

تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمدخل لتعزيز جودة خدمة الزبون

Information and communication technology as a portol to enhance the quality of customer serviceد. حولي محمد¹، د. مبارك صفاء²¹ جامعة باجي مختار -عنابة-، moh.haouli@gmail.com² جامعة باجي مختار -عنابة-، safa.mebarki@yahoo.com

تاريخ القبول: 2019/06/30

تاريخ المراجعة: 2019/04/17

تاريخ الاستلام: 2019/04/08

ملخص:

تهدف هذه الورقة البحثية إلى تسليط الضوء فيما يتعلق بادمج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال باعتباره أحد الدعائم الأساسية للمنظمات بصفة عامة و الخدمية بصفة خاصة، وذلك من خلال إبراز الدور الفعال للخدمات و كيفية الإرتقاء بجودتها.و على هذا الأساس تم أخذ عينة (غير احتمالية) من مستخدمي و زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بمنطقة عنابة، قوامها (47) مفردة من مجتمع الدراسة، و التي تعد صالحة للتحليل حسب العرف الاحصائي.و للقيام بمتطلبات هذه الدراسة تم تصميم استبيان، أين يشمل المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، أما المتغير التابع فيضم الأبعاد المتعلقة بجودة خدمة الزبون و المبنية على نموذج جودة الخدمة - servqual -، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها وجود علاقة ذات دلالة احصائية بين متغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و أبعاد جودة خدمة الزبون، إضافة إلى وجود تأثير معنوي لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على أبعاد جودة خدمة الزبون من وجهة نظر الباحثين.

كلمات مفتاحية: تكنولوجيا المعلومات و الاتصال؛ جودة؛ خدمة الزبون؛ مؤسسة اتصالات الجزائر.

تصنيف JEL : L87,L15,O3

Abstract:

This paper aims to shed light on the integration of information technology and communication as one of the main pillars of the organizations in general and service in particular. On this basis, a (non-probabilistic) sample was taken from (47) individuals from the study community (Customers of Algeria Telecom) in Annaba Area, According to the statistical norm. To meet the requirements of this study, a questionnaire was designed, where independent variable includes information and communication technology and dependent variable is composed of dimensions of the quality of customer service) based on servqual-model . The study found a set of results, most notably the existence of a statistically significant relationship between changing information and communication technology and the dimensions of the quality and customer service, in addition to the presence of major effect of information technology and communication on the dimensions of the quality of customer service from the viewpoint of the respondents

Keywords: Information and communication technology; quality; customer's service; Algeria Telecom

Jel Classification Codes: O3, L15,L87

المؤلف المرسل: د/حولي محمد، الإيميل: moh.haouli@gmail.com

1. مقدمة:

نظرا للتطورات التي تشهدها العديد من المنظمات اليوم بمختلف أنواعها و أنشطتها و التي ترجع بالدرجة الأولى للتغيرات السريعة و المتتالية في البيئة الخارجية و خصوصا في كيفية التأقلم معها و خلق المناخ المناسب للإبداع و الابتكار، هذا كان الدافع الأساسي لادماج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في أنظمتها، أين تمثل المعلومة مصدرا أساسيا لتحقيق الأهداف.

و في هذا الصدد تشهد تكنولوجيا المعلومات والاتصال تطورا مذهلا وسريعا في الأجهزة والمعدات والبرامج والأدوات المستخدمة، وهذا ما دفع إلى تنمية الكثير من القطاعات الاقتصادية والتعليمية والخدمية على وجه الخصوص وتطويرها. من جهة ثانية للنهوض بالقطاع الخدمي فهذا يتطلب الارتقاء بالجودة في الخدمات الموجهة للزبائن، حيث أصبح تطبيق الجودة رهانا أساسيا لمخلف المؤسسات بغرض تلبية حاجات و متطلبات الزبون و ضمان ولائه إضافة لكسب زبائن جدد.

إنطلاقا مما سبق فتطور القطاع الخدمي ونجاحه يقوم بالدرجة الأولى على إدماج تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في أنظمتها الأساسية، و التحديث الدائم و المستمر لمختلف اللواحق الالكترونية بما يتماشى و التطورات العصرية، و تحقيق السرعة في الأداء، ضمان السير الحسن للعمليات، و تحقيق جودة الخدمة.

و في هذا الصدد فقد تركزت مشكلة الدراسة في التعرف على مقدار ماتوليه المؤسسات الخدمية من اهتمام في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و توظيفها بغرض تقديم خدمات تتميز بالجودة.

على أساس ماتقدم يتم طرح الإشكال التالي: كيف يتم توظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصال لتعزيز جودة خدمة الزبون؟

الأسئلة الفرعية:

و ضمن هذه الإشكالية تندرج العديد من الأسئلة التي ينبغي الإجابة عنها من بينها:

- ماهي متطلبات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ؟

- ماهي مرتكزات جودة خدمة الزبون؟

- ماهي أبعاد نموذج (servqual)؟

فرضيات الدراسة:

تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على أنه: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة خدمة الزبون من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

حيث تنقسم هذه الفرضية للفرضيات الفرعية التالية:

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الجوانب المادية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاعتمادية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاستجابة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الثقة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

- لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على التعاطف من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

أهمية الدراسة

تنبع أهمية الدراسة خاصة في ظل الاهتمام البالغ و المرتبط بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الوسط المهني و استخداماته، وكذا لضرورة توفير الجودة في مختلف المستويات الإدارية.

أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى:

1- تحديد استخدامات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال؛

2- إبراز أهمية جودة الخدمات؛

3- التحسيس بضرورة تحديث أنظمة المعلومات و الاتصال.

الإطار المنهجي للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي في محاولة لوصف الظاهرة المراد دراستها، و الإحاطة بمختلف جوانبها بغرض الإجابة عن التساؤلات التي تطرحها، وهذا اعتمادا على مختلف الأطر النظرية التي دعمت هذه الدراسة.

سيتم تناول هذه الدراسة من خلال المحاور التالية:

- اطار مفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال؛

- مرتكزات جودة الخدمة الزبون؛

- أبعاد نموذج (servqual).

الدراسات السابقة:

دراسة (هناء عبداوي، 2016/2015)⁽¹⁾، بعنوان: مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية -دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-

هدفت الدراسة إلى: التعرف على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية بالشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس.

- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأبعادها المختلفة والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05)؛

- وجود دور معنوي ذو دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأبعادها المختلفة والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة عند مستوى المعنوية (0.05).

دراسة (خلود عاصم، محمد ابراهيم، 2013)⁽²⁾، بعنوان: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية.

هدفت الدراسة إلى: بيان دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في جودة المعلومات و انعكاسها على التنمية الاقتصادية أهم نتائج الدراسة:

-تعد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات اساليب وطرق جديدة ذات كفاءة عالية تؤدي الى تراطيب الحواسيب وشبكات الاتصال معا لتكون قادرة على معالجة و توصيل المعلومات الكترونيا؛

- تؤدي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الى زيادة معرفة الافراد و الوحدات الاقتصادية من خلال تبادل المعلومات بين مختلف المستخدمين و بالتالي تحقيق تنمية بشرية مستدامة.

دراسة (Ghobadian, Abby; Speller, Simon; Jones, Matthew, 1994)⁽³⁾ بعنوان: جودة الخدمة: مبادئ و نماذج.

هدفت الدراسة إلى: وضع نموذج شامل لأهم أبعاد قياس جودة الخدمة.

أهم نتائج الدراسة:

- وجود ستة نماذج أساسية لقياس جودة الخدمة؛

- تحليل الفجوة هو أداة أساسية في تصميم نموذج جودة الخدمة؛

- يمكن نموذج الجودة من تحديد مصادر الجودة و مسارات العمل الممكنة.

دراسة (Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun, 2010)⁽⁴⁾ بعنوان: جودة الخدمة المقدمة وأثرها

على رضا الزبائن في القطاع البنكي في ماليزيا.

هدفت الدراسة إلى: التعرف على أهم المؤشرات الأساسية لقياس جودة الخدمة وتأثير أبعادها في تحقيق رضا الزبائن.

أهم نتائج الدراسة:

- أبعاد نموذج الخدمة (الجوانب الملموسة، الاعتمادية، الموثوقية، الاستجابة، التعاطف) تشكل 62% من رضا الزبائن في القطاع البنكي

- أهم بعد يؤثر على رضا الزبائن هو الجوانب الملموسة عند مستوى معنوية (0.01)

2. اطار مفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

1.2 تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال

قبل التطرق لمفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات سندعرض التعاريف التالية:

المعلومات: تعرف المعلومة على أنها منتج موجه للاستهلاك، قابل للتخزين والتحويل والمعالجة، يشكل موردا هاما للمؤسسة مثل مواد أولية داخل عملية التحويل وهي تمثل كذلك الطاقة الأساسية لعملية التحويل وتتميز ب: وصفية، تحليلية، تفسيرية تنبؤية، اسمية (قوانين، تنظيمات، مخططات، جداول مواعيد، قواعد، خصوصيات).

التكنولوجيا: هي الجهد المنظم الرامي لاستخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات والأنشطة الإدارية والتنظيمية والاجتماعية، وذلك بهدف التوصل إلى أساليب جديدة يفترض أنها أجدى للمجتمع.

الاتصال: عملية نقل أو تبادل للمعلومات، تتكون هذه العملية من المرسل، المستقبل، الرسالة المراد نقلها، الوسيلة، الرد أو المعلومات المرتدة وبيئة الاتصال⁽⁵⁾

تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تعرف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بأنها إكتشاف ودراسة المعارف والخبرات التي تلزم الأفراد من أجل العمل على زيادة الإنتاجية للسلع أو الخدمات وتوفير الوسائل المناسبة واللازمة للإنتاج، حيث أن التكنولوجيا بشكل عام هي من الوسائل الديناميكية التي تتطور باستمرار والتي تحتوي على مجموعة من المعارف التي يجب أن تكون لديها القدرة على حل المشاكل بأكملها، كما أنها تمثل الإطار

العام لحياة الإنسان، ويشير هذا المصطلح الى أن التكنولوجيا تعتبر كنظام علمي إجتماعي والذي يشمل الأفراد أنفسهم وأشياء أخرى كمجموعة أو كتوليفة واحدة⁽⁶⁾

2.2 مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

مرت تكنولوجيا المعلومات والاتصال بعدة مراحل نوضحها في الجدول الموالي:

الجدول 1: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المرحلة	المضمون
مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الأولى	منذ حوالي 3600 قبل الميلاد، تم اختراع الكتابة و مختلف وسائط حفظ المعلومات.
مرحلة ثورة المعلومات والاتصالات الثانية	عصر ظهور الطباعة إذ يعد الألماني غوتنبرغ، بطل هذه الفترة في القرن 16 والفاعل الأساسي في نشر المعلومات والاتصالات وذلك بكثرة مطبوعاته ونشرها من جهة، و ظهور عصر التنوير

<p>- تم اكتشاف التلغراف 1937 بغية توفير فعالية أكبر في تبادل المعلومات</p> <p>- اكتشف جراهام بل الهاتف من خلال قوة و سرعة التيار الكهربائي في نقل الصوت عبر الأسلاك النحاسية</p> <p>- توالت الاختراعات في مجال الاتصال كجهاز الفوتوغراف في القرن التاسع عشر عن طريق (Edison . T) و كان من تطبيقاته (الميكروفيش، ميكروفيلم)</p> <p>- ظهر القرص المسطح بفضل (Berliger) و اكتشف ماركوني (Marcon) اللاسلكي 1896 و انتشرت خدمات الراديو 1919 ثم بثت خدمات التلفزيون التجاري في 1941</p>	<p>مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الثالثة</p>
<p>- ظهور الحاسوب وتطور مراحل أجياله المختلفة</p> <p>- حركة تدفق المعلومات عبر وسائل اتصال التي لها صلة بالحواسيب.</p>	<p>مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الرابعة</p>
<p>- اكتساح الأقمار الصناعية و شبكات الألياف الصوتية ذات السرعة الفائقة في عالم المعلومات في نقل الأنباء، البيانات، الصور.</p> <p>- للترابط الهائل بين تكنولوجيا الحواسيب المتطورة ، و تكنولوجيا الاتصال المختلفة وخير برهان على ذلك استخدام الأنترنت كأداة تختصر العالم بأسره في حروف ثلاث (www)</p>	<p>مرحلة ثورة المعلومات و الاتصالات الخامسة</p>

المصدر: طوميري فاطمة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية دراسة حالة شركة انتاج الكهرباء بتيارت، رسالة ماجستير(غير منشورة)، جامعة وهران 02، 2014-2015، ص ص 11-13 (بتصرف)

وهنا يمكننا القول أن كل مرحلة من هذه المراحل ، تعد تمهيد لثبة مرحلة مواكبة لها ، وبالرغم من أنها تجربة اجتاحت مدة زمنية معتبرة إلا أنها تبدو ومضة عين لما حققته وما زالت تحققه ، كوننا نعيش أسرى لواقع افتراضي مبني على التوقعات والاحتمالات⁽⁷⁾ .

2-3 خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

تميزت تكنولوجيا المعلومات والاتصالات عن غيرها من التكنولوجيا الأخرى من خلال مجموعة من الخصائص التي تم تلخيصها كمايلي:

- **تقليل الوقت:** حيث أن التكنولوجيا تجعل الأماكن متجاورة وقريبة من بعضها البعض وذلك يؤدي إلى اختصار الوقت عند تبادل البيانات والمعلومات.

- **تقليص المكان:** حيث تستوعب وسائل التخزين حجما هائلا من البيانات والمعلومات التي من الممكن تخزينها والرجوع إليها بسهولة.

- **التطور:** من خلال توفير السرعة حيث أنها الوتيرة الأساسية في تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

- **الذكاء الاصطناعي:** وهو من أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات والاتصالات حيث يتم تطوير المعرفة وفرص تكوين المستخدمين من أجل زيادة الشمولية وكذلك التحكم في عملية الانتاج.

- **تكوين شبكات الاتصال:** حيث أنها تتواجد مجموعة من التجهيزات التي تساعد في تكوين شبكات الاتصال، وهذا ما يؤدي إلى الزيادة من تدفق البيانات والمعلومات بين المستخدمين.

- **التفاعلية:** أي أن مستعملي تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يمكن أن يكونوا كمستقبل ومرسل في نفس الوقت حيث أن المشتركين في عملية الإتصال يستطيعون أن يتبادلوا الأدوار فيما بينهم وهو الذي يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الافراد والمؤسسات.

- **اللاتزامية:** وتعني إمكانية إستعمال الرسالة المتبادلة بين المرسل المستقبل في أي وقت يناسبهم، فمتلقي الرسالة غير مطالب باستخدامها في الوقت نفسه، مثل البريد الإلكتروني.

- **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح بالإستقلالية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، مثل الإنترنت فلا تستطيع أي جهة أن تعطل الإنترنت على مستوى العالم بأكمله حيث أنه لا يوجد متحكم رئيسي به.
- **قابلية التوصيل:** وتعني الإمكانية في الربط بين الأجهزة المتنوعة في الصنع بغض النظر عن المؤسسة أو البلد الذي تم فيها التصنيع.
- **قابلية التحرك أو الحركية:** حيث أنه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها خلال تنقلاته في أي مكان من خلال وسائل الإتصال الكثيرة مثل الحاسب الآلي النقال والهاتف النقال وغيرها.
- **قابلية التحويل:** وهي الإمكانية في نقل المعلومات من وسيط إلى وسيط آخر، كالقدرة على تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مقروءة أو مطبوعة والعكس.
- **اللاجماهيرية:** وتعني القدرة على توجيه الرسالة إلى فرد أو مجموعة من الأفراد بدل القيام بتوجيهها إلى جماهير بأعداد ضخمة، وهذا يعنينا أنه بالإمكان التحكم فيها بحيث تصل من المرسل إلى المستقبل.
- **الإنتشار:** وهو قابلية الشبكة للتوسع لتصبح أكثر شمولية فأكثر لمساحات غير محددة من العالم (8)

4-2 مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- تشغيل المعلومات: يشمل هذا الفرع الوظائف التي تتناول معالجة المعلومات، والتي تعتبر الأساس في انجاز عمليات التشغيل في المنظمات وتدعيم قدرة الإدارة على اتخاذ القرارات، ويتمثل المحور المركزي لهذا الفرع في تطبيقات الإعلام الآلي بأشكاله المختلفة.
- نقل وإيصال المعلومات: يمثل هذا الفرع عملية نقل وإيصال المعلومات التي تم تشغيلها بين المواقع المتباعدة للحواسيب أو بين الحواسيب ووحداتها الطرفية البعيدة وذلك باستخدام تسييلات الاتصالات عن بعد.
- من خلال كل هذه التعاريف يمكن القول بأن الخاصية الأساسية في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو ارتباط تكنولوجيا المعلومات مع تكنولوجيا الاتصالات السلكية واللاسلكية، وكذا السعي البصري، بمعنى آخر هو الجمع بين النص والصوت والصورة (9).

5-2 استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات

- إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في منظمات الأعمال أدى إلى تحقيق العديد من المزايا:
- زيادة المبيعات والأرباح: تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على زيادة المبيعات من خلال مساعدتها للمنظمة في إشباع حاجات ورغبات المستهلكين، ويترتب على زيادة المبيعات تحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف والذي يتحقق أيضا باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.
- الحصول على مزايا تنافسية: حيث تستخدم العديد من المنظمات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لتحسين وضعها في البيئة التنافسية، والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لتلك المنظمات بالمنافسة بصورة أكثر فعالية.
- تخفيض التكاليف: إن تخفيض التكاليف يعتبر من أهم الفوائد التي تجنّبها منظمات الأعمال جراء استخدامها لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات في عدة مجالات أهمها تأدية الأعمال والمهام الكتابية بطريقة آلية كذلك استخدام الحاسبات الآلية في رقابة الإنتاج والمخزون كما تستخدم في تنفيذ الإنتاج حسب الطلب.
- تحسين الجودة: إن أحد أهم استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تحسين جودة المخرجات والتصميم بمساعدة الحاسب الآلي خير مثال على ذلك، فالمهندس يستخدم محطات العمل أو ما يعرف بالوحدات الطرفية للحاسب الآلي لعمل رسومات هندسية ويقوم بتخزينها واسترجاعها عند الحاجة لإجراء تعديلات عليها بسهولة من أجل تحسين جودتها، كما يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الجودة فيما يعرف بالتبادل الإلكتروني للبيانات حيث تستخدمه

المنظمات للاتصال بالمنظمات الأخرى الكترونياً كإصدار أوامر الكترونية للمورد ثم تتم إجراءات الصفقة باستخدام الاتصال الالكتروني وبالتالي تقليل فرص الخطأ بسبب تخفيض واختصار إجراءات عقد الصفقات (10).

3. جودة خدمة الزبون

1-3 تعريف الخدمة

تعرف الخدمة في اللغة العربية على أنها تقديم المساعدة أو المنحة، أو توفير عناية لجهة مُحدّدة أو لعموم الناس، ويعني مفهوم الخدمة اصطلاحاً: قيام الإنسان بنشاط ما، لصالح غيره من الأفراد، ويختلف تعريف الخدمة بحسب نوعها، وتنقسم الخدمات إلى عدّة أقسام، وذلك بناءً على معايير عديدة، كالمُقابل الماديّ، وطبيعة المجال الذي تُقدم خلاله الخدمة، وطبيعة القائمين عليها، وقد قدم الكثير من الكتاب في مجال الإدارة تعاريف متعددة بأنها: أي فعل أو أداء يقدمه طرف لطرف آخر، وقد تكون عملية تقديم الخدمة مرتبطة بمنتج مادي، وفي كثير من الأحيان طبيعتها غير ملموسة، وعادة لا تؤدي إلى ملكية نتيجة عوامل إنتاجها.

فالخدمة هي: أي نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الطرفين للآخر، وهي غير ملموسة أساساً ولا تؤدي إلى ملكية أي شيء (11) كما تعرف الخدمة على أنها: "نشاط أو منفعة يقدمها طرف إلى طرف آخر"

وعرفت الجمعية الأمريكية للتسويق الخدمة على أنها "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع" (12)

2.3 جودة الخدمة

تعددت تعاريف جودة الخدمة ويرجع السبب في ذلك إلى صعوبة حصر خصائص الخدمة والعوامل المؤثرة فيها، والتي تجعل من عملية قياس جودتها عملية صعبة، إلا أنه قد وردت عدة تعريفات حول جودة الخدمة تفيد بأن جودة الخدمة هي: "الفرق بين ما يتوقعه العملاء

من الخدمة (الخدمة المتوقعة)، وبين ما يدركونه فعلاً (الخدمة الفعلية)"

كذلك هي: "قياس لمدى مستوى الجودة المقدمة مع توقعات العميل، فتقديم خدمة ذات جودة يعني في المحصلة النهائية أن تكون الخدمة متوافقة وتوقعات العملاء".

وفي تعريف آخر هي: "قيام المنظمة بتصميم وتقديم خدماتها بشكل صحيح من أول مرة، أما إذا حدث خطأ غير مقصود في أداء بعض الخدمات وهو أمر محتمل، فكيف يمكنها أن تتغلب على هذا الموقف وتواجهه؟" (13)

حيث أن مفهوم جودة الخدمة أصبح يجلب انتباه إدارة المنظمات الخدمية بشكل متزايد على الأخص خلال العقدين الماضيين. وان أي تعريف لجودة الخدمة لابد أن يركز وبشكل واضح على ما يمكن إن يتوقعه الزبون من وراء السبب وبالتالي توضح مدى قدرة الخدمة إن ترضي حاجة الزبون.

لذلك فإن تعريف جودة الخدمة يتمحور حول المنافع التي تقدمها هذه الخدمة إلى الزبون، و عليه تعرف جودة الخدمة على أنها: "جودة الخدمات المقدمة سواء كانت المتوقعة أو المدركة، أي التي يتوقعها الزبائن أو التي يدركونها في الواقع الفعلي، وهي المحدد الرئيسي لرضا الزبون أو عدم رضاه"

من ذلك فإن جودة الخدمة تختص بمعرفة احتياجات الزبائن سواء إن كانت منتجات أو خدمات والعمل على تلبيةها، و قراءة توقعات الزبائن حول المنتجات والمنافع والتي يمكن أن تتميز بها المؤسسة وفقاً لاستراتيجياتها المتبعة (14)

3.3 مستويات جودة الخدمة

يتم قياس جودة الخدمة بناءً على المستويات التالية:

- الجودة المتوقعة: وتمثل الجودة التي يرى الزبائن وجوب توفرها؛
- الجودة المدركة: من إدارة المؤسسة وترى أنها مناسبة وقد تتحقق أو لا؛
- الجودة القياسية: وهي تلك الجودة التي تحدد بالموصفات النوعية للخدمة؛
- الجودة الفعلية: الجودة المحققة فعلاً وترتبط بالأداء الفعلي؛

- الجودة المروجة للزبائن: هي الجودة التي وعد بها الزبائن من خلال الحملات الترويجية وقد تماثل توقعات الزبون أو لا.⁽¹⁵⁾
4. نموذج (ServQual)

1.4 تطور نموذج جودة الخدمة

يطلق على نموذج جودة الخدمة ، (ServQual) الذي يعرف اختصاراً ب (Service Quality) .
و يرجع نموذج جودة الخدمة إلى سنة 1985 من طرف الباحثين (Parasuraman,Zeithaml and Berry) و الذين طوروا
نموذجاً لقياس وتقييم جودة الخدمة يقوم على قياس خمس فجوات (أربع) فجوات من جهة مقدم الخدمة أو المسوق، و فجوة من
جهة الزبون⁽¹⁶⁾

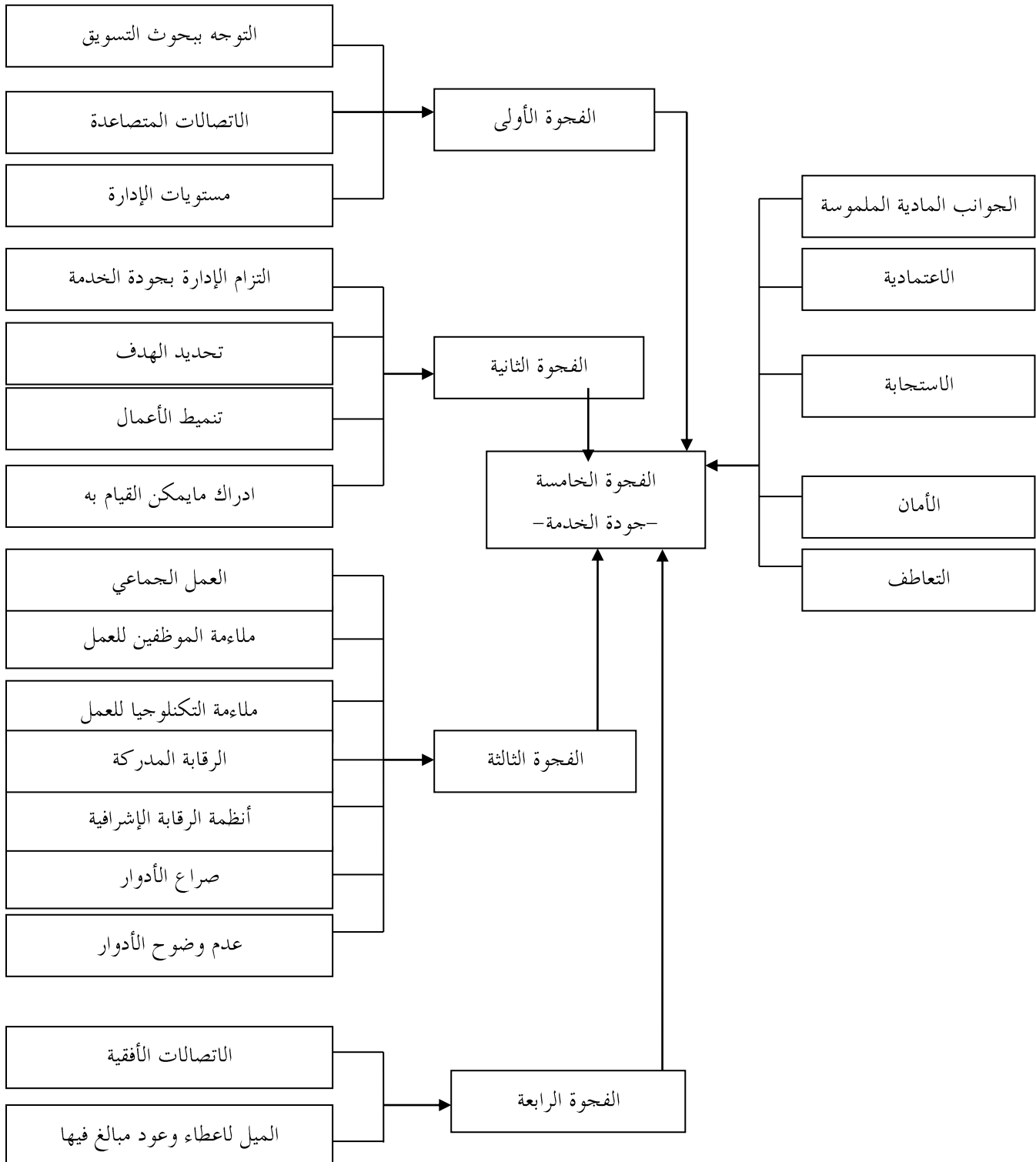
2.4 أبعاد نموذج (ServQual)

يحدد هذا النموذج قياس درجة و اتجاه الفرق بين الأداء الفعلي للخدمة حسب ادراك الزبون و ما يتوقع الحصول عليه تبعاً
لحاجاته

اعتمد في الأصل على 10 أبعاد لخصت الى 05 ابعاد كمايلي:

- الجوانب المادية: الأجهزة المستخدمة، المباني، المكاتب و الخدمات المساندة؛
- الاعتمادية: قدرة المؤسسة على توفير الخدمة في الوقت و الوفاء بالالتزامات؛
- الضمان: قدرة الموظفين على الإيحاء للزبائن بالامان و الثقة و ان خدمتهم خالية من الأخطاء؛
- الاستجابة: لطلبات الزبون و التعامل الفعال معه برحابة صدر مع المبادرة لخدمته و الترحيب باستفساراته
التعاطف مع الزبون: اشعاره بانّه محل ثقة و اهتمام.
- و الشكل الموالي عبارة عن ملخص لهذه النموذج بمختلف أبعاده و فجواته⁽¹⁷⁾:

الشكل 1: النموذج الموسع لجودة الخدمة

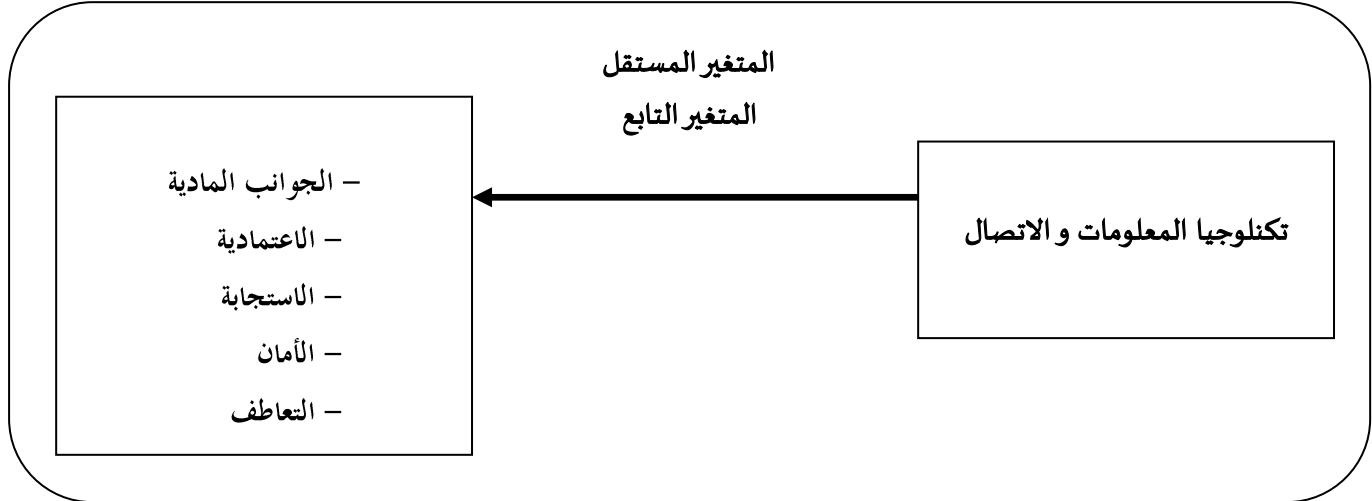


المصدر: جبلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية - دراسة حالة البنك الجزائري، رسالة ماجستير (غير منشورة)، بجامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007، ص 92

5. نموذج الدراسة

يتكون نموذج الدراسة من بعدين حيث البعد الأول يضم المتغير المستقل المتمثل في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، أما البعد الثاني فهم المتغير التابع تحت مسمى جودة خدمة الزبون، والشكل الموالي يوضح ذلك:

الشكل 2: نموذج الدراسة



المصدر: من اعداد الباحثين بالاعتماد على الدراسات السابقة ونموذج جودة الخدمة

6. منهجية البحث و اجراءاته

1.6 منهج الدراسة

للقيام بمتطلبات هذه الدراسة تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، من خلال اجراء مسح مكتبي و الاطلاع على الدراسات والأدبيات المتعلقة بالموضوع، بغرض بلورة الأسس و المنطلقات الفكرية التي يقوم عليها الجانب النظري، اضافة للقيام بمسح استطلاعي من خلال استبيان صمم لهذا الغرض، كما تم الاستعانة بالمنهج الاحصائي لتحليل البيانات و معالجتها.

2.6 مجتمع وعينة الدراسة

تمثل مجتمع الدراسة في زبائن و مستخدمي مؤسسة اتصالات الجزائر -وكالة السهل الغربي- بعنابة، و عليه قمنا باختيار عينة عشوائية ميسرة للزبائن و تمثل حجمها ب47 زبون.

3.6 تصميم وبناء أداة الدراسة

لقد تم تصميم استمارة الدراسة و تطويرها لقياس العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال و جودة خدمة الزبون، بعد الاطلاع على مجموعة من الدراسات السابقة، أين شملت الاستمارة على محورين، حيث المحور الأول يتمثل في المتغيرات السوسيوديموغرافية، أما المحور الثاني فيشمل أبعاد الدراسة كما يلي:

الجدول 2: تفصيل أداة الدراسة

المحور	المتغير	الفقرة	المفردات
الأول	معلومات سوسيوديموغرافية	A	(4-1)
الثاني	تكنولوجيا المعلومات و الاتصال	B	(12-1)
	جودة خدمة الزبون	C	(27-13)

المصدر: من اعداد الباحثين بناء على استبيان الدراسة

4.6- أساليب الدراسة:

- التكرارات و النسب المئوية لعرض النتائج المتعلقة بأفراد عينة الدراسة؛
- المتوسط الحسابي لمعرفة مستوى كل متغير؛
- الانحراف المعياري لقياس درجة التشتت في قيم الاجابات عن وسطها الحسابي؛
- معامل الثبات ألفا كرونباخ لغرض التأكد من صدق وثبات أداة الدراسة؛
- معامل الارتباط الخطي البسيط (بيرسن) لبيان العلاقة بين المتغير المستقل و المتغير التابع؛
- معامل الانحدار الخطي البسيط لقياس التأثير المعنوي المتغير المستقل في المتغير التابع؛
- مقياس ليكرت الخماسي: و يتم استخدامه لقياس درجات موافقة أفراد العينة على أبعاد الدراسة، حيث درجات المقياس كمايلي:

الجدول 3: مقياس ليكرت الخماسي

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

المصدر: محمد عبد الفتاح الصيرفي، البحث العلمي – الدليل التطبيقي للباحثين- داروائل للنشر، الأردن، 2006، ص 115

كما يتم حساب المدى: الحد الأعلى للمقياس (5)- الحد الأدنى للمقياس (1) = 4

و بغرض تحديد الوسط الحسابي المرجح:

المدى (4)/درجات سلم القياس (5) = 0.8

الجدول 4: درجة الموافقة حسب المتوسط الحسابي المرجح

المقياس	درجة الموافقة
1- 1.80	منخفضة جدا
1.81- 2.60	منخفضة
2.61- 3.40	متوسطة
3.41- 4.20	مرتفعة
4.21- 5	مرتفعة جدا

المصدر: من اعداد الباحثين بناء الدراسات السابقة

5.6- ثبات أداة الدراسة

فيما يخص ثبات أداة الدراسة تم استخدام معامل ألفا كرونباخ للتأكد من الاتساق الداخلي للفقرات ، وكانت النتائج أعلى من القيمة المقبولة 0.60 و النتائج موضحة كمايلي:

تم التأكد من الثبات من خلال حساب الجذر التربيعي لمعامل (ألفا كرونباخ) (Cronbach Alpha)، وذلك من أجل التأكد من الاتساق الداخلي للفقرات، وتبين أن الأداة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، لأن جميع معاملات الثبات أكبر من القيمة المقبولة (0.60)، كما هو موضح في الجدول التالي :

الجدول 5: معاملات الثبات لأداة الدراسة

المتغير	العبارات	معامل ألفا كرونباخ	معامل الثبات
تكنولوجيا المعلومات والاتصال	12-1	0.83	0.91
الجوانب المادية	15-13	0.38	0.61
الاعتمادية	18-16	0.70	0.83
الاستجابة	21-19	0.43	0.65
الثقة (الأمان)	24-22	0.72	0.84
التعاطف	27-25	0.72	0.84
مجموع متغيري الدراسة	27-1	0.79	0.88

المصدر: من اعداد الباحثين، بالإعتماد على نتائج تحليل بيانات الدراسة باستخدام (SPSS v23).

7- درجة موافقة أفراد عينة الدراسة على عبارات متغيرات الدراسة

1.7 قياس مدى تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

الجدول الموالي يوضح درجات الأوساط الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات موافقة أفراد العينة على بعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

الجدول 6: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول متغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الترتيب	الانحراف المعياري	الوسط الحسابي	العبارة	الرقم
05	0.94	3.40	تساعد تكنولوجيا المعلومات والاتصال المعتمدة على تحسين أداء المؤسسة	01
02	0.70	4.02	تقوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال على سرعة تبادل المعلومات	02
03	0.79	3.74	تمتلك المؤسسة عدد كاف من أجهزة الكمبيوتر للتعامل	03
09	0.95	3.31	تقوم المؤسسة بتطوير أجهزتها باستمرار	04
06	0.98	3.36	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات عن رزائها	05
10	0.94	3.25	تعتمد المؤسسة على برمجيات متطورة لتسريع أداء الخدمة	06
08	0.83	3.29	توفر المؤسسة موقع الكتروني لتسهيل التعامل	07
04	1.19	3.46	يضم الموقع الالكتروني للمؤسسة مختلف المستندات	08

09	تقوم المؤسسة باستمرار بتحديث الحواسيب وملحقاتها	2.74	1.13	11
10	تمتلك المؤسسة تقنيات معلوماتية حديثة	3.29	1.21	08
11	تتميز معلومات المؤسسة بالدقة	4.34	0.82	01
12	تتصل المؤسسة بزبائنها باستخدام الرسائل القصيرة	3.34	1.14	07
	البعد ككل	3.46	0.96	/

المصدر: من اعداد الباحثين، بالإعتماد على نتائج تحليل بيانات الدراسة باستخدام (SPSS v23).

يلاحظ من خلال نتائج الجدول أعلاه أن عبارات هذا البعد في مجملها سجلت مستوى أعلى من المتوسط، ما يشير إلى حسن استخدام وفعالية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من وجهة نظر المبحوثين بالمؤسسة محل الدراسة، بمتوسط إجمالي قدر بـ (3.46) وانحراف معياري (0.96)، حيث المرتبة الأولى كانت من نصيب العبارة التي تنص على أن معلومات المؤسسة تتميز بالدقة بمتوسط حسابي مرتفع قدر بـ (4.34)، بالإضافة إلى عبارة أن تكنولوجيا المعلومات و الاتصال تقوم على سرعة تبادل المعلومات، بمتوسط حسابي مرتفع (4.02)، في حين احتلت عبارة اعتماد المؤسسة على برمجيات متطورة لتسريع أداء الخدمة المراتب الدنيا بمتوسط حسابي (3.25) وكذا عبارة قيام المؤسسة باستمرار بتحديث الحواسيب وملحقاتها بمتوسط حسابي (2.74).

2.7 قياس مدى تطبيق توفر جودة خدمة الزبون من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة:

الجدول الموالي يوضح درجات الأوساط الحسابية و الانحرافات المعيارية لعبارات موافقة أفراد العينة على بعد جودة خدمة الزبون:

الجدول 7: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات المبحوثين حول متغير جودة الخدمة

الرقم	العبارة	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب
الجوانب المادية				
13	تتوفر صالة الانتظار على مساحة كافية	2.19	0.64	03
14	توفر المؤسسة مستلزمات مادية حسب رغبة الزبون	2.97	0.73	01
15	عدد شبابيك التعامل مع الزبون كافية	2.53	0.54	02
	البعد ككل	2.56	0.63	/
الاعتمادية				
16	تؤكد المؤسسة على الالتزام بوعودها تجاه الزبون	3.93	0.52	02
17	تستمع المؤسسة لشكاوي الزبائن بكل جدية	4.25	0.53	01
18	تؤكد المؤسسة على جودة خدماتها المقدمة	3.61	0.78	03
	البعد ككل	3.93	0.61	/
الاستجابة				
19	تتماشى أوقات تقديم الخدمة مع متطلبات الزبون	3.95	0.75	01
20	تؤكد المؤسسة على الخدمة الفورية للزبون	2.53	0.90	03
21	يتجاوب الموظفون مع طلبات الزبون	3.42	0.97	02
	البعد ككل	3.30	0.87	/
الثقة				
22	يثق الزبائن بصفة مطلقة في المؤسسة	3.29	0.85	01
23	يؤكد الموظفون على طمأننة الزبائن حول أي مشاكل تتعلق بخدمتهم	2.89	0.84	03

24	يتميز الموظفون بالمصداقية في العمل	3.36	0.70	02
	البعد ككل	3.18	0.79	/
التعاطف				
25	يبحث الموظفون في معرفة احتياجات الزبون	3.97	0.76	01
26	تولي المؤسسة الزبائن الغير راضين عن الخدمة اهتماما خاصا	3.34	0.70	03
27	يسعى الموظفون بكل جهد لتلبية حاجات الزبون	3.95	0.75	02
	البعد ككل	3.75	0.73	/
	المتوسط الكلي لمتغير جودة الخدمة	3.34	0.72	/

المصدر: من اعداد الباحثين، بالاعتماد على نتائج تحليل بيانات الدراسة باستخدام (SPSS v23).

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن متغير جودة خدمة الزبون سجل في مجمله متوسط حسابي فوق المتوسط بقيمة (3.34)، حيث نجد أن أكثر بعد تم الموافقة عليه من طرف أفراد عينة الدراسة هو بعد الاعتمادية بمتوسط (3.93) و انحراف معياري (0.61)، حيث احتلت عبارة استماع المؤسسة لشكاوي الزبائن بكل جدية المرتبة الأولى بمتوسط (4.25)، في حين احتلت المرتبة الأخيرة عبارة ايلاء المؤسسة الزبائن الغير راضين عن الخدمة اهتماما خاصا بمتوسط قدره (3.61). يليه بعد التعاطف بمتوسط (3.75) و انحراف معياري (0.73)، حيث احتلت عبارة بحث الموظفين في معرفة احتياجات الزبون المرتبة الأولى بمتوسط (3.97)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عبارة تأكيد المؤسسة على جودة خدماتها المقدمة بمتوسط قدره (3.34).

يليه بعد الاستجابة بمتوسط (3.30) و انحراف معياري (0.87)، حيث احتلت عبارة تتماشى أوقات تقديم الخدمة مع متطلبات الزبون المرتبة الأولى بمتوسط (3.95)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عبارة تؤكد المؤسسة على الخدمة الفورية للزبون بمتوسط قدره (2.53).

يليه بعد الاستجابة بمتوسط (3.18) و انحراف معياري (0.79)، حيث احتلت عبارة يثق الزبائن بصفة مطلقة في المؤسسة المرتبة الأولى بمتوسط (3.29)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عبارة يؤكد الموظفون على طمأننة الزبائن حول أي مشاكل تتعلق بخدمتهم بمتوسط قدره (2.89).

و أخيرا نجد بعد الجوانب المادية بمتوسط (2.56) و انحراف معياري (0.63)، حيث احتلت عبارة استماع المؤسسة لشكاوي الزبائن بكل جدية المرتبة الأولى بمتوسط (4.25)، في حين احتلت المرتبة الثالثة عبارة توفر صالة الانتظار على مساحة كافية بمتوسط قدره (2.19).

8- اختبار الفرضيات:

تنص الفرضية الرئيسية للدراسة على أنه "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة خدمة الزبون من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)". تم اختبار هذه الفرضية من خلال تحليل الانحدار الخطي البسيط للعلاقة بين كل من متغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، و متغير جودة خدمة الزبون، حيث ترفض الفرضية إذا كان مستوى الدلالة أقل أو يساوي 0.05.

حيث للإجابة عن هذه الفرضية تم تقسيمها للفرضيات الفرعية التالية:

اختبار الفرضية الفرعية الأولى:

و التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الجوانب المادية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول 8: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في متغير الجوانب المادية

الجوانب	المتغير	معامل	معامل	قيمة F	مستوى	القرار
---------	---------	-------	-------	--------	-------	--------

المادية	المستقل	الارتباط	التحديد	التحديد المعدل	الخطأ المعياري	الدلالة	
تكنولوجيا المعلومات	0.62	0.38	0.35	6.52	10.72	*0.000	رفض الفرضية

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية مقبولة بين بعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الجوانب المادية، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.62)، كما بلغ معامل التحديد 0.38 و هو يدل على أن (38%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الجوانب المادية كانت نتيجة لبعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، في حين (62%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.35 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 35% وهي نسبة مقبولة إلى حد ما، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 6.52 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (10.72) وهي أكبر من قيمة F المجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجوانب المادية من وجهة نظر المبحوثين.

اختبار الفرضية الفرعية الثانية:

و التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاعتمادية من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول رقم (09): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في متغير الاعتمادية

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل	الاعتمادية
رفض الفرضية	*0.001	9.56	6.66	0.32	0.36	0.60	تكنولوجيا المعلومات	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$) يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية مقبولة بين بعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و الاعتمادية، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.60)، كما بلغ معامل التحديد 0.36 و هو يدل على أن (36%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الاعتمادية كانت نتيجة لبعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، في حين (64%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.32 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 32% وهي نسبة مقبولة إلى حد ما، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 6.66 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (9.56) وهي أكبر من قيمة F المجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الاعتمادية من وجهة نظر المبحوثين.

اختبار الفرضية الفرعية الثالثة:

و التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاستجابة من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول 10: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في متغير الاستجابة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل	الاستجابة
رفض الفرضية	*0.000	22.84	5.44	0.54	0.57	0.75	تكنولوجيا المعلومات	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). * ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية قوية بين بعدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال والاستجابة، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.75)، كما بلغ معامل التحديد 0.57 وهو يدل على أن (57%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الاستجابة كانت نتيجة لبعدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في حين (53%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة. كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.54 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 54% وهي نسبة مقبولة، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 5.44 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (22.84) وهي أكبر من قيمة F المجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الاستجابة من وجهة نظر الباحثين. اختبار الفرضية الفرعية الرابعة:

والتي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الثقة (الأمان) من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول 11: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات والاتصال في متغير الثقة

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل	الثقة
رفض الفرضية	*0.00	38.66	3.98	0.75	0.77	0.88	تكنولوجيا المعلومات	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). * ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية قوية جدا بين بعدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال والثقة، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.88)، كما بلغ معامل التحديد 0.77 وهو يدل على أن (77%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الاستجابة كانت نتيجة لبعدي تكنولوجيا المعلومات والاتصال، في حين (23%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة. كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.75 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 75% وهي نسبة مقبولة، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 3.98 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (38.66) وهي أكبر من قيمة F المجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الثقة من وجهة نظر المبحوثين.
اختبار الفرضية الفرعية الخامسة:

و التي تنص على أنه: "لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على التعاطف من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)".

الجدول 12: نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لمتغير تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في متغير التعاطف

القرار	مستوى الدلالة	قيمة F	الخطأ المعياري	معامل التحديد المعدل	معامل التحديد	معامل الارتباط	المتغير المستقل	التعاطف
رفض الفرضية	*0.00	29.31	5.04	0.61	0.63	0.79	تكنولوجيا المعلومات	

المصدر: من إعداد الباحثين بالاعتماد على نتائج التحليل باستخدام برنامج (SPSS v23). * ذات دلالة إحصائية عند مستوى دلالة ($\alpha \leq 0.05$)

يتبين من نتائج التحليل الإحصائي في الجدول السابق، وجود علاقة ارتباط طردية قوية جدا بين بعدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و التعاطف، لأن قيمة معامل الارتباط (R) بلغت (0.79)، كما بلغ معامل التحديد 0.63 و هو يدل على أن (63%) من التغيرات التي تطرأ على متغير الاستجابة كانت نتيجة لبعد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال، في حين (37%) تعود لمتغيرات أخرى لم تدخل في نموذج الدراسة، كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل 0.61 وتدل على أن النموذج يمثل الظاهرة بنسبة 61% وهي نسبة مقبولة، في حين بلغت قيمة الخطأ المعياري 5.04 وهي قيمة صغيرة تدل على معنوية المعلمات وجودة النموذج. وبالنسبة لقيمة F المحسوبة فقد سجلت (29.31) وهي أكبر من قيمة F المجدولة كما أنها دالة معنوية عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$).

من خلال ما سبق تؤكد النتائج على رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود أثر لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في التعاطف من وجهة نظر المبحوثين.

من خلال اختبار الفرضيات الفرعية السابقة فالنتائج تدل على رفض الفرضية العدمية و قبول الفرضية البديلة و التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال على جودة خدمة الزبون من وجهة نظر أفراد عينة الدراسة عند مستوى المعنوية ($\alpha \leq 0.05$)

9. الاستنتاجات:

خلصت الدراسة لمجموعة من النتائج نذكرها في الآتي:

- تتميز تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بعدة خصائص أهمها: تقليل الوقت، تكوين شبكات الاتصال، قابلية التوصيل و التحويل؛
- موافقة أفراد عينة الدراسة على مدى فعالية تطبيق تكنولوجيا المعلومات و الاتصال بالمؤسسة محل الدراسة؛
- موافقة أفراد عينة الدراسة على بمتوسط مقبول على معايير جودة الخدمة في المؤسسة محل الدراسة؛
- وجود علاقة ايجابية قوية ذات دلالة احصائية بين تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و أبعاد جودة خدمة الزبون؛
- وجود أثر ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجوانب المادية من وجهة نظر المستجوبين؛
- وجود أثر ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الاعتمادية من وجهة نظر المستجوبين؛
- وجود أثر ذو دلالة احصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الاستجابة من وجهة نظر المستجوبين؛

- وجود أثر ذو دلالة اجصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الثقة (الأمان) من وجهة نظر المستجوبين؛
 - وجود أثر ذو دلالة اجصائية لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في التعاطف من وجهة نظر المستجوبين.
10. الهوامش:

- 1- هناء عبداوي، مساهمة في تحديد دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إكساب المؤسسة ميزة تنافسية -دراسة حالة الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس-، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015-2016
- 2- خلود عاصم، محمد ابراهيم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية الجامعة العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013
- 3 -Ghobadian, Abby; Speller, Simon; Jones, Matthew. The International Journal of Quality & Reliability Management 11. 9 (1994): 43.
- 4 Jayaraman Munusamy, Shankar Chelliah and Hor Wai Mun, Service Quality Delivery and Its Impact on Customer Satisfaction in the Banking Sector in Malaysia, International Journal of Innovation, Management and Technology, Vol. 1, No. 4, October 2010
- 5- بوحسان سارة كتزة، الآثار الفعلية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تطبيقات تسير الموارد البشرية في المؤسسة دراسة حالة مؤسستي «nedjma» و «mobilis» قسنطينة، رسالة ماجستير(غير منشورة)، جامعة منتوري قسنطينة ، 2011-2012، ص ص 9-26
- 6- رزان علي عمر عبد المهدي، أثر "تكنولوجيا المعلومات والاتصالات" وعناصر المزيج التسويقي على جودة الرعاية الصحية دراسة حالة في مركز الحسين للسرطان - الاردن، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 17مركز الحسين للسرطان - الاردن، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الشرق الأوسط، 2016، ص 17
- 7- طويهي فاطمة، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء الموارد البشرية في المؤسسة الجزائرية دراسة حالة شركة انتاج الكهرباء بتيارت-، رسالة ماجستير(غير منشورة)، جامعة وهران 02، 2014-2015، ص 13
- 8- رزان علي عمر عبد المهدي، مرجع سبق ذكره، ص ص 24-25
- 9- مهيل وسام، تكنولوجيا المعلومات والاتصالات ودورها في تفعيل وظيفة إدارة الموارد البشرية دراسة حالة مديرية الموارد البشرية بوزارة المالية، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة الجزائر 03، 2011-2012، ص 80
- 10- بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، اطروحة دكتوراه (غير منشورة)، جامعة قسنطينة 02، 2012/2013، ص 135
- 11- مؤمن ع السميع حسن الحلبي، جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا المستخدمين " دراسة حالة على برنامج برق بلس - غزة"، رسالة ماجستير (غير منشورة)، الجامعة الاسلامية، غزة، فلسطين، 2017، ص 10
- 12- عبد الامير عبد الحسين شياح ، رحيم عبد محمد الموسوي، اثر عناصر أبعاد جودة الخدمة المصرفية على سلوك الزبائن في اختيار المصارف التجارية، مجلة الادارة والاقتصاد، المجلد الثالث، العدد العاشر، العراق، 2015، ص 91
- 13 مؤمن ع السميع حسن الحلبي، مرجع سبق ذكره، ص 10
- 14- عبد الامير عبد الحسين شياح ، رحيم عبد محمد الموسوي ، مرجع سبق ذكره، ص 94
- 15- خير الدين محمد علي، دور أبعاد جودة الخدمة المصرفية الإسلامية في تحقيق رضا الزبون -دراسة تحليلية ميدانية للمصرف الإسلامي في محافظة نينوى-، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية / المجلد السابع، العدد 23، العراق، 2011، ص 33
- 16- صالح بوعبد الله، قياس أبعاد جودة الخدمة: دراسة تطبيقية على بريد الجزائر، مجلة العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، العدد العاشر، سطيف، 2010، ص 93

17- جيلي هدى، قياس جودة الخدمة المصرفية – دراسة حالة البنك الجزائري-، رسالة ماجستير (غير منشورة)، جامعة منتوري، قسنطينة، 2006-2007، ص 92