الشعبية الديمقراطية الجزائرية الجمهورية
République Algérienne Démocratique et Populaire
العلمي البحث و العالي التعليم وزارة
Ministère de ’Enseignement Supérieur et de la Recherche Scientifique

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

Université Mohamed Boudiaf-M'SILA
Faculté des Sciences Économiques,
Commerciales et des Sciences de Gestion
Département : Sciences de Gestion

تخصص :إدارة الأعمال الرقم التسلسلي.....

العنـــــوان :

إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل ANEM

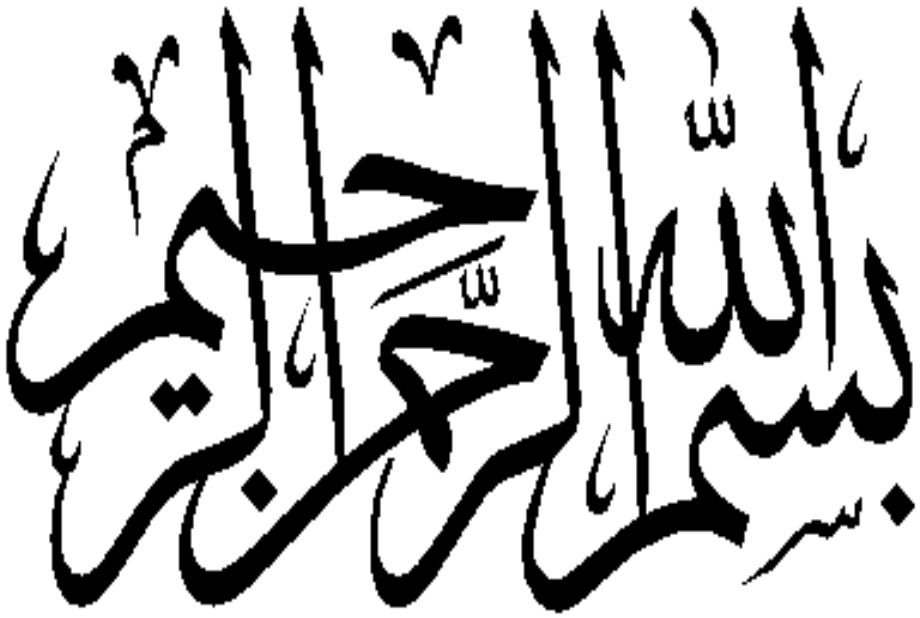
مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر(مهني) في علوم التسيير

إعداد الطلبة :
سلماني عبد الغني – بوشارب عبد الناصر

لجنة المناقشة :

الإسم واللقب	الرتبة	الصفة
قاسمي كمال	أستاذ محاضر أ	رئيسا
حريزي فاروق	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقرر
بن البار موسى	أستاذ محاضر أ	مناقشا

السنة الجامعية : 2021/2020


بسم الله الرحمن الرحيم

إهـــداء

إلى نبع الحنان الذي لا ينضب، إلى ذكريات الحنين، إلى العشق الذي لا يموت،إلى من يسكنا في خندق الذاكرة و قسمات محياهما تحكي لي أطيافهما المهاجرة، إلى من ناما و عيناهما تلح لي بالدعاء بالتوفيق ,إلى من كان دعاؤهما ينير لي طريقي، إلى من كانت الجنة تحت أقدامها.....

إلى روح والدتي ووالدي الطاهرة رحمهما الله وأسكنهما فسيح جناته

إلى زوجتي ونصفي الثاني التي تحملت عبء إنجاز هذا العمل، حفظها الله ورعاها.

إلى أولادي : على عبد المعين، عدن، إبراهيم.

إلى إخوتي و أخواتي و جميع الأهل، الأقارب، الأصدقاء، والزملاء

إلى كل من ساعدني و أعانني على إتمام هذا العمل

أهدي ثمرة جهدي

عبد الغني

إهـــداء

- إلى إلى أعز وأغلى ما أملك في الوجود: أمي وأبي وادعو الله ان يحفظهما ويرزقني برهما.
- الى زوجتي الغالية واولادي الأعزاء: قصي، أنس نجم الدين، أسيل، لجين.
- إلى أخواتي واخواتي وإلى كل الأهل والأقارب.
- الى جميع الأصدقاء والزملاء وخاصة عبد الغاني سلماني الذي كال له الدور الكبير في انجاز هاته المذكرة.
- وإلى جميع الاساتذة وطلاب العلـــم أينما كانـــوا.

أهدي هذا العمل

المتواضع

عبد الناصر

كلـــمة شكـــــر

الحمد لله رب العالمين حمدا كثيرا على أن وفقنا لإتمام هذا العمل المتواضع، ولا بد لنا أن نتقدم بجزيل الشكر والامتنان إلى الأستاذ الفاضل الدكتور حريزي فاروق المشرف على رسالتنا، الذي منحنا كل الوقت والجهد والاهتمام والمتابعة خلال فترة إعداد الرسالة.

كما نتقدم بجزيل الشكر والتقدير لأعضاء هيئة المناقشة لتوجيهاتهم في إنجاز هذا العمل المتواضع، الدكتور قاسمي كمال، والدكتور بن البار موسى.

جزيل الشكر والتقدير إلى الأساتذة الذين قدموا لنا يد المساعدة الدكاترة :

حوحو مصطفى، بوعبد الله الصالح، بن البار موسى، عزوز منير

إلى كل طاقم الوكالة الوطنية للتشغيل، وأخص بالذكر السيد المدير العم الذي قدم انا الدعم لإجراء الجانب التطبيقي.

الشكر موصول إلى كل من قدم لنا يد العون والمساعدة من قريب أو بعيد

الملخص :

في سياق البحث عن تقديم خدمات نوعية و ذات جودة عالية هدفت هذه الدراسة إلى قياس الأثر و النتائج المترتبة من جراء استخدام تطبيقات الهواتف الذكية على جودة الخدمات التي تقدمها الوكالة الوطنية للتشغيل في الجزائر، وتم قياس هذا الأثر من وجهة نظر طالبي العمل كونهم الآداة الحقيقية لقياس جودة الخدمة المدركة، رغم أن البعض منهم يعيرون لهاته المؤسسة نظرة تشاؤمية لأنهم غير راضون عن آدائها خاصة في ظل الظرف الاقتصادية الراهنة، والتي تزامنت مع الوباء (covide 19)، الذي كان له تأثير على العالم بأسره.

وباستعمال آداة الاستبيان و المنهج الوصفي التحليلي في الدراسة على عينة من طالبي العمل بولايتي المسيلة وبرج بوعريريج، كشفت الدراسة أن تطبيقات الهواتف الذكية الخاصة بالوكالة الوطنية للتشغيل،

ساهمت إلى حد كبير نوعا ما في تحسين جودة الخدمات المقدمة من قبل هذه المؤسسة مثل تسجيل طالبي العمل عن بعد، وتجديد طلباتهم من أي مكان، وكذا مشاركتهم في عروض العمل المتاحة والمتوافقة مع مؤهلاتهم عبر هواتفهم الذكية.

لذا فإن تطبيقات الهواتف الذكية ساهمت في تحسين خدمة وفاعلية عمل الوكالة الوطنية للتشغيل.

Summary:

In the context of the search for quality and high-quality services, this study aimed

To measure the impact and consequences of using smart phone applications on the quality of services provided by the National Employment Agency in Algeria, and this effect was measured from the point of view of job seekers as they are the real tool for measuring the perceived quality of service, although some of them give this institution a pessimistic view because they They are not satisfied with its

performance, especially in light of the current economic situation, which coincided with the epidemic (covid 19), which had an impact on the entire world.

By using the questionnaire tool and the descriptive analytical method in the study on a sample of job seekers in the states of M'sila and Bordj Bou Arreridj, the study revealed that the smartphone applications of the National Employment Agency,

It has somewhat contributed to improving the quality of services provided by this institution, such as registering job seekers remotely, renewing their applications from anywhere, as well as their participation in available job offers that are compatible with their qualifications via their smart phones.

Therefore, smartphone applications contributed to improving the service and efficiency of the work of the National Employment Agency.

فهـرس المحـتويات

العنوان	الصفحة
الإهداء	
تشكر	
الملخص	
فهرس المحتويات	
قائمة الجداول	
قائمة الأشكال	
قائمة الملاحق	
مقدمة أ- ف	
الفصل الأول : الإطار المفاهيمي لتطبيقات الهواتف الذكية و جودة الخدمات	
المبحث الأول : مدخل عام للهاتف الذكي وتطبيقاته	1
المـطلب الأول : عموميات حول الهاتف الذكي	1
الفـرع الأول : مفهوم وخصائص الهاتف الذكي	1
الفـرع الثـاني : نشأة الهاتف الذكي	4
الفـرع الثـالث : مفهوم أنظمة تشغيل الهواتف الذكية وأنواعها	7
المـطلب الثـاني : مدخل عام لتطبيقات الهواتف الذكية.	9
الفرع الأول : تعريف تطبيقات الهواتف الذكية ومميزاتها.	10
الفرع الثاني : أنواع تطبيقات الهواتف الذكية ومعايير نجاحها.	11
المبحث الثـاني : مدخل عام لجودة الخدمات.	15
المطـلب الأول : مفاهيم عامة حول الخدمات.	16
الفـرع الأول : مفهوم الخدمة وخصائصها.	16
الفـرع الثاني :طرق تقديم الخدمة.	19
المـطلب الثاني : مفاهيم عامـة حول الجودة	20
الفـرع الأول : مفهوم الجودة.	20
الفـرع الثاني : متطلبات الجودة.	21

المــطلب الثالث : مفاهيم عامة حول جودة الخدمات.	24
الفــرع الأول : مفهوم جودة الخدمات و أبعاد قياسها.	24
الفــرع الثاني : أبعاد جودة الخدمات ونماذج قياسها.	26
المبــحث الثالث : دور تطبيقات الهواتف الذكية في تحسين جودة خدمات الوكالة الوطنية للتشغيل.	31
المطلب الأول : معايير الجودة في خدمة تطبيقات الهواتف الذكية.	31
الفرع الأول : المعايير التقنية والإدارية.	32
الفرع الثاني : المعايير المتعلقة بالشكل.	34
الفرع الثالث : المعايير المتعلقة بالمحتوى.	34
المطلب الثاني : تطبيقات الوكالة الوطنية للتشغيل، مزايا استخدامها ودوافع تبنيها.	35
الفرع الأول : أهم التطبيقات للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.	35
الفرع الثاني : دوافع تبني المؤسسات للتطبيقات الذكية.	40
الفرع الثالث : مزايا استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في تقديم خدمات الوكالة الوطنية للتشغيل.	42
المطب الثالث :صياغة فرضيات الدراسة والنموذج النظري.	43
الفرع الأول :صياغة الفرضيات.	43
الفرع الثاني : النموذج النظري.	47
خاتمة الفصل	48
الفصل الثاني : الجانب التطبيقي	
تمهيد الفصل الثاني	49
المبحث الأول: تقديم عام للوكالة الوطنية للتشغيل ANEM.	49
المطلب الأول : نشأة المؤسسة، هياكلها، ومهامها.	49
الفرع الأول : نشأة المؤسسة وتعريفها.	49
الفرع الثاني : هياكل الوكالة الوطنية.	51
الفرع الثالث : مهام وأهداف الوكالة الوطنية للتشغيل.	53
المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة، التحليل الإحصائي للبيانات، واختبار الفرضيات.	55
المطلب لأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.	55
الفرع الأول: المنهج العلمي المعتمد.	55
الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.	55
الفرع الثالث: مصادر جمع بيانات ومعلومات الدراسة.	56

الفرع الرابع : أساليب المعالجة الإحصائية للاستبيان.	57
المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة.	58
الفرع الأول : صدق وثبات أداة الدراسة(الاستبيان).	58
الفرع الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات.	63
الفرع الثالث: خصائص عينة الدراسة.	64
المطلب الثالث: عرض وتفسير نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.	67
الفرع الأول : تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات أبعاد ومحاور الدراسة.	67
الفرع الثاني: اختبار فرضيات الدراسة (Test of Hypothèses).	78
خلاصة الفصل التطبيقي.	92
الخـــاتمة	93
فهرس المراجع	
قائمة الملاحق	

قائمة الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	جدول رقم (1) : الدراسات السابقة	15-08
02	جدول رقم (2) :أبعاد تقييم جودة الخدمة	28
03	الجدول (01): يوضح عينة الدراسة لطالبي العمل بوكالة الوطنية للتشغيل بولايتي المسيلة وبرج بوعريريج.	55
04	الجدول رقم (02): يبن دراجات مقياس رنسيس ليكارت (Rensis Likert) السباعي.	56
05	الجدول رقم (03): المتوسطات المرجحة لتفضيلات الاستبيان	58
07	الجدول رقم (04): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات محور معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية.	60
08	الجدول رقم (05): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات محور قياس أبعاد جودة الخدمات.	61-60
09	الجدول رقم(06): الاتساق البنائي لأبعاد ومحاور الاستبيان	62
10	الجدول رقم(07): يبين نتائج اختبار ألفا كرو نباخ لمحاور الدراسة	63
11	الجدول رقم (08): يوضح نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov	64
12	جدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب الجنس	64
13	جدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	65
14	الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي	66
15	الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة وفقا لتاريخ التسجيل في الملحقة المحلية للتشغيل	66
16	الجدول رقم (13): عبارات ببعد المعايير المتعلقة بالشكل.	67
17	الجدول رقم (14): عبارات بعد المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون).	69
18	جدول رقم (15): العبارات المتعلقة ببعد المعايير التقنية	70
19	جدول رقم (15): العبارات المتعلقة ببعد المعايير التقنية	72
20	الجدول رقم (17): العبارات المتعلقة ببعد الاستجابة	73
21	الجدول رقم (18): العبارات المتعلقة ببعد الأمان	75
22	الجدول رقم (19): العبارات المتعلقة ببعد التعاطف	76
23	الجدول رقم (20): العبارات المتعلقة ببعد الملموسية	77

24	الجدول رقم (21): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	79
25	الجدول رقم (22): يبين نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى (معنوية معالم النموذج).	79
26	الجدول رقم (23): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	81
27	الجدول رقم (24): يبين نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى (معنوية معالم النموذج).	82
28	الجدول رقم (25): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	83
29	الجدول رقم (26): يبين نتائج اختبار الفرضية الثانية (معنوية معالم النموذج).	84
30	الجدول رقم (27): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	85
31	الجدول رقم (28): يبين نتائج اختبار الفرضية الثالثة (معنوية معالم النموذج).	86
32	الجدول رقم (29): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	87
33	الجدول رقم (30): يبين نتائج اختبار الفرضية الثالثة (معنوية معالم النموذج).	88
34	الجدول رقم (31): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).	90
35	الجدول رقم (32): يبين نتائج اختبار الفرضية الخامسة (معنوية معالم النموذج).	90

قائمة الأشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	شكل رقم (1) : نموذج الدراسة	05
02	شكل رقم (2) : يمثل هيكل الدراسة	17
03	الشكل رقم (3) : نموذج لجودة الخدمة	30
04	شكل رقم (4) : يبين واجهة التطبيق(عرض عملي mon offre d'emploi)	37
05	شكل رقم (05) : واجهة تطبيق (وكالتي mon agence)	38
06	شكل رقم (06) : واجهة تطبيق المدونة الجزائرية للمهن والوظائف	40
07	شكل رقم (07) : الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية للتشغيل	53
08	شكل رقم (08) : مهام وأهداف الوكالة الوطنية للتشغيل	54
	الفصل الثاني (التطبيقي)	
09	الشكل رقم (01): يبين المجالات التي تنتمي اليها قيم الارتباط	58

مـــــــــقدمـــــة

مقـــدمـة

لم تشهد المجتمعات البشرية قفزة علمية تقنية كالتي تشهدها في الوقت الحاضر نظرا للثورة المعلوماتية الكبيرة التي فجرتها التكنولوجيا في مداها الواسع وانفتاحها الكبير على الوجود الإنساني كله ، فالعصر الذي نعيشه اليوم قد دخل مرحلة جديدة ابرز ملامحها السيل المتدفق من المعلومات ، والتي أدت إلى حدوث انقلاباً هائلاً وتغيراً كبيراً في عمق الوجود الإنساني، وكانت الثمرة الحقيقية لتلك التطورات والتقدمات التكنولوجية، العديد من الإنجازات بما فيها الهاتف النقال وتطبيقاته.

كما تميزت العقود الأخيرة بسيطرة الخدمات بمختلف أنواعها التعليمية والصحية وخدمات السياحة والتأمين والاتصالات وغيرها، ونتيجة لهذه التحولات والطلب المتنامي على تلك الخدمات وكذا التنافس المتزايد لمؤسسات هذا القطاع، تأكد على أن مسألة تحسين الجودة ليس مجرد خيار بل حتمية تقتضيها مختلف التطورات باعتبارها مطلبا لدى عملائها في المقام الأول وكذا لدى عامليها ومختلف باقي متعامليها وللمجتمع بأسره.

فجودة الخدمة تلعب دورا مهما في إعداد منتج الخدمة وتسويقها، حيث أنها ذات أهمية بالغة لكل من مقدمي الخدمة (المؤسسات الخدمية) والمستفيدين منها (العملاء) على حد سواء، لذالك وجب على المؤسسات مواكبة التطور التكنولوجي في تقديم خدماتها لتكون لتكون متميزة نوعية.

ولأن الهاتف الذكي أصبح في جيب كل مواطن، وتطبيقاته أصبحت متاحة للجميع، ومعضمها مجانية، اهتم الباحثون باستغلال هاته التطبيقات، وتوظيفها في تقديم الخدمات و العمل على أن تتوافق جودة الخدمات المقدمة التي يدركها العميل على الأقل مع توقعاته أو تتعداها، كونها تعد على العموم من الأولويات الرئيسية لمختلف المؤسسات بما فيها مؤسسات تقديم الخدمة وذلك بفعل المنافسة الحادة وزيادة توقعات العملاء، الذي خلق مناخ عمل تحتل فيها جودة الخدمات المقدمة مرتبة في غاية الأهمية لتحقيق دواعي الرضا لدى العملاء، مما يؤمّن لها البقاء والاستمرار والتطور وسط المتغيرات الحالية للبيئة المحلية والدولية.

كما أن الظفر بفرصة عمل أصبح الشغل الشاغل لكل شاب، فالشغل هو سوق قائم بحد ذاته ويعتمد على تقديم خدمات العرض والطلب، تنظمها هيئات معتمدة عامة وخاصة، والتى يرتادها

طالبي وعارضي العمل، تمثلها في بلدنا الجزائر الوكالة الوطنية للتشغيل، كهيئة عمومية ذات طابع خاص، إلى جانب بعض الوكالات الخاصة المعتمدة من طرف الدولة، لذلك وجب عليها استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم خدماتها، خاصة الاعتماد على الهواتف الذكية، لتوفرها على إمكانية الاتصال بشبكة الانترنت،

والتي تسمح لأصحابها الاستفادة من عدد لا محدود من التطبيقات، تستخدم في الحصول على خدمات، الأمر الذي يمكنهم الانتقال إلى وكالات التشغيل والاستفادة من خدماتهم من بيوتهم أو اماكن عملهم دون عناء التنقل.

"فنحن في عصر أصبح فيه طالبي العمل يمشون للبحث عن عمل بأصابعهم أكثر من أقدامهم."

أولا : الإشـــكاليـة

يعيش العالم برمته عصر تكنلوجيا الاعلام والاتصال التي احدثت نقلة نوعية في تقديم خدمات لجميع مجالات الحياة ،السياسية، الاقتصادية،الاجتماعيةٍ والثقافيةٍ، والتعليمية، فبعد ظهور شبكة الانترنت التي حولت العالم الى قرية صغيرة، توالت الصناعات الإعلامية الدقيقة لتنتج ما يسمى بالهواتف الذكية التي تتوفر على خصائص هامة ،حولت الأنظار إليها فأصبحت في متناول جميع الفئات من غير استثناء.

فلا يستطيع أحد أن يترك هاتفه الذكي في البيت ويخرج إلى العمل، فبالإضافة إلى المكالماتِ الهاتفيّة والفيديوهات التي تُجرى من خلال الهاتِف، أصبح هذا الأخير عبارة عن جهاز حاسوب متنقّل يستطيع الشخص تخزين ما يرغب فيه من معلوماتٍ مهمة، وتتيح الهواتف الذكية العديد من التطبيقات للاستفادة من خدمات التواصل الاجتماعي وتبادل المعلومات فضلا عن الخدمات التثقيفية والتعليمية والترفيهية للمستخدمين بمختلف فئاتهم وتوجهاتهم.

ومن خلال التطورات المتلاحقة في هذا المجال أمكن برمجة تطبيقات متعددة الأغراض لتسهيل خدمات الولوج لسوق العمل أو إنشاء مؤسسات صغيرة و متوسطة، أو مؤسسات ناشئة للشباب البطال والتي من بينها التطبيقات التي استحدثتها الوكالة الوطنية للتشغيل ANEM مثل: mon offre–mon agence–NAME (la nomenclature algérienne des métiers et des emplois) – wassitonligne

كما أن السنوات الأخيرة شهدت تطورا هاما في مجال الخدمات التي أصبحت تشكل أهمية كبيرة في اقتصاديات الدول، مما خلق منافسة شديدة بين مقدميها. و في هذه الظروف، أصبح هناك وعي لدى الباحثين و المهتمين بالأنشطة الخدمية لأهمية الجودة في تقديم الخدمات و أثرها على رضا العميل من أجل خلق ميزة تنافسية و خدمات ذات نوعية وتحقيق رضى الزبون.

ومن هذا المنطلق يتعين على المؤسسة الخدماتية الجزائرية التي تهدف إلى تقديم خدمات ملموسة، أو غير ملموسة من أجل إشباع حاجات عملائها، و تحقيق الربح و الاستمرارية، الاعتماد علي إستراتيجية تسعى إلى امتلاك قاعدة من العملاء الدائمين، بالاعتماد على تطبيقات الهواتف الذكية خاصة في ظل الأنظمة الاقتصادية العالمية، التي تتميز جميعها بنسق

مشترك قائم على أساس احترام العميل، و العمل على إرضائه لتحقيق النجاح ، و التموقع في ظل سوق تتميز بحدة المنافسة.

إذ يعتبر العميل هو الدافع الوحيد لوجود المؤسسة، و هو أساس خلق فرص وظيفية، كما تعد عملية إشباع حاجاته مدخلا أساسيا لتحقيق الربح.

ولأن العالم يتغير بوتيرة متسارعة خاصة في المجال الاقتصادي فإن المؤسسات أيضا تغيرت سواء في هيكلتها أو تنظيمها أو إستراتيجيتها هذا التغير الذي فرض عليها خاصة في عصر التكنولوجيا التي غيرت بدورها سلوك الزبائن فأصبح الهاتف النقال في جيب كل مواطن وأصبحت عمليات البيع والشراء وتقديم الخدمات والكثير من العمليات الأخرى تتم بواسطته وذلك عن طريق استخدام تطبيقاته التي وفرت عناء التنقل إلى المؤسسة و ربح الكثير من الوقت كما أنها وسيلة إعلامية بامتياز.

من جهة أخرى ونظرا لأن بحثنا هذا سيركز علي الوكالة الوطنية للتشغيل والتي هي مرفق عمومي للتشغيل كنموذج في استعمال تطبيقات الهواتف الذكية يمكن طرح الإشكالية الرئيسية كالتالي :

ما مدى إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل من وجهة نظر طالبي العمل.

ويكون طرح الأسئلة الفرعية في هذا البحث كالتالي :

1- ما مدى إسهام تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاعتمادية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.
2- ما مدى إسهام تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاستجابة لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.
3- ما مدى إسهام تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الثقة والآمان لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

4- ما مدى إسهام تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد التعاطف لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

5- ما مدى إسهام تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

ثانيا : الفـــرضـــيات.

الفرضية الرئيسية :

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل من وجهة نظر طالبي العمل.

ويتفرع عنها الفرضيات التالية :

1- تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاعتمادية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

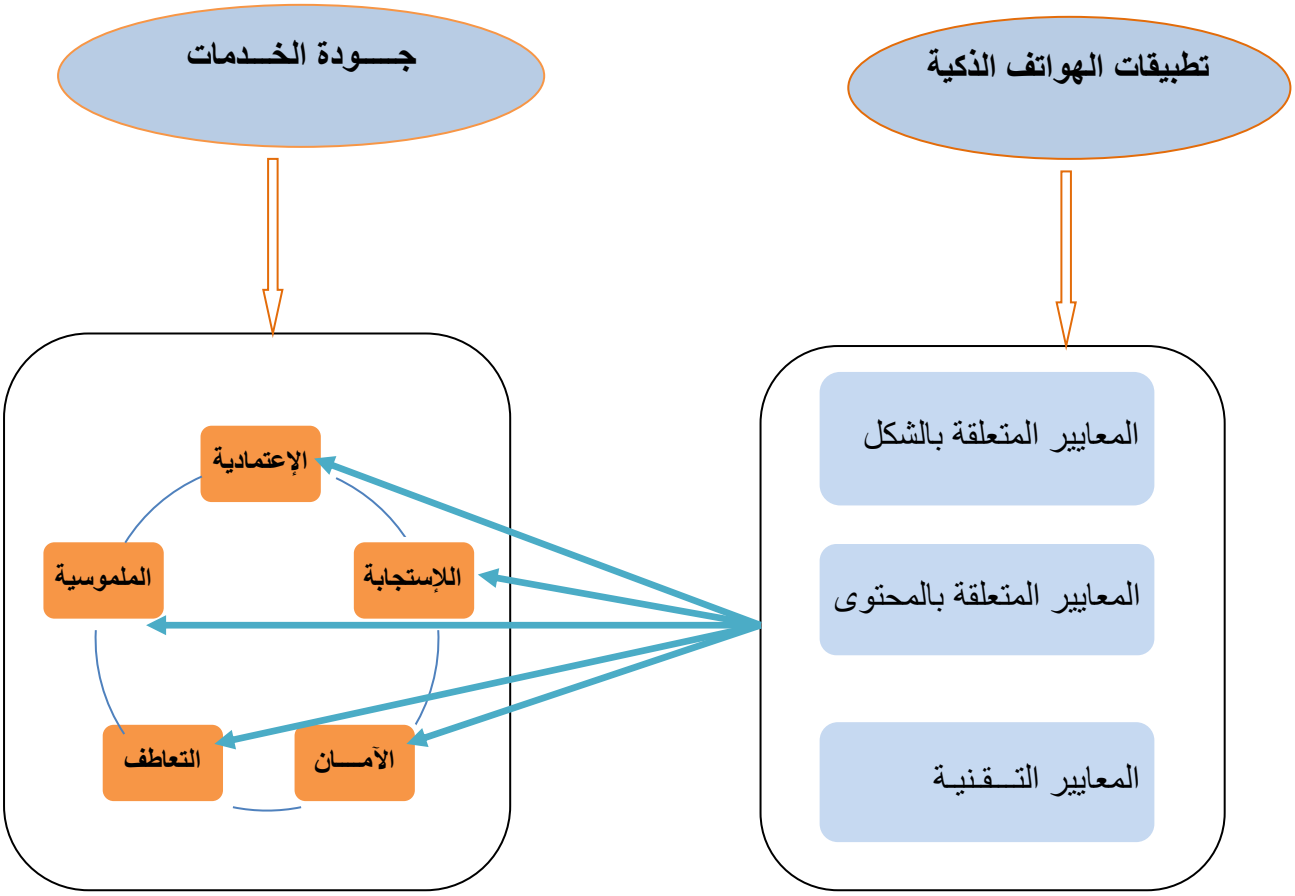
2- تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاستجابة لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

3- تسهم تطبيقات للهواتف الذكية في تحقيق بعد الثقة والآمان لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

4- تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد التعاطف لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

5- تسهم تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

ثالثا : نـــموذج الدراســـة.



شكل رقم (1) : نموذج الدراسة

رابعا : أهـــمية الـــدراسة.

1- يعتبر استخدام التقدم التكنولوجي، وخاصة الهاتف النقال وتطبيقاته، أمرا حديثا في أغلب المؤسسات الخدمية، خاصة هيئات التشغيل التي عرفت في السابق بتقديمها خدمات تقليدية.

2- تستمد أهمية الدراسة من أهمية الموضوع نفسه، لأن استخدام تطبيقات الهواتف الذكية أصبحت من ضروريات ومتطلبات العصر الحالي، عصر التكنولوجيا والخدمات الالكترونية والرقمنة.

3- الاهتمام المتزايد بقطاع الخدمات فأصبح قطاع الخدمات احد أهم الاتجاهات الحديثة في الاقتصادات المعاصرة بالنظر الى الحصة الكبيرة التي يستحوذ عليها ففي أوائل القرن

الحادي والعشرون،أصبحت تمثل صناعة الخدمات أكثر من ثلاثة أخماس الناتج المحلي الإجمالي العالمي، ويوظف هذا المجال أكثر من ثلث القوى العاملة في جميع أنحاء العالم.

خامسا : أهـــداف الـــدراسة :

1- التعرف على الوكالة الوطنية للتشغيل كمرفق عمومي للتشغيل في الجزائر.

2- الاطلاع على مجمل الخدمات التي تقدمها الوكالة الوطنية للتشغيل في مجال تقديم الخدمات لطالبي و عارضي العمل من خلال استخدام تطبيقات الهواتف النقالة.

3- التعرف إلى أنواع ومجالات تطبيقات الهواتف الذكية لفئة طالبي وعارضي العمل.

4- الاطلاع على العوائق والتحديات التى يمكن ان تواجهها الوكالة الوطنية للتشغيل في تقديمها لخدماتها الالكترونية عبر الهواتف المحمولة الذكية.

5- تقديم بعض التوصيات المناسبة في ما يخص مجال الدراسة.

6- معرفة وجهة نظر طالبي العمل المسجلين لدى الوكالة الوطنية للتشغيل من مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في إضافة خدمات جديدة لمتعامليها.

7-

سادسا : أسباب اختيار الدراسة.

الأسباب الموضوعية :

*أهمية تطبيقات الهواتف الذكية وكيفية استخدامها بكفاءة جيدة من أجل تحقق المزيد من القوة التنافسية.

*التحولات الجديدة التي تمر بها المؤسسات الجزائرية الاقتصادية خاصة مع ظهور المنافسة، الأمر الذي يحتم على الاهتمام بالزبون وإرضاءه وزيادة ثقة العاملين لمواجهة هذه المنافسة.

*شدة المنافسة ما بين المؤسسات ومحاولة كسبها لمزايا تنافسية لنفسها مقارنة بمنافسيها.

*انتشار الهاتف الذكي بشكل ملفت للانتباه والاعتماد عليه في شتي المجالات.

الأسباب الذاتية :

*الرغبة الشخصية في دراسة مثل هذه المواضيع تطبيقات الهاتف الذكي.

*قلة الدراسات والأبحاث التي تناولت موضوع تطبيقات الهاتف الذكي وعلاقتها بترقية الخدمات المقدمة لطالبي وعارضي العمل من طرف هيئات التشغيل.

*كون موضوع البحث أو الدراسة يرتبط بطبيعة عملنا في الوكالة الوطنية للتشغيل التي باشرت عملية الرقمنة واستخدام تكنلوجيا الاعلام والاتصال.

سابعا : حدود الدراسة:

الحدود الزمانية :

كانت الحدود الزمانية للدراسة بداية من شهر مارس 2021 إلى غاية شهر جوان 2021

الحدود المكانية :

تتمثل الحدود المكانية للدراسة في الملاحق المحلية للتشغيل التابعة للفرع الولائي للتشغيل بالمسيلة، وهي (المسيلة مركز –بوسعادة –حمام الضلعة– سيدي عيسى–عين الملح) و الملاحق المحلية للتشغيل التابعة للفرع الولائي للتشغيل برج بوعريريج، وهي (برج بوعريريج مركز –برج الغدير –راس الواد)

الحدود البشرية :

تتمثل الحدود البشرية في 115 طالب عمل قاموا بالإجابة على الاستبيان

ثامنا : منهج البحث وأدوات الدراسة المستخدمة.

منهج البحث :

تعتمد الدراسة على منهج وصف تحليل المحتوى، باعتباره أنسب المناهج لطبيعة وأهداف هذا البحث ،ويناسب تحليل سمات تطبيقات الهواتف الذكية.

مجتمع وعينة الدراسة:

تتكون عيينة الدراسة من طالبي العمل الذين يرتدون على مصالح الملاحق المحلية للتشغيل التابعة لولايتي المسيلة وبرج بوعريريج.

أدوات الدراسة المستخدمة :

تم الاعتماد في دراستنا(**إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل ANEM**) على آداة الاستبيان.

تاسعا : الدراسات السابقة.

نظرا لأهمية الدراسات السابقة في عملية جمع المعلومات سوف نقوم باستعراض مجموعة من الدراسات والبحوث السابقة، التي أتيح لنا الاطلاع عليها، والتي تتناول المتغيرات التي لها صلة وثيقة بالدراسة الحالية التي نقوم بها.

دراسة: مجلة دراسات المجلد 7 العدد1 /2020 جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة2 سارة العمري-عز الدين بودربان	
عنوان الدراسة	إستخدامات تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية الخدمات الالكترونية بالمكتبات الجامعية :دراسة نظرية.
نوع الدراسة	مجلة
مجتمع الدراسة	المكتبات الجامعية
هدف الدراسة	تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على استخدامات الهواتف الذكية في المكتبات ومؤسسات المعلومات وإبراز دورها في إعطاء وجه جديد لطريقة هذه الأخيرة في تقديمها لخدماتها
خطوات الدراسة	بعد المقدمة و طرح الاشكالية تناولت الدراسة التعريف بالهواتف الذكية وابراز اهم خصائصها و المزايا التي تتمتع بها، وتطرقت إلى أهم الخدمات الالكترونية الموجهة لها، وتم الوقوف على أهم التحديات والعوائق التي تمنع أو تحد من استغلال المكتبات ومؤسسات المعلومات لهذه التكنولوجيا
حجم العينة	لايوجد جانب تطبيقي
الأدوات	المنهج الوثائقي –دراسة وتحليل مايتعلق بالظاهرة من وثائق ودراسات
أهم النتائج	خلصت الدراسة إلى أهمية تبني تكنوولوجيا الهواتف الذكية واستخدامها ضمن العروض الخدماتية الالكترونية للمكتبة، لدورها الفعال في السماح بتقديم خدمات الكترونية حديثة تتناسب مع تطلعات المستفيدين.
نقاط الاختلاف عن الدراسة	▪ دراستنا تطرقت للجانب التطبيقي وليس النظري فقط. ▪ درستنا ركزت على المتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل بينما هذه الدراسة سلطت الضوء على المكتبات
نقاط التشابه مع هذه الدراسة	–الجانب النظري للمتغير المستقل من خلال تعريفات تطبيقات الهاتف الذكي وخصائصه –المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية ونفس المتغير التابع الخدمات
الفائدة من الدراسة	التوسع في مجال مفهوم الهواتف الذكي وخصائصه ومزايا استخدام الأجهزة المحمولة، ومتطلبات تقديم الخدمات عبر الأجهزة المحمولة، وكذا خدمات المعلومات الالكترونية.

دراسة : مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية المجلد :33 العدد: 03. السنة : 2019 د .رقية بوسنان	
عنوان الدراسة	إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في خدمة القرآن الكريم
نوع الدراسة	مجلة

مجتمع الدراسة	التطبيقات الخاصة بالقرآن الكريم
هدف الدراسة	تهدف الدراسة إلى وصف تطبيقات الهواتف الذكية المتخصصة في مجال القرآن الكريم وعلومه، من حيث الشكل والمضمون ومن حيث معايير الجودة المتوفرة بها
خطوات الدراسة	تناول البحث المقدمة والاشكالية ثم مجتمع الدراسة وعينته ثم منهج البحث وأدواته ثم تطرق الى تحديد المفاهيم وتحليلها كمفهوم الهاتف النقال وتطبيقاته –ووظائف تطبيقات القرآن الكريم وجودتها ثم الخاتمة
حجم العينة	250 تطبيق
الأدوات	العينة العشوائية المنتظمة
أهم النتائج	تفعيل وسائل الاتصال في خدمة القرآن الكريم بما يتماشى و الخصائص الهامة التى تتوفر عليها و التي تسهم في نشره و تمكن الأفراد من تعلمه
نقاط الاختلاف عن الدراسة	▪ الأدوات المستعملة في دراستنا هي الاستبان بدل من العينة العشوائية. ▪ المتغيير التابع هو خدمة القرن الكريم اما في دراستنا فتطرقنا لترقة لخمة طالبي وعارضي العمل ▪ آداة البحث هي آداة تحليل المحتوى والتى تستخدم في وصف المحتوى بينما اعتمدت دراستنا على المنهج الوصفي الميداني
نقاط التشابه مع هذه الدراسة	الجانب النظري للمتغير المستقل من خلال تعريفات تطبيقات الهاتف الذكي وظائفها ودورها في خدمة المتعاملين
الفائدة من الدراسة	▪ التوسع في مجال مفهوم وتطور الهواتف الذكية وأهم الأنظمة المستعملة والتطبيقات المتاحة ▪ التوسع في المعايير الخاصة بالمتغير المستقل تطبيقات الهاتف الذكي من حيث الشكل والمضمون.

دراسة : مذكرة ماستر جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي 2019/2018 الطالبة : بوقديرة مريم	
عنوان الدراسة	مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية
نوع الدراسة	مذكرة ماستر
مجتمع الدراسة	فريق موظفي كوندور + فريق زبائن كوندور
هدف الدراسة	الهدف من هذه الدراسة هو محاولة التعرف على مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية Condor من وجهة نظر موظفي المؤسسة، وحول واقع استخدام الزبائن لهذه التطبيقات.
خطوات الدراسة	الجانب المنهجي :حيث تناولت من خلاله إشكالية الدراسة وأسئلتها وأسباب اختيارها، أهدافها والمنهج المعتمد فيها. الجانب النظري الذي تناول ثلاثة فصول. الفصل الأول :تطبيقات الهاتف الذكي، حيث تطرق فيه إلى الهاتف الذكي، تطبيقات الهاتف

	الذكية، وأمن معلومات التطبيقات الذكية. الفصل الثاني :تطرق فيه إلى الميزة التنافسية في المؤسسة الاقتصادية. الفصل الثالث :تناول دور تطبيقات الهاتف الذكي في إدارة أنشطة المؤسسة وتنافسيتها.
حجم العينة	-الاستبيان الخاص بالزبائن 100 زبون. -الاستبيان الخاص بالموظفين 15 موظف
الأدوات	استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث. حيث تم تصميم استمارتين، تم توزيع الأولى على موظفي مؤسسة كوندور والثانية على عينة من زبائن المؤسسة.
أهم النتائج	▪ هناك توجه من طرف زبائن المؤسسة نحو استخدام تطبيقات الهاتف الذكي . ▪ تطبيقات الهاتف الذكي تساهم في الرفع من تنافسية المؤسسة بما يساهم لها بتحقيق التميز عن المنافسين. ▪ يمكن للتطبيقات الذكية أن تجعل من استراتيجية المؤسسة مرنة، من خلال الإبداع التكنولوجي على مستوى خدمات ما قبل وما بعد البيع مما يجعل من الصعب على المنافسين تقليد العلامة.
نقاط الاختلاف عن الدراسة	▪ الأدوات المستعملة في دراستنا هي الاستبان من وجهة نظر إطارات (ووت).بينما إستعملت هذه الدراسة استبيانين واحد للموظفين والآخر للزبائن ▪ المتغيير التابع هو اميزة التنافسية اما في دراستنا فتطرقنا لترقة لخمة طالبي وعارضي العمل
نقاط التشابه مع هذه الدراسة	▪ الجانب النظري للمتغير المستقل من خلال تعريفات تطبيقات الهاتف الذكي وظائفها ودورها في خدمة المتعاملين. ▪ آداة البحث هي المنهج الوصفي الميداني في كلا من البحثين
الفائدة من الدراسة	▪ التوسع في المفاهيم الخاصة بالهواتف الذكية وأهم الأنظمة المستعملة والتطبيقات الخاصة به. ▪ الاستفادة من بعض المعلومات الموجودة في أسئلة الاستبيان. ▪ حدود الدراسة : تناولت لمحة تاريخية عن المؤسسة و نشأتها ومهامها

دراسة: مجلة المقدمة للدراسات الانسانية و الاجتماعية. 2017 السعيد بوعافية، جامعة بسكرة.	
عنوان الدراسة	تطبيقات الهواتف الذكية لذوي الاحتياجات الخاصة، أغراضها، استخداماتها، أنواعها وآفاقها المستقبلية
نوع الدراسة	مجلة
مجتمع الدراسة	ذوي الاحتياجات الخاصة
هدف الدراسة	تهدف الدراسة إلى توضيح الأطر المفاهيمية للتقنيات الحديثة المستحدثة لتعليم فئات ذوي الاحتياجات الخاصة خاصة تكنلوجيا الهواتف الذكية وما تطرحه من تطبيقات ذكية تعليمية لفائدة هذه الشرائح من المجتمع وكذا واقع الإفادة من تلك التطبيقات واستخدامها، مع الاشارة الى أبرز أنواع تلك التطبيقات

خطوات الدراسة	المقدمة والاشكالية ثم الجانب النظري
حجم العينة	لايوجد جانب تطبيقي
الأدوات	الاهتمام بالجانب النظري فقط
أهم النتائج	ضرورة استغلال تطبيقات الهواتف الذكية على مستوى الجمعيات والمراكز الخاصة لفئة ذوي الاحتياجات الخاصة لأنها تلبي الاحتياجات الضرورية لهاته الفئة
نقاط الاختلاف عن الدراسة	▪ دراستنا تطرقت للجاننب التطبيقي وليس النظري فقط. ▪ التطرق الى المتغيير التابع الا وهو ترقية الخدمات
نقاط التشابه مع هذه الدراسة	الجانب النظري للمتغير المستقل من خلال تعريفات تطبيقات الهاتف الذكي وخصائصه
الفائدة من الدراسة	التوسع في مجال مفهوم وتطور الهواتف الذكية وأهم الأنظمة المستعملة والتطبيقات المتاحة

دراسة: مجلة نور للدراسات الاقتصادية مجلد 03 :عدد04 : جوان2017 جامعة د.الطاهر مولاي سعيدة أ .بختاوي فاطيمة الزهراء	
عنوان الدراسة	تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة أوريدو بوكالة سعيدة
نوع الدراسة	مجلة
مجتمع الدراسة	زبائن مؤسسة أوريدو بولاية سعيدة
هدف الدراسة	1. تحديد مستوى جودة الخدمات التي تقدمها مؤسسة أوريدو من وجهة نظر زبائنها . 2. .لتطرق إلى الأهمية النسبية لكل بعد من أبعاد جودة خدمات الموسسة محل الدراسة- . 3. تقديم نتائج يمكن الاعتماد عليها في دعم وتطوير جودة الخدمات التي تقدمها نؤسسة أوريدو
خطوات الدراسة	-تناول البحث الملخص والمقدمة وطرح الفرضيات -بعدها تطرق الي بعض الجوانب النظرية والتطبيقات (تعريف الخدمة، وجودةة الخدمة، أبعد جودة الخدمة، نماذج جودة الخدمة.....) -ثم انتقل الباحث إلى الجانب التطبيقي
حجم العينة	-50 إستبانة
الأدوات	استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث.
أهم النتائج	▪ الخدمات التي تقدمها مؤسسة أوريدو تتمتع بالجودة بالإضافة إلى وجود اختلاف نسبي بين أبعاد جودة خدماتها من نظر زبائنها ▪ تحقق فرضيات البحث في المستشفيات قيد البحث. ▪ هناك قدر من الاتفاق بين عدد من الكتاب في مجالي الإدارة الصحية وإدارة المستشفيات على أبعاد جودة الخدمات الصحية المتمثلة بالاستجابة والاعتمادية والضمان والملموسية

	والتعاطف..
نقاط الاختلاف عن الدراسة	▪ الأدوات المستعملة في دراستنا هي الاستبان من وجهة نظر إطارات (ووت).بينما إستعملت هذه الدراسة استبيانين واحد للموظفين والآخر للزبائن ▪ المتغيير التابع هو الميزة التنافسية اما في دراستنا فتطرقنا لترقة لخمة طالبي وعارضي العمل.
نقاط التشابه مع هذه الدراسة	▪ الجانب النظري لأبعاد جودة الخدمات، والتعريفات الخاصة بالجودة، والخدمة، وجودة الخدمة. ▪ المنهج المستعمل هو المنهج الوصفي التحليلي. ▪ استعمال الاستبيان في كلا الدراستين.
الفائدة من الدراسة	▪ التوسع في المفاهيم النظرية الخاصة ببعض التعريفات والمفاهيم وأبعاد جودة الخدمات. ▪ الاستفادة من المعلومات الخاصة بالجانب النظري لإعداد أسئلة الاستبيان. ▪ الاستفادة من كيفية تحليل البيانات والنتائج.

دراسة: رسالة شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية. السنة : 2014/2013 -جامعة سطيف1 -بوعبد الله صالح	
عنوان الدراسة	نماذج وطرق قياس جودة الخدمة، دراسة تطبيقية على خدمات مؤسسة بريد الجزائر.
نوع الدراسة	رسالة دكتوراه
مجتمع الدراسة	بريد الجزائر بالدرجة الأولى، ثلاث قطاعات خدمية أخرى :الفندقة، المكتبات الجامعية وخدمة الحالة الميدانية
هدف الدراسة	تعالج هذه الرسالة موضوع قياس الجودة الذاتية والموضوعية للخدمة والربط بينهما لفائدة عملية التحسين .الهدف هو أولا استكشاف محددات الجودة المدركة للخدمة في السياق الجزائري، خاصة الخدمة لدى" بريد الجزائر"؛ وثانيا توجيه جهود التحسين نحو الأولويات الصحيحة
خطوات الدراسة	بعد المقدمة وطرح الاشكالية تناول الباحث في : الفصل الثاني :الجودة وطرق قياسها في القطاع الخدمي الفصل الثالث :محددات الجودة المدركة للخدمة في السياق الجزائري الفصل الرابع :محددات جودة الخدمة في" بريد الجزائر"، بناء مقياس خاص الفصل الخامس :الربط بين القياس الذاتي والموضوعي للجودة ثم الخاتمة
حجم العينة	8 إطارات سامية لبريد الجزائر(المدير الجهوي بقسنطينة – المدير الأقليمي بسطيف –أربع قباض بريد، – رئيس مركز ولائي لتوزيع البريد.) -140 إستمارة استبيان للزبائن
الأدوات	-المقابلة

	-الاستبيان : يغطي الجودة الوظيفية والتقنية وجودة معالجة الشكاوي
أهم النتائج	1-توصل البحث إلى مقياس للجودة من وجهة نظر الزبائن والذي أسماه PostQual ، وإلى إظهار الأبعاد الثلاثة للجودة في هذا القطاع :الجودة الوظيفية، الجودة التقنية ومعالجة الشكاوى. 2-توصل البحث إلى ضرورة إعطاء الأولوية للجودة الوظيفية، لكونها الأكثر تأثيرا على تقييم الزبون للخدمة.
نقاط الاختلاف عن الدراسة	▪ الأدوات المستعملة في دراستنا هي الاستبان بينما استعمل الباحث المقابلة والاستبيان. ▪ استعملنا نموذج قياس الجودة المدركة النموذج الكلاسيكي (سيرفكوال)بينما ركز الباحث على النماذج والطرق المستعملة في عملية قياس الجودة الذاتية و الموضوعية. ▪ تميز بحثنا بالربط بين المتغير المستقل والتابع بينما ركز الباحث على متغير واحد وهو الجودة المدركة للخدمة، كيفية قياسها واستخدام نتيجة القياس في الحسين
نقاط التشابه مع هذه الدراسة	▪ الجانب النظري للمتغير التابع من خلال تعريفات جودة الخدمات ومعايير قياسها، والفروق بين الجودة المدركة والجودة الموضوعية. ▪ أبعد قياس الجودة المدركة النموذج الكلاسيكي (سيرفكوال)
الفائدة من الدراسة	▪ التوسع في مجال مفهوم جودة الخدمات سواء المدركة أو الموضوعية ومعايير وأبعاد القياس. ▪ استغلال بعض أبعاد قياس الجودة المدركة في تحضير الاستبيان. ▪ إدراك الفرق بين الجودة المدركة والموضوعية والفئات التي تستهدف لقياس كلا منهما

دراسة: مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية / المجلد - 6 / العدد- 19 جامعة تكريت - كلية الإدارة والاقتصاد 2010 أ.د .أكرم أحمد الطويل د .آلاء حسيب الجليلي د.رياض جميل وهاب	
عنوان الدراسة	إمكانية إقامة أبعاد جودة الخدمات الصحية -دراسة في مجموعة مختارة من المستشفيات في محافظة نينوى
نوع الدراسة	مجلة
مجتمع الدراسة	ثلاث مستشفيات في محافظة نينوى
هدف الدراسة	1 .تعريف الأفراد العاملين في المستشفيات قيد البحث بمفهوم وأهداف وأبعاد جودة الخدمات الصحية. 2 .تحديد إمكانية إقامة أبعاد جودة الخدمات الصحية في المستشفيات قيد البحث. 3 .وصف وتشخيص أبعاد جودة الخدمات الصحية في المستشفيات قيد البحث. 4 .تحديد المستشفى الأكثر استجابة لأبعاد جودة الخدمات الصحية من أجل إقامتها.
خطوات الدراسة	تناول البحث الملخص والمقدمة و أربعة مباحث هي : ▪ المبحث الأول : منهجية البحث. ▪ المبحث الثاني : الجانب النظري. ▪ المبحث الثالث : الدراسة الميدانية. ▪ المبحث الرابع : الاستنتاجات والمقترحات.

حجم العينة	-الاستبيان الخاص 55 مسؤول من مسؤولي المستشفيات السابقة
الأدوات	استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث.
أهم النتائج	▪ تباين نسب استجابة (توافق) المستشفيات قيد البحث مع أبعاد جودة الخدمات الصحية . ▪ تحقق فرضيات البحث في المستشفيات قيد البحث. ▪ هناك قدر من الاتفاق بين عدد من الكتاب في مجالي الإدارة الصحية وإدارة المستشفيات على أبعاد جودة الخدمات الصحية المتمثلة بالاستجابة والاعتمادية والضمان والملموسية والتعاطف..
نقاط الاختلاف عن الدراسة	▪ الأدوات المستعملة في دراستنا هي الاستبان من وجهة نظر إطارات (ووت).بينما إستعملت هذه الدراسة استبيانين واحد للموظفين والآخر للزبائن ▪ المتغيير التابع هو اميزة التنافسية اما في دراستنا فتطرقنا لترقة لخمة طالبي وعارضي العمل
نقاط التشابه مع هذه الدراسة	▪ الجانب النظري لأبعاد جودة الخدمات ▪ المنهج المستعمل هو المنهج الوصفي التحليلي
الفائدة من الدراسة	▪ التوسع في المفاهيم الخاصة بأبعاد جودة الخدمات. ▪ الاستفادة من المعلومات الخاصة بالجانب النظري لإعداد أسئلة الاستبيان.

دراسة: مذكرة ماجستير جامعة باجي مختار – عنابة السنة 2009/2008 الطالبة : أوغيدنى هدى	
عنوان الدراسة	اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة –دراسة ميدانية بالمؤسسة المينائية E.P.S بسكيكدة
نوع الدراسة	مذكرة ماجستير
مجتمع الدراسة	المؤسسة المينائية جيجل كمجال للدراسة الميدانية
هدف الدراسة	-تهدف الدراسة إلي كيفية بناء تصورات جديدة حول اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة والتي تتناسب والوضعية الراهنة للمؤسسة الخدمية الجزائرية، انطلاقا من الكشف عن اثر جودة الخدمة بالمؤسسة علي اتجاهات العملاء. -تمكن المؤسسة من اكتشاف نقاط الضعف لديها و نقاط القوة انطلاقا من اتجاهات العملاء
خطوات الدراسة	الفصل الأول :خصص للإطار المفهمي والمنهجي للد ا رسة، أين قسم إلى مبحثين: أولهما تم التطرق فيه إلى :إشكالية الد ا رسة، بالإضافة على أهمية الد ا رسة و التي تكتسي أهمية بالغة. المبحث الثاني إلى الجانب المنهجي للد ا رسة أين اعتمدنا. الفصل الثاني :وتم التركيز فيه على الإطار النظري للدراسة. الفصل الثالث : خصص للدراسة النظرية و التطبيقية حول إدارة و تعزيز العلاقة مع العملاء. .
حجم العينة	- 45 إستمارة بحث (استجواب) مع العملاء.

	– المقابلة مع بعض المسؤولين بالمؤسسة –الوثائق والسجلات
الأدوات	استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات المتعلقة بالبحث.
أهم النتائج	▪ ضعف اتجاهات العملاء و سلبياتها نحو جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة المينائية بسكيكدة، نظرا لأن الاتجاهات لا تعود إلى الجوانب المادية في تقديم الخدمة بل إلى الجوانب التفاعلية و العلائقية و الإنسانية. ▪ رضا العملاء مرهون بسمعة المؤسسة.
نقاط الاختلاف عن الدراسة	▪ الأدوات المستعملة في دراستنا هي الاستبان من وجهة نظر الزبائن بينما إستعملت هذه الدراسة المقابلة + استمارة استجواب ▪ المتغيير المستقل هو اتجاهات العملاء اما في دراستنا فتطرقنا لتطبيقات الهواتف الذكية.
نقاط التشابه مع هذه الدراسة	▪ الجانب النظري للمتغير التابع من خلال تعريفات جودة الخدمات ▪ آداة البحث هي المنهج الوصفي الميداني في كلا من البحثين
الفائدة من الدراسة	▪ التوسع في المفاهيم الخاصة بجودة الخدمة خاصة منه الجوانب المادية، والجوانب التفاعلية، ومكانة المؤسسة عند العملاء ▪ الاستفادة من بعض المعلومات الموجودة في أبعاد جودة الخدمة.

جدول رقم (1) : الدراسات السابقة

ملخص نقد الدراسات السابقة :

أهم ما يميز دراستنا الحالية عن الدراسات السابقة هو تركيز بعض الدراسات على إمكانية إقامة أبعاد جودة الخدمة، ونماذج طرق قياسها، دون ربطها بمتغيرات أخرى، أما دراستنا فتناولت جودة الخدمات وربطتها بتطبيقات الهواتف الذكية.

كما أن هناك دراسات أخرى تناولت تطبيقات الهواتف الذكية، وقامت بربطها بمتغيرات أخرى مثل دراستنا، كربط التطبيقات بترقية الخدمة الالكترونية، وخدمة القرآن الكريم، وتحقيق الميزة التنافسية

أما في دراستنا حاولنا أن نتناول الموضوع بشكل مختلف من خلال التعمق و التخصيص في جانب مهم من تكنولوجيا المعلومات والمتمثلة في عنصر التطبيقات للهواتف الذكية وربطها بالخدمات المقدمة للمتعاملين والتركيز على جودة الخدمة المدركة،وأثرها على طالبي العمل من وجهة نظرهم.

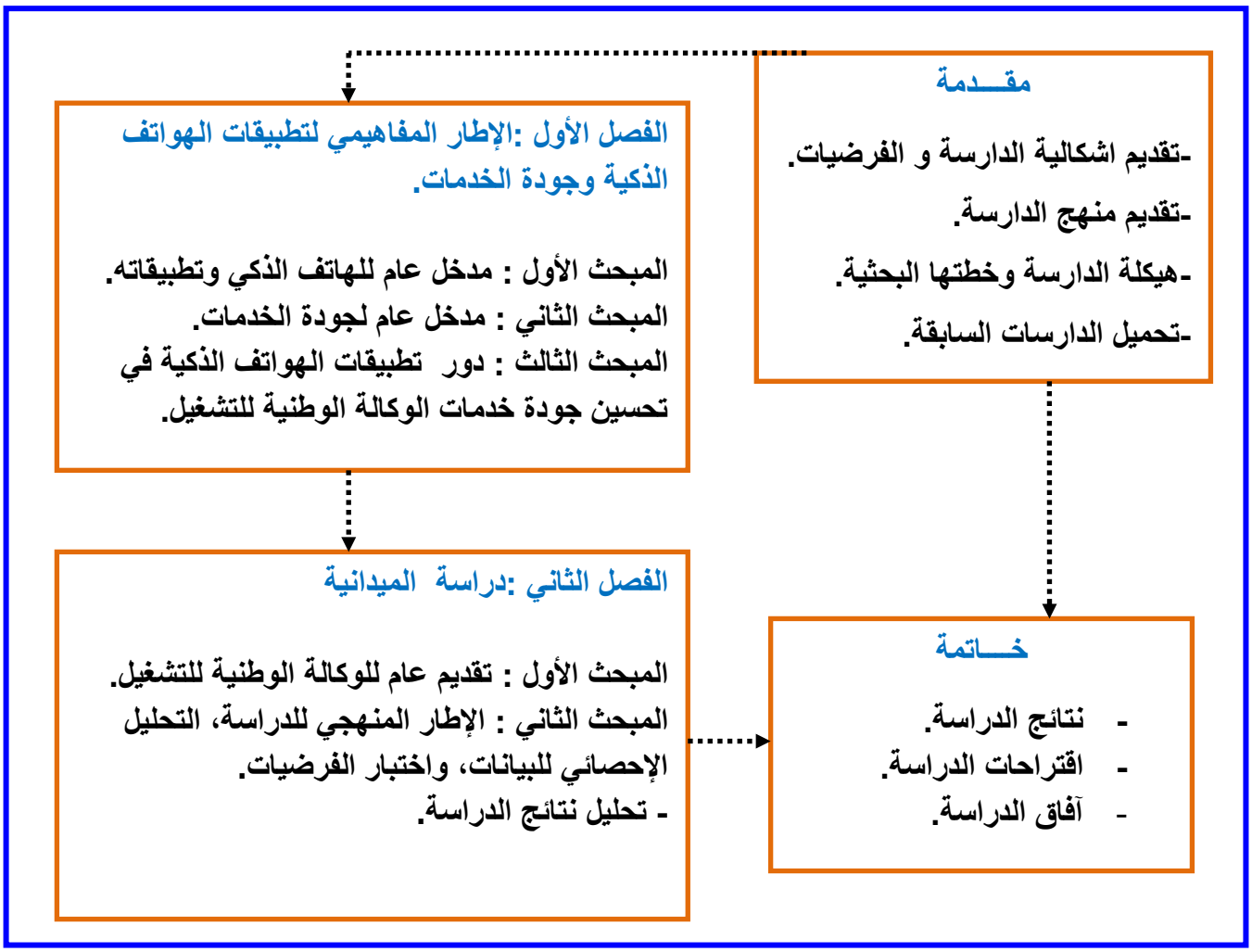
عاشرا : صعوبات الدراسة:

يمكن ذكر صعوبات البحث أو الدراسة في النقاط التالية:

- قلة المراجع التي ناقشت الموضوع، لأن تطبيقات الهواتف الذكية هي موضع حديث.
- صعوبة في توزيع الاستمارات لأن معظم طالبي العمل ليس لديهم دراية بتطبيقات الهواتف الذكية.
- عدم إعطاء الأهمية اللازمة للاستبيان من طرف بعض طالبي العمل.
- ضيق الوقت في إعداد هذه الدراسة
- نقص التكوين على برمجية التحليل الكمي SPSS النسخة 26

11- هيـكل الدراســة:

يتمثل هيكل الدراسة في المخطط التالي



شكل رقم (2) : يمثل هيكل الدراسة

الفصـــــل الأول

- **المبحث الأول: تقديم عام للوكالة الوطنية للتشغيل ANEM.**
- **المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة، التحليل الإحصائي للبيانات، واختبار الفرضيات.**

المبحث الأول : مدخل عام للهاتف الذكي وتطبيقاته.

لم يعد يخفى على أحد أهمية الاتصالات، في كل وقت ومدى حاجة الناس إليها في الحياة اليوميّة وأثناء إنجاز الأعمال الروتينية، فلا يستطيع أحد أن يترك هاتفه الذكي في البيت ويخرج إلى العمل، لأن وظائفه أصبحت تتعدى إجراء المكالمات الهاتفية وإرسال الرسائل النصية إلى تقديم خدمات عديدة ومتنوعة؛ ذلك أنه يتضمن قدرة حوسبة أكثر تقدما، ويمكن القول أن الهواتف المحمولة لم تعد مجرد ذلك الجهاز الصغير المحمول في قبضة اليد، وإنما هي المحتوى المحمول، فهذا الجهاز الصغير هو مدخل إلى المحتوى والمحتويات الاجتماعية للويب، ويتحقق ذلك بمجرد لمسة واحدة.

❖ المـــطلب الأول : عموميات حول الهاتف الذكي.

لقد تطورت الهواتف الذكية تطورا كبيرا في فترة زمنية قصيرة؛ فأصبحت تتألف من عدة وظائف مثل مشغلات الوسائط المحمولة، والكاميرا ت الرقمية المدمجة، ونظم تحديد المواقع. فأصبحت الهواتِف عبارة عن جهاز حاسوب متنقّل يستطيع الشخص تخزين ما يرغب فيه من معلوماتٍ مهمة، كما أنّه يحصل على كل ما يحتاجه من معلوماتٍ من خلال الربط مع الشبكة العنكبوتيّة.

الفـــرع الأول : مفهوم وخصائص الهاتف الذكي.

أولا :مفهوم الهاتف الذكي SMART PHONES

الهواتف الذكية **Smartphone** مصطلح يطلق على الهواتف التي أصبحت تشتغل بنظام تشغيل فيمكن تشبيهها بكمبيوتر صغير، حيث تمكنك من تصفح الانترنت والبريد واستعمال التطبيقات وإضافتها وما إلى ذلك من تطبيقات الكمبيوتر بالإضافة للخدمات الهاتفية الاتصال والرسائل القصيرة والكاميرا .[1]

[1]- السعيد بوعافية، جامعة بسكرة - تطبيقات الهواتف الذكية لذوي الاحتياجات الخاصة :أغراضها، إستخداماتها، أنواعها وآفاقها المستقبلية - مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية و الاجتماعية -العدد الثاني ص 91

الأجهزة الذكية مصطلح يطلق على الهواتف النقالة الحديثة، وهذه الهواتف تحتوي على العديد من الخصائص والمميزات المتقدمة مقارنة بغيرها من الأجهزة، وهناك العديد من الشركات التي تطلق أجهزة نقالة كل فترة، وكل جيل من هذه الأجهزة يحتوي على مميزات متطورة أكثر من الجيل الذي يسبقه.

الهاتف الذكي هو الهاتف الذي يتضمن نظام تشغيل يشابه عمل نظام تشغيل أجهزة الكمبيوتر، إضافة إلى تواجد وعمل الكثير من التطبيقات والبرامج ومنها الإتصال بشبكة الانترنت.

ووفق هذا الأساس يتسم الهاتف الجوال بلقب الهاتف الذكي، ونظام التشغيل المثبت على مثل هذه الهواتف عبارة عن مجموعة من الأوامر والتعليمات التي تعمل معا لإدارة الهاتف الذكي ومكوناته المختلفة مثل الشاشة، المعالج، الكاميرا، أو بمعنى آخر هو همزة الوصل بين مكونات الهاتف الصلبة أو ما نسميها "الهارد وير" وبين مكوناته الناعمة "السوفت وير".

ومن النقاط المهمة التي تمنح الهاتف صفة الذكاء هي دعمه لخدمات الواي فاي إضافة الخدمات شبكات الجيل الثالث والرابع وفق المعايير الحديثة لبعض التقنيات مثل تقنية اتصال المدى القريب أو المعروفة بNFCC وأنظمة الملاحة والخرائط المعروفة ب GPS .[1]

يعرف الهاتف الذكي على أنه:" الجهاز الذي يحوي خدمات تقنية بنظام تشغيل متعدد المهام ويدعم تطبيقات التصوير، والمشاركة، والبيع والشراء، والخدمات المكتبية، والانترنت...

وتم تعريفه أيضا على أنه:" جهاز يجمع بين قدرات هاتفية وكاميرا والمساعد الرقمي الشخصي ومشغل MP3، والوصول إلى الانترنت، يستخدمه الطلبة لتحميل الصوت والفيديو والمحاضرات الصوتية،ويمكن من تحرير المستندات النصية والوصول إلى البريد الالكتروني وإرسال الرسائل الفورية والنصية، ويستخدم أيضا للتخزين الشامل والتعلم التفاعلي والتعاون العالمي، ويجمع بين عدد من ميزات الاتصال والحوسبة في نظام واحد مدمج.[2]

ثانيا : خصائص الهواتف الذكية.

تشترك جميع أنواع الهواتف الذكية في بعض الخصائص بغض النظر عن منصات العمل وأجهزة التشغيل التي تستخدمها والتي تختلف حسب الشركات

[1] - السعيد بوعافية،مرجع سابق، ص 92

[2] - سارة العمري. - عز الدين بودربان. إستخدامات تطبيقات الهاتف الذكية في ترقية الخدمات الالكترونية بالمكتبات الجامعية. مجلة دراسات - المجلد 7 العدد1 / 2020 جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2 ص 258

المصنعة لها. أما أبرز هذه الخصائص المشتركة في

– **اللمس:** حيث يتم استخدام الهواتف باللمس، عوضا عن الأزرار والناقرة.

–**نظم التشغيل** : وهي البرامج التي يتم تشغيل تلك الهواتف من خلالها بحيث تكون أداة التحكم بالجهاز من حيث الذاكرة والتخزين والأوامر، ويعتبر نظام التشغيل من أهم سمات الهواتف الذكية. كما أنه العامل المؤثر في استخدام الهاتف وتطبيقاته، وكل المميزات التي يتمتع بها والخدمات التي سوف يقدمها للمستخدم

– **التطبيقات** : هي عبارة عن برمجيات بسيطة يتم تصميمها وفقا لسمات برنامج التشغيل، والسمات الخاصة بالهاتف الذكي، ويصمم كل تطبيق ليؤدي وظيفة مختلفة عن غيره.

– **الاتصال بشبكة الإنترنت** : تعد سرعة الاتصال بالإنترنت من الميزات المهمة بالنسبة للمستخدم، ويعزز ذلك تطور الشبكات الخلوية بظهور الجيل الثالث 3 G، والجيل الرابع G4 إضافة إلى الأنترنت اللاسلكي (wifi) الموجودة في جميع الهواتف الذكية.

–**لوحة المفاتيح** : بحيث تكون الأحرف في لوحة المفاتيح مرتبة بطريقة QWERTY Keyboardوهي تشير إلى اختصار لأول ستة أحرف في لوحة المفاتيح المتاحة في الهواتف الذكية.

– **المراسلة الفورية** : التي تتمثل بإرسال واستقبال الرسائل النصية، والصور، والتسجيلات الصوتية، بشكل متزامن مع الشخص الآخر، من خلال عدة تطبيقات مثل :فايبر Viber و واتساب Whatsapp، فضلا عن البريد الإلكتروني وشبكات التواصل الاجتماعي.

– **خصائص أخرى أهمها** :

– صغر حجم الهاتف الخلوي يجعله جهازا عمليا مريحا في الحمل من قبل الكبار والصغار على حد سواء، ويحقق إمكانية الاحتفاظ به في حقيبة المستخدم أو في جيبه.[1]

– عدم الحاجة إلى الأسلاك فالهاتف الخلوي قد رفع هذه القيود وزاد من مرونة الاستخدام والتنقل به.

[1]- سارة العمري. - عز الدين بودربان، مرجع سابق ص 258-259

– النقل الرقمي للوسائط المتعددة بإيصالها للمستفيدين بما في ذلك: النص، الصوت، الصورة والفيديو.

– خاصية التغطية بعيدة المدى وهي يمكن أن تغطي مساحة العالم كله ما يجعل الهاتف الخلوي إحدى أهم وسائل التواصل والاتصال عن بعد.

– إن التطورات التي أدخلت على الهاتف الخلوي لتصله بالانترنت ففتحت مجال واسعا أمام استخداماته في مختلف المجالات وفي معظم القطاعات.

– جهاز متاح للجميع مقارنة بجهاز الحاسوب ولأغلبية شرائح المجتمع.

– تعدد استخداماته فهو هاتف للاتصال، وكاميرا للتصوير الفوتوغرافي والفيديو، وساعة متنقلة، ومنبه ولاقط للمحطات الإذاعية، وبريد صوتي ونصي وصوري، ومصباح للإضاءة، ومفكرة للمواعيد والملاحظات المهمة، وسجل للهواتف والرسائل المتبادلة، ومسجل صوت وغيرها مما يجعله وسيلة مهمة لتلبية كثير من الاحتياجات التعليمية اليومية للإداريين والمعلمين والطلبة على حد سواء.[1]

الفـــرع الثـــاني : نشأة الهاتف الذكي.

أولا : نشأة الهاتف الذكي ومراحل تطوره.

في عام 1876 م سجل الاسكتلندي " ألكسندر غراهام بيل " براءة اختراع نوع من الهاتف مكن من نقل الصوت البشري عبر الأسلاك، وامتدت أول شبكة للهاتف في نيو إنغلاند عام 1878 م، وبحلول عام 1890م، كان نظام" بيل " للهاتف يستخدم على نطاق واسع في أمريكا وأروبا، ولم يستخدم فقط للاتصال بين طرفين فقط وانما كأداة إعلامية من الطراز الأول وقتها، ففي المجر طور المخترع" ثيودور بوشكاش" تطبيقا إذاعيا للتلفون في 1893 م عقب محاولات وتجارب تمت في أماكن أخرى منها واحدة في سويسرا عام 1979 م جرى فيها بث عرض أوبرالي، ولكن" بوشكاش " نظم عبر الهاتف برنامجا إذاعيا متكاملا يحوي الأخبار والقراءات الصحفية وغيرها، وهذا بالطبع ليس الغرض الذي من أجله ظهر الهاتف.[2]

[1]- سارة العمري. - عز الدين بودربان، مرجع سابق ص 259

[2] بوقديرة مريم - مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية - مذكرة ماستر جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي. 2019/2018 ص 24

وقد ظهر أول هاتف ذكي حسب ما قالت عنه شركة IBM بأنه أول جهاز يمكن تصنيفه كهاتف ذكي في سنة 1992م باسم سايمون Simon حيث كان وقتها هاتفا متطورا جدا، ومن الجدير بالذكر أن شركة IBM شركة عالمية متعددة الجنسيات تعمل في مجال تصنيع وتطوير الحواسيب والبرمجيات نشأت عام 1911 م ومقرها مدينة أرمونك في نيويورك، الولايات المتحدة الأمريكية".

ويعتبر هذا الجهاز هو من مهد الطريق لثورة الهواتف الذكية في جميع أنحاء العالم، وتم وضع نسخة من هذا الهاتف في متحف العلوم لندن.

وقدمت شركة PALM جهاز Palm Pilot كأول مساعد شخصي في العالم في عام 1996 م، وكان يمكنك وضعه في جيبك، وكان يحتوي على شاشة من الزجاج تعمل باللمس أحادية اللون، وذاكرة داخلية بحجم 128 كيلو بايت واشتمل الجهاز على تطبيقات مثل دفتر العناوين، قائمة المهام، مذكرة وآلة حاسبة، وأداة أمان لإخفاء السجلات المخصصة للاستخدام الخاص، وكان يمكن مزامنة الجهاز مع الويندوز أو ماكنتوش، وكان يعتبر نموذجا لحواسيب شخصية، ومهدت هذه الأجهزة الطريق للهاتف الذكي، ومع بداية الألفية الجديدة بدأ صناع الأجهزة يدمجون مميزات المساعد الشخصي شيئا فشيئا في الهواتف الخلوية، وكان أول جهد ملحوظ في هذا المجال نوكيا 9000 والذي قدم للعالم في عام 1996 م

حيث أطلقت نوكيا مجموعة من الهواتف الموجهة لرجال الأعمال، وبدأت هذه المجموعة بجهاز نوكيا

9000 ، والذي كان خليط بين الهاتف والمساعد الشخصي الرقمي، حيث قدم العديد من الخدمات من بينها(ارسال رسائل الفاكس، بريد إلكتروني ورسائل SMS ومتصفح النت، تدوين ملاحظات ومنظم مواعيد، ساعة منبه.)

ثم ظهرت أجهزة متقدمة أخرى مثل جهاز Kyocera 6035 وهو واحدة من الهواتف الذكية، صدر في 2001م وكان الهاتف مزود بمودم اتصال لاسلكي، وكذلك شركة Handspring في العام التالي منتجاتها الخاصة في هذا المجال من خلال هاتفها Treo 180 المميز[1] .

[1]- بوقديرة مريم - مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية مرجع سابق ص 24-25

ثم بدأت الهواتف الذكية تنتشر انتشارا واسعا من الشرق إلى الغرب ففي عام 2002م ظهرت أجهزة ذكية أخرى، حيث ظهر جهاز P800 من شركة سوني إريكسون والذي اشتمل على العديد من المميزا ت الجديدة والتي من أهمها مشغلMP3 وشاشة لمس ملونة .

وفي عام 2005 ظهرت أجهزة الهواتف الذكية متعددة الوسائط، ثم جاء عام 2007 م وكشفت آبل عن جهاز الآي–فون هذا الجهاز الثوري والذي أحدث ضجة في العالم وقتها، والذي أعطته آبل شعار " This is only beginning" إنه البداية فقط " حيث وضع نموذجا جديدا للهواتف الذكية سواء من خلال الواجهة الجديدة والتصميم بالكامل والشاشة التي تغطي معظم الهاتف، ثم أنشأت الشركة متجر لتطبيقاته المتنوعة و اللا محدودة سواء التجارية أو المجانية.

و شهد عام 2008 م وصول هواتف الأندرويد Android والتي انتشرت انتشارا كبير، وكأن أول هاتف استخدم هذا النظام هو HTC. [1]

في عام 2009 قامت العديد من الشركات بإنشاء مخازن التطبيقات الخاصة بها على شبكة الانترنت، ومنها متجر Ovii من نوكيا، ومتجر ويندوز لشراء تطبيقات الهواتف والبلاك بيري، وتطور في هذا العام أجيال الاتصالات حتى وصلت إلى الجيل الثالث G3 .

وفي عام 2010 أعلنت شركة أبل عن وصولها إلى 3 مليار تحميل من متجرها، وظهرت إصدارات عديدة من جهاز الايفون حتى وصل إلى الإصدار السادس والسابع بنسخ متعددة، فضلا عن التطورات التي تشهدها هواتف سامسونغ غالاكسي بأنواعها المختلفة ذات الخصائص الرائعة.

ومن 2011 إلى 2017 قفزت الهواتف الذكية حيث التطور، فازدادت الشاشات حجما والمعالجات سرعة وتتعدد الوظائف والتطبيقات للشركات المصنعة.[2]

ثانيا : مراحل تطور الهاتف الذكي

ولابد من الإشارة إلى أربعة أجيال تمثل مراحل تطور المحمول

الجيل الأول : وهو الجيل الذي بدأ بداية عقد السبعينات والذي يتميز بأنه يعتمد على النظام التماثلي في العمل ويقدم خدمة الاتصال الصوتي فقط، علما بأن سرعة نقل المعلومات في هذا الجيل قليلة نسبيا.

[1]- بوقديرة مريم – مرجع سابق ص 25

[2]- محمود شرف الدين :تاريخ تطور تكنولوجيا الهواتف الذكية، موقع أيفون إسلام، 2021 ، متاح على الخط https://iphoneislam.com شوهد يوم 2021/05/22 على الساعة 07:49 صباحا

الجيل الثاني : وهو الجيل الذي يعتمد على النظام الرقمي في العمل، وقد أضاف خدمات أخرى إلى الخدمات التقليدية، مثل نقل البيانات والرسائل النصية وغيرها، وشهدت نهاية هذا الجيل تحسين العمل بيه كثيرا فقد بلغت سرعة نقل البيانات إلى 2 ميجابايت في الثانية.

الجيل الثالث : بدأ هذا الجيل في العام 2000 م، ويمتاز بالسرعة العالية لنقل البيانات والتي تصل إلى 10 ميجابايت، وهو ما أكسبه القدرة على إدخال خدمات متميزة كاستخدام الوسائط المتعددة واستخدام بروتوكول الانترنت أي أنه بإمكانك الدخول إلى الانترنت بمجرد أن تحصل على تغطية الهاتف.

الجيل الرابع : وتدخل ضمنه الهواتف الذكية، وهي التقنية التي سهلت أمور كثيرة في العمل والتطبيقات، ومع ظهور هذا الجيل من الهواتف الخلوية المحمولة أصبح الهاتف شديد الشبه بجهاز الحاسوب المتنقل الذي يحمل كل ما يقدمه الحاسوب من إمكانيات، ومن هذه الإمكانيات تلك السرعة العالية في نقل البيانات وتبادلها، والتي تصل إلى 200 ميجابايت في الثانية، وهو ما ساعد في إضافة خدمات كثيرة كالبلوتوث (Bluetooth) والويفي (Wi-Fi) الذي حقق إمكانية الاتصال من المرسلات المحلية ذات البث المحدود المدى.[1]

الفـــرع الثـــالث : مفهوم أنظمة تشغيل الهواتف الذكية وأنواعها.

أولا : مفهوم أنظمة تشغيل تطبيقات الهواتف الذكية.

تتنافس الشركات المنتجة لأنظمة التشغيل الخاصة بالهواتف الذكية، وتختلف من شركة لأخرى ولكن تتفق فيما بينها بتنافسها على تلبية رغبات المستخدم واحتياجاته والعمل الدائم على التطوير وتحقيق سهولة الاستخدام.

"نظام الهاتف الذكي :عبارة عن مجموعة من الأوامر والتعليمات التى تعمل معا لإدارة الهاتف ومكوناته المختلفة مثل الشاشة، المعالج، الكاميرا، أو بمعنى آخر هو همزة الوصل بين مكونات الهاتف الصلبة HardWare والتطبيقات الخاصة به SoftWare والتي تتيح للمستخدم الاستفادة من الهاتف على أكمل وجه، لأنه عندما نختار نظام تشغيل ما سوف يتحدد بالتالي التطبيقات والألعاب و واجهة الشاشة وكل شيء داخل الهاتف.[2]

"وتعتبر نظم التشغيل الخاصة بالهواتف الذّكيّة برمجيّات مصغّرة مجهزة لتشغيل الهواتف

[1]- بوقديرة مريم – مرجع سابق ص 25-26

[2]- شهد طارق حميض - واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية. مذكرة ماجستار جامعة الشرق الأوسط/2017 ص19

الذّكّية، وهي تشبه بذلك نظم تشغيل الحواسيب المعروفة

ثانيا : أنواع أنظمة تشغيل الهواتف الذكية :

ظهرت العديد من الأنظمة يمكن الإشارة إلى أهمها فيما يلي:

1- نظام سيمبيان SymbianOSS : تملكه شركة نوكيا، فهو موجود في أجهزة نوكيا، سوني اريكسون، سامسونج، إل جي وغيرها، ويعد أكثر أنظمة الهواتف انتشارا بحكم حصة نوكيا الكبيرة في السوق، لكن سرعان ما انخفضت نسبة الاستحواذ بدخول الاندرويد و آيفون، وقد اشترت شركة نوكيا حقوق النظام عام 2008 اشترت نسبة 48 في المئة من الحقوق والباقي مقسم بين اريكسون وسامسونج وباناسونيك، وأصبح النظام التشغيلي الرسمي في أغلب أجهزتها، ويوجد عدد من الإصدارات للنظام بعضها مخصص لأجهزة اللمس وبعضها الأجهزة الكيبورد وتنوي الشركة عمل عدة تطويرات للنظام بإصدار نسخ جديدة ومطورة .

2- بلاك بيري Blackberry RIM : النظام تملكه شركة RIMM ، وهو متوفر على أجهزة البلاك بيري فقط، وهو منتشر في قطاع الأعمال والشركات والمراسلات والتواصل، البلاك بيري بدأ يتوفر بقوة للمستخدم الفردي مما زاد نجاحه وزاد من حصته السوقية حيث أنه ترك قوقعة قطاع الشركات فقط وقفز على قطاع الأفراد الضخم.

3- ايفون Apple iPhone OS : النظام تملكه شركة أبل، وهو متوفر على أجهزة أبل فقط مثل الايفون، الايبود، الايباد، عندما صدر هذا النظام لأول مرة في 2007 وجد قبولا لدى المستخدم العادي حيث أنه كان سهل الاستخدام وغير معقد كغيره من الهواتف الذكية الموجودة في ذلك الوقت، النظام تطور وحدث عدة نسخ وتوفر على عدد من الأجهزة الأخرى لدى الشركة مثل الايبود تتش والايباد، وما زال النظام يحقق نجاحا وقبولا.

4- ويندوز فون ويندوز موبايل "Microsoft Windows Mobile : النظام تملكه شركة مايكروسوفت، يعد أحد أقدم أنظمة التشغيل للهواتف الذكية وكان مسيطرة على سوق الجوالات المتقدمة والمساعدات الكفية ولكن حصة النظام بدأت في التراجع حتى وصلت لأقل درجاتها في 2011، ولهذا السبب أطلقت مايكروسوفت الإصدارة المطورة وهي ويندوز فون 7. [1]

[1]- السعيد بوعافية، - تطبيقات الهواتف الذكية لذوي الاحتياجات الخاصة مرجع سابق ص 93-94

وقامت بتطوير كامل وجذري للنظام وبالفعل قامت بإعادة برمجة وتطوير كاملة للنظام، من أهم مميزات هذا النظام الاستفادة من خدمات مايكروسوفت كالماسنجر والأوفيس.

5- اندرويد Google Android : النظام تملكه شركة جوجل، وهو مفتوح لأي شركة تطلب تصريحه، فهو موجود في عدد من الشركات مثل اتش تي سي، سامسونج، موتورولا، سوني اريكسون، ال جي، ايسر، وغيرهم وكذلك اجهزة pda جوجل، قلقة من أن تصبح خارج لعبة الجوالات، أطلقت نظام تشغيلها "أندرويد" وخلال فترة قصيرة نسبية أصبحت قادرة على تحقيق نجاح وانتشار، فوجود جوجل كشركة داعمة ومسوقة للنظام بالإضافة لأن النظام مجاني حيث أن الشركات المصنعة تحصل على النظام بشكل مجاني، جعل النظام منتشر في عدد من الأجهزة القوية والمتقدمة، مما ساعد اندرويد على أن يتقدم على نظام الايفون في الولايات المتحدة إلى حدود 2011، نظام الاندرويد نظام مرن فهو لا يتوفر على الهواتف الذكية فقط وإنما يتوفر على عدد من الأجهزة والتطبيقات حيث أنه مفتوح المصدر وتستطيع أي شركة تعديله المناسبة احتياجاتها وكذا كل تطبيقات غوغل موجودة فيه.

6- ويب أو إس Palm WebOS : النظام تملكه شركة بالم، وهو متوفر على أجهزة بالم فقط، وهو نظام تشغيل ناجح ولكن حصريته الشركة بالملح وضعف الأجهزة التي تصدرها الشركة جعلت الشركة تنهار وقامت شركة اتش بي بشرائها في 2010، حتى الآن لا نعلم ما مستقبل نظام التشغيل ولكن أغلب التوقعات تقول بأنه سيتم استخدامه في أجهزة قادمة لاتش بي.

7- بادا Samsung bada : النظام تملكه شركة سامسونج، وهو متوفر على أجهزة سامسونج فقط، وسامسونج ثاني أكبر شركة جوالات في العالم قررت في 2010 أنها ترغب بحصة في سوق أنظمة التشغيل أيضا، فأعلنت عن نظام تشغيلها الجديد "بادا "، النظام ما زال جديدة ومدى نجاحه وتقبل المستخدم له ما زال غير معلوم.[1]

❖ المـــــطلب الثـــاني : مدخل عام لتطبيقات الهواتف الذكية.

لقد أحدثت تطبيقات الهواتف الذكية تطورا كبيرا في تعزيز الهاتف المحمول؛ لكي يكون أكثر من مجرد جهاز لإرسال الرسائل النصية والاتصال، وذلك باستخدامه في أوجه متعددة أخرى،

[1]- السعيد بوعافية، جامعة بسكرة - تطبيقات الهواتف الذكية لذوي الاحتياجات الخاصة مرجع سابق ص 94

كما أنها تساعد المؤسسات على تحقيق الابتكار والتجديد الخاص بها، بعد أن تدرك رغبات زبائنها وفي نفس الوقت تكسب لنفسها الربح والتكلفة الأقل والتميز في تقديم الخدمات.

الفرع الأول : تعريف تطبيقات الهواتف الذكية ومميزاتها

أولا : تعريف تطبيقات الهواتف الذكية.

التطبيق المحمول أو التطبيق النقال بالإنجليزية (Mobile app)، هو برنامج كمبيوتر مصمم ليعمل على الهواتف الذكية، وأجهزة الكمبيوتر اللوحي وغيرها من الأجهزة النقالة.

وهي الموجة الجديدة في استخدام الهواتف النقالة، فلم تعد الهواتف النقالة مجرد أجهزة للاتصالات الهاتفية الصوتية فقط، بل تتعداها إلى تبادل رسائل الوسائط المتعددة كالصور والفيديو واستخدام البريد الالكتروني والانترنت، ونظرا للإمكانيات الهائلة في الهواتف الذكية أصبح بالإمكان استغلال هذه الإمكانيات من قبل تطبيقات متعددة تفيد المستخدم.[1]

يمكن أن تعرف التطبيقات الذكية بأنها " التكنولوجيا الداعمة للهواتف المحمولة، كالمعايير وأنظمة التشغيل ومنصات العمل والمتصفحات وبرمجيات تهيئة الملفات، المخصصة لعرضها اعتمادا على الهاتف المحمول.

ويقصد بها أيضا " : واحدة من الخدمات التي تقدمها الهواتف الذكية، وهي برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف أو شركات أخرى متخصصة في صناعة التطبيقات، ويقوم المشترك بتنزيلها على هاتفه من متاجر شركات الهواتف العالمية على حسب نوع نظام تشغيل الهاتف، وتقدم هذه التطبيقات خدمتها للمشترك، والتي تفيده في حياته اليومية وفي شتي المجالات كالتطبيقات الرياضية، الإخبارية، أو للتواصل الاجتماعي عبر شبكات التواصل الاجتماعي، أو تطبيقات ترفيهية، دينية، علمية، تعليمية، سياحية، وغيرها الكثير.[2]

ثانيا : مميزات وإمكانيات بعض تطبيقات الهواتف الذكية :

- **الكاميرا Camera**: فيستطيع التطبيق نقل صور من الألبوم أو التقاط صور حية ونقلها .
- نظام التحديد الجغرافي Geographic Positioning System :فهذه الامكانية التي تتميز

[1]- السعيد بوعافية، جامعة بسكرة - تطبيقات الهواتف الذكية لذوي الاحتياجات الخاصة مرجع سابق ص 95
[2]- بوقديرة مريم – مرجع سابق ص 30

بها الهواتف الذكية يمكن الاستفادة منها لتحديد موقعك أو موقع المؤسسة التي ترغب بالذهاب لها.

- **إمكانية عمل الاتصال الهاتفي Telephone Calls** : بضغطة زر من داخل التطبيق يمكنك الاتصال بأرقام معينة دون أن تكون مخزنة بجهازك.

- **العالم من حولنا Around Us** : يمكن تحديد موقع المستخدم والأماكن المهمة القريبة منه ورسمها على الخريطة.

- **الرسائل النصية المجانية Push Notifications** : وهذه الميزة تمكن أصحاب الأعمال من إرسال رسائل لكل من قام بتحميل التطبيق وبالمجان ولأي عدد من الرسائل.

- **الرسائل المحددة جغرافيا Geo Fencing Notifications** : بالإمكان ربط النطاق الجغرافي للرسائل التي يرسلها التطبيق فيمكن للتطبيق إرسال رسائل لكل من لا يبعد أكثر من 20 كيلومتر على سبيل المثال.

علاوة على هذا توجد بعض التطبيقات التي انتشرت كالنار بالهشيم مجرد أن تم نشرها على سوق التطبيقات مثل لعبة Flappy bird اللعبة المثيرة للجدل التي تعود على صاحبها ب 50 ألف دولار يوميا من الإعلانات فقط برغم إزالتها من سوق التطبيقات بعد أن أصبحت أكثر تطبيق مجاني يتم تحميله من على AppStore .

وعلى الرغم أن مطوري IOS يجدون صعوبة حتى يتم قبول تطبيقاتهم ونشرها على سوق التطبيقات الخاص بهم إلا أن الإحصائيات تشير انه أغلب الربح الحاصل من برمجة التطبيقات بشكل عام يأتي من خلال تطبيقات IOS.

كما تشير بعض الإحصائيات أن الربح الذي تم الحصول عليه من التطبيقات على اندرويد يقارب الى 1.2$ بليون بينما الربح من تطبيقات IOS وصل إلى ما يقارب ال 6.4$ بليون، أخيرا الربح من تطبيقات ويندوز فون وصل إلى ما يقارب 0.95$ بليون.[1]

الفرع الثاني : أنواع تطبيقات الهواتف الذكية ومعايير نجاحها

أولا : أنواع تطبيقات الهواتف الذكية

[1]- السعيد بوعافية، مرجع سابق ص 96

هنالك أنواع مختلفة من التطبيقات، وأكثر ثلاثة أنواع معروفة وبسيطة للتطبيقات هي :التطبيق الأصلي Native Apps ، وتطبيق الويب Web Apps ، والتطبيق الهجين Hybrid Apps ، ومن المهم معرفة أنواع تطبيقات الهواتف الذكية قبل البدء بعملية تصميم التطبيق،

فهنالك اختلافات بين هذه الأنواع ومن المهم معرفتها لمعرفة كيف يعمل التطبيق و لمعرفة أفضل ممارسة لتصميم الواجهة.

1-التطبيق الأصلي : Native Apps

وهي التطبيقات التي تتطلب من المستخدم تنزيلها وتثبيتها على هاتفه الذكي وقد صممت لتلائم أنظمة التشغيل جميعها

ويتكون من مجموعة من البرامج المكتوبة خصيصا لمواصفات المنصة المطلوبة، فمثلا لتطبيق هاتف ذكي أصلي على منصة أبل تستخدم لغة التطبيق الأصلية Objective-C ، وبالمثل لتطبيق أصلي على منصة أندرويد نستخدم Java or C/C++ ، وقد كتبت تطبيقات الهواتف الذكية الأصلية خصيصا لتتناسب مع نوع ومواصفات الجهاز المشغل لهذا النظام لتواكب التطور التكنولوجي وتحقق أفضل ممارسة، فإذا كان باستطاعة المستخدم تنزيل التطبيق على هاتفه الذكي أو جهازه اللوحي فمن المحتمل أن يكون تطبيق أصلي .

ستبقى تطبيقات الهواتف الذكية الأصلية الأكثر قوة في أي نظام، لما لها من قدرة عالية على التوافق مع الأجهزة المتنوعة بكل سهولة، وتدعم عنصر الحركة في التطبيق بشكل ممتاز .

2-تطبيق الويب : Web Apps

وهي التطبيقات المتوفرة على الموقع الإلكتروني، ولا تتطلب من المستخدم تحميلها وتثبيتها على الهاتف الذكي الخاص به.

ويعرفه Wesley (2014) بأنه : تطبيق قد قام باستخدامه كل المستخدمين لا محاله، فهو عبارة عن برنامج يعمل بشكل كامل داخل متصفح الويب Web browser ، وقد صممت واجهاته عن طريق لغة البرمجة HTML or CSS ومدعومة بأكثر لغات برمجة متنوعة ومعروفة مثل : Ruby on Rails ، JavaScript ، PHP ، Python ، وتعمل هذه التطبيقات تلقائيا على أي هاتف ذكي أو جهاز لوحي، أو جهاز محمول، أو جهاز الحاسوب، متوافقة مع معايير متصفح الويب[1].

[1]- شهد طارق حميض - واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية مرجع سابق ص22-23

المصممون في تطبيق الويب معنيون بتقديم تصاميم للواجهة بشكل كامل، وقد يشكل هذا عائقا أمام المصممين المبتدئين،

ففي هذه الحالة أيضا يجب على المصمم أن يهتم وبالتفاصيل الصغيرة التي تشكل عناصر الواجهة، على العكس تماما في تصميم الواجهة لتطبيق هاتف ذكي أصلي فإن عناصر الواجهة تكون محددة ومعلومة تلقائيا من قبل شركتي أبل وجوجل .

3- التطبيق الهجين أو المختلط Hybrid Apps

ويعتبر مزيج من التطبيق الأصلي وتطبيق الويب، ليلائم الأجهزة المحمولة كافة، ويكون متاح من خلال الموقع الإلكتروني للخدمة.[1]

ثانيا : أهم معايير نجاح تطبيقات الهاتف الذكي

ليست كل تطبيقات الهاتف الذكي بنفس الكفاءة ولا تحقق نفس النجاح، حيث انه يوجد العديد من المعايير التي ينبغي توافرها في التطبيقات، لكي تكون ناجحة وتحقق لأصحابها الفاعلية المطلوبة وتحقق الهدف التي صممت من اجله، ومن أهم المعايير التي تساعد على نجاح التطبيقات:

1- الكفاءة:

إن الكفاءة من أهم المعايير التي لابد أن يتسم بها التطبيق، ويبحث عنها أصحاب المشروعات خاصة، عند قيامهم بتصميم تطبيق خاص لأعمالهم وشركاتهم، لأنه يتم استخدامه في تسويق السلع والمنتجات، لذلك لابد أن يتسم التطبيق بالكفاءة والدقة، لأن المستهلك في الغالب يقوم بالبحث عن تطبيق منظم يستطيع التعامل معه ويستطيع الوصول إلى البيانات فيه بكل سهولة، كما انه لابد أن يتماشى مع التطورات الحادثة في وقتنا هذا.

2- السرعة:

من الأشياء التي يهتم هبا صاحب التطبيق والمستهلك أيضا، حيث إن التطبيق الخاص بالشركات لابد أن يكون سريع بحيث يستجيب بسرعة إلى الأوامر التي تنفذ من خلاله فسرعة استجابة التطبيق من أهم العوامل التي تساعد على نجاحه، لأنها تدفع المستخدمين على التفاعل مع التطبيق بدون ملل، [2]

---

[1]- شهد طارق حميض - واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية مرجع سابق ص23

[2]- (https://tawajod.ae/ar/ بحث عن تطبيقات الجوال -). شوهد يوم 2021/05/22 على الساعة 23:15 ليلا

فهناك بعض التطبيقات البطيئة التي تجعل الأشخاص غير قادرين على التعامل معها، ويشعرون بملل في وقت تصفحها لذلك عند تصميم تطبيقات الهاتف لابد من مراعاة أهمية أن يكون التطبيق سريع.

3- الابتكار:

لابد من مراعاة هذا المعيار أثناء القيام بعملية تصميم وبرمجة التطبيقات، حيث أن الإنسان دائما ما يبحث عن كل ماهو جديد ويمل من الأشياء المكررة، لأن أغلب التطبيقات تتشابه مع بعضها مما ينفر الإنسان من استخدامها، ولكن التميز والابتكار يساعدان الأشخاص على التصفح في التطبيق واستخدامه باستمرار، لذلك لابد من مراعاة توافر هذه السمة التي تجذب العديد من المستخدمين.

4- توضيح الهدف وتحديده:

يتم تصميم وبرمجة التطبيقات للهاتف الذكي من أجل توصيلها لأكبر عدد من الأشخاص، الذين يهتمون بما تقوم الشركة مالكة التطبيق، لذلك لابد عند القيام بتصميم وبرمجة تطبيقات الجوال تحديد الجمهور المستهدف، والقيام بتوصيل التطبيق له، عن طريق بعض الإحصائيات ودراسة سلوك المستهلك على أساس عمره ونوعه وموقعه، كل ذلك من أجل ضمان وصول التطبيق إلى جميع المهتمين بنجاح.

5- سهولة الاستخدام:

لابد أن تكون تطبيقات الهاتف سهلة الاستخدام، حيث أن هذه السمة من أهم المعايير التي يجب توافرها في أي تطبيق، حتى تجعل التطبيق مناسب للاستخدام من قبل جميع الأعمار، لأن بساطة عرض المنتجات وسهولة الاستخدام وإمكانية الوصول إلى بيانات المنتجات بسهولة من أكثر الأشياء التي تجذب العملاء إلى تحميل التطبيق واستخدامه، ومن الأشياء التي تجعل التطبيق سهل في الاستخدام هي إمكانية عرض الصور والبيانات، وكل التفاصيل مع المنتج مما يجعل الجميع قادر على التعامل مع التطبيق.[1]

[1]- (https://tawajod.ae/ar/ **بحث عن تطبيقات الجوال -). مرجع سابق** شوهد يوم 2021/05/22 على الساعة 23:15 ليلا

6- التطوير والابتكار:

لابد من القيام بتطوير التطبيق وتحديثه بصفة مستمرة، وتتم هذه الخدمة من قبل الشركة التي قامت بتصميم التطبيق، لأن الثبوت على حال واحد يصيب المستخدمين بحالة من الملل ويجعلهم لا يقومون باستخدام التطبيق بصفة مستمرة، وعلى أي عميل يتعامل مع شركة تصميم تطبيقات جوال الحرص أن تكون الشركة لديها خدمة الدعم الفني المستمر، بحيث تقوم بخطوة تطوير التطبيق باستمرار، لأنها من أهم المعايير التي ينبغي أن يهتم بها كل صاحب تطبيق.

7- استهداف منصة واحدة :

يفضل القيام باختيار منصة واحدة يتم وضع التطبيق عليها ونشره، حيث أن هذا المعيار من المعايير الهامة التي تعمل على نجاح أي تطبيق، لأن القيام باستخدام العديد من المنصات لطرح تطبيقات الهاتف يجعل التطبيق غير متميز ويفقد احد أهم عناصر النجاح وهى الاختلاف والتميز.

8- الاختبار المبدئي للتطبيق :

لابد أن تقوم الشركة التي قامت بتصميم التطبيق بعمل اختبار مبدئي للتطبيق على بعض المستخدمين، قبل وضعه على المنصة وطرحه في الأسواق بشكل رسمي، بحيث يتم التعرف على أوجه الخلل والعيوب في التطبيق وإصلاحها قبل القيام بنشره للكثير من المستخدمين.[1]

المبحث الثاني : مدخل عام لجودة الخدمات.

تمهيد :

تلعب جودة الخدمة دورا مهما في إعداد منتج الخدمة وتسويقها، حيث أنها ذات أهمية بالغة لكل من مقدمي الخدمة (المؤسسات الخدمية) والمستفيدين منها (العملاء) على حد سواء، إذ

1- (https://tawajod.ae/ar/ بحث عن تطبيقات الجوال -). **مرجع سابق** شوهد يوم 2021/05/22 على الساعة 23:15 ليلا

يرجع اهتمام الباحثين بجودة الخدمة عموما إلى التأثير المباشر على حصتها السوقية وربحيتها، لاسيما على المدى الطويل، لذلك يفهم بأنه على مؤسسات تقديم الخدمة و العمل على أن تتوافق جودة الخدمات المقدمة التي يدركها العميل على الأقل مع توقعاته أو تتعداها، كونها تعد على العموم من الأولويات الرئيسية لمختلف المؤسسات بما فيها مؤسسات تقديم الخدمة وذلك بفعل المنافسة الحادة وزيادة توقعات العملاء، الذي خلق مناخ عمل تحتل فيها جودة الخدمات المقدمة مرتبة في غاية الأهمية لتحقيق دواعي الرضا لدى العملاء، مما يؤمّن لها البقاء والاستمرار والتطور وسط المتغيرات الحالية للبيئة المحلية والدولية.

❖ المطـــلب الأول : مفاهيم عامة حول الخدمات.

إن تنوع الخدمات من حيث كثافة استخدام التكنولوجيا أو التدخل البشري، أو المظاهر المادية ...لا يسهل تحديد مكونات موحدة لهذا المفهوم أو صياغة تعريف شامل ومتفق عليه. لذا سنحاول تقديم بعض التعاريف الموجزة، وكذا التطرق إلى خصائص الخدمة، وطرق تقديمها.

الفـــرع الأول : مفهوم الخدمة وخصائصها

أولا : مفهوم الخدمة :

يجمع الخبراء على أهمية الخدمات في تنمية الناتج المحلي لمعظم البلدان، لاسيما المتقدمة منها، برغم جملة من الخصائص التي تميزها وتعقد من إمكانية تصميمها وتقديمها.

يعرفها محمد توفيق ماضي على كونها " نشاط أو سلسلة من الأنشطة التي إلى حد ما ذات طبيعة غير ملموسة وغير عادية".

كما يعرفها أحمد السيد مصطفى على أنها " نشاط يؤدي إلى إشباع حاجة أو حاجات معينة لدى العميل"[1].

وتعرف الخدمة بأنها سلسلة أو سيرورة الأنشطة و العمليات التي تهدف بالأساس لإشباع احتياجات العملاء من خلال تقديم قيمة أو منفعة و تتميز هذه الخدمة، بجملة من الخصائص نذكر منها : اللاملموسية، التنوع ، التلازمية ، التلاشي و عدم التملك". [2]

---

[1]- أحمد بن عيشاوي، قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء. مجلة الباحث-عدد 2014/14 جامعة قاصدي مرباح، ورقلة – الجزائر ص 383

[2]- الطالبة أوغيدني هدى . اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. 2009/2008 جامعة باجي مختار – عنابة. ص18

– من التعريفات أيضا ما يركز على تحديد خصائص الخدمة التي تميزها عن السلع المادية، خصائص مثل الفنائية؛ اللاملموسية؛ اللانمطية؛ وتلازم عمليتي الإنتاج والاستهلاك .من هذا المنظور، الخدمة هي" منتجات غير ملموسة تهدف أساسا إلى إشباع حاجات ورغبات المستهلك وتحقق له منفعة . "

من أبرز كتاب هذا المدخل فيليب كوتلر، الذي يعرف الخدمة بأنها" فعل أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر على أن يكون بالضرورة غير ملموس ولا ينتج عنه تملك، مع كونه قد يرتبط أو لا باستخدام سلعة مادية " [1]

ومما تقدم يمكن القول أن الخدمة هي " نشاط أو سلسلة من النشاطات تغلب عليها خاصية اللاملموسية تقدم لإشباع حاجة أو حاجات معينة لدى طالبها".

ثانيا : خصائص الخدمة.

1–اللاملموسية:

أصل الخدمة غير ملموسة ، أي لا يمكن تذوقها أو رؤيتها أو شمها ، أو سماعها ، أو الإحساس بها ، وهي الخاصية التي تميز الخدمة عن السلعة ، وإن تكرار الشراء قد يعتمد على الخبرة السابقة ويمكن للعميل الحصول على شيء مادي ملموس يمثل الخدمة.

2–التلازمية (عدم الانفصال) :

ونعني بالتلازمية درجة الارتباط بين الخدمة ومقدمها أي أنه يصعب الفصل بين الخدمة والشخص الذي يتولى تقديمها ، لأن وقت إنتاج الخدمة هو نفسه وقت استهلاكها فالعميل هنا يكون في اتصال مباشر مع مقدم الخدمة ويتعرف عليه ، كمن يخدمه في البنك ، ويصفف شعره ومن يعلم أبناءه في المدرسة ، على العكس في السلع فمشتري السلعة لا يعرف من أنتج معجون الأسنان أو مسحوق الغسيل وكيف تم إنتاجه كما يشارك العميل في إنتاج الخدمة لأنه لا يمكن تقديم الخدمة إلا بحضور العميل ، أي أنه يوجد اتصال شخصي بين العميل ومقدم الخدمة ، فالطرفان عليهما القيام بأدوار معينة حتى يتعرف كل طرف على ما يتوقعه منه الطرف الآخر[2].

---

[1]- بوعبد الله صالح ، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة. رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية صفحة 44

[2]- بوعنان نور الدين. - جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء. - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص :علوم التسيير. 2007/2006 جامعة محمد بوضياف المسيلة. ص59-60

3-عدم التجانس:

من الصعب إيجاد معايير موحدة في حالة إنتاج الخدمة ، على الرغم من إستخدام أنظمة موحدة خاصة بتقديم الخدمة كحجز السفر في الطائرة ، فعلى الرغم من وضع المؤسسات معايير للتأكد من تقديم الخدمة بمستوى عال من الجودة إلا أنه من الصعب الحكم على جودة الخدمة قبل الشراء من طرف العميل ، لأن تقديم الخدمة يعتمد على الأشخاص الذين تتحكم فيهم المعايير الشخصية ، فلا يمكن أن يكون مقدم الخدمة على نفس مستوى النشاط خلال يوم كامل من العمل وبالتالي تكون الخدمة مختلفة حسب مزاجه وظروفه النفسية ، إلى جانب ذلك مشاركة العميل في تقديم الخدمة ، وإختلاف شخصيات العملاء سوف يؤدي إلى إختلاف في تقديم الخدمة ، بالإضافة إلى أن الخدمة التي يراها عميل بأنها

ذات جودة يراها الآخر أقل جودة ، فتقديم القهوة في فندق بدرجة حرارة معينة فهناك من يراها باردة وهناك من يراها ساخنة ، فالمعايير الشخصية هي التي تحكم على مذاق القهوة أكان جيد أم لا.

4-عدم القابلية للتخزين:

تعتبر الخدمة ذات طبيعة غير قابلة للتخزين ، وذلك لعدم ملموسيتها ، أي أن درجة الملموسية تزيد من درجة فناء الخدمة ، وبالتالي لا يمكن حفظ الخدمة على شكل مخزون وهذا ما يجعل تكاليف التخزين لا توجد نسبيا أو بشكل كامل في المؤسسات الخدمية.

فالخدمة تستهلك وقت إنتاجها وبالتالي عدم إمكانية تخزينها ، وهذا ما يجعل الأمر صعب بالنسبة للمؤسسات الخدمية ، وذلك في حالة حدوث تقلبات في الطلب لهذا عليها إما بتغيير الأسعار، أو إستخدام طرق جديدة في الترويج.

5-عدم إنتقال الملكية:

صفة عدم إنتقال الملكية صفة تميز السلعة عن الخدمة ، وذلك لأن العميل يمكنه إستعمال الخدمة لمدة معينة دون إمتلاكها كإستعمال غرفة في فندق أو مقعد في طائرة ، عكس السلعة التي يكون فيها للمستهلك حق إمتلاكها والتصرف فيها. [1]

[1]- - بوعنان نور الدين. - جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء. – مرجع سابق. ص59-60

الفـــرع الثاني :طرق تقديم الخدمة

توجد أربعة أنواع أساسية من الخدمات المقدمة هي :

-طريقة الخدمة الباردة؛

-طريقة المصنع للخدمة؛

-طريقة الحديقة الوردية للخدمة؛

-وطريقة جودة وخدمة الزبون.

وتمتاز كل طريقة من طرق تقديم الخدمة ببعد إجرائي وشخصي معين .ويقصد بالبعد الإجرائي : النظم والإجراءات المحددة لتقديم الخدمات.

أما البعد الشخصي فيقصد به : طرق التفاعل والتعامل مع الزبون عند تقديم الخدمة من قبل مقدمي الخدمات، وما يستخدمونه من سلوكيات ومواقف ومهارات لفظية .وفيما يلي عرض لكل طريقة من طرق تقديم الخدمة.

1- طريقة الخدمة الباردة:

تمتاز طريقة تقديم هذا النوع من الخدمات في الجانب الإجرائي بأنها :بطيئة، وغير متناسقة، وغير منظمة، وفوضوية، وغير مريحة .أما في الجانب الشخصي، فتمتاز بأنها :غير شفافة، ومتحّفظة، وجدية، وبعيدة عن أجواء الانبساط والفرح، وغير مرغوبة من قبل الزبون.

2- طريقة المصنع للخدمة:

تمتاز هذه الطريقة عن سابقتها، بزيادة الاهتمام بالجانب الإجرائي في تقديم الخدمة وعدم الاكتراث بالجانب الشخصي .وتتسم في الجانب الإجرائي بأنها :تأتي في الوقت المناسب، ومتناسقة، وبعيدة عن الفوضى .أما في الجانب الشخصي، فتتميز بأنها :غير شفافة، ومتحفظة، وغير مرغوبة من قبل الزبون[1].

[1]- صليحة رقا د - تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون. - مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية. - جامعة الحاج لخضر– باتنة– 2008/2007 ص 9

3- طريقة الحديقة الوردية للخدمة:

على عكس طريقة تقديم الخدمة السالفة، تمتاز هذه الطريقة باهتمامها بالجانب الشخصي عن الجانب الإجرائي الذي يتسم فيها بأنه :بطيء، وغير متناسق، وغير منتظم، أما الجانب الشخصي فيتميز بأنه :شفاف، وجذاب، ومرغوب من طرف الزبون.

4-طريقة جودة وخدمة الزبون:

تمتاز طريقة تقديم هذه الخدمة، بإعطائها أهمية كبيرة لكل من الجانب الإجرائي والشخصي، فعلى مستوى الجانب الإجرائي تتميز بأنها :متناسقة، وتأتي في الوقت المناسب، وبعيدة عن الفوضى .أما على المستوى الشخصي، فتمتاز بأنها :شفافة، وجذابة، وودودة، ومرغوبة من قبل الزبون .وتعد طريقة جودة وخدمة الزبون من أفضل الطرق التي يتم استخدامها في تقديم الخدمة للزبائن[1].

❖ المـــطلب الثاني : مفاهيم عامـة حول الجودة

إن إتباع الأساليب والطرق الجديدة لزيادة الأداء والاستفادة من التكنولوجيا الحديثة للوصول إلى تقديم سلعة أو خدمة ذات جودة قادرة على الصمود أمام البدائل المنافسة يتطلب احترام معايير وخصائص تكون في مستوى تطلعات العميل خاصة وأنه أصبح أكثر وعيا في الحصول على سلعة أو خدمة متميزة.

الفـــرع الأول : مفهوم الجودة

حسب تعدد المداخل و وجهات النظر لكل باحث،هناك الكثير من المفاهيم، فالبعض ينظر للجودة على أنها مدى التطابق أو جودة التطابق **CONFORMANCE QUALITY** مع المواصفات و الشروط ،أو مدى ملائمة المنتج للاستخدام أو عدم وجود عيوب به، أما الجودة من وجهة النظر التسويقية فهي مدى جودة الأداء **CONFORMANCE QUALITY** و هي تلك التي تقابل توقعات ، العملاء.

-تعرف الجودة لغة : من أجاد " أي آتى بالجيد من قول و عمل "و أجاد شيء :صيره جيدا والجيد :نقيض الرديء ، و جاد الشيء جوده بمعنى صار جيدا.

- أما المعنى الاصطلاحي : للجودة فقد تعددت أشكاله و لا يزال يكتنفه بعض الغموض.[2]

---

[1]- صليحة رقا د - تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون. مرجع سابق ص 10

[2]- الطالبة أوغيدنى هدى . اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة مرجع سابق. ص14

-فيعرف **ديناهر** الجودة بأنها " **:تأسيس ثقافة مميزة في الأداء و العمل المستمر لتحقيق توقعات المستفيد و تأدية العمل بشكل أفضل و فعالية أكبر في أقصر وقت ممكن** " .

أي أن الجودة هي ثقافة مؤسسة بالدرجة الأولى.

-كما تعرف الجودة على أنها : " **درجة سيادة المنتج أو الخدمة على المنتجات أو الخدمات المماثلة المقدمة للمستهلك و درجة مساهمة المنتج أو الخدمة في تحسين نمط الحياة لدى الفرد** " .[1]

نستنتج من هذا التعريف أن وجود المنتج أو الخدمة تعني قدرتها على المنافسة و التميز و السعي لتحسين نمط الحياة لدى الأفراد.

-عرف فيلب كروسبي (**Philip Crosby**) الجودة على أنها : " المطابقة مع ،المواصفات " ويشير هذا التعريف، إلى أن جودة المنتج تنحصر في مدى مطابقته للمعايير والمواصفات الموضوعة لتحقيق مبدأ التلف الصفري.

عرف جوزيف جوران (**Joseph Juran**) الجودة على أنها " مدى ملاءمة المنتج ، للاستخدام ." والمقصود بالجودة في هذا التعريف، مدى قدرة المنتج على تقديم الشيء الذي يريده الزبون منه.

:وقد بين جوران أن الملاءمة للاستخدام تعتمد على توفر خمسة أبعاد أساسية، هي

1- جودة التصميم.

2- جودة المطابقة للمواصفات.

3- أن تكون السلعة متاحة.

4- سلامة الحصول على السلعة.

5- صلاحية أداء المنتج في ميدان الاستعمال[2].

الفـــرع الثاني : متطلبات الجودة.

إن جودة المنتوج أو الخدمة تتوقف على احتواءهما على جملة من الخصائص يتم التعبير عنها في شكل مواصفات إذ تم احترامها يتحقق التطابق مع متطلبات العميل المعلنة والضمنية ،

[1]- الطالبة أوغيدنى هدى . اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة مرجع سابق ص 15

[2]- صليحة رقا د - تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون. مرجع سابق ص 13

يمكن تصنيف هذه المواصفات إلى خمس متطلبات أساسية للجودة تتمثل فيما يلي :

أولا : احترام معايير الأداء

ويعبر الأداء عن الجوانب التقنية للمنتوج والتي تظهر من خلال الكفاءات التقنية المستخدمة فيه ، ويتحقق الأداء في المنتوج من خلال توفره على العديد من الصفات العامة أو الرئيسية مثل : السرعة ، القوة ، الصلابة ..... إلخ.

وعموما فإن العميل ينتظر الحصول على منتوج يتوافق مع الخصائص التقنية المعلن عنها إضافة إلى الحصول على الثقة في قدرة المؤسسة على تقديم الأداء المطلوب من المنتوج والحفاظ على هذا الأداء واستمراره لمدة طويلة من الزمن ، وبالتالي تتحقق ما تعرف بالاعتمادية المعبر عنها بالفترة الزمنية التي يمكن أن يستمر فيها المنتوج دون الحاجة إلى أي إصلاح أو تحمل تكاليف إضافية تؤثر على جودته.

ثانيا: التكلفة

تشير التكلفة إلى الجوانب الاقتصادية للمنتوج والتي يمكن الاستدلال عليها من خلال المؤشرات الاقتصادية التالية : سعر التكلفة ، تكلفة الإنتاج ، وقد أخذ بعين الاعتبار التكاليف كمطلب أساسي لتحقيق الجودة عند الانتقال من اقتصاد التوزيع إلى اقتصاد السوق ، ومن ثم لم يعد العميل يهتم فقط بتوفير المنتوج في الآجال المحددة . وإنما يهتم بالتكاليف أيضا ، فعندما يقوم بالشراء فإنه يقوم بالمفاضلة بين مختلف العروض المقدمة له معتمدا في ذلك على معيار السعر . هذا الأخير الذي تطور ليعبر عن التكاليف الكلية ، فعند تحديد هذه التكاليف ، فالعميل يأخذ بعين الاعتبار كلا من تكاليف الحصول على المنتوج ، تكاليف الصيانة ، تكاليف التوقف عن التشغيل ، الإصلاح ، إضافة إلى تكاليف محتملة لتوقف المنتوج عن الخدمة.

ثالثا : فترة التسليم

تعبر فترة التسليم عن البعد الزمني المتعلق بمدى الوفاء والالتزام بتسليم المنتوج في الوقت المحدد والكمية والنوعية المطلوبة من قبل العميل الذي أصبحت له الإمكانية في الاختيار ، ليس فقط فيما يتعلق بالأداء والتكلفة وإنما يأخذ بعين الاعتبار الوفرة ، فبالنسبة لآداءات متماثلة (منتجات لها نفس الخصائص التقنية) العميل اليوم له القدرة على إتخاد القرار المتعلق بشراء منتوج متوفر في الوقت الذي هو في حاجة إليه ولا يفضل الانتظار. [1]

[1]- بوعنان نور الدين. - جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء. – مرجع سابق. ص10-11

يعتبر كل من الأداء والتكلفة وفترة التسليم بمثابة متطلبات قاعدية بالنسبة للجودة ، وتمكن الصعوبة في تحديد هذه المتطلبات الثلاثة كونها مترابطة مع بعضها البعض وغير مستقلة. فالأداء المرتفع عادة ما يكون مكلفا ، كذلك هو الحال بالنسبة لفترات التسليم بسبب مصاريف التخزين أو تجميد الأموال المنقولة.

وتمكن كفاءة المسير في هذه الحالة في تعظيم هذه المتطلبات الثلاث مع الأخذ بعين الإعتبار حاجات ورغبات العملاء ، فمن أجل فترات تسليم محددة سيبحث المسير عن تدنية العلاقة (تكلفة / أداء) والمعرفة كما يلي :

–بالنسبة لتكلفة محددة وموضوعية سيحاول المسير الحصول على أداء مرتفع.

–بالنسبة لأداء محدد سيبحث المسير على تقليص التكلفة والمقصود بالتكلفة هنا هي تلك التكلفة التي سيتحملها العميل ممثلة في سعر الشراء.

رابعا : الخدمات:

تم إضافة الخدمات كمطلب أساسي يساهم في تنمية وتطوير مفهوم الجودة وخاصة الخدمات التكميلية أو ما يعرف بخدمات ما بعد البيع ، وتشير هذه الخدمات إلى مستوى الجودة والسرعة في التعامل مع شكاوي العملاء بعد حصولهم على السلعة أو الخدمة ، وقد أصبحت الخدمات التكميلية اليوم تشكل المعيار الأكثر أهمية في التأثير على جودة المنتجات ، فإذا كانت الخدمات الأساسية تشكل % 80 من تكاليف المنتوج فإن الخدمات التكميلية يمثل % 80 من التأثير على العميل.

خامسا : الأمن:

أصبح توفير الأمن عند استخدام السلعة مطلوبا من قبل العملاء اليوم، حيث يعتبر معيارا في حد ذاته فلا يمكن أن يكون نظام ذو جودة عالية، إلا إذا كان قادرا على ضمان عدم حدوث أخطار وحوادث تؤدي إلى الموت أو تسبب أضرارا أو خسائر في البضائع.

في الواقع تحقيق الأمن المطلق يعتبر أمرا يستحيل الوصول إليه، لذلك يجب توفر أدنى مستوى متعلق باحتمال وقوع حوادث ناتجة عن عمليات الإنتاج أو المنتوج. [1]

[1]- بوعنان نور الدين. - جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء. – مرجع سابق. ص 11-12

فبالنسبة للعميل يعتبر الأمن مطلبا ضمنيا، لا يرتبط فقط بالمنتجات وإنما يرتبط أيضا بضرورة احترام البيئة أو المحيط الذي يعيش فيه لذلك فأغلب المؤسسات تسعى للحصول على أحسن التجهيزات والموارد التي تمكنها من إنتاج منتجات لا تخلف آثارا سلبية على البيئة التي يتواجد فيها جميع الأطراف التي يتعامل معها.

من الواضح جدا أن متطلبات الجودة أصبحت حاليا مكونا هاما في تشكيل مفهوم الجودة التي يتعين الإلمام بها ولكن مع تواجد المؤسسة في بيئة تمتاز بالتغيرات السريعة والمتلاحقة أصبحت الجودة لا تقتصر على تحقيق التطابق مع هذه المتطلبات واحترام معايير التصنيع وإنما يجب إدارتها من اجل رفع القيمة الإجمالية لنشاطات المؤسسة بطريقة تمكنها من الصمود في وجه المنافسة. [1]

❖ المـــطلب الثالث : مفاهيم عامة حول جودة الخدمات

على الرغم من تزايد إدراك الباحثين والممارسين في صناعة الخدمات، بأهمية الجودة في خدمة الزبائن وأثرها على رضاهم، فإن التعرف على المعايير المؤشرات التي يلجأ إليها الزبائن للحكم على جودة الخدمة المقدمة إليهم وتحديد نماذج لقياسها، يعد من الموضوعات التي استحوذت اهتمام الكثير من الباحثين والإداريين على حد سواء .وسنحاول في هذا المبحث، التعرف على مفهوم جودة وأهم مؤشرات تقييمها من وجهة نظر الزبون ونماذج قياسها.

الفـــرع الأول : مفهوم جودة الخدمات و أبعاد قياسها

أولا : مفهوم جودة الخدمة

إن جودة الخدمة ليس من السهل تعريفها بطريقة دقيقة، حيث أن طبيعة خصائص الخدمة قد يكون لها تأثير واضح على قضية الجودة ،ومع ذلك يمكن أن نذكر بعض التعاريف المسندة لجودة الخدمة كمايلي:

تعرف جودة الخدمة على أنها " **:درجة التطابق مع المواصفات من وجهة نظر المستهلك و ليس من وجهة نظر الإدارة في المنظمة الخدمة.** [2]

1- بوعنان نور الدين. - جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء. – مرجع سابق. ص 12

2- الطالبة أوغيدنى هدى . اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة مرجع سابق ص 19

كما تعرف أيضا على أنها " :**الفجوة أو الانحراف ما بين توقعات الزبون للخدمة و إدراك الجودة بعد استهلاك الخدمة**

من خلال هذين التعريفين يمكن أن نستخلص مايلي:

– جودة الخدمة تتعلق أساس بوجود علاقة بين المزايا المحققة فعلا من استعمال أو استهلاك الخدمة و الفوائد المرجوة منها.

– تتعلق الخدمة بدرجة تطابق توقعات العملاء مع مدى إدراكهم للخدمة المقدمة فعلا.

– إن جودة الخدمة مرتبطة بقدرتها على ضمان إرضاء العميل بصفة دائمة.

و في نفس السياق تعرف جودة الخدمة : " **جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها العملاء أو التي يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا المستهلك أو عدم رضاه؛ و تعتبر في الوقت نفسه من الأولويات الرئيسية للمنظمات التي تريد تعزيز النوعية في خدماتها** " [1]

نستنتج من هذا التعريف أنه يمكن التعبير عن الرضا بأنه: مستوى من إحساس الفرد الناتج عن المقارنة بين أداء المنتج كما يدركه العميل و بين توقعات هذا العميل، وبعبارة أخرى يمكننا القول بأن رضا العميل هو مؤشر للفرق بين الأداء والتوقعات.

–عرفت جودة الخدمة على أنها : " تلك الجودة التي تشمل على البعد الإجرائي والبعد الشخصي كأبعاد مهمة في تقديم الخدمة ذات الجودة العالية .ويشير هذا التعريف إلى أن جودة الخدمة هي محصلة التفاعل بين البعد الإجرائي و البعد الشخصي، مما يستوجب ضرورة الاهتمام بهذين الجانبين في تقديم الخدمة."

كما عرفت جودة الخدمة على أنها :"التفوق على توقعات العميل "والمقصود بجودة الخدمة في هذا التعريف، أن تتفوق المنظمة في خدماتها التي تؤديها فعليا على مستوى التوقعات التي يحملها الزبون اتجاه هذه الخدمات

كما تعرف على أنها : جملة الخصائص التي يجب أن تتوفر في الخدمة بهدف الوفاء بمتطلبات العميل. [2]

---

[1]- أوغيدنى هدى . اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة مرجع سابق ص 20

[2]- أ .بختاوي فاطيمة الزهراء. - تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة أوريدو بوكالة سعيدة. - مجلة نور للدراسات الاقتصادية. مجلد 03 عدد 04 /2017 جامعة د.الطاهر مولاي سعيدة ص 149

ثانيا : مؤشرات قياس جودة الخدمة

من التعا ريف السابقة يتضح أن جودة الخدمة مسألة نسبية تختلف من شخص لآخر ، حيث يصعب وضع أسس و معايير ثابتة أو نمطية لجودة الخدمة يتم تطبيقها على كافة الخدمات كما يصعب تعميم هذه المعايير على كل الدول والمناطق، ولكن يمكن الإشارة لعدد من المؤشرات التي يمكن الاستناد إليها عامة لقياس جودة الخدمة ومنها :

-تزايد أعداد العملاء المقدم إليهم الخدمة.

-وقت إنجاز الخدمة (مقارنة بمعايير الانجاز المثلى أو بمؤسسات مماثلة).

-محتوي الخدمة من حيث المكونات.

-تدني الأخطاء عند تقديم الخدمة إلى أقل حد ممكن.

-مدى ارتباط و توائم الجودة مع المتغيرات البيئية المحيطة.

-مدى التحسين المستمر في كل أنظمة المؤسسة[1].

الفـــرع الثاني : أبعاد جودة الخدمات ونماذج قياسها

أولا : أبعاد تقييم جودة الخدمة.

يرى المطورون، أن المستفيدين يحكمون على جودة الخدمة من خلال مقارنة أداء الخدمة التي يتلقونها، مع الخدمة التي يتوقعون الحصول عليها، وأن المعايير الوحيدة التي يعتمد عليها في تقييم جودة الخدمة هي تلك المعايير التي يحددها الزبائن المستفيدين من الخدمة، حيث تم تحديد عشرة أبعاد لجودة الخدمة، وذلك من خلال الدراسة التي قام بها، 1985 (Zeithmal, Parasuraman, and Berry) وهي :

1- **الإعتمادية (Reliability)**: هي تشير إلى قدرة المنظمة على أداء الخدمة بالشكل الصحيح من المرة ألأولى، و دقة الإنجاز للخدمة المطلوبة بشكل يعتمد عليه ، و وفاء المنظمة بوعودها أيضا.[2]

[1]- حورية قارطي. -إيمان مداوي - دراسة أثر استخدام الإدارة الالكترونية من طرف مصالح الخدمة العمومية في تحسين جودة الخدمة العمومية - ص 238

[2]- صلاح الدين مفتاح سعد الباهي أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن – مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال - جامعة الشرق الأوسط. أيار 2016. ص 41

2- **قابلية الوصول (Access)** : إمكانية الوصول للخدمة بسهولة و مدى توفر الخدمة من حيث الزمان والمكان، و إمكانية الحصول عليها دون إنتظار، وسهولة الإتصال بين الزبون ومقدم الخدمة.

3- **الأمان (Security)**: يعني هل أن الخدمة خالية من الخطورة والمخاطرة والمجازفة والشك، ويتضمن الأمن المادي والمالي والمحافظة على خصوصية الزبائن.

4- **المصداقية (Credibility)**: وتعني أن تتصف العلاقة بين مقدم الخدمة والزبون بالثقة والأمانة والوفاء، وأن تتضمن الإهتمام بمصلحة العملاء، وبما يساهم في مصداقية اسم وسمعة المنظمة.

5- **درجة فهم مورد الخدمة للمستفيد(Understanding the customer)**: كم من الوقت والجهد يحتاج مورد الخدمة، لفهم حاجات ومتطلبات الزبون.

6- **الإستجابة (Responsiveness)** : مستوى استعداد ورغبة مزود الخدمة في تقديم الخدمة المطلوبة للزبون، و مساعدته في حل مشاكله المحددة، ضمن الإطار الزمني المناسب وبشكل سريع.

7- **الجدارة (Competence)** : تعني مستوى الجدارة والكفاءة الذي يتمتع به القائمون على تقديم الخدمة، من المهارات و القدرات والمعارف التي تمكنهم من أداء مهامهم بشكل أمثل، بالإضافة إلى توفر مهارات الإتصال الشخصية.

8- **الأشياء الملموسة (Tangibles)**: وتتضمن التسهيلات المادية و المعدات والأجهزة والأفراد ووسائل الإتصال ومظهر الأفراد القائمين على إيصال الخدمة والتي بدورها تعكس جودة الخدمة.

9- **الإتصالات (Communications)**: وتعني التواصل بين مورد الخدمة و الزبائن بلغة سهلة وبسيطة، و القدرة على الإستماع للزبون و تنويره حول تفاصيل الخدمة المقدمة، وكيفية معالجة المشاكل حال وقوعها.

10- **الكياسة (Courtesy)**: وتعني أن مستوى اللطافة والمجاملة التي يتصف بها مزود الخدمة، و قدرته على بناء علاقات ودية مع الزبائن وأن يقدم الخدمة باحترام وأن يظهر بمظهر أنيق. [1]

[1]- صلاح الدين مفتاح سعد الباهي أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن – مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال - جامعة الشرق الأوسط. أيار 2016. ص 41-42

وفي دراسة لاحقة، تمكن (**Parasuraman**) وزملاؤه سنة 1988 من دمج هذه المؤشرات العشرة في خمسة أبعاد رئيسية لجودة الخدمة، هي : المظاهر المادية الملموسة، والاعتمادية، والاستجابة، والضمان، والتعاطف .والجدول التالي، يوضح ذلك:

المؤشر	البيان
الجوانب الملموسة	–جاذبية المظهر الخارجي للمنظمة. –التصميم الداخلي للمنظمة. –حداثة الأجهزة والمعدات المستخدمة في أداء الخدمة. –المظهر اللائق لمقدمي الخدمات.
الإعتمادية	–الوفاء بتقديم الخدمة في المواعيد المحددة – .تقديم الخدمة بشكل صحيح (عدم حدوث أخطاء). –معلومات دقيقة وصحيحة.
الإستجابة	–السرعة في تقديم الخدمة المطلوبة. –الاستجابة الفورية لحاجات الزبائن. –الرد الفوري على الاستفسارات والشكاوى.
الضَمان	–الشعور بالأمان في التعامل. –الثقة بمقدمي الخدمات
التَعاطف	–تحلي مقدمي الخدمات بالأدب وحسن الخلق. –فهم ومعرفة احتياجات الزبائن. –ملاءمة ساعات العمل. –وضع مصلحة الزبون في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا. –تقدير ظروف الزبون والتعاطف معه. –اللطف في التعامل مع الزبائن.

جدول رقم (2) :أبعاد تقييم جودة الخدمة

المصدر[1] :ثابت عبد الرحمن إدريس،" قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين

[1]- ثابت عبد الرحمن إدريس،" قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين الإدراكات والتوقعات :دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت "في المجلة العربية للعلوم الإدارية، الكويت :مجلس النشر العلمي، المجلد الرابع، العدد الأول، نوفمبر1996 ص 21.

ثانيا : نماذج قياس جودة الخدمة.

- **نموذج الفجوات : سيرفكوال** (SERVQUAL) :

الزبون يقيم جودة الخدمة المقدمة له بمقارنتها مع توقعاته التي تكونت لدي،وبناءا على الأساس المزدوج بين الأدبيات السابقة والبحث الميداني، بنا بيري وزملاؤه نموذجا مفاهيميا يعرف جودة الخدمة على أساس خمس فجوات، أهمها الفجوة بين الأداء الذي يتوقعه الزبون من مؤسسات القطاع عموما والأداء الفعلي للمؤسسة المدروسة .الأداء عالي الجودة حسب هذا النموذج (PZB, 1985 الثلاثي الأمريكي بيري، زيثامل وباراسورامون) هو الذي يفاجئ الزبون، أو يفوق توقعاته،

بالإضافة للفجوة بين إدراكات وتوقعات الزبون، توصل الكتاب الثلاثة إلى أربع فجوات أخرى افترضوا أنها تؤثر في النهاية على تقييم الزبون للجودة:

-**الفجوة الأولى** : الفرق بين توقعات الزبون وبين إدراك الإدارة لهذه التوقعات، حيث ظهر أن بعض توقعات الزبائن قد لا تدركها الإدرة أو لا تدرك أهميتها الصحيحة لدى الزبون.

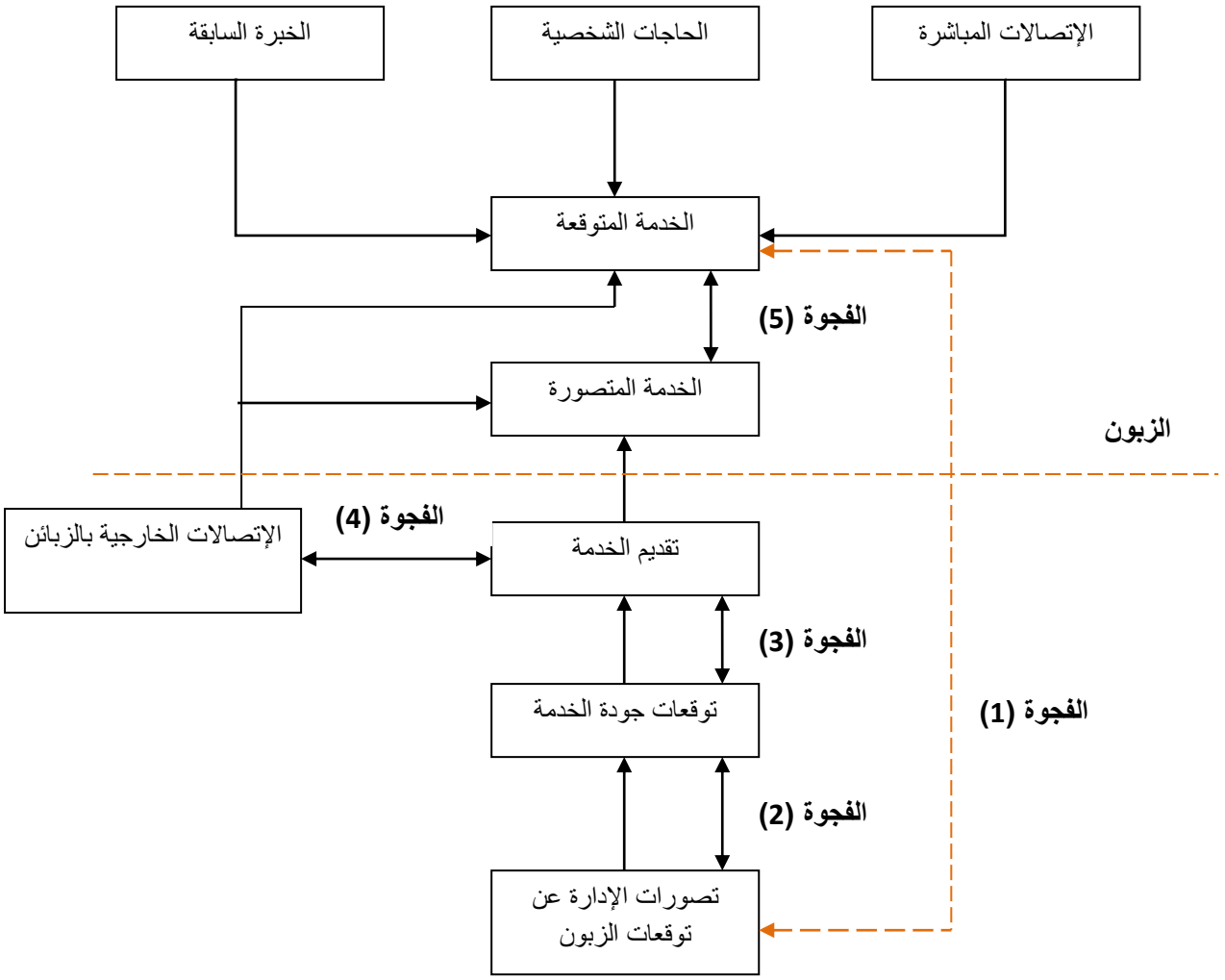
-**الفجوة الثانية** : الفرق الناشئ عند ترجمة الإدارة لتوقعات الزبون كما تدركها إلى مواصفات، حيث ظهر من المقابلات مع المسيرين استحالة ترجمة كل توقعات الزبائن إلى مواصفات لأسباب مثل تذبذب الطلب أو عدم انتظامه أو عدم توفر اليد العاملة المدربة أو حتى نقص التزام المسيرين.

-**الفجوة الثالثة** : الفرق بين المواصفات المحددة للجودة وبين الأداء الفعلي، فوضع توجيهات بالخدمة لايعني أنها ستطبق دائما باستمرار، مديري المؤسسات أعربوا عن تباين أداء العاملين.

-**الفجوة الرابعة** : الفرق بين الأداء الفعلي وبين مستوى الجودة المروج، المبالغة في الصورة المسوقة عن الخدمة، يرفع توقعات الزبون وبالتالي ينخفض تقييم الزبون عندما لا تتم تلبية تلك التوقعات، الفرق ينشأ أيضا عن إغفال المؤسسات أحيانا إظهار الجهد الذي تبذله ويبذله العاملون لتلبية رغبات الزبون، إطلاع الزبائن على هذه الجهود يمكن أن يرفع بعض الأفكار المسبقة أو المغلوطة ويحسن تقييمهم للخدمة.

من بين الفجوات الخمس نالت الفجوة الخامسة النصيب الأكبر من اهتمام الباحثين، الرسم التالي يشرح الفجوات الخمس المذكورة وبم تتأثر في تكونها. [1]

[1]- بوعبد الله صالح ، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة . مرجع سابق ص56



Source: V. A. Zeithaml et al. A Conceptual Medel of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, 49, No. 4, (Fall 1985), pp41-50.

الشكل رقم (3) : نموذج لجودة الخدمة [1]

- **نموذج آداء الخدمة : سيرفبارف (SERVPERF) :**

لعل كرونين وتايلور هما أبرز من انتقد اتخاذ التوقعات معيارا لقياس الجودة، مقترحين قياس الجودة من خلال الأداء وحده .حسب هذا النموذج: **الجودة = الأداء**

يقصد بالجودة هنا، الجودة المدركة، ويقصد بالأداء الأداء الفعلي الذي يدركه الزبون، وهو نفسه المفهوم الذي يقيسه مقياس سيرفكوال مع التوقعات، لكن نموذج سيرفبارف لا يعتمد على التوقعات في حساب الجودة المدركة. [2]

[1] - Source: V. A. Zeithaml et al. A Conceptual Medel of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, 49, No. 4, (Fall 1985), pp41-50.

[2]- بوعبد الله صالح ، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة . مرجع سابق ص 68

اقترح كرونين وتايلور نموذجهم البديل في مقالة لهما سنة 1942 ، شملت قطاعات خدمية مختلفة متعددة، أظهرت هذه الدراسة أفضلية نموذج الأداء وقدرته على تحسس التباين في إدراك الزبائن لجودة الخدمة.

الطريقة العملية للقياس في هذا النموذج هي استخدام نفس أداة سيرفكوال، لكن مع الاستغناء عن البنود الإثنين وعشرين التي تقيس التوقعات، يسمح هذا بلا شك بتسهيل معتبر لعملية القياس هذا النموذج هو الآخر وردت عليه تحفظات من البعض وتأييدا من البعض الآخر، ومنهم زيثامل نفسه، أحد بناة نموذج الفجوة. [1]

المبـــحث الثالث : دور تطبيقات الهواتف الذكية في تحسين جودة خدمات الوكالة الوطنية للتشغيل.

تعتبر الهواتف الذكية وتطبيقاتها من أكثر أدوات التكنولوجيا المنتشرة في المجتمع والتي تلعب دورا حيويا ومهما في حياتنا اليومية، ونظرا للتطور في عالم الاتصالات والمعلومات، أصبحت الأدوات الإلكترونية والتطبيقات من الأمور الأساسية في عمل منظمات الأعمال التي تسعي لتحويل الكثير من خدماتها إلكترونيا ، لكي تتيح للجمهور تقديم خدمات بسهولة في أي وقت ومن أي مكان و بتكاليف منخفضة، فجودة الخدمة أصبحت تلعب دورا مهما في إعداد منتج الخدمة وتسويقه، حيث أنها ذات أهمية بالغة لكل من مقدمي الخدمة (المؤسسات الخدمية) والمستفيدين منها (العملاء) على حد سواء،

❖ المطلب الأول : معايير الجودة في خدمة تطبيقات الهواتف الذكية.

كتب العديد من الباحثين عن معايير النشر الالكتروني والتي تعد التطبيقات جزء منه ومن خلالها يمكن تصنيف هذه المعايير إلى معايير تقنية ومعايير شكلية ومعايير المحتوى.

[1]- بوعبد الله صالح ، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة . مرجع سابق ص 68

الفرع الأول : المعايير التقنية والإدارية

1- الجهة المسؤولة:

ويقصد بها المسئول مسؤولية مباشرة عن المحتوى الفكري سواء كان شخصا أو مؤسسة أو جهة معينة ويتم تقييم السلطة الفكرية للمحتوى من خلال المستوى العلمي والخبرات السابقة لمن يقدم هذا المحتوى، كأن يكون خبيرا في المجال أم مجرد فرد يبدي رأيه، ومن الأمور التي تزيد من قيمة السلطة الفكرية لأي محتوى على الشبكة اعتماد المحتوى من قبل خبراء متخصصين، ويعد المحتوى الذي اشترك في إعداده عددا من الخبراء ذا قيمة مرتفعة من المحتوى الصادر عن فرد واحد حتى لو كان خبيرا في المحال .. [1]

2- الوسائط المتعددة :

تقوم هذه الوسائط بتقديم محتوي موحد الهدف في أشكال مختلفة، وتشمل المفردات اللفظية (النصوص)، والصورة بأنواعها الثابتة والمتحركة والصوت والمؤثرات الصوتية، والرسوم بأنواعها الثابتة والمتحركة التي يمكن أن تسهم كلها أو بعضها في تقديم المعنى والشرح والتفسير في تصميم يعتمد على النظم الرقمية في العرض والتقديم والإتاحة والتوصيل والتخزين بما يتفق وحاجات مستعملي التطبيقات. [2]

3- النص الفائق:

وهو نظام لتقديم المعلومات المرتبطة في مسارات غير خطية، يجتمع كل منها في إطار دلالي معين، ويسمح لمستعمل الموقع أو التطبيق بالتجول بين المعلومات واختيار المسارات وبناء المعنى الذي يلبي حاجاته ويتفق مع خصائصه المعرفية، ويقوم بناء النظام على دعامتين أساسيتين:

- تجزئة المعلومات المتاحة عن موضوع معين بناء على تصنيف خاص، بحيث يلبي كل جزء من أجزاء الموضوع حاجة معرفية. [3]

---

[1]- د .رقية بوسنان - إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في خدمة القرآن الكريم. ص 399

[2]- محمد عبد الحميد،الإتصال والإعلام على شبكة الانترنت،عالم الكتب،الطبعة الأولى، القاهرة، 2008م، ص 98-99

[3]- محمد عبد الحميد،الإتصال والإعلام على شبكة الانترنت، مرجع سابق ص 113-116

– تقسيم كل جزء إلى أجزاء فرعية تجمعها مسارات تربط بينها بحيث ينتهي كل جزء فرعي بنهايات متصلة وإن كانت غير متتابعة، تسمح للمتطلع بالمتابعة أو التوقف للخروج أو الانتقال إلى جزء فرعي آخر متصل.

4- الملفات الرقمية

تعتبر من العناصر المهمة التي تثري أي موقع أو تطبيق بما تضمه من محتويات رقمية لجميع الزوار باختلاف تخصصاتهم، لذلك وجب الاهتمام بمحتوى هذه الملفات إضافة إلى طريقة عرضها وتمثيلها ضمن الموقع أو التطبيق، ومن ذلك توفير الملفات بجميع الصيغ الممكنة وخاصة، pdf، doc،zip

ولكل من هذه الصيغ خاصيات تميزها، وتقاس في التقييم الذي تجربه بعض الجهات لقياس آداء وجودة التطبيقات والمواقع الالكترونية بالحجم العددي لمثل هذه الملفات.

5- أدوات الاتصال غير المتزامن :

وتشمل البريد الالكتروني، نقل الملفات، لوحة النشرات، صفحات الويب الساكنة، صفحات الشبكة العنكبوتية، التفاعلية، قوائم الخدمة، صناديق الاقتراع والتصويت.

6- المزايا الغنية:

وتتمثل هذه المزايا بمجموعة واسعة من السمات بعضها يرتبط بتصميم و تنظيم الموقع أو التطبيق والبعض الآخر يرتبط بمزايا تتعلق بالمتصفحين، وآخر يرتبط بكيفية استجابة الموقع و التطبيق للتفاعل مع المتعاملين مع الموقع أو التطبيق.

أما مزايا و تسهيلات استخدام الموقع أو التطبيق فإما تشير إلى وجود خيارات أمام الزبون مع سرعة الانتقال إلى ما يريد مما لا يزيد على ثلاث نقرات مع سهولة الاستخدام وعدم الحاجة باستمرار لطلب المساعدة أو التوضيحات في كيفية التعامل مع الصفحة وما

تتضمنه من معلومات أو خيارات، اما ما يتعلق بكيفية التفاعل مع المتصفح فهي تترك له الراي في إضافة اللمسات الفنية والجمالية والمعرفية للموقع. [1]

[1]- د .رقية بوسنان - إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في خدمة القرآن الكريم. ص 401

7- الارتباط التشعبي:

يسهل انتقال المتصفح إلى الصفحة التي يرغب الاطلاع عليها، ولا شك أن تصميم الموقع أو التطبيق وفق نظرة شمولية متكاملة تجعل كل ارتباط تشعبي مرتبط مع بعضه البعض من اجل تحقيق استراتيجية الموقع في إيصال محتواه كاملا وإيجاد متابعين مخلصين له.

8- التحديث المستمر:

يتميز الموقع أو التطبيق بالقدرة السريعة لإجراء تعديلات وإضافات على المحتوى من كل الجوانب، فالعلوم و اساليب عرضها متطورة بتطور الزمن.

الفرع الثاني : المعايير المتعلقة بالشكل.

إن محتوى التطبيقات أو المواقع الالكترونية بمختلف أشكالها (صور، نصوص، فلاشات...) يلعب دورا مهما في تحديد جودته وبناء علي ذلك تم الأخذ بعين الاعتبار النقاط الآتية:

1- توحيد أحجام وأنواع الخطوط المستخدمة:

يعتبر توحيد حجم الخط ونوعه عند وجود بيانات نصية ضمن التطبيق أو الموقع الإلكتروني من الأمور المهمة التي تعطي إنطباعا بتوحيد كامل محتوى التطبيق والموقع، إضافة إلى إضفاء نوع من الثبات على طريقة عرض محتواهما وهذا يؤثر على مستوى تقييمهما من الناحية الفنية من قبل الجهات المختصة.

2- معالجة الصور: إن الصور في أي موقع الكتروني أو تطبيق لها دور هام في إبراز هدفه والفئات التي يستهدفها، وهناك عدة ملاحظات وجب الأخذ بما عند إدراج أي

صورة وهي: أبعاد وأحجام الصور ومراعاة التقنية التي تجعلها واضحة ومعبرة، وأن تكون الصورة على علاقة واضحة بالمحتوى النصي. [1]

الفرع الثالث : المعايير المتعلقة بالمحتوى.

1- الدقة:

ويقصد بها خلو المحتوى من الاخطاء، وقد تنبهت جهات عديدة باستخدام معايير رقمية للحكم على خلو العمل من الاخطاء الكتابية، إلا أن هذه المعايير تختلف وفقا نوع الخطأ، منها ما

[1]- د .رقية بوسنان - إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في خدمة القرآن الكريم. ص 402

يتعلق بنسبة المحتوى للمصدر، ومنها ما يتعلق بالأخطاء اللغوية، ومنها ما يتعلق بالبيانات الإحصائية والتواريخ.

2- الإحاطة بجميع جوانب الموضوع:

والمقصود بها مقدار ما يشمله المحتوى من معلومات حول الموضوع الذي تم نشره، فيجب مراعاة ما إذا كان الموضوع منتهيا أم يزال تحت الإعداد ولم تكتمل معلوماته بعد، ومن المواقع و التطبيقات من تشير على ذلك وهي خاصية مهمة في التقييم.

3- الملاءمة:

وهي مقدار مناسبة المحتوى التطبيق أو الموقع للفئة المستهدفة التي تستخدمه، فقد تتفاوت مستويات معالجة محتوى موضوع واحد وفقا للمستوى التعليمي للمتصفحين، وعليه فالمعيار هو في مدى مراعاة الخصائص العمرية والثقافية واللغوية خاصة إذا كانت المواقع أو التطبيقات تعليمية. [1]

❖ المطلب الثاني : تطبيقات الوكالة الوطنية للتشغيل، مزايا استخدامها ودوافع تبنيها

الفرع الأول : أهم التطبيقات للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

هناك العديد من التطبيقات الخاصة بالوكالة الوطنية للتشغيل سواء كانت قابلة للتحميل أو تطبيقات الويب Web Apps وكلها تقدم خدمات لطالبي وعارضي العمل(المؤسسات) والتي نذكر منها.

أولا : التطبيقات الموجهة لطالبي العمل[2]:

1- وسيط عبر الرابط : هي خدمة عن بعد تقدمها الوكالة الوطنية للمترفقين سواء أكانوا طالبي العمل أو المستخدمين او مستخدمي الأنترنات عموما من خلال إدراج الرابط التالي :

.https://wassitonline.anem.dz

استخدامات هذا الرابط

[1]- د .رقية بوسنان - إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في خدمة القرآن الكريم. ص 403

[2]- مرجع داخلي للوكالة الوطنية للتشغيل، من إعداد بالنية آسيا (مستشار رئيسي في التشغيل)/2021 ص 1

يوفر هذا الرابط لطالب العمل:

أ- إمكانية تسجيل طالب العمل عن بعد.

ب- إمكانية تجديد طلب عمله.

ت- إمكانية تحيين معلوماته عن بعد.

ث- الإطلاع على جميع عروض العمل.

ج- الإطلاع على تفاصيل عروض العمل.

ح- معرفة الموقع الجغرافي للملاحق المحلية للتشغيل التي بها عرض العمل وكل معلومات التواصل بها.

مزايا وسيط عبر الرابط:

1 تعزيز عروض الخدمة عن بعد للوكالة الوطنية للتشغيل،(تقريب المترفق أكثر من الوكالة)

2 تسيير أفضل للمترفقين على مستوى الملاحق، خاصة في ضل الوضع الصحي(جائحة كورونا)

3 توفير حيز كبير من وقت المستشار للتفرغ إلى عملية التوجيه والمرافقة المعمقة . بدل التسجيل الإداري لطالب العمل.

4 زيادة معدل تغلغل الوكالة من خلال استقطاب فئات جديدة من المرتفقين (طالب عمل , مستخدمين)

-**خطوات العمل بهذا الرابط** : نقوم بإدراج الرابط التالي https://wassitonline.anem.dz تظهر له نافذة بها فضائيين فضاء خاص بطالبي العمل بمجرد الضغط على زر طالب عمل (demandeur) بمجرد الضغط عليها تظهر له نافذة خاصة بالتسجيل عن بعد يضغط على الزر و يبدأ بالتسجيل عن بعد تظهر هذه النافذة يقوم طالب عمل بإدراج معلوماته و تمر عملية التسجيل بأربع مراحل :

1 معلومات شخصية.

2 معلومات متعلقة بالتواصل معه .

3 معلومات متعلقة بالشهادات و الكفاءات.

4 يحصل على حساب و رقم سري في وسيط [1]

[1]- مرجع داخلي للوكالة الوطنية للتشغيل، من إعداد بالنية آسيا (مستشار رئيسي في التشغيل)/2021 ص 1-2

عند حصوله على اسم حساب و رقم سري في وسيط يتنقل بعدها لأي ملحقة من أجل المصادقة على معلوماته والتأكد من سلامتها.

هذا الحساب كذلك يمكنه من تجديد طلب عمله عن بعد دون التنقل للملحقة . كما يمكنه تحديث معلوماته من خلال حسابه عن بعد.

هناك خدمة تعتبر مشروع يتم العمل عليه قصد عرضه على اللجنة المختصة و هي إمكانية الترشح لعرض عمل عن بعد.

2- التطبيق القابل للتحميل(عرض عملي mon offre d'emploi) : هو تطبيق قابل للتحميل مخصص بشكل أساسي لطالبي العمل للسماح لهم بالبحث عن عرض عمل الذي يتطابق مع مؤهلهم المهني.

يمكن تحمله من خلال play store ندرج كلمة Mon offre ليظهر لنا التطبيق فنقوم بتثبيته في الهاتف النقال. [1]

شكل رقم (04) : يبين واجهة التطبيق(عرض عملي mon offre d'emploi)

[1]- مرجع داخلي للوكالة الوطنية للتشغيل، من إعداد بالنية آسيا (مستشار رئيسي في التشغيل)/2021 ص 3

-إستخدامات هذا التطبيق :

أ-يوفر بحثا شاملا ومتعدد المعايير على جميع محتويات عروض العمل المتاحة بسلاسة شديدة في الردود

ب- يعطي رؤية وطنية وفي الوقت الحقيقي لعروض العمل المتاحة.

-مزايا التطبيق القابل للتحميل عرضي

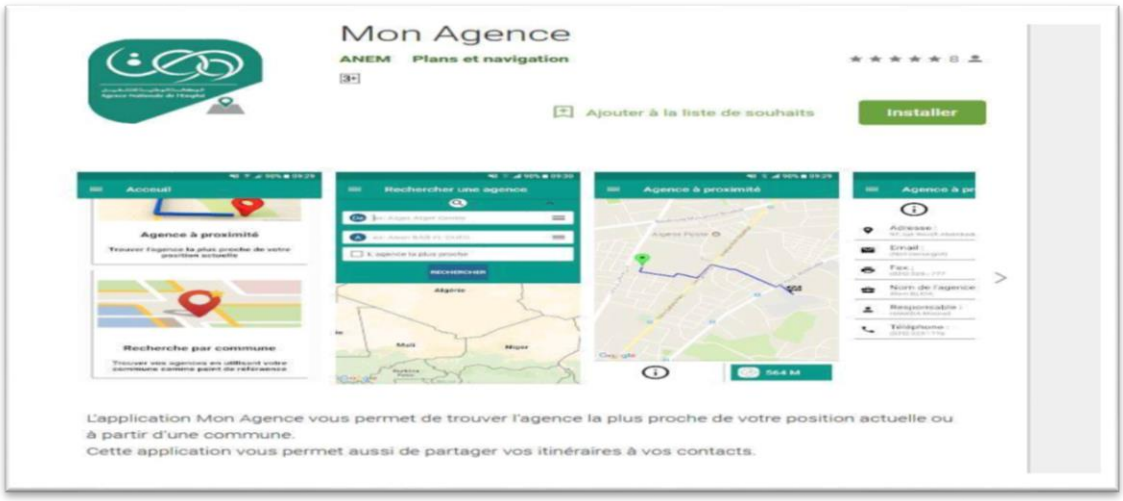
1- يُمكن من معرفة شروط العرض بكل تفاصله – اسم المؤسسة العارضة، مكان العمل ، الخبرة المطلوبة ، الشهادة ، اللغة، الكفاءات المطلوبة ، تاريخ إيداع العرض، نوع العقد، عدد المناصب.

- عدد الموجهين لهذا العرض.

- الملحقة التي وضع بها العرض و يمكن تحديدها جغرافيا من خلال الضغط على زر الملحقة

2- يمكن البحث في هذا التطبيق عن عروض العمل إما من خلال منصب العمل المطلوب و إما من خلال مكان العرض او من خلال كلاهما أي تحديد منصب العمل مع مكان العرض.

4-**التطبيق القابل للتحميل(وكالتي mon agence)** :هو تطبيق قابل للتحميل مخصص لمرتفقي الوكالة سواء طالبي العمل أو المستخدمين للسماح لهم بالبحث عن أقرب ملحقة بالنسبة للمكان الذي يتواجدون فيه او أي ملحقة يبحثون عليها ، و يمكن تحمله من خلالplay store ندرج كلمة Mon Agence ليظهر لنا التطبيق فنقوم بتثبيته في الهاتف النقال. [1]



شكل رقم (05) : واجهة تطبيق (وكالتي mon agence)

[1]- - مرجع داخلي للوكالة الوطنية للتشغيل، من إعداد بالنية آسيا (مستشار رئيسي في التشغيل)/2021 ص 3-4

✓ **استخدامات هذا التطبيق**

أ–يمكن من معرفة الحيز الجغرافي للملاحق المحلية للتشغيل.

ب– يعطي كل المعلومات عن الملحقة : العنوان، البريد الالكتروني ، رقم هاتف ، الفاكس ، اسم رئيس الملحقة، رقم الملحقة، هذه المعلومات تسهل التواصل مع الملحقة.

و يمكن البحث اما عن الملحقة الأقرب للمرتفق في المكان الذي هو فيه اثناء البحث او من خلال بلدية مقر الإقامة، و ذلك بإستخدام تقنية. GPS

ثانيا : التطبيقات الموجه للمستخدم .

1– وسيط على الرابط : وهو فضاء مخصص للمستخدم

–**خطوات العمل بهذا الرابط** : نقوم بإدراج الرابط التالي

https://wassitonline.anem.dz

تظهر له نافذة بها فضائيين :فضاء خاص بطالبي العمل، و فضاء خاص بالمستخدم بمجرد الضغط على زر طالب عمل (EMPLOYEUR) تظهر له نافذة خاصة بالتسجيل عن بعد يضغط على الزر ويبدأ بالتسجيل عن بعد

يمكنه التسجيل عن بعد بإتباع اربع مراحل الموضحة في الصورة ليحصل على إسم حساب و رقم سري في وسيط عبر الرابط

–**إستخدامات وسيط عبر الرابط بالنسبة للمستخدم:**

أ –إنشاء و تحديث الحساب

ب –تسهيل إيداع العروض و المهام ذات الصلة.

2– التطبيق القابل للتحميل المدونة الجزائرية للمهن و الوظائف : هو تطبيق قابل للتحميل مخصص لمرتفقي الوكالة سواء طالبي العمل أو المستخدمين للسماح لهم بمعرفة و تحديد جميع المهن و الوظائف الموجودة في الجزائر, على إعتبار انه مرجع لكل الوظائف و المهن بحيث يمثل دليل يسمح للقائمين بالتوظيف، و طالبي العمل بتحديد الكفاءات المطلوبة لأي منصب و بالتالي يسهل على المستخدم تحديد الكفاءة المطلوبة و طالب العمل المنصب المطلوب ، و يمكن تحمله من خلال play store ندرج كلمة NAME ليظهر لنا التطبيق فنقوم بتثبيته في الهاتف النقال. [1]

[1]- مرجع داخلي للوكالة الوطنية للتشغيل، من إعداد بالنية آسيا (مستشار رئيسي في التشغيل)/2021 ص 5-6-7

شكل رقم (06) : واجهة تطبيق المدونة الجزائرية للمهن والوظائف

✓ **استخدامات هذا التطبيق :**

1- يسمح بالتعريف الدقيق لكل الوظائف و المهن موجودة في الجزائر.

2- يساعد المستخدم بتحديد منصب العمل المطلوب.

3- يساعد مسؤولي الموارد البشرية على هيكلة عرض العمل بدقة على اعتبار ان لكل منصب عمل في هذه المدونة تعريف ، مكان العمل ، الشهادات و التأهيلات المطلوبة لشغل هذا المنصب و الشروط الواجب توفرها في مكان العمل لهذا المنصب ، الكفاءات و المهارات الأساسية و الثانوية المطلوبة لهذا المنصب.

4- يساعد طالب العمل لمعرفة المنصب الذي يتلائم مع تكونه و كفاءاته و مهاراته.

و يمكن البحث عن أي منصب اما من خلال اسم المنصب و اما من خلال قطاع النشاط الذي ينتمي إليه المنصب. [1]

الفرع الثاني : دوافع تبني المؤسسات للتطبيقات الذكية

1-دافع تحقيق المنافسة :

[1]- مرجع داخلي للوكالة الوطنية للتشغيل، من إعداد بالنية آسيا (مستشار رئيسي في التشغيل)/2021 ص 7

حيث نجد أن من أسباب تبني المؤسسة للتطبيقات الذكية فيما يخص المنافسة والوقوف في وجه المنافسين:

- التغيرات البيئية السريعة : حيث يعتبر التغير من أهم العوامل التي تتعامل معها المؤسسات في الوقت الحالي، أين يلاحظ أن الظروف البيئية تميزت بدرجة عالية من التغيير.
- المنافسة المفتوحة : والتي يمكن وصفها بأنها منافسة بلا حدود فالأسواق ومؤسسات تقديم الخدمات أصبحت مفتوحة بدرجة غير مسبوقة، بل أكثر من ذلك فإن المستهلك يتمتع بحرية التسوق افتراضيا وهذه المنافسة علاجها التميز في الأداء.
- القدرة على اختراق أسواق جديدة وتوسيع أعمال المنظمة للرفع من قدراتها.
- حيث تستخدم التطبيقات الذكية للحفاظ على مكانة المؤسسة وهي تعكس الموقع التنافسي المتميز لها بين بقية المؤسسات العاملة في نفس المجال أو.

2-دافع تحسين العمل الداخلي:

- سهولة الاستخدام :أي سهولة تصفح التطبيق وتقديم الطلبات واكتمال المعاملات والوصول للتعليمات وسهولة التواصل الداخلي.
- وضوح المعلومات للتعليمات :وضوح كتابة المعلومات فهي تستند على دعامة ذات جودة عالية وهي" شاشة الهاتف الذكي"
- تحسين الأداء الاستراتيجي للمنظمة سواء من خلال توفير قنوات الاتصالات الالكترونية والتكامل الوظيفي أو تقديم الدعم المباشر لطالبي و عارضي العمل وسلاسل الاتصال التي تربط المنظمة مع متعامليها وشركائها أو زبائنها.
- تخفيض تكلفة انجاز الأعمال الإدارية وغير الإدارية مما يعني تحقيق مزا يا على المنافسين الآخرين أو على الأقل توفير قاعدة تطبيق إستراتيجية التميز واسترتيجية قيادة قلة التكاليف.

وانجاز العمل عبر تطبيقات مكتبية إدارية في الهواتف الذكية، كل هذا أدى إلى تغيير مناهج العمل وإثراء المهاموالللجوء إلى العمل عن بعد باستخدام الشبكات، وإعطاء قيمة أكبر للمهام ذات الفعالية، كما أن العمل عن بعد يسمح بتخفيف الضغط. [1]

[1]- بوقديرة مريم - مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية ،مرجع سابق ص51-52

الفرع الثالث : مزايا استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في تقديم خدمات الوكالة الوطنية للتشغيل

يمكن إبراز الإيجابيات والمزايا التي يوفرها استخدام تطبيقات الهواتف الذكية في تقديم الخدمة وكالات التشغيل في النقاط التالية:

1- سهولة استخدام التطبيقات والتعامل معها من قبل المستفيدين.

2- إمكانية تقديم خدمات معلومات حديثة ومتطورة للمتعاملين مع الوكالة عبر تطبيقات الهواتف الذكية بسهولة من أي مكان وفي أي وقت الشيء الذي يساهم في زيادة ارتباط المتعاملين بوكالات التشغيل.

3-أداة سهلة وفعالة في تحديد احتياجات المتعاملين.

4- أداة سهلة وفعالة في تقييم الوكالات وخدماتها.

5- توفير الحيز المكاني في الوكالات والتي كانت تستخدمه لتقديم خدمات المعلومات.

6-توفير الكثير من الجهد والوقت والذي كان يستهلك في تقديم خدمات مباشرة.

إنها مزايا باهرة سمحت لوكالات التشغيل بتجديد بل بتغيير طرقها القديمة في تقديم الخدمات وذلك بما يتناسب مع التطلعات الحديثة لمستفيدي العصر الرقمي ورغباتهم.

إن التحدي الذي يواجه وكالات التشغيل اليوم هو إنشاء خدمات معلومات جذابة وإتاحة المحتويات الرقمية بطريقة لايجب أن يجدها مجتمع المستفيدين مقبولة فقط، بل يجب أن تظهر على أنها مصممة خصيصا لاحتياجاتهم". [1]

[1]- سارة العمري. - عز الدين بودربان. إستخدامات تطبيقات الهاتف الذكية في ترقية الخدمات الالكترونية بالمكتبات الجامعية، مرجع سابق ص260-261

المطب الثالث : صياغة فرضيات الدراسة والنموذج النظري

الفرع الأول :صياغة الفرضيات

- ✓ **صياغة الفرضية الأولى:**

دراسة (Zisis Pandelis et al. 2009) مجلة المال والاستثمار والبنوك تحت عنوان (The Application of Performance Measurement in the Service Quality) تطبيق قياس الأداء في مفهوم جودة الخدم.

تناولت هذه الدراسة قياس الأداء في مؤسسة بريدية في اليونان، استخدم الباحثون المقابلة شبه المهيكلة مع المسيرين في المناصب المعنية بموضوع الدراسة، بالإضافة إلى دراسة وثائق المؤسسة لمعرفة نقاط الضعف والقوة في نظام قياس الأداء .بالإضافة لذلك تم استجواب الزبائن الرئيسيين لمعرفة أثر قياس الأداء في المؤسسة على جودة الخدمة من وجهة نظرهم.

حسب الباحثين، قامت المؤسسة بتكليف هيئة بحث مختصة لمعرفة أكثر الخصائص المؤثرة على الجودة، فأجرت 6 مقابلات معمقة و 328 مقابلة بالهاتف مع ثلاث مجموعات من الزبائن :زبائن حاليين، زبائن أوقفوا تعاملهم، وزبائن مهمين خفضوا تعاملهم مع المؤسسة،

أكثر الخصائص المؤثرة ،حسب النتيجة المتوصل إليها كانت :كفاءة خدمة الزبائن، سرعة التسليم، كفاءة عملية التسليم، الأمن أثناء الشحن، تأدب العاملين وأخيرا مهارة العاملين .من أجل نفس الغاية، قامت المؤسسة بتوزيع استبيان على كافة وكالاتها، شارك فيه 800 من العاملين ذوي الاحتكاك المباشر مع الزبائن بهدف معرفة المؤثرات على الجودة من وجهة نظر داخلية .أغلب المؤشرات التي برزت من الدراسة الداخلية كانت قد ظهرت في المقابلات مع الزبائن المهمين، بالإضافة إلى :الصبر على شكاوى الزبائن، والحرص والاجتهاد في تلبية طلباتهم.

المؤسسة قامت بعد ذلك بتوزيع استبيان سيرفكوال على الزبائن، وخلصت الدراسة الى أن **الاعتمادية والاستجابة** هما البعدين الذين سجل فيهما أكبر فرق سالب بين الادراكات والتوقعات .في النهاية تقرر أن تركز المؤسسة على تحسين نظام التسليم وتحسين العلاقة مع الزبون وخاصة معالجة الشكاوى.

-وعلى ضوء هذا تم طرح الفرضية الأولى : **تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاعتمادية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.**

- ✓ **صياغة الفرضية الثانية والثالثة :.**

دراسة (Tucci, A. Louis and Talaga, A. James. 2000) مجلة تسويق المنتجات الغذائية، بعنوان (Determinants of Consumer Perceptions of Service Quality in Restaurants) تصورات المستهلك لجودة الخدمة في المطاعم.

تطرقت لمعرفة المحددات التي يعتمدها الزبون لقياس جودة الخدمات في المطاعم، تعاملت الدراسة مع عينة من المطاعم العاملة في الجامعات في الهند وضمن مدخل المقارنة، وتعاملت الدراسة مع ستة أبعاد لقياس جودة الخدمة في المطاعم وهي :نوعية الطعام، والتعاطف، والتامين، والملموسية، والاستجابة وأخيرا الأسعار، وتبين من الدراسة بان نوعية الطعام، والاستجابة والملموسية هي من أكثر المحددات تأثيرا على رضا الزبون.

-وعلى ضوء معرفة المحددات التي يعتمدها الزبون لقياس جودة الخدمات تم طرح الفرضية الثانية : **ما مدى إسهام تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاستجابة لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.**

✓ **صياغة الفرضية الثالثة والخامسة :**

-دراسة (Hadiaty, E. 2014) ، المجلة الدولية لدراسات التسويق، التي تناولت دراسة (Service quality and performance of public) جودة الخدمات وأداء العاملين في القطاع العام وبالتحديد مكاتب الهجرة والجوازات في ماليزيا،

وتبنت الدراسة مقياس SERVQUAL لجودة الخدمات والذي يتكون من جميع أبعاد الجودة، بحيث كانت عينة الدراسة 321 زبون حيث أظهرت نتائج الدراسة إلى أن جميع الأبعاد مهمة جدا في تحقيق رضا الزبائن وبالتالي كلما كان أداء العاملين مميز كلما كانت جودة الخدمات المقدمة للجمهور أفضل وبالتالي تحقيق رضاه.

-دراسة (هياجنة عمر محمد رؤوف محمود ,2008)، رسالة ماجستير بعنوان: "أثر جودة الخدمة على رضا عملاء مجموعة الاتصالات الأردنية (دراسة ميدانية)"

هدفت هذه الدراسة التعرف على أثر جودة الخدمات المقدمة من مجموعة الاتصالات الأردنية في تحقيق رضا العملاء ودراسة درجة تأثير أبعاد الجودة الممثلة بما في (الاعتمادية ,الأمان ,المصداقية, الاستجابة ,الجدارة, الملموسة, الاتصال)، على مستوى رضا العملاء، والتحقق إذا ما كان هناك فروق ذات دلالة إحصائية تُعزى للعوامل الديموغرافية (الجنس, العمر , المؤهل العلمي ,منطقة السكن ,سنوات التعامل مع شركة الاتصالات ,الدخل)، وكانت أبرز النتائج، ما يلي:

-أن هناك تفاوتا في رضا العملاء نحو أبعاد جودة الخدمة وكان ترتيبها تنازليا كالتالي (**الملموسة, الأمان** ,الجدارة, الاعتمادية, الاستجابة, المصداقية ثم الاتصال).وبينت الدراسة أن هنالك علاقة قوية بالاتجاه الايجابي بين جودة الخدمة ودرجة رضا العملاء .

-مما سبق طرحه حيث تبين أن هناك تفاوتا في رضا العملاء نحو أبعاد جودة الخدمة والاستدلال بالدراستين السابقتين يمكن طرح الفرضية الثالثة و الخامسة كما يلي :

الفرضية الثالثة : تطبيقات للهواتف الذكية في تحقيق بعد الثقة والآمان لترقية جودة الخدمات تسهم المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

الفرضية الخامسة : تسهم تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

✓ **صياغة الفرضية الرابعة :**

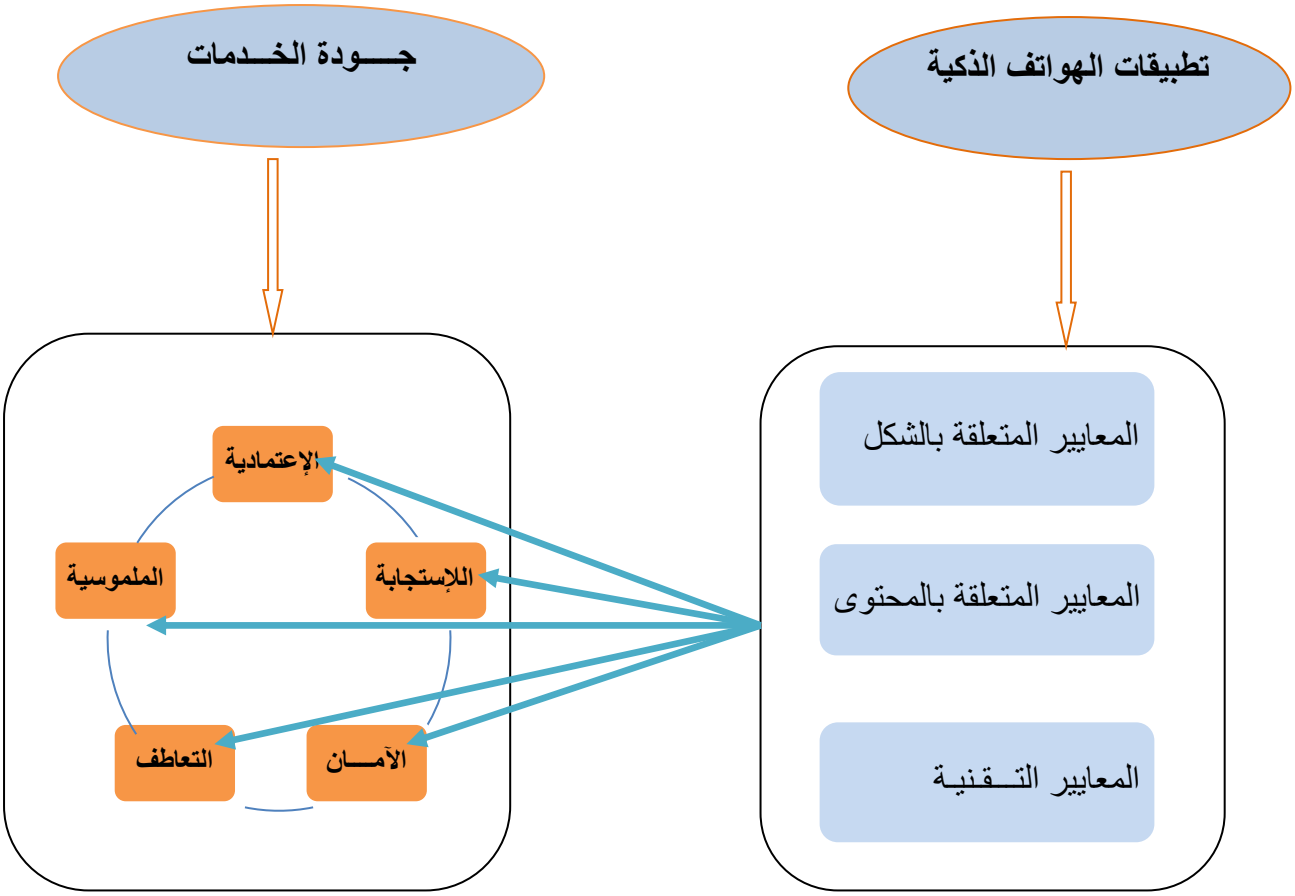
-دراسة (Vanniarajan 2009)، مجلة التسويق والاتصالات، وتناولت دراسة (A Tool for Measurement Service Quality in Restaurants) آداء قياس جودة الخدمات المقدمة في المطاعم الهندية.

وتبنت الدراسة مقياسا للجودة مكون من ستة أبعاد وهي : منافع العلاقة، والتعاطف، والاتصالات، ونوعية الطعام، والأسعار وأخيرا الملموسية، فرغت هذه الأبعاد في هذه الدراسة ضمن (41) سؤالا ، وتعاملت الدراسة مع (239) استمارة، واستخدمت الدراسة التحليل العاملي والذي بين(أن أبعاد الجودة في المطاعم كانت متباينة من حيث الاهتمام وفق معدل التباين، حيث احتل المرتبة الأولى منافع العلاقة بين المطعم والزبون، ثم جاء التعاطف في المرتبة الثانية، ثم الاتصال ونوعية الطعام والأسعار والملموسية.

على ضوء هذه الدراسة والتي تبين تباين أبعاد جودة الخدمة وأهميتها تم طرح الفرضية الرابعة كما يلي :

-تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد التعاطف لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل

الفرع الثاني : النموذج النظري.



المصدر :من إعداد الطالبين

من خلال الشكل السابق نلاحظ أن:

المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية يتكون من ثلاثة أبعاد : المعايير المتعلقة بالشكل، المعايير المتعلقة بالمحتوى ، المعايير التقنية.

أما المتغير التابع(جودة الخدمات) والذي يتكون من خمسة أبعاد : الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، الملموسية.

خاتمـــة الفصـــل:

تناولنا في هذا الفصل المفاهيم النظرية والأدبية، المتعلقة بمتغيري الدراسة، تطبيقات الهواتف الذكية و جودة الخدمات.

وبناءا على ماسبق يمكن الحديث عن الآثار الإيجابية لتكنولوجيا الهواتف الذكية واستخدام التطبيقات المميزة التي تتيحها في الوصول إلى أكبر عدد من المستفيدين أو المتعاملين، بسهولة ويسر وبأقل جهد ووقت، وذلك لتقديم خدماتها والتعريف بأنشطتها بشكل مغاير تماما لما تعود عليه المستفيدون، وبما يتناسب مع تطلعاتهم وتوجهاتهم، ورغم أنه وعلى نطاق واسع نسبيا كان ينظر للهواتف المحمولة الذكية على أنها أجهزة لإجراء المكالمات الهاتفية وإرسال الرسائل النصية وغيرها دون أن يتم ربطها بالبحث عن المعلومات والخدمات.

ومع تنوع ووفرة هاته التطبيقات، وجب التنبيه إلى الحرص على مراقبة محتواها الذي قد يعتريه النقص والخطأ، وهي مسؤولية تقع على الجميع بشكل عام وتقع تحديدا على المتخصصين عليها، حيث يمكن الاسهام في تصحيح وتوجيه العمل التقني وترشيده في تعديل خدماتها.

الفصـــــل الثاني

✍ **المبحث الأول: تقديم عام للوكالة الوطنية للتشغيل ANEM.**

✍ **المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة، التحليل الإحصائي للبيانات، واختبار الفرضيات.**

تمهيد الفصل الثاني:

خصص هذا الفصل للدراسة الميدانية لمعرفة مدى إسهام تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل بولايتي المسيلة و برج بوعريريج، وقصد التعرف على خصائص العينة واختبار الفرضيات وتحقيق أهداف وأغراض الدراسة، تم اعتماد الاستبيان كأداة لجمع البيانات والمعلومات من المؤسسة محل الدراسة، كما تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة من طالبي العمل من المؤسسة محل الدراسة، وتمت المعالجة الإحصائية والتحليل لآراء عينة الدراسة عن طريق البرنامج الإحصائي للحزمة الاجتماعيةSPSS.V26 . لتغطية متغيرات الدراسة والإلمام بعرض وتحليل ومناقشة النتائج، قسم هذا الفصل إلى مبحثين أساسين:

المبحث الأول: تقديم عام للوكالة الوطنية للتشغيل ANEM.

الوكالة الوطنية للتشغيل هي مرفق عمومي للتشغيل، وتسعى إلى تنظيم سوق الشغل. وتلعب دور الوساطة بين عروض وطلبات العمل.

❖ المطلب الأول : نشأة المؤسسة، هياكلها، ومهامها.

الفرع الأول : نشأة المؤسسة وتعريفها.

أولا : نبذة تاريخية عن المرافق العمومية للتشغيل

يتم تنظيم وتسيير سوق الشغل في جميع بلدان العالم من طرف الدولة وذلك عن طريق المرفق العمومي للتشغيل. ظهرت المرافق العمومية للتشغيل في البلدان الصناعية في أواخر القرن 19 بسبب مخاوف الآثار الاقتصادية والاجتماعية على البطالة، فبعد استقلال الجزائر، أنشأت الدولة مرفق عمومي للتشغيل والمتمثل في الديوان الوطني لليد العاملة حيث تولى مسؤولية تسيير مختلف آليات التشغيل.

أنشأ الديوان الوطني لليد العاملة في نوفمبر 1962 بمقتضى المرسوم رقم 62-99 المؤرخ في 29 نوفمبر 1962 المتعلق بإنشاء الديوان الوطني لليد العاملة وذلك في إطار سياسة ترقية التشغيل ومكافحة البطالة. [1]

[1]- موقع الوكالة الوطنية للتشغيل www.anem.dz تمت الزيارة يوم 2021/06/17 على الساعة 15 : 23 ليلا

يعد الديوان الوطني لليد العاملة مؤسسة عمومية ذات طابع إداري منذ سنة 1971 بأمر رقم 42-71 المؤرخ في 17 يونيو سنة 1971 والمتضمن تنظيم المكتب الوطني لليد العاملة ليتغير اسمه سنة 1990 ويصبح الوكالة الوطنية للتشغيل بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 259-90 مؤرخ في 8 سبتمبر سنة 1990.

وفي 2006 تم تغيير طابعها القانوني من مؤسسة عمومية ذات طابع إداري إلى مؤسسة عمومية ذات تسيير خاص.

وفي نهاية سنة2006، استفادت الوكالة الوطنية للتشغيل من مخطط إعادة التأهيل المخصص لتطوير شبكتها (مختلف وكالات التشغيل التابعة لها سواء كانت ولائية أو محلية) بالإضافة إلى تقوية المهارات الإدارية لإطاراتها لاسيما تطوير وسائل التسيير وتقديم الخدمات.

ثانيا : تعريفها

الوكالة الوطنية للتشغيل كمرفق عمومي للتشغيل

تعتبر الوكالة الوطنية للتشغيل مؤسسة عمومية ذات تسيير خاص خاضعة لأحكام المرسوم التنفيذي رقم 06 /77 المؤرخ في 17 محرم 1427 الموافق إلى 18 فبراير 2006 وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي وهي تعمل تحت وصاية وزارة العمل والتشغيل والضمان الاجتماعي.

تلعب الوكالة دور الوساطة بين عروض وطلبات العمل المسجلة على مستوى بطاقيتها، كما تساعد على تنظيم معرفة وضع سوق العمل الوطني وتطوره تعتبر الأداة الفعلية للدولة في أداء مهامها كوسيط في سوق الشغل.

كما تقوم بتنفيذ سياسة الدولة للتشغيل كمخطط العمل لترقية التشغيل ومحاربة البطالة. [1]

[1]- موقع الوكالة الوطنية للتشغيل www.anem.dz تمت الزيارة يوم 2021/06/17 على الساعة 15 : 23 ليلا

الفرع الثاني : هياكل الوكالة الوطنية

1- التنظيم الداخلي للوكالة الوطنية للتشغيل :

بموجب المرسوم التنفيذي تحت رقم 142 – 19 المؤرخ في 29 يناير 2019 والمتضمن التنظيم الداخلي

للوكالة الوطنية للتشغيل، تضم الوكالة مديرا عام يساعده في م ممارسة مهامه مفتش عام ومدراء مركزيون، يعينون بموجب قرار من الوزير المكلف بالعمل والتشغيل بناء على اقتراح من المدير العام و تنتهي مهامهم حسب الأشكال نفسها.

.كما تنضوي تحت سلطة المدير العام، هياكل مركزية وهياكل محلية تتمثل فيما يأتي:

أ–الهياكل المركزية :

وجود مديرية عامة مع سبع مديريات مركزية ومفتشيه عامة:

- مديرية الموارد البشرية والوسائ
- مديرية المالية والمحاسبة.
- مديرية سوق الشول.
- مديرية تنشيط شبكة الوكالات.
- مديرية المعلوماتية.
- مديرية اليد العاملة الأجنبية.
- مديرية المعلومات التوثيق والد ا رسات.

ب–الهياكل المحلية:

- فروع ولائية.
- ملاحق محلية للتشغيل يحدد إختصاصها الإقليمي بموجب قرار من الوزير المكلف بالعمل والتشغيل. [1]

[1]- بموجب المرسوم التنفيذي تحت رقم 142 – 19 المؤرخ في 29 يناير 2019 والمتضمن التنظيم الداخلي للوكالة الوطنية للتشغيل

المديرية العامة :

يتمثل دور المديرية العامة للوكالة الوطنية للتشغيل في تطبيق العلاقات والاستشارات القانونية والمراقبة التقنية وجمع المعلومات حول سوق الشغل من خلال هياكلها الخارجية أين يتم معالجتها.

الفروع الولائية للتشغيل :

تعتبر الخلية الاساسية في تنظيم الوكالة الوطنية للتشغيل حيث تقوم باستقبال المتعاملين معها سواء من طالبي العمل او المستخدمين وتتلخص مهامها فيما يلي:

-البحث عن عمل لكل شخص يطلب ذلك حسب مؤهلاته المطلوبة وهذا العمل من اختصاص "مصلحة طالبي العمل" المتكون من موظفين متخصصين تقع على عاتقهم مهمة التنصيب وتقديم المشورة والمعلومات والتوجيه.

-تنفيذ الأجهزة والبرامج الخاصة بالتشغيل على المستوى المحلي مع الشركات وهذا العمل يقدم من طرف مصلحة المستخدمين.

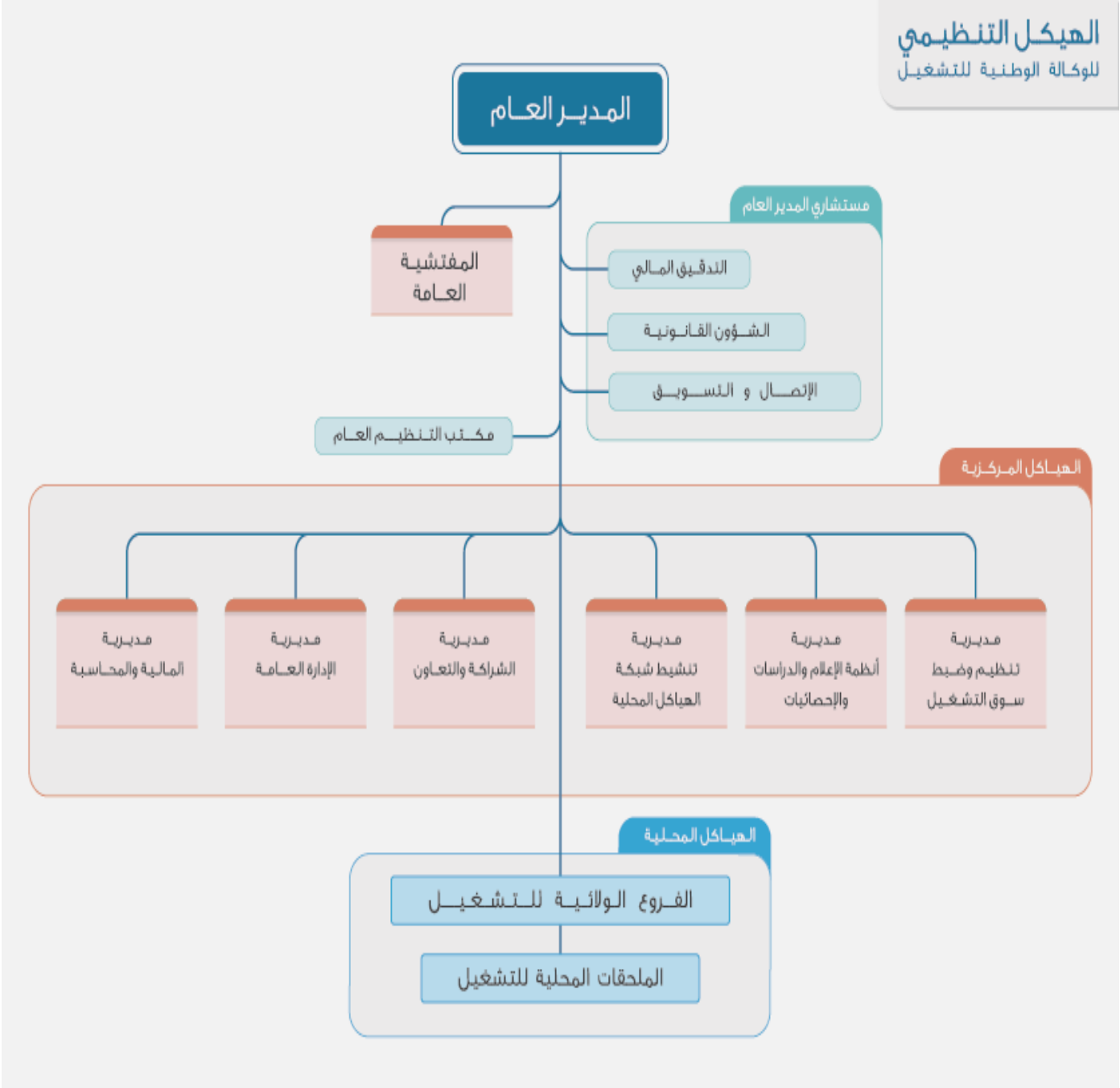
-تقديم الدعم التقني في المتابعة الإدارية: معالجة عروض العمل، استدعاء ومتابعة طالبي العمل.

-المساهمة في تنفيذ تشجيع سياسة التشغيل المقدمة من طرف الدولة.

الملحقات المحلية للتشغيل :

تعتبر كملاحق أو مرافق للولاية تتميز بنسبة عالية من الكثافة السكانية والأنشطة. الوكالات المحلية تأتي في المستوى الأخير في تنظيم هياكل الوكالة الوطنية للتشغيل. تكون على مستوى الدوائر أو البلديات، تتخصص في البحث عن فرص العمل أينما كانت وتوجيه عروض العمل الى السكان المقيمين. [1]

[1]- موقع الوكالة الوطنية للتشغيل www.anem.dz تمت الزيارة يوم 2021/06/17 على الساعة 15 : 23 ليلا



شكل رقم (07) : الهيكل التنظيمي للوكالة الوطنية للتشغيل

الفرع الثالث : مهام وأهداف الوكالة الوطنية للتشغيل

تتمثل مهام الوكالة الوطنية للتشغيل في تنظيم وتوفير وتطوير سوق العمل الوطنية واليد العاملة والتأكد من أن لكل طالب عمل أو مستخدم خدمة توظيف فعالة وذات طابع شخصي. [1]

[1]- موقع الوكالة الوطنية للتشغيل www.anem.dz مرجع سابق تمت الزيارة يوم 2021/06/17 على الساعة 15 : 23 ليلا

شكل رقم (08) : مهام وأهداف الوكالة الوطنية للتشغيل [1]

[1]- موقع الوكالة الوطنية للتشغيل www.anem.dz مرجع سابق تمت الزيارة يوم 2021/06/17 على الساعة 15 : 23 ليلا

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة، التحليل الإحصائي للبيانات، واختبار الفرضيات.

من خلال هذا المبحث نتعرف في المطلب الأول على المنهج المتبع في الدراسة، مجتمع وعينة الدراسة، والأداة المستخدمة، وفي المطلب الثاني نتناول عرض التحليل الاحصائي للبيانات بالنقاش والتحليل، وفي المطلب الثالث سيتم اختبار فرضيات الدراسة.

❖ المطلب لأول: الإطار المنهجي للدراسة الميدانية.

يحتاج البحث العلمي إلى عدة أساليب وطرق وخطوات لكي يصل إلى الهدف المبتغى، من بينها المنهج الذي يستعين به الباحث والذي يقوده ويوضح له معالم الطريق، وكذا اختيار مجتمع وعينة البحث التي تتناسب وبحثه.

الفرع الأول: المنهج العلمي المعتمد.

من أجل تحقيق أهداف الدراسة تم استخدام المنهج الوصفي الميداني الذي يتناسب مع الموضوع المختار (دراسة حالة)، ويعتبر المنهج الوصفي من أكثر المناهج التي يتم إتباعها في دراسة الظواهر، والذي يقوم على تفسير الوضع القائم للظاهرة أو المشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها بهدف الانتهاء إلى وصف عملي دقيق متكامل للظاهرة أو المشكلة يقوم على الحقائق المرتبطة بها.

الفرع الثاني: مجتمع وعينة الدراسة.

تكون مجتمع الدراسة من طالبي العمل بالوكالة الوطنية للتشغيل(**ANEM**) بولايتي المسيلة وبرج بوعريريج، ويمكن توضيح ذلك بالجدول التالي:

الجدول (01): يوضح عينة الدراسة لطالبي العمل بوكالة الوطنية للتشغيل بولايتي المسيلة وبرج بوعريريج.

عدد أفراد العينة	عدد استمارات الاستبيان الموزعة	عدد استمارات الاستبيان المسترجعة	عدد استمارات الاستبيان غير صالحة للتحليل	عدد استمارات الاستبيان الصالحة للتحليل
127	127	118	8	110

حيث تم توزيع استمارة الاستبيان على عينة عشوائية من مجتمع الدراسة، وكان عدد الاستمارات الموزعة 127 استمارة استبيان، استرجع منها 118 استمارة استبيان، بنسبة استرداد 92.91%، واستبعدت 8 استمارات غير صالحة للتحليل، ليصبح عددها 110 استمارة استبيان صالحة للتحليل،

الفرع الثالث: مصادر جمع بيانات ومعلومات الدراسة.

عند إنجاز أي دراسة علمية لابد من توفر البيانات والمعلومات للإلمام بالموضوع، والحصول على هذه المعلومات والبيانات وجب الاعتماد على مختلف المصادر المتنوعة.

1-المصادر الثانوية للدراسة.

هناك عدة مصادر ثانوية اعتمدنا عليها في بحثنا للتوصل إلى النتائج المرجوة وأهمها: الكتب، الملتقيات، المجلات، الأطروحات ...والتي لها علاقة بموضوع بحثنا.

2-المصادر الأولية للدراسة: اعتمدنا على الاستبيان كمصدر أولي في جمع البيانات والمعلومات، وهو من أهم أدوات البحث العلمي، للحصول على المعلومات أو أراء المبحوثين حول ظاهرة او موقف معين، وتم إعداده وتطويره بشكل يساعد على جمع البيانات والمعلومات، كما تمت مراجعته وتنقيحه من قبل المشرف، والأخذ بمقترحاته وتعديلاته الأولية، وقد مرت عملية بناء الاستبيان بعدة مراحل:

المرحلة الأولى: مرحلة البناء.

صمم الاستبيان حسب سلم رنسيس ليكارت **(Rensis Likert)** السباعي، إذ يقابل كل فقرة من الفقرات الاستبيان سبعة (07) تفضيلات، كما تم تحديد درجة الموافقة على هذه الفقرات وهو ما يوضحه الجدول التالي.

الجدول رقم (02): يبن دراجات مقياس رنسيس ليكارت (Rensis Likert) السباعي.

بدائل التفضيلات	لا أتفق بشدة	لا أتفق	لا أتفق نوعا ما	محايد	أتفق نوعا ما	أتفق	أتفق بشدة
الدرجة	1	2	3	4	5	6	7

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

المرحلة الثانية: بعد اختيار السلم المتبع تم بناء محاور الاستبيان وفق الإجراءات التالية:

أ- الاطلاع على الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة، والاستفادة منها في بناء الاستبيان وصياغة عباراته؛

ب-تحديد الأبعاد والمحاور الرئيسة التي يشملها الاستبيان؛

ج-تحديد العبارات التي تقع تحت كل بعد وكل محور وتصميم الاستبيان في صورته الأولية؛

د-مراجعة وتنقيح الاستبيان من قبل المشرف، والأخذ بمقترحاته وتعديلاته الأولية؛

هـ-عرض الاستبيان على عدد من الأساتذة لتحكميه، والأخذ بمقترحاتهم وتعديلاتهم؛

و-إعادة عرض الاستبيان على الأستاذ المشرف.

- **المرحلة النهائية:** في هذه المرحلة تم صياغة الاستبيان في شكله النهائي، واشتمل على ثلاثة(03) أجزاء أساسية حيث؛ شمل الجزء الأول على البيانات الشخصية لعينة الدراسة، وشمل الجزء الثاني على المحور المستقل معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية، والجزء الثالث شمل المحور التابع أبعاد جودة الخدمات.

الفرع الرابع : أساليب المعالجة الإحصائية للاستبيان.

بغرض تحقيق أهداف الدراسة وتحليل البيانات وتفسيرها تم الاعتماد على الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية (**Statistical Package for Social Sciences.V26**)، كما تم الاعتماد على مجموعة من الأساليب الإحصائية تتمثل في:

1-استخدام المتوسطات الحسابية، الانحرافات المعيارية، اختبار اعتدالية التوزيع الطبيعي لمتغيرات الدراسة...الخ.

1-مسطرة الاستبيان (المتوسطات المرجحة): لتحديد المحك المعتمد في الدراسة فقد تم تحديد طول الخلايا في مقياس ليكرت السباع من خلال حساب المدى بين درجات المقياس سبعة ناقص واحد (**7-1=6**) ومن ثم تقسيمه على أكبر قيمة في المقياس للحصول على طول الخلية سبعة قسمة ستة (**7/6=0.85**) وذلك بعد إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس (بداية مقياس وهي واحد صحيح) وهكذا أصبح طول الخلية (0.85).

الجدول رقم (03): المتوسطات المرجحة لتفضيلات الاستبيان.

درجات الموافقة	الإجابات	المتوسط المرجح	المتوسط الحسابي النسبي المقابل له	الاتجاه
1	لاأتفق بشدة	[1.85 - 1]	[%26.42 - %14.28]	مستوي منخفض جدا من القبول
2	لا أتفق	[2.70-1.85[	[%38.57 - %26.42[	مستوي منخفض من القبول
3	لا أتفق نوعا ما	[3.55- 2.70[	[%71.00 - %38.57[	مستوي منخفض نوعا ما
4	محايد	[4.40 - 3.55[	[%62.85 - %71.00[	مستوي متوسط من القبول
5	أتفق نوعا ما	[5.25 - 4.40[	[%75.00 - %62.85[	مستوي عال نوع ما من القبول
6	أتفق	[6.15 - 5.25[	[%87.85 - %75.00[	مستوي عال من القبول
7	أتفق بشدة	[7.00 - 6.15[	[%100 - %78.85[	مستوي عال جدا من القبول

المصدر: من إعداد الطالبين.

2-أنواع الارتباط: لتحديد الارتباطات ومعرفة نوعها بين مختلف متغيرات الدراسة تم توضيح أنواع الارتباط من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم (01): يبين المجالات التي تنتمي اليها قيم الارتباط.

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

Source :Emen bnymfarej, **Data analysais, the statisical économie and social research and training center for islamic countries(SESRIC)** ,Without theedition, Ankara, Turkey, 2015, p : 25 .

❖ المطلب الثاني: التحليل الإحصائي لبيانات الدراسة.

نقوم باختبار التوزيع الطبيعي للبيانات من أجل تحديد ومعرفة نوعية الاختبارات التي نعتمدها في دراستنا، كما يتم عرض النتائج وتحليلها إحصائيا.

الفرع الأول : صدق وثبات أداة الدراسة(الاستبيان).

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

1-صدق أداة الدراسة: هو أن تقيس عبارات الاستبيان ما وضعت لقياسه، وهناك أنواع كثيرة من الصدق يتم اعتمادها لفحص أداة الدراسة، وسنقتصر في دراستنا على ثلاث أنواع من الصدق من خلال الصدق الظاهري، وصدق الاتساق الداخلي، والصدق البنائي.

1-1 صدق المحكمين: يعني أن تكون عباراته مناسبة للغرض الذي وضعت من أجله ويتعلق صدق المحكمين بحالتين[1].

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

ب- **صدق المحتوي:** صدق مكمل للصدق الظاهري وهو نوع من أنواع صدق المحكمين، كما يبين مدي وضوح كل من عبارات الاستبيان من ناحية المعني، والصياغة اللغوية والعلمية والتصميم المنطقي لها، وأنها تغطي المساحات المهمة لمجالها (شمول الاستبيان لمشكل الدراسة وتحقيق أهدافها)، وللتحقق من صدق المحكمين (الصدق الظاهري وصدق المحتوي) عرض الاستبيان على مجموعة من السادة المحكمين ذات الاختصاص والخبرة في مجال الظاهرة أو المشكلة موضوع الدراسة، وطلب منهم إبداء رأيهم حول عبارات وأبعاد ومحاور الاستبيان وذلك بالحذف والتعديل واقتراح عبارات جديدة ومناسبة لموضوع الدراسة، وبناءا على ملاحظات السادة المحكمين تم تعديل أداة الدراسة فأصبحت بصورتها النهائية مكونة من 31 عبارة، وبالتالي فان الاستبيان يتمتع بصدق المحكمين.

1-2 صدق الاتساق الداخلي: يقصد بصدق الاتساق الداخلي؛ مدى اتساق كل عبارات الاستبيان مع المحور الذي تنتمي إليه، أي أن العبارة تقيس ما وضعت لقياسه ولا تقيس شيء آخر، وتم ذلك من خلال حساب معامل الارتباط كارل بيرسون بين درجة كل عبارة من عبارات المحور والدرجة الكلية للبعد والمحور الذي تنتمي إليه.

[1] مؤيد الساعدي، **قياس اللاملموسيات في السلوك التنظيمي وإدارة الموارد البشرية**، دار الصفاء للنشر والتوزيع، الطبعة الأولي، عمان، الأردن، 2016، ص: 452.

الجدول رقم (04): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات محور معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية.

رقم العبارة	عبارات محور معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية	الاتساق مع المحور
	1- المعايير المتعلقة بالشكل.	/
01	أبعاد وأحجام الصور فيتطبيقات الهاتف الذكي واضحة ومعبرة بالنسبة للمتعاملين.	0.564**
02	الصور المتعلقة بتطبيقات الهاتف الذكي لها علاقة بالمحتوى الذي أنشئت من أجله.	0.720**
03	تجذب واجهة تطبيقات الهاتف الذكي انتباه المتعاملين.	0.595**
	2- المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون).	/
04	تقدم تطبيقات الهاتف الذكي خدمات دقيقة وخالية من الأخطاء للمتعاملين	0.681**
05	يتناسب محتوى تطبيقات الهاتف الذكي مع المستوى الدراسي للفئة التي تستخدمه (المتعاملين)	0.658**
06	اللغة التي تستعملها تطبيقات الهاتف الذكي تتناسب مع الفئة التي تستخدمها (المتعاملين)	0.701**
07	يلبي محتوى تطبيقات الهاتف الذكي غرض المتعاملين.	0.677**
	3- المعايير التقنية	/
08	هناك صعوبة في استخدام تطبيقات الهاتف الذكي من طرف المتعاملين	0.765**
09	تتميز تطبيقات الهاتف الذكي بعنصر التجديد والتحديث	0.760**
10	عادة ما يكون هناك خلل في تطبيقات الهاتف الذكي	0.743**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (04) أعلاه يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع محورها معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية، أي أن عبارات هذا المحور دالة إحصائيا ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

الجدول رقم (05): يوضح مدى الاتساق الداخلي لعبارات محور قياس أبعاد جودة الخدمات.

رقم العبارة	عبارات محور: قياس أبعاد جودة الخدمات	الاتساق مع المحور
	1- بعد الاعتمادية	**0.793****
11	تحرص الوكالة الوطنية للتشغيل على حل مشاكل المتعاملين ما يزيد من إحساسهم بالثقة.	**0.674****
12	تقدم الوكالة الوطنية للتشغيل خدماتها مثلما روجت لها.	**0.319****

13	تتميز خدمات الوكالة الوطنية للتشغيل بدرجة عالية من الصحة والدقة.	**0.527**
14	تلتزم الوكالة الوطنية للتشغيل بالوعود والمواعيد المحددة.	**0.635**
	2- بعد الاستجابة	**0.756**
15	تكون الوكالة الوطنية للتشغيل على استعداد دائم لتلبية متطلبات المتعاملين.	**0.420**
16	تقدم الوكالة الوطنية للتشغيل خدماتها في كل وقت	**0.595**
17	تعالج الوكالة الوطنية للتشغيل طلبات المتعاملين بسرعة.	**0.531**
18	تهتم الوكالة الوطنية للتشغيل بالرد على شكاوى واستفسارات المتعاملين.	**0.585**
	3- بعد الأمان	**0.815**
19	يتميز إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل بالتأهيل والكفاءة.	**0.730**
20	يثق المتعاملون في إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل.	**0.541**
21	تحافظ الوكالة الوطنية للتشغيل على سرية وخصوصية المعلومات الشخصية للمتعاملين معها.	**0.520**
22	موظفو الوكالة الوطنية للتشغيل مهذبون ولطفاء دائما مع المتعاملين	*0.226
23	تبذل الوكالة الوطنية للتشغيل قصارى جهدها لتأمين تطبيقاتها من القرصنة والتطفل	**0.432
	4- بعد التعاطف	**0.659
24	يضع موظفو الوكالة الوطنية للتشغيل مصلحة المتعاملين فوق كل اعتبار.	**0.528
25	يحرص موظفو الوكالة الوطنية للتشغيل على الاهتمام باحتياجات المتعاملين ويسعون لتلبيتها.	**0.537
26	يحرص اطارات الوكالة الوطنية للتشغيل على التواصل مع المتعاملين.	**0.337
27	يجيب إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل على تساؤلات المتعاملين بشكل رفيع ومهذب.	**0.420
	5- بعد الملموسية	**0.790
28	تمتلك الوكالة الوطنية للتشغيل تجهيزات ومعدات تكنولوجية حديثة.	**0.419
29	تمتلك الوكالة الوطنية للتشغيل مرافق جذَّابة حديثة ومهيئة.	**0.511
30	يتمتَّع موظَّفو الوكالة الوطنية للتشغيل بمظهر لائق وأنيق.	**0.572
31	توفر الوكالة الوطنية للتشغيل أكثر من قناة ووسيلة لتقديم الخدمات.	**0.512
	**الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.01$. *الارتباط دال إحصائيا عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$.	

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجداول رقم (05) أعلاه يتضح أن جميع العبارات ترتبط مع محورها قياس أبعاد جودة الخدمات؛ أي أن عبارات هذا المحور دالة إحصائيا ومتسقة وصادقة لما وضعت لقياسه.

3-1 صدق الاتساق البنائي: يقيس مدي تحقق الأهداف التي تسعى الأداة الوصول إليها، وهو يبين مدي ارتباط عبارات الاستبيان مجتمعة في شكل بعد أو محور مع الدرجة الكلية للاستبيان.

الجدول رقم(06): الاتساق البنائي لأبعاد ومحاور الاستبيان.

البيان	الاتساق مع الدرجة الكلية للاستبيان.
بعد المعايير المتعلقة بالشكل	**0.619**
بعد المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون)	**0.775**
بعد المعايير التقنية	**0.828**
محور معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية	**0.949**
محور قياس أبعاد جودة الخدمات	**0.937**
الارتباط دال إحصائيا عند مستوي دلالة1 0.0≥α. **الارتباط دال إحصائيا عند مستوي دلالة 0.05≥α.**	

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS الإصدار 26.

من خلال الجدول رقم (06) أعلاه نجد ان جميع معاملات الارتباط بيرسون لكل الأبعاد والمحاور دالة احصائيا، ومنه تعتبر أبعاد ومحاور الاستبيان صادقة ومنسقة لما وضعت لقياسه.

2-**ثبات أداة الدراسة:** يقصد بثبات الاستبيان؛ أنه يعطي نفس النتائج لو تم إعادة توزيع لاستبيان أكثر من مرة، وتحت نفس الظروف والشروط، بمعني إذا أعيد توزيع الاستبيان بعد فترات زمنية معينة ولأكثر من مرة نجد استقرار في النتائج وعدم تغيرها بشكل كبير، ولتحقق من ثبات اعتمدنا **طريقة ألفا كرونباخ(Alpha Cronbachs)** حيث؛ يستخدم معامل الثبات ألفا كرونباخ، للحكم على دقة القياس، بقياس مدي توافق الإجابات مع

بعضها البعض، وموثوقية النتائج بأن يعطي المقياس قراءات متقاربة عند تكرار استخدامه في أوقات مختلفة، وأن يكون معامل ألفا كرو نباخ يزيد عن القيمة المعيارية(0.6)[1]، والجدول الموال يوضح نتائج اختبار ألفا كرونباخ.

الجدول رقم(07): يبين نتائج اختبار ألفا كرو نباخ لمحاور الدراسة.

المحاور	رقم العبارة	معامل ألفا كرونباخ
محورمعاييرالقياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية	من 1إلى العبارة 10	0.737
محور قياس أبعاد جودة الخدمات.	من 11 إلى العبارة 31	0.854
الاستبيان ككل.	من 1إلى العبارة 31	0.896

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات برنامج spss.v26

من النتائج الموضحة في الجدول رقم **(07)** أعلاه قيمة معامل الارتباط ألفاكرونباخ لمحوري الدراسة وقيمة الاستبيان ككل، هي أكبر من القيمة المعيارية للاختبار **0.6** (الحد الأدنى)، وهي قيم مناسبة، وتفي بأهداف وأغراض الدراسة حيث؛ أن قيمة الاستبيان ككل تؤكد ثبات الاستبيان ما يعادل 89.96%.

الفرع الثاني: اختبار التوزيع الطبيعي للبيانات.

استخدم اختبار **Kolmogorov-Smirnov**، لأن حجم العينة أكبر أو يساوي من 50 مفردة، بينما يستخدم اختبار Shapiro-Wilk إذا كان حجم العينة أقل من 50 مفردة[2]، وبالاعتماد على مقارنة قيمة مستوى الدلالة المحسوبة وقيمة مستوى الدلالة المعتمدة في الدراسة **0.05**، فإذا كانت قيمة مستوى الدلالة المحسوبة أقل منها فإن البيانات لا تتبع التوزيع الطبيعي، ويتم الاعتماد على الاختبارات اللا معلمية، والعكس نعتمد على الاختبارات المعلمية

[1]محمد الجعفري، هديل الطاهر، **دور الوعي بالذات في فعالية سلوك القائد الإداري دراسة حالة جامع الخرطوم**، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، جامعة النيلين، الخرطوم، المجلد 4، العدد 13، السودان، 2020، ص285.

[2]سناء إبراهيم أبو دقة، **سمير خالد الصافي، تطبيقات علمية باستخدام الرزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss في البحث التربوي والنفسي**، الطبعة الأولى، مكتبة الأفاق، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2013، ص: 33.

إذا كانت مستوى الدلالة المحسوبة أكبر من المعتمدة في الدراسة، والجدول التالي يوضح نتائج اختبار **Kolmogorov-Smirnov**.

الجدول رقم (08): يوضح نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
محورمعاييرالقياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية	.078	110	.093	.989	110	.530
محور قياس أبعاد جودة الخدمات	.059	110	.200*	.988	110	.418
*. This is a lower bound of the true significance.						
a. Lilliefors Significance Correction						

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

نلاحظ من الجدول رقم (08) أعلاه الذي يوضح نتائج اختبار Kolmogorov-Smirnov أن القيمة الاحتمالية لمحور المستقل معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية، تساوي 0.093، والقيمة الاحتمالية للمحور الثاني التابع قياس أبعاد جودة الخدمات تساوي 0.200*، كلا القيمتين أكبر من مستوي المعنوية المعتمد في الدراسة 0.05، وبالتالي بيانات الدراسة تتبع التوزيع الطبيعي، مما يسمح باستخدام الاختبارات المعلمية لتحليل البينات واختبار فرضيات الدراسة.

الفرع الثالث: خصائص عينة الدراسة:

1-توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير للجنس:

جدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية%
ذكر	76	%69.10
أنثى	34	%30.90
المجموع	**110**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

نلاحظ من الجدول رقم (09) أن عينة الدراسة تضمنت كلا الجنسين حيث؛ بلغت نسبة مشاركة الذكور 69.10%، في حين كانت نسبة مشاركة الإناث أقل من مشاركة الذكور بنسبة 30.90%.

2-توزيع عينة الدراسة وفقا لمتغير السن.

جدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.

العمر	التكرار	النسبة المئوية%
من 18 إلى 24 سنة	16	%14.50
من 25 إلى 29 سنة	33	%30.00
من 30 إلى 35 سنة	27	%24.50
من 36 إلى 39 سنة	25	%22.70
من 40 إلى 49 سنة	9	%08.30
أكبر من 50 سنة	/	/
المجموع	**110**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

قسم متغير السن إلى 06 فئات حيث؛ نلاحظ من الجدول رقم (10) هيمنت الفئة العمرية من25 إلى 29 سنة، بنسبة مشاركة 30.00%، تلتهاالفئة العمرية من30 إلى 35 سنة بنسبة مشاركة 24.50%، وفي الترتيب الثالث الفئة العمرية من36 إلى 39 سنة بنسبة مشاركة 22.70%، ثم بعدها في الترتيب الرابع الفئة العمرية من18 إلى 24 سنة بنسبة مشاركة 14.50%، وفي الترتيب الخامس الفئة العمرية من40 إلى 49 سنة بنسبة مشاركة 08.30%، في حين أننا لم نسجل أي طالب عمل أكبر من 50 سنة.

3-توزيع عينة الدراسة وفق المتغير المؤهل العلمي.

الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب متغير المؤهل العلمي.

المستوي التعليمي	التكرار	النسبة المئوية%
ابتدائي	/	/
متوسط	06	05.50
ثانوي	37	33.60
جامعي	38	34.50
دراسا عليا	25	22.70
أخري	04	03.60
المجموع	**110**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

نلاحظ من الجدول(11) أن أكبر نسبة كانت للفئة ذات المستوي التعليمي الجامعي بنسبة مشاركة 34.50%، ثم تليها الفئة المستوي ثانوي بنسبة مشاركة 33.60% ، ثم تليها الفئة المستوي دراسات عليا بنسبة مشاركة 22.70% ، وبعدهما الفئتين مستوي متوسط ومستويات أخري على الترتيب بنسب مشاركة ضعيفة 05.50%، 03.60%، في حين أننا لم نسجل طالبي العمل من فئة مستوي ابتدائي وهذا ما يشير إلى نقص الأمية بالمجتمع الجزائري.

4-توزيع عينة الدراسة وفقا لتاريخ التسجيل في الملحقة المحلية للتشغيل.

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة وفقا لتاريخ التسجيل في الملحقة المحلية للتشغيل.

الدخل	التكرار	النسبة المئوية%
أقل من سنة	23	20.90
من 02 إلى 03 سنة	33	30.00
من 04 إلى 05 سنة	17	15.50
أكثر من 05 سنوات	37	33.60
المجموع	**110**	**%100**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

نلاحظ من الجدول رقم (12) أن الترتيب الأول يعود للفئة المسجلة لأكثر من 05 سنوات بنسبة مشاركة 33.60%، ثم تليها الفئة من 02 إلى 03 سنوات بنسبة مشاركة 30.00% ، وبعدها في الترتيب الثالث الفئة المسجلة لأقل من سنة بنسبة مشاركة 20.90 %، وفي المرتبة الأخيرة تعود للفئة من 04 إلى 05 سنوات بنسبة مشاركة 15.50% .

❖ المطلب الثالث: عرض وتفسير نتائج الدراسة واختبار الفرضيات.

بالاعتماد على أدوات إحصائية تم معالجة بيانات اتجاهات أفراد العينة، من أهمها التكرارات، المتوسط الحسابي والانحراف المعياري، الوزن النسبي، للتعرف على استجابات أفراد العينة وآرائهم تجاه محاور وأبعاد الدراسة ودرجة موافقتهم على مختلف عبارات الاستبيان، كما نتناول في هذا المطلب اختبار صحة الفرضيات المصاغة في الدراسة.

الفرع الأول : تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات أبعاد ومحاور الدراسة.

1-تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات محور معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية.

1-1 تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات بعد المعايير المتعلقة بالشكل.

الجدول رقم (13): عبارات ببعد المعايير المتعلقة بالشكل.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	الترتيب	الاتجاه
01	أبعاد وأحجام الصور في تطبيقات الهاتف الذكي واضحة ومعبرة بالنسبة للمتعاملين.	4.41	0.998	63.00	3	عال نوعا ما
02	الصور المتعلقة بتطبيقات الهاتف الذكي لها علاقة بالمحتوى الذي أنشئت من أجله.	4.74	1.020	67.71	1	عال نوعا ما
03	تجذب واجهة تطبيقات الهاتف الذكي انتباه المتعاملين.	4.65	0.925	66.42	2	عال نوعا ما
	بعد المعايير المتعلقة بالشكل	**4.59**	**0.615**	**65.57**	/	عال نوعا ما

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (13) أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد المعايير المتعلقة بالشكل فقد جاءت العبارة رقم (02) في الترتب الأول ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي

موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن الصور المتعلقة بتطبيقات الهاتف الذكي لها علاقة بالمحتوى الذي أنشئت من أجله، بمتوسط حسابي (4.74) وبانحراف معياري (1.020) ووزن نسبي67.71%؛

وقعت العبارة رقم (03) في الترتب الثان يضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)؛ أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن واجهة تطبيقات الهاتف الذكي تجذب انتباه المتعاملين، بمتوسط حسابي (4.65) وبانحراف معياري (0.925) ووزن نسبي66.57%، في حين جاءت العبارة رقم (01) في الترتيب الأخير ضمن عبارات بعد المعايير المتعلقة بالشكل، بمتوسط حسابي (4.41) وانحراف معياري 0.998 ووزن نسبي 63.00%، منتميتا بذلك إلى مجالالاتجاه (عال نوعا ما)؛

أما بالنسبة للتقييم الكلي لبعد المعايير المتعلقة بالشكل، فإن جميع العبارات الخاصة به وقعت ضمن الاتجاه (عال نوعا ما)، فقد أخذ درجة عالية نوعا ما من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.59)، وبوزن نسبي 65.57%، وانحراف معياري بقيمة (0.615) وهو أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد المعايير المتعلقة بالشكل، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالية نوعا ما لبعد المعايير المتعلقة بالشكل الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية بالمؤسسة محل الدراسة.

2-1 تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات بعد المعايير المتعلق

3-1 بالمحتوى(المضمون).

الجدول رقم (14): عبارات بعد المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون).

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	الترتيب	الاتجاه
04	تقدم تطبيقات الهاتف الذكي خدمات دقيقة وخالية من الأخطاء للمتعاملين	4.61	1.059	65.85	**1**	**عال نوعا ما**
05	يتناسب محتوى تطبيقات الهاتف الذكي مع المستوى الدراسي للفئة التي تستخدمه (المتعاملين)	4.51	1.011	64.42	**3**	**عال نوعا ما**
06	اللغة التي تستعملها تطبيقات الهاتف الذكي تتناسب مع الفئة التي تستخدمها (المتعاملين)	4.47	1.020	63.85	**4**	**عال نوعا ما**
07	يلبي محتوى تطبيقات الهاتف الذكي غرض المتعاملين.	4.55	1.130	65.00	**2**	**عال نوعا ما**
بعد المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون)		**4.53**	**0.716**	**64.71**	/	**عال نوعا ما**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (14) أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون) الخاص بتطبيقات الهواتف الذكية للمؤسسة محل الدراسة، فقد جاءت العبارة رقم (04) في الترتب الأول ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن تطبيقات الهاتف الذكي تقدم خدمات دقيقة وخالية من الأخطاء للمتعاملين، بمتوسط حسابي (4.61) وبانحراف معياري (1.059) ووزن نسبي65.85%؛

وقعت العبارة رقم (07) في الترتب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)؛ أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن محتوى تطبيقات الهاتف الذكي يلبي غرض المتعاملين، بمتوسط حسابي (4.55) وبانحراف معياري (1.130) ووزن نسبي65.00%، في حين جاءت العبارة رقم (11) في الترتيب الرابع والأخير ضمن عبارات بعد المعايير المتعلقة

بالشكل، بمتوسط حسابي (4.41) وانحراف معياري 0.998 ووزن نسبي 63.00%، منتميتا بذلك إلى مجالالاتجاه (عال نوعا ما)؛

أما بالنسبة للتقييم الكلي لبعد المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون) الخاص بتطبيقات الهواتف الذكية للمؤسسة محل الدراسة، فإن جميع العبارات الخاصة به وقعت ضمن الاتجاه (عال نوعا ما)، فقد أخذ درجة عالية نوعا ما من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.53)، وبوزن نسبي 64.71%، وانحراف معياري بقيمة (0.716) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على ببعد المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون)، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي نوعا ما لبعد ببعد المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون) الخاص بتطبيقات الهواتف الذكية الخاصة بالمؤسسة محل الدراسة.

4-1 تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو العبارات المتعلقة ببعد المعايير التقنية.

جدول رقم (15): العبارات المتعلقة ببعد المعايير التقنية.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	الترتيب	الاتجاه
08	هناك صعوبة في استخدام تطبيقات الهاتف الذكي من طرف المتعاملين	4.47	1.064	63.85	**3**	**عال نوعا ما**
09	تتميز تطبيقات الهاتف الذكي بعنصر التجديد والتحديث	4.48	1.064	64.00	**2**	**عال نوعا ما**
10	عادة ما يكون هناك خلل في تطبيقات الهاتف الذكي	4.50	1.106	64.28	**1**	**عال نوعا ما**
بعد المعايير التقنية		**4.48**	**0.814**	**64.00**	/	**عال نوعا ما**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (15) أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد المعايير التقنية الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية بالمؤسسة محل الدراسة، فقد جاءت العبارة رقم (10) في الترتب الأول ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما

على أنه عادة ما يكون هناك خلل في تطبيقات الهاتف الذكي، بمتوسط حسابي (4.50) وبانحراف معياري (1.106) ووزن نسبي64.28%؛

وقعت العبارة رقم (09)في الترتب الثاني ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)؛ أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن تطبيقات الهاتف الذكي تتميز بعنصر التجديد والتحديث بمتوسط حسابي (4.48) وبانحراف معياري (1.064) ووزن نسبي64.00%، في حين جاءت العبارة رقم (08) في الترتيب الأخير ضمن عبارات بعد المعايير التقنية، بمتوسط حسابي (4.47) وانحراف معياري 1.064 ووزن نسبي 63.85%، منتميتا بذلك إلى مجالالاتجاه (عال نوعا ما)،أما بالنسبة للتقييم الكلي لبعد المعايير التقنية، فإن جميع العبارات الخاصة به وقعت ضمن الاتجاه (عال نوعا ما)، فقد أخذ درجة عالية نوعا ما من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.48)، وبوزن نسبي 64.00%، وانحراف معياري بقيمة (0.814) أقل من القيمة الحرجة 1، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد المعايير التقنية، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي نوعا ما لبعد المعايير التقنية الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية بالمؤسسة محل الدراسة.

2-تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات محور أبعاد جودة الخدمات.

2-1 تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو العبارات المتعلقة ببعد الاعتمادية.

الجدول رقم (16): العبارات المتعلقة ببعد الاعتمادية.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	الترتيب	الاتجاه
11	تحرص الوكالة الوطنية للتشغيل على حل مشاكل المتعاملين ما يزيد من إحساسهم بالثقة.	4.71	1.026	67.28	**4**	**عال نوعا ما**
12	تقدم الوكالة الوطنية للتشغيل خدماتها مثلما روجت لها.	4.75	1.060	67.85	**2**	**عال نوعا ما**
13	تتميز خدمات الوكالة الوطنية للتشغيل بدرجة عالية من الصحة والدقة.	4.75	1.940	67.85	**3**	**عال نوعا ما**
14	تلتزم الوكالة الوطنية للتشغيل بالوعود والمواعيد المحددة.	4.78	1.026	68.28	**1**	**عال نوعا ما**
بعد الاعتمادية.		**4.75**	**0.686**	**67.85**	/	**عال نوعا ما**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (16) أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الاعتمادية، فقد جاءت العبارة رقم (14) في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن الوكالة الوطنية للتشغيل تلتزم بالوعود والمواعيد المحددة، بمتوسط حسابي (4.78) وانحراف معياري (1.026) ووزن نسبي68.28%؛

وقعت العبارتين رقم (12) و(13)، على التوالي في المرتبة الثانية والثالثة ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، بقيمة متوسط حسابي متساوي 4.75، ووزن نسبي متساوي 67.85%، وانحراف معياري على الترتيب 1.060، 1.940، في حين جاءت العبارة رقم (11) في الترتب الرابع والأخير ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة عينة الدراسة بدرجة عالية نوعا ما على أن الوكالة الوطنية للتشغيل تحرص على حل مشاكل

المتعاملين ما يزيد من إحساسهم بالثقة، إذ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.71)، وانحراف معياري (1.026)، وبوزن نسبي 67.28%؛

بالنسبة للتقييم الكلي لبعد الاعتمادية، فقد أخذ درجة عالية نوعا ما من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.75)، وبوزن نسبي 67.85%، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة 1 بقيمة(0.686)، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد الاعتمادية، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي نوعا ما لبعد الاعتمادية، ومساهمته بشكل فعال في ترقية جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

2-2تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو العبارات المتعلقة ببعد الاستجابة.

الجدول رقم (17): العبارات المتعلقة ببعد الاستجابة.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	الترتيب	الاتجاه
15	تكون الوكالة الوطنية للتشغيل على استعداد دائم لتلبية متطلبات المتعاملين.	4.72	0.997	67.42	**2**	**عال نوعا ما**
16	تقدم الوكالة الوطنية للتشغيل خدماتها في كل وقت	4.67	1.015	66.71	**4**	**عال نوعا ما**
17	تعالج الوكالة الوطنية للتشغيل طلبات المتعاملين بسرعة.	4.73	1.091	67.57	**1**	**عال نوعا ما**
18	تهتم الوكالة الوطنية للتشغيل بالرد على شكاوى واستفسارات المتعاملين.	4.69	1.047	67.00	**3**	**عال نوعا ما**
	بعد الاستجابة	**4.70**	**0.732**	**67.14**	/	**عل نوعا ما**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (17) أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الاستجابة فقد جاءت العبارة رقم (17) في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن الوكالة الوطنية للتشغيل

تعالج طلبات المتعاملين بسرعة، وبلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.73) وبانحراف معياري (1.091) ووزن نسبي67.57%.

وقعت العبارتين رقم (19) و(18)، على التوالي في المرتبة الثانية والثالثة ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، بمتوسطات حسابية 7.72، 4.69، وأوزان نسبية 67.42%، 67.00% على الترتيب، ووقعت العبارة رقم (16) في الترتيب الرابع والأخير لبعد الاستجابة وضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة عينة الدراسة بدرجة عالية نوعا ما بأن الوكالة الوطنية للتشغيل تقدم خدماتها في كل وقت، إذ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.67)، وانحراف معياري (1.015)، وبوزن نسبي 66.71%؛

بالنسبة للتقييم الكلي لبعد الاستجابة، فقد أخذ درجة عالية نوعا ما من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.70)، وبوزن نسبي 67.14%، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة 1 بقيمة(0.732)، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد الاستجابة، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي نوعا ما لبعد الاستجابة من طرف المؤسسة محل الدراسة، ومساهمته بشكل فعال في ترقية جودة الخدمات المقدمة من طرفها.

2-3تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو العبارات المتعلقة ببعد الأمان.

الجدول رقم (18): العبارات المتعلقة ببعد الأمان.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	الترتيب	الاتجاه
19	يتميز إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل بالتأهيل والكفاءة.	4.75	1.006	67.85	**2**	**عال نوعا ما**
20	يثق المتعاملون في إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل.	4.60	1.084	65.71	**3**	**عال نوعا ما**
21	تحافظ الوكالة الوطنية للتشغيل على سرية وخصوصية المعلومات الشخصية للمتعاملين معها.	3.89	0.912	55.57	**5**	**متوسطة**
22	موظفو الوكالة الوطنية للتشغيل مهذبون ولطفاء دائما مع المتعاملين	4.18	0.768	59.71	**4**	**متوسطة نوعا ما**
23	تبذل الوكالة الوطنية للتشغيل قصارى جهدها لتأمين تطبيقاتها من القرصنة والتطفل	4.76	1.040	68.00	**1**	**عال نوعا ما**
بعد الأمان		**4.44**	**0.593**	**63.42**	/	**عال نوعا ما**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (18) أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الأمان، فقد جاءت العبارة رقم (23) في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن الوكالة الوطنية للتشغيل تعالج طلبات المتعاملين بسرعة، وبلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.76) وبانحراف معياري (1.040) ووزن نسبي68.00%.

وقعت العبارتين رقم (19)، (20)، على التوالي في المرتبة الثانية والثالثة ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، في حين وقعت العبارتين رقم (22) و(21) في المرتبة الرابعة والخامسة على التوالي لبعد الأمان وضمن مجال الاتجاه (متوسط)، أي موافقة عينة الدراسة بدرجة متوسطة على هاتين العبارتين، إذ بلغت قيمة متوسطهما الحسابي على الترتيب (4.18)، (3.89)،

بالنسبة للتقييم الكلي لبعد الأمان، فقد أخذ درجة عالية نوعا ما من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.44)، وبوزن نسبي 63.42%، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة 1 بقيمة(0.593)، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد الأمان، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي نوعا ما لعلاقتهم الأمنة مع المؤسسة محل الدراسة، ومساهمته بشكل فعال في ترقية جودة الخدمات المقدمة من طرفها.

2-4 تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو العبارات المتعلقة ببعد التعاطف.

الجدول رقم (19): العبارات المتعلقة ببعد التعاطف.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	الترتيب	الاتجاه
24	يضع موظفو الوكالة الوطنية للتشغيل مصلحة المتعاملين فوق كل اعتبار.	4.72	0.910	67.42	**2**	**عال نوعا ما**
25	يحرص موظفو الوكالة الوطنية للتشغيل على الاهتمام باحتياجات المتعاملين ويسعون لتلبيتها.	4.75	0.981	67.85	**1**	**عال نوعا ما**
26	يحرص اطارات الوكالة الوطنية للتشغيل على التواصل مع المتعاملين.	4.64	0.955	66.28	**3**	**عال نوعا ما**
27	يجيب إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل على تساؤلات المتعاملين بشكل رفيع ومهذب.	4.57	1.036	65.28	**4**	**عال نوعا ما**
	بعد التعاطف	**4.66**	**0.669**	**66.57**	/	**عال نوعا ما**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (19) أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد التعاطف فقد جاءت العبارة رقم (25) في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن موظفو الوكالة الوطنية للتشغيل يحرصون على الاهتمام باحتياجات المتعاملين ويسعون لتلبيتها، وبلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.75) وبانحراف معياري (0.981) ووزن نسبي67.85%؛

وقعت العبارتين رقم (24) و(26)، على التوالي في المرتبة الثانية والثالثة ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، بمتوسطات حسابية 4.72، 4.64، وأوزان نسبية 67.42%، 66.28% على الترتيب؛ وجاءت العبارة رقم (27) في الترتيب الرابع والأخير وضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة عينة الدراسة بدرجة عالية نوعا ما من القبول بأن إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل يجيبون على تساؤلات المتعاملين بشكل رفيع ومهذب، إذ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.57)، وانحراف معياري (1.036)، وبوزن نسبي 65.28%؛

بالنسبة للتقييم الكلي لبعد التعاطف، فقد أخذ درجة عالية نوعا ما من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.66)، وبوزن نسبي 66.57%، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة 1 بقيمة(0.669)، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد التعاطف، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عال نوعا ما لبعد التعاطف من طرف المؤسسة محل الدراسة، ومساهمته بشكل فعال في ترقية جودة الخدمات المقدمة من طرفها.

2-5 تحليل اتجاهات عينة الدراسة نحو العبارات المتعلقة ببعد الملموسية.

الجدول رقم (20): العبارات المتعلقة ببعد الملموسية.

رقم العبارة	العبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الوزن النسبي%	الترتيب	الاتجاه
28	تمتلك الوكالة الوطنية للتشغيل تجهيزات ومعدات تكنولوجية حديثة.	4.75	1.062	67.85	**1**	**عال نوعا ما**
29	تمتلك الوكالة الوطنية للتشغيل مرافق جذّابة حديثة ومهيئة.	4.54	1.020	64.85	**2**	**عال نوعا ما**
30	يتمتَّع موظَّفو الوكالة الوطنية للتشغيل بمظهر لائق وأنيق.	4.45	1.055	63.57	**4**	**عال نوعا ما**
31	توفر الوكالة الوطنية للتشغيل أكثر من قناة ووسيلة لتقديم الخدمات.	4.50	1.106	64.28	**3**	**عال نوعا ما**
بعد الملموسية		**4.56**	**0.675**	**65.14**	/	**عال نوعا ما**

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (20) أعلاه وحسب ترتيب العبارات الخاصة ببعد الملموسية فقد جاءت العبارة رقم (28) في المرتبة الأولى من حيث الترتيب ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة أفراد العينة بدرجة عالية نوعا ما على أن الوكالة الوطنية للتشغيل تمتاك تجهيزات ومعدات تكنولوجية حديثة، وبلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.75) وبانحراف معياري (1.062) ووزن نسبي67.85%؛ وقعت العبارتين رقم (29) و(31)، على التوالي في المرتبة الثانية والثالثة ضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، بمتوسطات حسابية 4.54، 4.50، وأوزان نسبية 64.85%، 64.28% على الترتيب؛ ووقعت العبارة رقم (30) في الترتيب الرابع والأخير لعبارات بعد الملموسية وضمن مجال الاتجاه (عال نوعا ما)، أي موافقة عينة الدراسة بدرجة عالية نوعا ما يتمتَّع موظَّفو الوكالة الوطنية للتشغيل بمظهر لائق وأنيق، إذ بلغت قيمة متوسطها الحسابي (4.45)، وانحراف معياري (1.055)، وبوزن نسبي 63.57%، بالنسبة للتقييم الكلي لبعد الملموسية، فقد أخذ درجة عالية نوعا ما من الموافقة والقبول، بمتوسط حسابي (4.56)، وبوزن نسبي 65.14%، وانحراف معياري أقل من القيمة الحرجة 1 بقيمة(0.675)، وهذا يشير إلى تجانس البيانات وتقاربها وتطابق وجهات النظر حول إجابات العينة على بعد الملموسية، ما يجعلنا نقول أن أفراد العينة محل الدراسة لهم توجه إيجابي عالي نوعا ما لبعد الملموسية اتجاه المؤسسة محل الدراسة، ومساهمته بشكل فعال في ترقية جودة الخدمات المقدمة من طرفها.

الفرع الثاني: اختبار فرضيات الدراسة (Test of Hypothèses).

بعد تقديم الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية، ووصف العينة إحصائيا، واختبار توزيع البيانات، وتحليل أراء واتجاهات عينة الدراسة نحو عبارات الاستبيان، تأتي مرحلة مهمة والمتمثلة في التحقق من مدى صدق الفرضيات المصاغة من عدمها.

1-اختبار الفرضية الرئيسية: تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على ما يلي:

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل من وجهة نظر طالبي العمل.

الجدول رقم (21): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.227	1	17.227	167.242	.000[b]
	Residual	11.125	108	.103		
	Total	28.352	109			
a. Dependent Variable: جودة الخدمات						
b. Predictors: (Constant), تطبيقات الهواتف الذكية						

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث؛ بلغت قيمة F= 167.242 وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة P-Value=0.000 وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$) ؛ مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير التابع جودة الخدمات من خلال تأثير المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعاتMSE =0.103لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (22): يبين نتائج اختبار الفرضية الرئيسية الأولى (معنوية معالم النموذج).

المتغير التابع جودة الخدمات.					
معامل الارتباط= 0.779			الخطأ المعياري للتقدير=0.320		
معامل التحديد R^2 = 0.608			قيمة معامل التحديد المعدل=0.604		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتا β	قيمة T	معنوية T
ثابت الانحدار a	1.437	0.248	/	5.801	0.000
تطبيقات الهواتف الذكية	0.700	0.054	0.779	12.932	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (**22**) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين تطبيقات الهواتف الذكية وجودة الخدمات على مستوي المؤسسة محل الدراسة قدرت R =0.779 أي ما يعادل نسبة 66.20%ارتباط طردي متوسط، وبلغت قيمة معامل التحديد R^2=0.608 وهو مقياس لجودة التوفيق حيث؛ يشيرإلى 60.80 %من التباين الحاصل في جودة الخدمات يفسرها المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، وأن الباقي 39.20% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.320 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار b= 0.700، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع جودة الخدمات بمقدار0.700، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت **1.437** تحت مستوى معنوية (**0.000**) وهي أقل من**0.05**مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية في التأثير الايجابي على جودة الخدمات المقدمة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لجودة الخدمات المتوقعة الذي نرمز لها بالرمز Y ونرمز للمتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بالرمز **x**.

Y=1.437+0.700x

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

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل من وجهة نظر طالبي العمل.

2-اختبار الفرضية الفرعية الأولى: تنص الفرضية الفرعية الأولى للدراسة على ما يلي:

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاعتمادية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الأولى، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط.

الجدول رقم (23): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	18.034	1	18.034	58.416	.000[b]
	Residual	33.341	108	.309		
	Total	51.375	109			
a. Dependent Variable: بعد الاعتمادية						
b. Predictors: (Constant), تطبيقات الهواتف الذكية						

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (23) الذي يوضح نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث؛ بلغت قيمة F= 58.416 وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي البسيط يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة P-Value=0.000 وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$) ؛ مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرعي التابع بعد الاعتمادية من خلال تأثير المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعاتMSE = 0.309لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (24): يبين نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد الاعتمادية.					
معامل الارتباط= 0.592			الخطأ المعياري للتقدير=0.555		
معامل التحديد R^2 = 0.351			قيمة معامل التحديد المعدل=0.345		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتاβ	قيمةT	معنويةT
ثابت الانحدار a	1.498	0.429	/	3.493	0.001
تطبيقات الهواتف الذكية	0.716	0.094	0.592	7.643	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم **(24)** أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين تطبيقات الهواتف الذكية و المتغير التابع الفرعي بعد الاعتمادية على مستوي المؤسسة محل الدراسة قدرت R =0.592 أي ما يعادل نسبة 59.20% ارتباط طردي متوسط، وبلغت قيمة معامل التحديد R^2 =0.351 وهو مقياس لجودة التوفيق حيث؛ يشير إلى 35.10% من التباين الحاصل في المتغير التابع بعد الاعتمادية يفسره المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، وأن الباقي 64.90% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.555 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار b= 0.716، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الاعتمادية بمقدار 0.716، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت **1.498** تحت مستوى معنوية **(0.000)** وهي أقل من**0.05** مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية في التأثير الايجابي على بعد الاعتمادية في ترقية جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعد الاعتمادية المتوقعة الذي نرمز لها بالرمز Y_1 ونرمز للمتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بالرمز x.

$$Y_1=1.498+0.716x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاعتمادية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

3-اختبار الفرضية الفرعية الثانية: تنص الفرضية الفرعية الثانية للدراسة على ما يلي:

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاستجابة لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثانية، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط

الجدول رقم (25): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	15.328	1	15.328	38.292	.000[b]
	Residual	43.233	108	.400		
	Total	58.562	109			
a. Dependent Variable: بعد الاستجابة						
b. Predictors: (Constant), تطبيقات الهواتف الذكية						

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث؛ بلغت قيمة F= 38.292 وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة P-Value=0.000 وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة؛ مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرع التابع بعد الاستجابة ، من خلال تأثير

المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعاتMSE = 0.400لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (26): يبين نتائج اختبار الفرضية الثانية (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد الاستجابة.					
معامل الارتباط= 0.512			الخطأ المعياري للتقدير=0.632		
معامل التحديد R^2 = 0.262			قيمة معامل التحديد المعدل=0.255		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتا β	قيمةT	معنويةT
ثابت الانحدار a	1.704	0.488	/	3.490	0.001
تطبيقات الهواتف الذكية	0.660	0.107	0.512	6.188	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم **(26)** أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين تطبيقات الهواتف الذكية و المتغير التابع الفرعي بعد الاستجابة على مستوي المؤسسة محل الدراسة قدرت R =0.512 أي ما يعادل نسبة 51.12% ارتباط طردي متوسط، وبلغت قيمة معامل التحديد R^2 =0.262 وهو مقياس لجودة التوفيق حيث؛ يشير إلى 26.20% من التباين الحاصل في المتغير الفرعي التابع بعد الاستجابة يفسره المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، وأن الباقي 73.80% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.632 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار b= 0.660، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الاستجابة بمقدار 0.660، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.704 تحت مستوى معنوية (0.001) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور

المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية في التأثير الايجابي على بعد الاستجابة لترقية جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعد الاستجابة المتوقعة الذي نرمز لها بالرمز Y_2 ونرمز للمتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بالرمز **x**.

$$Y_2=1.704+0.660x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاستجابة لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

4-اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: تنص الفرضية الفرعية الثالثة للدراسة على ما يلي:

تسهم تطبيقات للهواتف الذكية في تحقيق بعد الثقة والأمان لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الثالثة، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط

الجدول رقم (27): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	14.693	1	14.693	66.983	.000[b]
	Residual	23.691	108	.219		
	Total	38.384	109			
a. Dependent Variable: بعد الثقة والأمان						
b. Predictors: (Constant), تطبيقات الهواتف الذكية						

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (27) الذي يوضح نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث؛ بلغت قيمة F= 66.983وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة P-

Value=0.000 وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$) ؛ مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرع التابع بعد الثقة والأمان، من خلال تأثير المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية ، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعاتMSE = 0.219لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (28): يبين نتائج اختبار الفرضية الثالثة (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد الثقة والأمان.					
معامل الارتباط= 0.619			الخطأ المعياري للتقدير=0.468		
معامل التحديد R^2 = 0.383			قيمة معامل التحديد المعدل=0.377		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتاβ	قيمةT	معنويةT
ثابت الانحدار a	1.504	0.361	/	4.162	0.000
تطبيقات الهواتف الذكية	0.647	0.079	0.619	8.184	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (28) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين تطبيقات الهواتف الذكية و المتغير التابع الفرعي بعد الثقة والأمان على مستوي المؤسسة محل الدراسة قدرت R =0.619 أي ما يعادل نسبة 61.90% ارتباط طردي متوسط، وبلغت قيمة معامل التحديد R^2 =0.383 وهو مقياس لجودة التوفيق حيث؛ يشير إلى 38.30% من التباين الحاصل في المتغير الفرعي التابع بعد الثقة والأمان يفسره المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، وأن الباقي 61.70% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.468 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدارb= 0.647، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الثقة والأمان بمقدار 0.647، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل،

معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.504 تحت مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية في التأثير الايجابي على بعد الثقة والأمان لترقية جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعد الثقة والأمان المتوقعة الذي نرمز لها بالرمز Y_3 ونرمز للمتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بالرمز **x**.

$$Y_3=1.504+0.647x$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الاستجابة لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل

5-اختبار الفرضية الفرعية الرابعة: تنص الفرضية الفرعية الخامسة للدراسة على ما يلي:

تسهم تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الخامسة، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط

الجدول رقم (29): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	11.393	1	11.393	32.816	.000[b]
	Residual	37.496	108	.347		
	Total	48.889	109			
a. Dependent Variable: بعد التعاطف						
b. Predictors: (Constant), تطبيقات الهواتف الذكية						

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (29) الذي يوضح نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث؛ بلغت قيمة F= 32.816وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة P– Value=0.000 وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$) ؛ مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرع التابع بعد التعاطف، من خلال تأثير المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية ، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعاتMSE = 0.347لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (30): يبين نتائج اختبار الفرضية الثالثة (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد التعاطف.					
معامل الارتباط= 0.483			الخطأ المعياري للتقدير=0.589		
معامل التحديد R^2 = 0.233			قيمة معامل التحديد المعدل=0.226		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتاβ	قيمةT	معنويةT
ثابت الانحدار a	2.083	0.455	/	4.581	0.000
تطبيقات الهواتف الذكية	0.569	0.099	0.483	5.729	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (30) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين تطبيقات الهواتف الذكية و المتغير التابع الفرعي بعد الملموسية على مستوي المؤسسة محل الدراسة قدرت R =0.774 أي ما يعادل نسبة 77.40% ارتباط طردي قوي، وبلغت قيمة معامل التحديد R^2 =0.599 وهو مقياس لجودة التوفيق حيث؛ يشير إلى 59.90% من التباين الحاصل في المتغير الفرعي التابع بعد الملموسية يفسره المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، وأن الباقي 40.10% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.429 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيم معلمة الميل b= 0.921، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي

بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الملموسية بمقدار 0.921، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.378 تحت مستوى معنوية (0.034) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية في التأثير الايجابي على بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعد الملموسية المتوقعة الذي نرمز لها بالرمز Y_4 ونرمز للمتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بالرمز **x**.

$$\mathbf{Y_4=1.378+0.921x}$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل

6-اختبار الفرضية الفرعية الخامسة: تنص الفرضية الفرعية الخامسة للدراسة على ما يلي:

تسهم تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

لاختبار صحة الفرضية الفرعية الخامسة، تم استخدام أسلوب الانحدار الخطي البسيط

الجدول رقم (31): يوضح نتائج اختبار أنوفا (معنوية النموذج).

ANOVA[a]						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.833	1	29.833	161.586	.000[b]
	Residual	19.940	108	.185		
	Total	49.773	109			
a. Dependent Variable: بعد الملموسية						
b. Predictors: (Constant), تطبيقات الهواتف الذكية						

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (31) الذي يوضح نتائج اختبار معنوية النموذج باستخدام اختبار التوزيع (F) حيث؛ بلغت قيمة F= 161.586وهي قيمة كبيرة تدل على أن نموذج الانحدار الخطي يفسر جزء كبير من البيانات وأن الاختلافات العشوائية قليلة، وبلغت قيمة P–Value=0.000وهي أقل من مستوى معنوية الاختبار المعتمدة في الدراسة ($\alpha \leq 0.05$) ؛ مما يؤكد القوة التفسيرية العالية لنموذج الانحدار الخطي البسيط من الناحية الإحصائية وهو نموذج مناسب، ونستطيع التنبؤ بالمتغير الفرع التابع بعد الملموسية، من خلال تأثير المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية ، كما بلغت قيمة متوسط مجموع المربعاتMSE = 0.185لفروق البواقي Résiduels وهي قيمة صغيرة تشير إلى صغر الخطأ العشوائي.

الجدول رقم (32): يبين نتائج اختبار الفرضية الخامسة (معنوية معالم النموذج).

المتغير الفرعي التابع بعد الملموسية					
معامل الارتباط= 0.774			الخطأ المعياري للتقدير=0.429		
معامل التحديد R^2 = 0.599			قيمة معامل التحديد المعدل=0.596		
المتغير المستقل	معامل الانحدار b	Std. Error	بيتاβ	قيمةT	معنويةT
ثابت الانحدار a	1.378	0.332	/	2.141	0.034
تطبيقات الهواتف الذكية	0.921	0.072	0.774	12.712	0.000

المصدر: من إعداد الطالبين اعتمادا على مخرجات برنامج spss.v26

من الجدول رقم (32) أعلاه يمكن استخلاص التحليل الاحصائي التالي:

قيمة معامل الارتباط الثنائي بين تطبيقات الهواتف الذكية و المتغير التابع الفرعي بعد الملموسية على مستوي المؤسسة محل الدراسة قدرت R =0.774 أي ما يعادل نسبة 77.40% ارتباط طردي قوي، وبلغت قيمة معامل التحديد R^2 =0.599 وهو مقياس لجودة التوفيق حيث؛ يشير إلى 59.90% من التباين الحاصل في المتغير الفرعي التابع بعد الملموسية يفسره المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية، وأن الباقي 40.10% ترجع إلى عوامل أخرى، قيمة الخطأ المعياري للتقدير والبالغة 0.429 تشير إلى صغر الأخطاء العشوائية، كما نلاحظ أن قيمة معامل الانحدار b= 0.921، مما يشير إلى أن هناك أثر إيجابي بين المتغيرين فإن أي زيادة أو تحسين في المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بمقدار درجة واحدة تقابلها زيادة في المتغير التابع الفرعي بعد الملموسية بمقدار 0.921، وللمعلمة مستوى معنوية (0.000) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوية معلمة الميل، معلمة تقاطع الحد الثابت بلغت 1.378 تحت مستوى معنوية (0.034) وهي أقل من0.05 مما يشير إلى معنوياتها، وبالتالي فإن ظهور معنوية معلمتي الانحدار يشير إلى أهمية ودور المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية في التأثير الايجابي على بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

معادلة الانحدار الخطي البسيط لبعد الملموسية المتوقعة الذي نرمز لها بالرمز Y_4 ونرمز للمتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بالرمز **x**.

$$\mathbf{Y_4=1.378+0.921x}$$

مما سبق وبالرجوع إلى قاعدة القرار، فإننا نرفض الفرض الصفري ونقبل الفرض البديل المطروح في الدراسة التالي:

تسهم تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق بعد الملموسية لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل

خلاصة الفصل التطبيقي.

من خلال هذا الفصل تم التعرف على المؤسسة محل الدراسة، وعرض خصائص عينة الدراسة من خلال المتغيرات التعريفية العامة (الجنس، السن، المؤهل العلمي، تاريخ التسجيل في الملحقة للتشغيل)، وبعد المعالجة والتحليل الإحصائي لبيانات الدراسة تم التعرف على إسهام تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل من وجهة نظر طالبي العمل؛

كما تم الكشف على أثر وإسهام المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية على أبعاد جودة الخدة المتمثلة في (بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الثقة والأمان، بعد التعاطف، بعد الملموسية)، وكان تأثير المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية بشكل إيجابي على تلك الأبعاد لترقية جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة.

الخـــــاتمة

الخـاتمـــة:

توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات النظرية والتطبيقية، التي تخص كلا المحورين محور تطبيقات الهواتف الذكية ومحور جودة الخدمات، سواء تعلق الأمر بالمفاهيم السائدة لكليهما، أو آراء عينة الدراسة بالوكالة الوطنية للتشغيل، كما تم طرح مجموعة من الاقتراحات وعدة مواضع تمثل أفاق الدراسة.

أولا: الاستنتاجات النظرية

1- جودة الخدمات هي معيار لدرجة تطابق الأداء الفعلي للخدمة مع توقعات العملاء.

2-لكي ترقى الخدمات المقدمة للزبائن إلى مستوى النوعية والكفاءة يجب أن تتوفر فيها معايير الجودة الخمسة (الاعتمادية، الملموسية، الاستجابة، الآمان والتعاطف).

3-تأثير الملموسية التعاطف والأمان على جودة الخدمات، حيث أن انطباع الزبون يستمد من المراحل الأولى لاتجاهات وسلوكيات مقدم الخدمة، عندما يكون متفائلا ومتحمسا ومستعدا لمساعدة الزبائن.

4-تأثير الاستجابة والاعتمادية على جودة الخدمات، حيث أن درجة ودقة وسرعة الاستجابة لها تأثير على إنطباع الزبون وكسب رضاه.

5-تطبيقات الهواتف الذكية تقدم خدمات للمتعاملين من أي مكان دون عناء التنقل للاستفادة من الخدمة.

6-تطبيقات الهواتف الذكية تساهم في تنظيم العمل، كما توفر الجهد والوقت لموظفي المؤسسات.

7-تطبيقات الهواتف الذكية تساهم في اتخاذ القرارات السليمة والصائبة بالنسبة لمسيري المؤسسات.

8-جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين ترفع من تنافسية المؤسسة في الأسواق التجارية.

9-إن مستوى جودة خدمات الهاتف النقال وتطبيقاته لا يزال متأخرا برغم النتائج المقبولة

نوع ما التي أفصحت عنها هذه الدراسة.

ثانيا: الاستنتاجات التطبيقية.

1-اتفقت نتائج هذه الدراسة مع الدراسات السابقة أن لتطبيقات الهواتف الذكية إيجابيات على جودة الخدمات؛

2-نتج عن تحليل آراء اتجاهات أفراد العينة لمختلف أبعاد محور تطبيقات الهواتف الذكية (البعد المتعلق بالمعايير الشكلية لتطبيقات الهواتف الذكية، البعد المتعلق بمحتوي ومضمون تطبيقات الهواتف الذكية، البعد المتعلق بمعايير التقنية لتطبيقات الهواتف الذكية) الخاصة بالمؤسسة الوطنية للتشغيل، مساهمة هذه الأبعاد بشكل فعال وإيجابي في ترقية جودة الخدمات، وكانت اجاباتهم بدرجة عالية نوعا ما من القبول والموافقة على هذا المحور؛

3-نتج عن تحليل آراء اتجاهات أفراد العينة لمحور أبعاد جودة الخدمات بالمؤسسة محل الدراسة، لأفراد العينة توجه إيجابي عالي نوعا ما جودة الخدمات المقدمة، وكانت اجاباتهم بدرجة عالية نوعا ما من القبول والموافقة على هذا المحور؛

4-نتج عن اختبار الفرضية الرئيسية، وجود أثر إيجابي للمتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل من وجهة نظر طالبي العمل.

5-نتج عن اختبار الفرضيات الفرعية للدراسة وجود أثار إيجابية وإسهام المتغير المستقل تطبيقات الهواتف الذكية في تحقيق مختلف الأبعاد (بعد الاعتمادية، بعد الاستجابة، بعد الثقة والأمان، بعد التعاطف، بعد الملموسية) لترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل.

6- ثالثا: التوصيات.

وفقا للنتائج التي تم التوصل إليها نقدم بعض الاقتراحات:

1-إيمان عميق من طرف المسؤولين وصانعي القرار، بأن تكنلوجيا الاعلام والإتصال وتطبيقات الهواتف الذكية، في مجتمعنا اليوم لم تعدمن باب الترف بل حتمية تمليها علينا ظروف ومستجدات العصر

2-العمل على إتاحة فرص أكبر للموارد البشرية، لتطوير مهاراتها باستمرار، للتماشي مع متطلبات العصر، من خلال تطبيق الحلول المعلوماتية، التي تتيحها تكنولوجيا المعلومات.

3-الحرص على تقديم استبيان دوري للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل، سواء طالبي أو عارضي العمل، من أجل قياس جودة الخدمات المقدمة، وتدارك النقائص في حال وجودها.

4-محاولة تطوير وتحيين التطبيقات الخاصة بالوكالة الوطنية للتشغيل، خاصة الجوانب المتعلقة بالشكل والمضمون، لاسيما الحرص على تبسيطها ليسهل استعماله من طرف المتعاملين، خاصة وأنهم من مختلف شرائح المجتمع، وبمستويات تعليمية وتفاوتة.

5-العمل على تنظيم لقاءات تحسيسية وتعليمية للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل، من أجل التعريف بتطبيقاتها للهاتف الذكي، وشرح أهدافها وطرق استعمالها، لأننا لاحظنا أن الكثير من طالبي العمل لا يعرفونها، والبعض الآخر يجدون صعوبة في استعمالها.

6-يجب على مديريات الموارد البشرية إعتماد أسلوب التطوير المستمر لكفاءاتها مع مستجدات العصر، فالمهارات البشرية اليوم، تتآكل وتندثر بسرعة، تحت سرعة التطور التكنولوجي.

رابعا: آفاق الدراسة.

يمكن مستقبلا إثراء هذا الموضوع بدراسات مستقبلية نظرا لتجدده، ويمكن أن نقترح بعض المواضيع التي هي بحاجة للبحث العلمي منها:

1-مساهمة تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للوكالة الوطنية للتشغيل من وجهة نظر عارضي العمل (أصحاب المؤسسات).

2-دراسة جودة الخدمات الفعلية أو الموضوعية المقدمة من طرف الوكالة الوطنية للتشغيل، من وجهة نظر إطارات المؤسسة.

3-دراسة مساهمة تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للوكالة الوطنية للتشغيل من وجهة نظر طالبي العمل و عارضي العمل واستنتاج المقاربة والتأثير فيما بينهما (أي دراسة الجودة الداخلية والخارجية)

تم بحمد الله

قائمة المراجع

فهرس المراجع

1-المراجع باللغة العربية :

أ- المجلات :

- -سارة العمري. 2- عز الدين بودربان. إستخدامات تطبيقات الهاتف الذكية في ترقية الخدمات الالكترونية بالمكتبات الجامعية. مجلة دراسات - المجلد- 7 العدد1 / 2020 جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة 2
- د .رقية بوسنان – إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في خدمة القرآن الكريم – مجلة الأمير عبد القادر للعلوم الاسلامية –قسنطينة –المجلد :33 –العدد :3 /2019
- أ .رايس مراد –انعكاسات التطورات التكنلوجيات الحديثة على سوق العمل الاشارة إلى تأثيرات تكنلوجيات المعلومات –جامعة عمار ثليجي لغواط –مجلة دراسات العدد الاقتصادي –المجلد 05 العدد02 /2014
- السعيد بوعافية، جامعة بسكرة – تطبيقات الهواتف الذكية لذوي الاحتياجات الخاصة :أغراضها، إستخداماتها، أنواعها وآفاقها المستقبلية – مجلة المقدمة للدراسات الإنسانية و الاجتماعية -العدد الثاني
- أحمد بن عيشاوي، قياس أبعاد جودة الخدمات من وجهة نظر العملاء. مجلة الباعث-عدد 2014/14 جامعة قاصدي مرباح، ورقلة – الجزائر
- د.محمد خثير- أ.أسماء مرايمي. -العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة. – مجلة الريادة لاقتصاديات الأعمال جامعة خميس مليانة –المجلد3 العدد4 /2007 .

- أ .بختاوي فاطيمة الزهراء. – تقييم الزبائن لجودة الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة أوريدو بوكالة سعيدة. – مجلة نور للدراسات الاقتصادية. مجلد 03 عدد 04 /2017 جامعة د.الطاهر مولاي سعيدة

- ثابت عبد الرحمن إدريس،" قياس جودة الخدمة باستخدام مقياس الفجوة بين

الإدراكات والتوقعات :دراسة منهجية بالتطبيق على الخدمة الصحية بدولة الكويت "في المجلة العربية للعلوم الإدارية، الكويت :مجلس النشر العلمي، المجلد الرابع، العدد الأول، نوفمبر 1996

- محمد الجعفري، هديل الطاهر، **دور الوعي بالذات في فعالية سلوك القائد الإداري دراسة حالة جامع الخرطوم**، المجلة العربية للعلوم التربوية والنفسية، جامعة النيلين، الخرطوم، المجلد 4، العدد 13، السودان، 2020.
- أحمد حامد، سعد الدين عبد الله، يارا الصارم،**خوارزمية حل مشكلة الارتباط الخطي في نموذج الانحدار**، مجلة جامعة البعث، جامعة حلب، سوريا، المجلد 39، العدد 12، 2017.

ب- المذكـرات :

- بوقديرة مريم – مساهمة تطبيقات الهاتف الذكي في تحقيق الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية – مذكرة ماستر جامعة العربي بن مهيدي – أم البواقي. 2019/2018
- شهد طارق حميض – واقع تصميم واجهات المستخدم في تطبيقات الهواتف الذكية. مذكرة ماجستار جامعة الشرق الأوسط/2017
- بوعبد الله صالح ، نماذج وطرق قياس جودة الخدمة. رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في العلوم الاقتصادية– جامعة سطيف 1 صفحة 44
- الطالبة أوغيدنى هدى . اتجاهات العملاء نحو جودة الخدمة – مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير. 2009/2008 جامعة باجي مختار – عنابة. ص
- بوعنان نور الدين. – جودة الخدمات وأثرها على رضا العملاء. – مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير تخصص :علوم التسيير. 2007/2006 جامعة محمد بوضياف المسيلة.
- صليحة رقا د – تقييم جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون. – مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية. – جامعة الحاج لخضر– باتنة– 2008/2007
- حورية قارطي. –إيمان مداوي – مذكرة ماستر – دراسة أثر استخدام الإدارة الالكترونية من طرف مصالح الخدمة العمومية في تحسين جودة الخدمة العمومية –

- صلاح الدين مفتاح سعد الباهي أثر جودة الخدمات المصرفية الإلكترونية على رضا الزبائن – مذكرة ماجستير في إدارة الأعمال – جامعة الشرق الأوسط. أيار 2016

ج- كتب :

- محمد عبد الحميد،الإتصال والإعلام على شبكة الانترنت،عالم الكتب،الطبعة الأولى، القاهرة، 2008م،
- 1إياد محمد القاسم الأغا :أساسيات برمجة تطبيقات الهواتف الذكية باستخدام نظام اندرويد، الكلية الجامعية للعلوم التطبيقية، 2391 م.
- عباس مصطفى صادق :الإعلام الجديد المفاهيم والوسائل والتطبيقات، الأردن، دار الشروق23 .

المراجع باللغة الأجنبية :

- Zisis Pandelis et al. (2009). The Application of Performance Measurement in he Service Quality Concept: The Case of a Greek Service Organisation. Journal of Money, Investment and Banking,
- Tucci, A. Louis and Talaga, A. James. 2000. Determinants of Consumer Perceptions of Service Quality in Restaurants, *Journal of Food Products Marketing*, 6(2)
- :Emen bnymfarej, **Data analysais**, **the statisical économie and social research and training center for islamic countries(SESRIC)** ,Without theedition, Ankara, Turkey, 2015,
- Hadiaty, E. 2014. Service quality and performance of public sector: study on immigration office in indonisia,

International Journal of Marketing Studies, 6

- Vanniarajan, T. 2009. Dineserv: A Tool for Measurement

Service Quality in Restaurants, Journal of Marketing and Communication, 4

- Upul senarath ,Nalikas. Gunazardena Development of an Instrument to Measure Patien Perception of the Quality of Nursing Care and Related Hospital Services at the national hospital of sri lank asian Nursing Research Universty of Colombo n 2 movo 15 2011

- V. A. Zeithaml et al. A Conceptual Medel of Service Quality and Its Implications for Future Research, Journal of Marketing, 49, No. 4, (Fall 1985),

مواقع من الأنترنت :

- (https://tawajod.ae/ar/ بحث عن تطبيقات الجوال -).
- www.anem.dz (الموقع الرسمي للوكالة الوطنية للتشغيل)
-
- http://www.journal.cybrarians.org/index.php?option=com_content&view=article&id=747:szahr&catid=294:papers&Itemid=107

الملاحق

- **الأول: الإستبيان الخاص بطالبي العمل للوكالة الوطنية للتشغيل.**
- **الثاني: قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان.**

الملحق رقم (01): الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العاليوالبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف –المسيلة

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص :إدارة أعمال المؤسسات

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير
تخصص :إدارة أعمال المؤسسات

إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل ANEM

دراسة على عينة من طالبي العمل

استمارة استبيان مكملة لشهادة الماستر تخصص إدارة أعمال المؤسسات

اعداد الطلبة :
سلماني عبد الغني
بوشارب عبد الناصر

اشراف الأستاذ :
الدكتور حريزي فاروق

السنة الجامعية :2021/2020

تحية طيبة وبعد:

نحن بصدد إجراء دراسة حول إسهامات تطبيقات الهواتف الذكية في ترقية جودة الخدمات المقدمة للمتعاملين مع الوكالة الوطنية للتشغيل، فإننا بحاجة ماسة إلى مساهمتكم لكي ننجز عملنا بنجاح، ولهذا نتقدم إليكم باسم العلم أن تتكرموا بالإجابة على أسئلة الاستمارة، لما لها من أهمية معرفية كبيرة وذلك للخروج بنتائج علمية دقيقة يُعتمد عليها في البحوث والدراسات اللاحقة.

إذا تفضلتم بالإجابة على الأسئلة الآتية فإننا لن نأخذ إلا بعض من الدقائق من وقتكم الثمين ونتعهد بان المعلومات المدلى بها ستحظى بسرية تامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي وشكرا مسبقا.

الجزء الأول :البيانات الشخصية لعينة طالبي العمل بالوكالة الوطنية للتشغيل:

1- الجنس :

ذكر ☐ **أنثى** ☐

2- السن :

من 18 إلى 24 سنة ☐ **من 25 إلى 29 سنة** ☐ **من 30 إلى 35 سنة** ☐

من 36 إلى 39 سنة ☐ **من 40 إلى 49 سنة** ☐ **أكبر من أو تساوي 50 سنة** ☐

3-المؤهل العلمي :

إبتدائي ☐ **متوسط** ☐ **ثانوي** ☐ **جامعي** ☐ **دراسات عليا** ☐

أخرى أذكرها: .....

4-تاريخ التسجيل في الملحقة المحلية للتشغيل :

أقل من أو تساوي سنة ☐ **من 02 إلى 03 سنوات** ☐

من 04 إلى 05 سنوات ☐ **أكثر من 05 سنوات** ☐

الرجاء بيان الرأي لتحديد مدى الاتفاق بما يرد في كل عبارة من العبارات.

الجزء الثاني :معايير القياس الخاصة بتطبيقات الهواتف الذكية	ملاحظة :ضع علامة (x) في الخانة المناسبة						
الفقرات	لا أتفق بشدة	لا أتفق	لا أتفق نوعا ما	محايد	أتفق نوعا ما	أتفق	أتفق بشدة
المعايير المتعلقة بالشكل							
1- أبعاد وأحجام الصور في تطبيقات الهاتف الذكي واضحة ومعبرة بالنسبة للمتعاملين.							
2- الصور المتعلقة بتطبيقات الهاتف الذكي لها علاقة بالمحتوى الذي أنشئت من أجله.							
3- تجذب واجهة تطبيقات الهاتف الذكي انتباه المتعاملين.							
الفقرات							
المعايير المتعلقة بالمحتوى(المضمون)							
4- تقدم تطبيقات الهاتف الذكي خدمات دقيقة وخالية من الأخطاء للمتعاملين							
5- يتناسب محتوى تطبيقات الهاتف الذكي مع المستوى الدراسي للفئة التي تستخدمه (المتعاملين)							
6- اللغة التي تستعملها تطبيقات الهاتف الذكي تتناسب مع الفئة التي تستخدمها (المتعاملين)							
7- يلبي محتوى تطبيقات الهاتف الذكي غرض المتعاملين.							
المعايير التقنية							
8- هناك صعوبة في استخدام تطبيقات الهاتف الذكي من طرف المتعاملين							
9- تتميز تطبيقات الهاتف الذكي بعنصر التجديد والتحديث							

10- عادة ما يكون هناك خلل في تطبيقات الهاتف الذكي							

الجزء الثالث : قياس أبعاد جودة الخدمات							
بعد الاعتمادية							
11- تحرص الوكالة الوطنية للتشغيل على حل مشاكل المتعاملين ما يزيد من إحساسهم بالثقة.							
12- تقدم الوكالة الوطنية للتشغيل خدماتها مثلما روجت لها.							
13- تتميز خدمات الوكالة الوطنية للتشغيل بدرجة عالية من الصحة و الدقة.							
14- تلتزم الوكالة الوطنية للتشغيل بالوعود والمواعيد المحددة.							
بعد الاستجابة							
15- تكون الوكالة الوطنية للتشغيل على استعداد دائم لتلبية متطلبات المتعاملين.							
16- تقدم الوكالة الوطنية للتشغيل خدماتها في كل وقت							
17- تعالج الوكالة الوطنية للتشغيل طلبات المتعاملين بسرعة.							
18- تهتم الوكالة الوطنية للتشغيل بالرد على شكاوي واستفسارات المتعاملين.							
بعد الآمان							
19- يتميز إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل بالتأهيل و الكفاءة.							

20- يثق المتعاملون في إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل.							
21- تحافظ الوكالة الوطنية للتشغيل على سرية وخصوصية المعلومات الشخصية للمتعاملين معها.							
22- موظفوا الوكالة الوطنية للتشغيل مهذبون ولطفاء دائما مع المتعاملين							
23- تبذل الوكالة الوطنية للتشغيل قصارى جهدها لتأمين تطبيقاتها من القرصنة والتطفل							
بعد التعاطف							
24- يضع موظفو الوكالة الوطنية للتشغيل مصلحة المتعاملين فوق كل إعتبار.							
25- يحرص موظفوا الوكالة الوطنية للتشغيل على الاهتمام باحتياجات المتعاملين و يسعون لتلبيتها.							
26- يحرص اطارات الوكالة الوطنية للتشغيل على التواصل مع المتعاملين.							
27- يجيب إطارات الوكالة الوطنية للتشغيل على تساؤلات المتعاملين بشكل رفيع و مهذب.							
بعد الملموسية							
28- تمتلك الوكالة الوطنية للتشغيل تجهيزات ومعدات تكنولوجية حديثة.							
29- تمتلك الوكالة الوطنية للتشغيل مرافق جذّابة حديثة و مهيئة.							
30- يتمتَّع موظَّفو الوكالة الوطنية للتشغيل بمظهر لائق وأنيق.							
31- توفر الوكالة الوطنية للتشغيل أكثر من قناة و وسيلة لتقديم الخدمات.							

الملحق رقم (02): قائمة الأساتذة المحكمين للاستبيان.

الرقم	الأستاذ	الجامعة
01	الدكتور حوحو مصطفى	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
02	الدكتور بوعبد الله الصالح	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
03	الدكتور بن البار موسى	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة