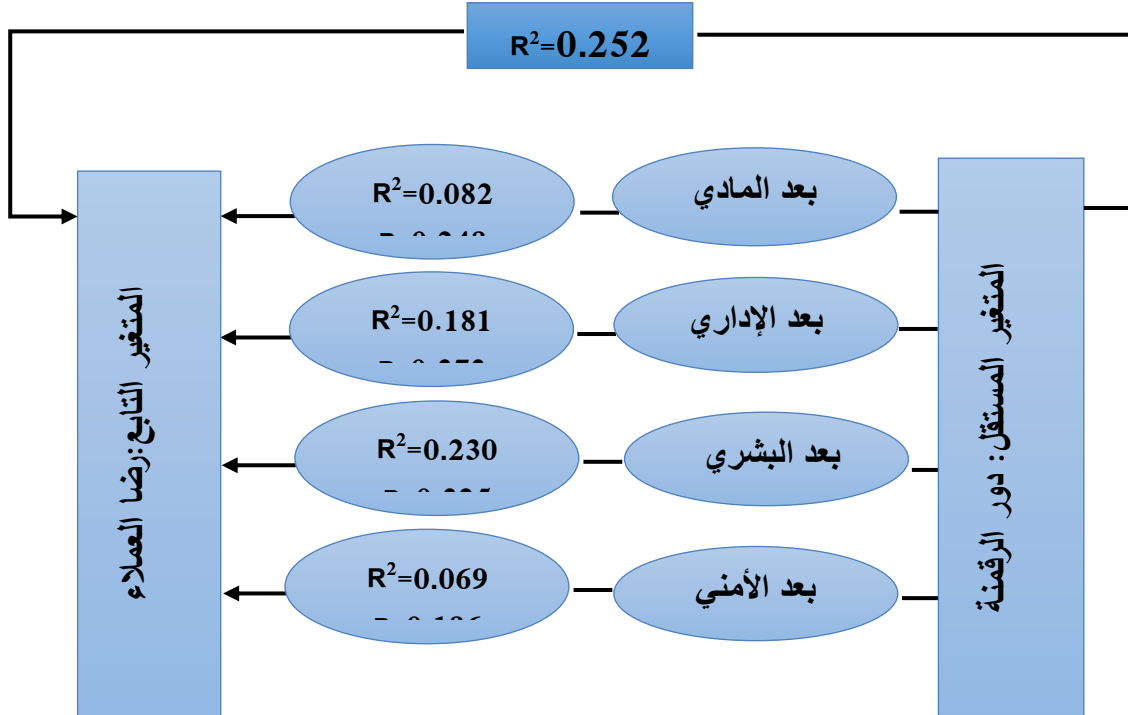
وهذا يعني بأن كل تغير مقداره درجة واحدة في تطبيق البعد الأمني، سيؤدي إلى تغير إيجابي في زيادة تحقيق رضا العملاء بمقدار 0.046 وهي قيمة مقبولة إحصائياً تدل على أهمية بعد البشري تأثيره على تحقيق رضا العملاء في مؤسسة اتصالات الجزائر.

$$Y=2.400+0.186x_4$$

تتجلى أهمية البعد الأمني في مؤسسة اتصالات الجزائر في تحقيق رضا العملاء من خلال توفير بيئة آمنة وموثوقة لحماية بياناتهم ومعلوماتهم الشخصية، وذلك لأن العملاء يعتمدون على المؤسسة في تأمين اتصالاتهم وتبادل المعلومات الحساسة. وتعزيز الأمن السيبراني مما يساهم في حماية العملاء من الهجمات الإلكترونية والاختراقات التي قد تؤدي إلى سرقة البيانات أو تعطيل الخدمات. عندما يشعر العملاء بأن معلوماتهم محفوظة بأمان، يزداد مستوى ثقتهم في المؤسسة، مما ينعكس إيجاباً على رضاهم وولائهم.

بالإضافة إلى ذلك، تساهم الأنظمة الأمنية المتطورة في ضمان استمرارية الخدمة وتقليل فترات التوقف، مما يوفر تجربة استخدام سلسة وموثوقة. تطبيق سياسات أمنية صارمة وتوفير الدعم الفني الفعال والسريع لحل المشكلات الأمنية يزيد من تحقيق رضا العملاء، حيث يطمئنون إلى أن المؤسسة تتخذ جميع الإجراءات اللازمة لحمايتهم. بشكل عام، فإن الاستثمار في البعد الأمني يعزز من سمعة المؤسسة ويجعلها وجهة مفضلة للعملاء الذين يقدرون الأمان والموثوقية في خدمات الاتصالات. ومن هنا نستنتج قبول الفرضية.

الشكل رقم (8): يوضح النموذج الميداني للدراسة



المصدر: من إعداد الطالبين

## الفصل الثاني دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

من خلال الشكل أعلاه شمل النموذج على المتغير المستقل المتمثل في طبيعة اتخاذ القرار بأبعاده (بعد المادي، بعد الإداري، بعد البشري، البعد الأمني)، المتغير التابع رضا العملاء، كما يتبين من النموذج النهائي للدراسة المتغير المستقل دور الرقمنة بأبعاده يؤثر على المتغير التابع رضا العملاء كما هو موضح كالتالي:

1-نسبة تفسير وتأثير المتغير المستقل دور الرقمنة بأبعاده (الانحدار الخطي المتعدد) على المتغير التابع تحقيق رضا العملاء 25.2%، بمستوى معنوية (0.010) وهي دالة إحصائيا عند المعنوية المعتمدة في الاختبار 0.05؛

2- نسبة تفسير وتأثير المتغير الفرعي المستقل بعد المادي (الانحدار الخطي البسيط) على المتغير التابع تحقيق رضا العملاء 8.2%، بمستوى معنوية (0.044) وهي دالة إحصائيا عند المعنوية المعتمدة في الاختبار 0.05؛

3- نسبة تفسير وتأثير المتغير الفرعي المستقل بعد الإداري (الانحدار الخطي البسيط) يؤثر إيجابيا على المتغير التابع تحقيق رضا العملاء 23%، بمستوى معنوية (0.000) وهي دالة إحصائيا عند المعنوية المعتمدة في الاختبار 0.05؛

4-نسبة تفسير وتأثير المتغير الفرعي المستقل بعد البشري (الانحدار الخطي البسيط) على المتغير التابع الإبداع الإداري 23%، بمستوى معنوية (0.000) وهي دالة إحصائيا عند المعنوية المعتمدة في الاختبار 0.05؛

5- نسبة تفسير وتأثير المتغير الفرعي المستقل بعد البشري (الانحدار الخطي البسيط) على المتغير التابع الإبداع الإداري 6.9%، بمستوى معنوية (0.000) وهي دالة إحصائيا عند المعنوية المعتمدة في الاختبار 0.05.

### خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل تم التعرف على المؤسسة محل الدراسة، كما تم عرض خصائص عينة الدراسة من خلال المتغيرات التعريفية العامة (الجنس، عدد سنوات تعاملك مع المؤسسة، السن، المستوى الدراسي، مكان إقامتك، من منتجات المقدمة)، وبعد المعالجة والتحليل الإحصائي لبيانات الدراسة تم التعرف على التأثير الإيجابي الذي يساهم به دور الرقمنة في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر؛

كما تم الكشف على أثر وإسهام كل بعد من أبعاد الرقمنة، والمتمثل في المتغيرات الفرعية المستقلة (بعد المادي، بعد الإداري، بعد البشري، البعد الأمني) في تحقيق رضا العملاء بالمؤسسة محل الدراسة.

# الختامة

### الخاتمة:

لقد حاولنا من خلال هذا البحث إعطاء صورة عن واقع الرقمنة وولاء العميل وكذلك دور الرقمنة في رضا العملاء في مؤسسة.

إن عملية الرقمنة لا تنطلق من عدم وإنما ينبغي أن توفر مجموعة من المتطلبات و المقومات الضرورية و اللازمة لإنشائها حيث تحتاج إلى خطة عملية ومدروسة تتحدد فيها الاهداف والاساليب ووسائل التنفيذ ،كما تتطلب توفر مجموعة من الوسائل و التجهيزات اللازمة لعملية الرقمنة ،أهمها الحواسيب والمساحات الضوئية ووسائل التخزين وكذا شبكات المعلومات ،مع ضرورة تكوين الموظفين لتحقيق الاداء الوظيفي و تحقيق الكفاءة ، وتفعيل البرامج التكوينية ومراعاة القوانين و اللوائح المتعلقة بهذا المجال، فمسألة الرقمنة في الادارات المحلية أضحت تنصدر سلم الاولوية في الدولة،في إطار تجسيد سياسة إصلاح العلاقة القائمة بين الادارة و المواطنين وتعزيز سبل انفتاح المرافق الادارية على العميل. يوجد عدة خصائص لعملاء يختلفون في الشخصية والطباع وعلى المؤسسة إيجاد الطرق للتعامل مع كل عميل حسب شخصيته، إلى جانب عليها أن تدرك بان حاجات العملاء وتوقعاتهم تتطور،لذلك عليها أن تستجيب لتلك التغيرات لضمان بقاء المؤسسة واستمراريتها ومن اجل هذا قمنا بتوصل الى:

### أولاً: نتائج الدراسة

من خلال البحث والدراسة توصلنا إلى عدة نتائج التالية:

1. حسب متغير السن وجدنا انا اغلبية افراد عينة دراسة من فئة شبابية وهذا دليل على ان فئة الشباب الاكثر احتكاكا وتعاملا بمجال الاتصالات والانترنت نظرا لتتماشي مع عصر الرقمنة وايضا تمتعهم بالنظرة المستقبلية الواسعة وتلبية تطلعاتهم نحو الخدمات والمنتجات المقدمة لهم من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر -المسيلة .
2. حسب متغير عدد سنوات تعامل مع اتصالات الجزائر لاحظنا ان معظم الافراد لديهم ارتباط وتعامل مستمر مع مؤسسة وهذا ما يدل على ان مؤسسة اتصالات الجزائر ذات مصداقية ومنتجات تخضع للجودة ومراعاتها لتطلعات ورغبات العميل فبهذا تكسب رضاه وولائه .
3. يرجوع للعينة المختارة من العملاء وجدنا ان الفئة الاكثر تفاعلا مع مؤسسة اتصالات الجزائر - المسيلة-هم سكان المدينة وهذا راجع بطبيعة الحال الا المتطلبات العديدة لسكان المدينة لمنتجات

وخدمات المؤسسة التي تلبي حاجاتهم اليومية (انترنت). فواتير تصليح اعطاب الاسلاك معظم المحلات وشركات تتعامل مع مؤسسة اتصالات الجزائر....الخ.

4. بفضل تطبيق مؤسسة اتصالات الجزائر الرقمنة تقلص استخدام الملفات الورقية والعودة للارشيفات واستمرارها في انجاح سياسة صفر ورقة لتخفيض تكاليف المادية والجهد وتنقل بالنسبة لطرفين العميل والمؤسسة ككل \_

5. خدمات الانترنت المقدمة من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر ADSL\_Idoomfiber\_\_idoom (4G متقاربة و idoom 4G) الاكثر استخداما وطلبا من طرف المتعاملين من وجهة نظرهم هو اكثر تدفق للانترنت \_ .

6.التأخر في الاستجابة لشكاوي المتكررة المتعاملين .

7. يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى (0.05) للرقمنة حسب المؤشر المادي في تحقيق رضا عملاء مؤسسة اتصالات الجزائر -المسيلة

8. يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى (0.05) للرقمنة حسب مؤشر الاداري في تحقيق رضا عملاء مؤسسة اتصالات الجزائر -المسيلة \_

يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند 0.05 للرقمنة حسب مؤشر البشري في تحقيق رضا العملاء

9. يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند 0.05 للرقمنة حسب مؤشر الأمني في تحقيق رضا العملاء.

### ثانيا: واقتراحات

بناء على نتائج هذه الدراسة المتوصل إليها نقترح على القائمين على ادارة مؤسسة اتصالات الجزائر -المسيلة-مراعاة واعطاء اهتمام أكبر بالنقاط التالية كونها ذات بعد خدماتي من وجهة نظر العملاء نقترح على القائمين بإدارة مؤسسة اتصالات الجزائر -المسيلة-

1. اعتماد هذه نتائج دراسة في معالجة جوانب عديدة مهمة بالنسبة للموظف كالتدريب وتكوين وبالنسبة للعميل كتوفير جو ملائم لتقديم خدمة بجودة عالية وحسن استقباله .

2. توفير البنية التحتية اللازمة لتطبيق الرقمنة من خلال توفير جميع الإمكانيات المادية والبشرية.

3. العمل على استجابة لشكاوي المتكررة للمتعاملين .

4.جذب واستقطاب يد عاملة مؤهلة قادرة على تحسين الخدمات ومواكبة لعملية الرقمنة .

5. تركيز على خدمات ما بعد البيع وخدمات الضمان لنيل رضا الزبون وكسب ولائه.
6. العمل على زيادة تدفق الانترنت وتغطية لشبكات في المناطق المعزولة
7. استغلال الاجهزة والوسائل للتكنولوجيا الحديثة استغلال يخدم عملية الرقمنة
8. تحفيز الموظفين ومكافئتهم كأحسن موظف مؤهل و ذو كفاءة
9. إضافة موقع الكتروني لتسديد الفواتير بدلا من القدوم للمؤسسة لتسديدها
10. استعمال قاعدة بيانات احتياطية قوية للعميل في حالة ضياع او فقدان بيانات خاصة به.

### ثالثا: أفاق البحث

بناء على النتائج المتوصل إليها نقوم بتقديم بعض العناوين ذات الصلة بموضوع منها:

1. أثر تطبيق الرقمنة على ولاء الزبون
2. دور الادارة الكترونية في تلبية تطلعات العملاء.
3. دور الرقمنة في تقريب الإدارة من المواطن.
4. واقع تطبيق الرقمنة في ادارة الاستراتيجية للموارد البشرية.

# قائمة المراجع

### قائمة المراجع:

أولاً: الكتب:

1. أبو زيد ، محمد خير سليم، أساليب التحليل الإحصائي باستخدام برمجية spss، الرياض، دار جرير للنشر والتوزيع، 2005.
2. حسين وليد حسين عباس، أحمد عبد محمود الجنابي، إدارة علاقات الزبون، دار الصفاء لنشر و توزيع، ط 01، عمان، 2017.
3. زاهر عبد الرحيم عاطف، تسويق الخدمات، دار الرياءة لمنشر والتوزيع، عمان، 2012.
4. سعيد يقطين من النص الى النص مدخل الى جماليات الإبداع التفاعلي، بيروت، المركز الثقافي العربي، 2005.
5. - عايدة نخلة رزق الله، "دليل الباحثين في التحليل الإحصائي الاختبار والتفسير"، الطبعة الأولى، 2002.
6. عبد الحميد عبد المجيد البلداوي، الأساليب التطبيقية لتحليل وإعداد البحوث العلمية مع حالات دراسية باستخدام برنامج spss، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2008.
7. عبد الناصر السيد عامر: نمذجة المعادلة البنائية للعلوم النفسية والاجتماعية (الأسس والتطبيقات والقضايا)، الجزء الثاني، دار جامعة نايف للنشر، 2018.
8. عمار بوحوش، وآخرون، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر 2000.
9. لويس كوهين، (ترجمة كوثر حسين كوجيك): مناهج البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والتربوية، ط1، القاهرة، مصر، دار العربية للنشر، سنة 1990.
10. مأمون سليمان الدرادكة، إدارة الجودة الشاملة، ط7، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
11. محمد فريد الصحن، قراءات في إدارة التسويق، الدار الجامعية، مصر، 2002.
12. مصطفى طويطي: التحليل الإحصائي لبيانات الاستبيان - تطبيقات عملية على برنامج excel - الجزء الأول، النشر الجامعي الجديد، تلمسان، الجزائر 2018.
13. نجلاء أحمد يس، الرقمنة وتقنياتها في المكتبات العربية، دار العربي للنشر والتوزيع، مصر، 2013.

### ثانيا: المجالات

1. أسية بن عياش، محمد أمين أوكحيل ،"رقمنة المرفق العام كآلية لترشيد الخدمة العمومية في الجزائر"،مجلة معالم للدراسات القانونية و السياسية ،المجلد العدد 01 السنة 2020.
2. - خليفي رزيقة، شيفارة هجيرة: منهجية تحديد نوع وحجم العينة في البحوث العلمية، مجلة المعارف علمية دولية محكمة، تصدر عن جامعة بويرة، العدد 23 (ديسمبر 2017).
3. - سامية يغني، مديني عثمان، العينة في المجتمع الإحصائي كمدخل ضابط لدقة نتائج البحوث الأكاديمية، مجلة اقتصاد المال والأعمال، المجلد 04، العدد 01، جامعة الشهيد حمه الأخضر بالوادي، الجزائر، 2019.
4. أحمد، الكبيسي، تطور النظم الآلية في المكتبات من الحوسبة إلى الرقمنة الافتراضية مجلة العربية 300، العدد 29، 2008.
5. سهيلة مهري، بلال بن جامع،" نحو استراتيجية لنجاح مشاريع رقمنة الوثائق التخطيط العلمي بمشروع رقمنة الوثائق لمؤسسة سوناطرك، مجلة بيلوفيا لدراسات المكتبات والمعلومات، المجلد 01، العدد 04، 2019..
6. مريم خالص حسّين، الحكومة الإلكترونية، مجلة كلية بغداد الاقتصادية، وزارة المالية، العراق، 2013.
7. لطيب صيد، مجتمع المعلومات السياسات السيسولوجية للمواطنة الجديدة في الجزائر، مجلة علوم الانسان والمجتمع، جامعة بسكرة، العدد 04، 2012 .
8. ناصر عويد عطية العقابي، خلود هادي عبود الربيعي، تحليل متطلبات الإدارة الإلكترونية ودوره في تحسين الأداء الوظيفي للمورد البشري، مجلة دراسات حسابية ومالية (JAFS) ، جامعة بغداد، المجلد 13، العدد 45، 2018.

### ثالثا: المذكرات:

1. بن سليمان غنيمة، أثر رقمنة العمليات الادارية على أداء الموارد البشرية بالمؤسسات القضائية، مذكرة ماستر، تخصص إدارة أعمال، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة أحمد دراية، ادرار، 2021.
2. بوزكري جيلالي، الإدارة الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية واقع وآفاق، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير تخصص إدارة أعمال وتسويق، جامعة الجزائر، 2016.

3. سهيلة مهري المكتبة الرقمية في الجزائر دراسة للواقع وتطلعات المستقبل، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة 2005.
4. بن علة فتيحة، بلحاج قمر، الرقمنة في المكتبات الجامعية الجزائرية دراسة واقع رقمنة الأطروحات والمذكرات دراسة ميدانية بالمكتبة المركزية الجامعية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص، تكنولوجيا وهندسة المعلومات، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018/2019.
5. فتيحة بوخيرة، دور الرقمنة في تحسين الخدمة العمومية على مستوى الجماعات المحلية دراسة ميدانية بمكتب الوثائق البيو مترية في بلدية سيدي خويلد، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم السياسية جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2019.
6. ريان بن كحلة دور الإدارة الإلكترونية في رقمنة سجلات الحالة المدنية دراسة حالة لبلدية شتمة بسكرة، مذكرة ماستر علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2018.
7. بوضياف مصطفى، توظيف الطلبة لمصادر المتطلبات الرقمية في بحوثهم العلمية طلبة السنة الثانية ماستر شعبة الإعلام و الاتصال نموذجاً، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علم المكتبات والمعلومات، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم 2017.
8. شروق مسعودان، ليندة رحال، أثر الرقمنة على جودة الخدمات، مذكرة مقدمة استكمالاً لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2022.
9. يلال بن زكري، جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، جامعة أم البواقي، 2014.
10. عتيق خديجة، أثر المزيج الترويجي المصرفي عمى رضا الزبون، مذكرة ماجستير، جامعة تمسان، الجزائر، 2012.
11. فهد إبراهيم جورج حواء، أثر الادارة اللوجستية في رضا الزبون، مذكرة ماجستير، قسم إدارة الاعمال، منشورة، جامعة الشرق الاوسط، 2013.
12. - بعيطيش شعبان، اثر التسويق بالعلاقات في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الصناعية الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف - المسيلة-، السنة الجامعية 2015-2016.

### رابعاً: المطبوعات البيداغوجية:

1. طويطي مصطفى وعيل ميلود، مطبوعة جامعية موسومة بـ " أساليب تصميم وإعداد الدراسات الميدانية - منظور إحصائي"، معتمد من طرف المجلس العلمي بكلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير - جامعة البويرة ، بتاريخ 30 جوان 2014.
2. مام عواطف، مطبوعة جامعية في مساق حلقة البحث، المستوى الثانية ماستر توجهه وإرشاد، قسم علم النفس وعلوم التربية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة محمد بوضياف مسيلة- ، السنة الجامعية 2016-2017.

### خامساً: المقابلات

1. مقابلة مع عبد القادر محمودي، رئيس مصلحة التنظيم و الشؤون العمومية، المقابلة حول الرقمنة ودورها في تحسين الخدمات 2024/04/01.

### المراجع بالاجنبية

1. Daniel Ray, Musurer et developper la satisfaction des clients, 2eme tirage édition d'organisation, paris, 2001
2. Jean Marie gogue , Management de la qualité ,3eme édition economica paris ,2001.
3. Monique Zollinger et Eric Lamarque, Mrketing et stratégie de la banque, 3eme édition, Dunod, Paris, 1999.
4. Christian Derbaix, Joelbrée, comportement du consommateur édition economica, paris, 2000.
5. Pierre Yves duchemin ; la numerisation des documentsgraphique, bibliotheque nationale de France, n174, 1er trimestre, 1997.

# قائمة الملاحق

أسئلة الاستبيان المعتمدة في الدراسة

في إطار استكمال نيل شهادة ماستر بعنوان:

دور الرقمنة في تحقيق رضا العملاء بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

السلام عليكم أما بعد:

يهدف هذا الاستبيان لمعرفة ماهو دور الرقمنة في تحقيق رضا العملاء بمديريتكم؟، وحرصا منا على معرفة ذلك يسعدنا التعاون معكم على أنكم خير مصدرا للحصول على هذا النوع من المعلومات كونكم المعنيون بذلك بالدرجة الأولى، ولهذا نشرفنا مشاركتكم في الإجابة على عناصر الاستبيان المرسل اليكم، والتي بدورها تمكننا من معرفة دور الرقمنة في تحقيق رضا العملاء بمديريتكم بمديريتكم وعلى إثر معرفة ذلك نقوم بتقديم اقتراحات كطول لذلك.

إن حرصكم على تقديم كل المعلومات وبنقة وموضوعية سيؤدي وبدون شك إلى الوصول إلى نتائج جيدة لتشخيص موضوع الدراسة مما يعود بالنفع على مؤسساتنا الاقتصادية.

وفي الأخير لا يسعني إلا أن أتعهد لكم بأن المعلومات المحصل عليها ستستخدم في إطار البحث العلمي دون سواه، ومعلوماتكم هذه تعتبر بمثابة أمانة فهي محفوظة وفي سرية تامة. وفي الأخير نقبلوا منا فائق التقدير والاحترام على حسن تعاونكم ونقبلكم الإجابة على أسئلة الاستبيان.

إشراف الدكتور:

عطالله ياسين

إعداد الطالبة:

عيش عبد النور

قطوش اسكندر

الموسم الجامعي: 2024/2023

**البيانات الشخصية:**

الجنس :

ذكر  أنثى

عدد سنوات تعاملك مع المؤسسة :

5 سنوات فأقل  من 6 إلى 10 سنوات  من 11 إلى 20 سنة  21 فأكثر

السن :

أقل من 18 سنة  من 20 إلى 29  من 30 إلى 39  من 40 إلى 49  50 فما فوق

المستوى الدراسي:

ثانوي  جامعي  دراسات عليا  أخرى

مكان إقامتك :

الريف  المدينة

**المحور الأول: الرقمنة**

الرقم	الفقرة	1	2	3	4	5
		غير موافق بشدة	موافق	غير موافق	محايد	موافق بشدة
أبعاد مادية						
01	تعتقد أن الأجهزة المستخدمة تخدم عملية الرقمنة					
02	ترى أن البرمجيات المستخدمة في المؤسسة تغطي مختلف الخدمات المقدمة للعملاء					
03	برايك المؤسسة تستغل وسائل ومعدات التكنولوجيا الحديثة استغلال امثل					
04	تتشط المؤسسة عبر مختلف المواقع الالكترونية للتقرب من عملائها					

أبعاد إدارية						
					05	عملت الرقمنة على تخفيض عبء ظروف العمل (صعوبات، متطلبات، ضغوط...إلخ) في تأدية الخدمات الإدارية في المؤسسة.
					06	ساهمت الرقمنة في تخفيض تكلفة الوسائل العامة المستغلة لتنفيذ الخدمات الإدارية (الوثائق، التسجيلات...إلخ) في المؤسسة
					07	ساهمت الرقمنة في تسريع إنجاز العمليات الإدارية بالمؤسسة
					08	أثرت الرقمنة على العمليات الإدارية
					09	أضافت الرقمنة ميزات جديدة على مستوى المؤسسة
					10	حققت الرقمنة تخفيض الدورة الزمنية المستغرقة من لحظة استلام طلب الزبون للخدمة (طلب الوثائق الرقمية) إلى لحظة تسليم الطلب
أبعاد بشري						
					11	تعتمد المؤسسة على اليد العاملة المؤهلة في مجال الرقمنة
					12	متابعة وتقييم استخدام العاملين لوتيرة الرقمنة
					13	تتكون المؤسسة موظفيها وتدريبهم للتعامل مع أحدث مستجدات الرقمنة
					14	تستعمل المؤسسة التقنيات الرقمية التي تؤدي بالعمال إلى زيادة التواصل بين الزبائن
أبعاد أمنية						
					15	تستعمل المؤسسة قاعدة بيانات احتياطية عند ضياع أو فقدان البيانات الأصلية
					16	تحتوي المؤسسة على أنظمة رقابية و أمنية لمكافحة الاختراقات
					17	تضمن المؤسسة سرية المعلومات و المعاملات الإدارية
					18	استخدام حسابات وخدمات الكترونية آمنة للعملاء

المحور الثاني : رضا العملاء ( الزبائن)

الرقم	الفقرة	1	2	3	4	5
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	سبق لك أن اقتنيت منتج من منتجاتنا					
02	لديك معلومات مسبقة عن المنتج من خلال المواقع الالكترونية					
03	تتعامل المؤسسة بالدفع عن طريق الأقساط وبطاقات الدفع الإلكتروني					

					04	تُرضيك جودة منتجاتنا وخدماتنا
					05	توفر المؤسسة خدمات سليكية ولاسلكية للمناطق المعزولة
					06	خدمة ما بعد البيع والضمان موجودة
					07	بشكل عام أنت راضي عن مستوى الخدمات المقدمة لك
					08	تجد تخفيضات وتحفيزات على مستوى المؤسسة في منتجاتها
					09	بريك المؤسسة تواكب الرقمنة
					10	توفر المؤسسة حسن المعاملة والاستقبال و تقديم الخدمة المطلوبة
					11	توجد استطلاعات للرأي حول كفاءة المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي
					12	ترى ان المؤسسة ترقى لمستوى توقعاتكم
					13	كزبون من خلال نظرتك وتعاملك المؤسسة في تحسن و تطور

## Correlations

		محور01			
محور01	Pearson Correlation	1	a_10	Pearson Correlation	,531**
	Sig. (2-tailed)			Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_1	Pearson Correlation	,509**	a_11	Pearson Correlation	,512**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_2	Pearson Correlation	,654**	a_12	Pearson Correlation	,516**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_3	Pearson Correlation	,462**	a_13	Pearson Correlation	,623**
	Sig. (2-tailed)	,001		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_4	Pearson Correlation	,397**	a_14	Pearson Correlation	,734**
	Sig. (2-tailed)	,004		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_5	Pearson Correlation	,387**	a_15	Pearson Correlation	,747**
	Sig. (2-tailed)	,005		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_6	Pearson Correlation	,540**	a_16	Pearson Correlation	,508**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_7	Pearson Correlation	,681**	a_17	Pearson Correlation	,530**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_8	Pearson Correlation	,589**	a_18	Pearson Correlation	,556**
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50
a_9	Pearson Correlation	,368**	a_19	Pearson Correlation	,568**
	Sig. (2-tailed)	,009		Sig. (2-tailed)	,000
	N	50		N	50

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

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

**Correlations**

		محور02					
محور02	Pearson Correlation	1					
	Sig. (2-tailed)						
	N	50					
q_1	Pearson Correlation	,312*					
	Sig. (2-tailed)	,018					
	N	50					
q_2	Pearson Correlation	,457**	q_8	Pearson Correlation	,487**		
	Sig. (2-tailed)	,001		Sig. (2-tailed)	,000		
	N	50		N	50		
q_3	Pearson Correlation	,307*	q_9	Pearson Correlation	,488**		
	Sig. (2-tailed)	,030		Sig. (2-tailed)	,000		
	N	50		N	50		
q_4	Pearson Correlation	,554**	q_10	Pearson Correlation	,640**		
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,000		
	N	50		N	50		
q_5	Pearson Correlation	,556**	q_11	Pearson Correlation	,385**		
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,006		
	N	50		N	50		
q_6	Pearson Correlation	,569**	q_12	Pearson Correlation	,461**		
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,001		
	N	50		N	50		
q_7	Pearson Correlation	,499**	q_13	Pearson Correlation	,418**		
	Sig. (2-tailed)	,000		Sig. (2-tailed)	,003		
	N	50		N	50		

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

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

**Correlations**

		ككل الاستبيان	محور01	محور02
ككل الاستبيان	Pearson Correlation	1	,910**	,782**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	50	50	50
محور01	Pearson Correlation	,910**	1	,453**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001
	N	50	50	50
محور02	Pearson Correlation	,782**	,453**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	
	N	50	50	50

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,904	19

**Scale: ALL VARIABLES****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,845	13

**Scale: ALL VARIABLES****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,911	32

**Explore****Tests of Normality**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
محور01	,079	50	,200*	,981	50	,586
محور02	,097	50	,200*	,978	50	,486

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

a. Lilliefors Significance Correction

**الجنس**

		الجنس			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	ذكر	30	60,0	60,0	60,0
	أنثى	20	40,0	40,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

**سنوات\_عدد**

		سنوات_عدد			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	سنوات أقل 5	10	20,0	20,0	20,0
	سنوات 10 إلى 6 من	19	38,0	38,0	58,0
	سنة 20 إلى 11 من	16	32,0	32,0	90,0
	فأكثر 21	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

		السن			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	سنة 18 أقل من	1	2,0	2,0	2,0
	سنة 29 إلى 20 من	24	48,0	48,0	50,0
	سنة 39 إلى 30 من	15	30,0	30,0	80,0
	سنة 49 إلى 40 من	7	14,0	14,0	94,0
	فما فوق 50	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

		التعليمي_المستوى			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	ابتدائي	2	4,0	4,0	4,0
	متوسط	11	22,0	22,0	26,0
	ثانوي	16	32,0	32,0	58,0
	جامعي	17	34,0	34,0	92,0
	دراسات عليا	3	6,0	6,0	98,0
	أخرى	1	2,0	2,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

		إقامتك_مكان			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	الريف	11	22,0	22,0	22,0
	المدينة	39	78,0	78,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

		المقدمة_المنتجات			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	I doom Fiber	7	14,0	14,0	56,0
	ADSL	21	42,0	42,0	42,0
	I doom 4G	22	44,0	44,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

## T-Test

## One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
a_1	50	3,6200	,98747	,13965
a_2	50	3,2800	1,24605	,17622
a_3	50	3,2600	1,20898	,17098
a_4	50	3,4000	1,10657	,15649
a_5	50	3,6800	1,09619	,15502
يعد01	50	3,4480	,80970	,11451

**One-Sample Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
a_6	50	2,9000	1,29756	,18350
a_7	50	3,4000	1,21218	,17143
a_8	50	3,4200	1,07076	,15143
a_9	50	3,7000	1,03510	,14639
a_10	50	3,4200	1,17959	,16682
a_11	50	3,5600	1,18080	,16699
بعد02	50	3,4000	,80037	,11319

**One-Sample Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
a_12	50	3,2200	1,32926	,18799
a_13	50	3,1600	1,23487	,17464
a_14	50	2,9200	1,41190	,19967
a_15	50	3,2200	1,31382	,18580
بعد03	50	3,1300	1,03539	,14643

**One-Sample Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
a_16	50	3,2400	1,15281	,16303
a_17	50	3,3000	1,21638	,17202
a_18	50	3,4800	1,03490	,14636
a_19	50	3,3800	1,24360	,17587
بعد04	50	3,3500	,98716	,13961

**One-Sample Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
q_1	50	3,5800	,97080	,13729
q_2	50	3,2000	1,12486	,15908
q_3	50	3,0200	1,07836	,15250
q_4	50	2,9400	1,20221	,17002
q_5	50	2,6200	1,19335	,16877
q_6	50	2,8200	1,18992	,16828
q_7	50	3,0600	1,09563	,15495
q_8	50	2,8800	1,25584	,17760
q_9	50	3,2000	1,16058	,16413
q_10	50	2,9400	1,13227	,16013
q_11	50	2,8200	1,27279	,18000
q_12	50	3,0400	1,32419	,18727
q_13	50	3,2000	1,38505	,19588
محور02	50	3,0246	,70200	,09928

### Correlations

		ككل الاستبيان	بعد01	بعد02	بعد03	بعد04
ككل الاستبيان	Pearson Correlation	1	,677**	,785**	,839**	,636**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	50	50	50	50	50
بعد01	Pearson Correlation	,677**	1	,524**	,614**	,396**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,004
	N	50	50	50	50	50
بعد02	Pearson Correlation	,785**	,524**	1	,672**	,461**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001
	N	50	50	50	50	50
بعد03	Pearson Correlation	,839**	,614**	,672**	1	,564**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	50	50	50	50	50
بعد04	Pearson Correlation	,636**	,396**	,461**	,564**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,001	,000	
	N	50	50	50	50	50

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

### Regression

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change	
					R Square Change	F Change	df1		df2
1	,502 <sup>a</sup>	,252	,185	,63370	,252	3,783	4	45	,010

a. Predictors: (Constant), بعد04, بعد01, بعد02, بعد03

b. Dependent Variable: محور02

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,076	4	1,519	3,783	,010 <sup>b</sup>
	Residual	18,071	45	,402		
	Total	24,147	49			

a. Dependent Variable: محور02

b. Predictors: (Constant), بعد04, بعد01, بعد02, بعد03

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,811	,477		3,797	,000					
	بعد01	-,041	,145	-,047	-,283	,778	,286	-,042	-,037	,598	1,671
	بعد02	,177	,157	,202	1,128	,265	,425	,166	,146	,521	1,919
	بعد03	,266	,138	,392	1,928	,060	,480	,276	,249	,402	2,488
	بعد04	-,024	,112	-,033	-,210	,834	,262	-,031	-,027	,668	1,496

a. Dependent Variable: محور02

### CollinearityDiagnostics<sup>a</sup>

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition		Variance Proportions			
			Index	(Constant)	بعد01	بعد02	بعد03	بعد04
1	1	4,865	1,000	,00	,00	,00	,00	,00
	2	,051	9,790	,32	,02	,00	,32	,08
	3	,043	10,598	,01	,07	,03	,13	,84
	4	,024	14,175	,03	,67	,49	,00	,02
	5	,017	16,894	,64	,24	,47	,55	,05

a. Dependent Variable: محور02

### Regression

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,286 <sup>a</sup>	,082	,063	,67960	,082	4,283	1	48	,044

a. Predictors: (Constant), بعد01

b. Dependent Variable: محور02

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,978	1	1,978	4,283	,044 <sup>b</sup>
	Residual	22,169	48	,462		
	Total	24,147	49			

a. Dependent Variable: محور02

b. Predictors: (Constant), بعد01

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,169	,424		5,110	,000					
	بعد01	,248	,120	,286	2,070	,044	,286	,286	,286	1,000	1,000

a. Dependent Variable: محور02

### Regression

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,425 <sup>a</sup>	,181	,164	,64204	,181	10,580	1	48	,002

a. Predictors: (Constant), بعد02

b. Dependent Variable: محور02

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4,361	1	4,361	10,580	,002 <sup>b</sup>
	Residual	19,786	48	,412		
	Total	24,147	49			

a. Dependent Variable: محور02

b. Predictors: (Constant), بعد02

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,757	,400		4,392	,000					
	بعد02	,373	,115	,425	3,253	,002	,425	,425	,425	1,000	1,000

a. Dependent Variable: محور02

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,480 <sup>a</sup>	,230	,214	,62228	,230	14,358	1	48	,000

a. Predictors: (Constant), بعد03

b. Dependent Variable: محور02

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5,560	1	5,560	14,358	,000 <sup>b</sup>
	Residual	18,587	48	,387		
	Total	24,147	49			

a. Dependent Variable: محور02

b. Predictors: (Constant), بعد03

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,006	,283		7,095	,000					
	بعد03	,325	,086	,480	3,789	,000	,480	,480	,480	1,000	1,000

a. Dependent Variable: محور02



## Regression

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	,262 <sup>a</sup>	,069	,049	,68450	,069	3,537	1	48	,066

a. Predictors: (Constant), بعد04

b. Dependent Variable: محور02

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,657	1	1,657	3,537	,046 <sup>b</sup>
	Residual	22,490	48	,469		
	Total	24,147	49			

a. Dependent Variable: محور02

b. Predictors: (Constant), بعد04

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,400	,346		6,944	,000					
	بعد04	2,186	,099	,262	3,945	,046	,262	,262	,262	1,000	1,000

a. Dependent Variable: محور02




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


**تصريح شرقي**  
 بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا الممضي أسفله:  
 الطالب (كم): قطر قشاسكفور المولود بتاريخ: 29/09/1989 رتبة  
 الحامل لبطاقة التعريف الوطنية أو (ك) رقم: 205464486  
 الصادرة بتاريخ: 05/11/2019 من برصوم  
 المسجل (ة) بالدرجة الثانية ماستر شعبة: علوم التسيير، تخصص: إدارة الموارد البشرية  
 خلال السنة الجامعية: 2024/2023  
 والمعدة (ة) لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: دور الرقمنة في تحقيق  
ريضا العملاء

أصرح بشرفي أنني التزمت بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة  
 الماستر بالعنوان المذكور أعلاه

حرر بتاريخ: 2024/06/03

التوقيع والبعثة  


مصر وصادق على  
 03 جوان 2024  


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

**تصريح شرقي**  
 بالالتزام بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية في إعداد مذكرة الماستر

أنا المعطي أسفله:  
 الطالب (ة): محمد بن عبد المتور المولود بتاريخ: 08/11/1998 بالغاوية  
 الحامل لبطاقة التعريف الوطنية أو (دس) رقم: 207867163  
 الصادرة بتاريخ: 22/05/12 عن بلدية بلخاوية  
 المسجل (ة) بالسنة الثانية ماستر شعبة: علوم التسيير تخصص: ادارة الموارد البشرية  
 خلال السنة الجامعية: 2024/2023  
 والمعدة (ة) لمذكرة الماستر التي تحمل عنوان: دور الرقمنة في تحقيق  
تطوير الأعمال

أصرح بشرفي أي التزمت بمعايير الأمانة والنزاهة العلمية المطلوبة في إنجاز مذكرة  
 الماستر بالعنوان المذكور أعلاه

حوز بتاريخ: 03/06/2024

التوقيع والبصمة  


المصادقة  


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
الْحَمْدُ لِلَّهِ الْمَنَّانِ  
الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ