



جامعة غرداية
كلية الحقوق والعلوم السياسية
قسم العلوم السياسية



عنوان المذكرة:

تكنولوجيا المعلومات ودورها في تحقيق الجودة الشاملة في المؤسسات

دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع القرارة بولاية غرداية

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم السياسية

تخصص: تنظيم سياسي واداري .

إشراف الأستاذة:

الأخضري إيمان

إعداد الطالبتين:

✓ زيطاري هاجر ميساء

✓ عمار فاطمة الزهراء

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة غرداية	الحاج بشير جيدور
مشرفا ومقررا	جامعة غرداية	الأخضري إيمان
مناقشا	جامعة غرداية	ابن عطاء الله العلمي

السنة الجامعية:

1439 - 1440هـ / 2018 - 2019م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أبي عمار عمار الذي لم ييخل علي يوما بشيء وعلمي معني
النجاح والصبر والذي لطالما انتظر هذه الفرحة.

وإلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها من علمتي وعانت الصعاب لكي
أصل إلى ما أنا فيه يا من علمتي الصمود مهما تبدلت الظروف: أمي الحنونة مسقم ساسية.

إلى من كانوا يضيئون لي الطريق ويساندوني ويتنازلون لإرضائي إخوتي أتم فخر لي .

إلى أخواتي نبع الحنان ومصدر الوثام أحبكم حبا لا يوصف وهم: كلثوم وعبد القادر و مؤمن
وأحمد و طارق وزوجاتهم و إلى أسرتي الكريمة وعمتي وأخوالي: زوج أختي زيطاري السماحي
وأبناء أخوتي أبوبكر وأمينة ووليد واسماعيل وعمار وجومانة وعبد الجليل وعبد الرحمان و
فضيلة و ميار و وجدان وهبة وابنت خالتي سارة.

إلى كل من عرفتهم وحفظهم قلبي وذاكرتي وكانوا لي أهلا في غربتي ولم تشملهم مذكرتي
أهديهم هذا العمل.

عمار فاطمة الزهراء

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أبي عبد الرحمان الذي لم يينخل علي يوما بشيء وعلمني معنى النجاح والصبر والذي لطالما انتظر هذه الفرحة.

وإلى من تتسابق الكلمات لتخرج معبرة عن مكنون ذاتها من علمتي وعانت الصعاب لكي أصل إلى ما أنا فيه يا من علمتني الصمود مهما تبدلت الظروف: أمي الحنونة تريعة لوزية. إلى من كانوا يضيئون لي الطريق ويساندونني ويتنازلون لإرضائي إخوتي أتم فخر لي .

إلى أخواتي نبع الحنان ومصدر الوثام أحبكم حبا لا يوصف وهم: المعترز بالله و منى ومنار الاسلام والمنتصر بالله و إلى أسرتي الكريمة أعمامي وعماتي وأخوالي وخالاتي: زوج أختي بن ساهل حسين وابن أختي رسيم وابنت خالتي سرين وآية وفيروز ودعاء وجدتي الغالية أم الخير وخالي حمزة وعبد الرحمان وعمتي مريم.

إلى كل من عرفتهم وحفظهم قلبي وذاكرتي وكانوا لي أهلا في غربتي ولم تشملهم مذكرتي أهديهم هذا العمل.

زيطاري هاجر ميساء

الشكر

إن الحمد والشكر لله نحمده ونستعين به هو الذي وفقني وأعاني على إنجاز هذا العمل الجد متواضع فهو أحق أن يشكر ويحمد.

من لا يشكر الناس لا يشكر الله.

نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى الأستاذة المشرفة الفاضلة " الأخصري ايمان " لتوجيهاتها ونصائحها القيمة.

كما نتقدم بالشكر إلى كافة الأساتذة على مجهوداتهم التي قدموها لنا طول مشوارنا الدراسي.

كما نتقدم بالشكر إلى كل من دعا لنا في السر والعلن وكل زملائنا الطلبة.

كما ونشكر كل من ساعدنا في السراء والضراء وهم: علي واعر وسفيان وعبد الهادي و محمد ووليد بن زيان وطه ومهدي وبن عافو مصطفى ومن أحببنا من أعماق قلوبنا.

إلى كل هؤلاء نقول لهم:

{{ بارك الله فيكم وأن يجعلها في ميزان حسناتكم}}

وشكراً

زيطاري هاجر ميساء / عمار فاطمة الزهراء

ملخص باللغة العربية:

تهدف هذه الدراسة إلى تبيان أثر تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسات الخدمائية حيث أصبحت هذه التكنولوجيا محل اهتمام كل المؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الخدمائية بصفة خاصة.

فقد أصبحت تكنولوجيا المعلومات في وقتنا الحاضر ذات الدور الكبير والتأثير الفعال في تحقيق الجودة الشاملة وتدعيمها في المؤسسة كأداة لتحسين جودة الخدمات المقدمة ورفع الكفاءة والفاعلية داخل المؤسسة.

ولقد تم اجراء الدراسة على مستوى مؤسسة اتصالات الجزائر فرع القرارة ولاية غرداية حيث شمل مجتمع البحث فئة من موظفي وزبائن المؤسسة محل الدراسة، كما تم الاعتماد على الاستمارة كأداة أساسية لجمع البيانات وزعت على 30 فرد.

حيث اظهرت النتائج وجود تأثير ايجابي لتكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسات الخدمائية.

وخلصت الدراسة إلى جملة من الاقتراحات من أهمها القيام بدورات تدريبية في مجال تكنولوجيا المعلومات والاهتمام أكثر بالجودة في تصميم الخدمة ضمن المزيج التسويقي لخدمة المؤسسة.

Research summary :

Information technology has become the focus of institutions in general and the service institutions in particular and the aim of this study is to show its impact on the latter.

Today, information technology has become a major role and an effective influence in achieving the overall quality by strengthening it in the institutions as a tool to improve the quality of services provided and to raise the efficiency and effectiveness within the institution.

A study was carried out at Algeria Telecom Corporation, Al-Qarara, Ghardaia region , where the research community included a group of employees and clients of the institution. The questionnaire was also relied on as a basic tool for collecting data which has been distributed to 30 individuals. The results showed a positive impact of information technology on the performance of the institution.

The study produced a number of suggestions, the most important of which are making training courses in the field of information technology and giving more attention to the quality in the design of service within the marketing mix of the services of the institution.

حقاقتك

لقد شهدت الآونة الأخيرة انفجار معرفيا ومعلوماتيا كبيرا نتج عنه تطورات متلاحقة وسريعة في شتى المجالات، فكان للمجال التكنولوجي الأولوية في ذلك، فظهر الحاسوب واستمرت هذه التطورات لنشهد في عصرنا الحالي ثورة جديدة أطلق عليها تكنولوجيا المعلومات التي شكلت الميزة لهذا العصر، حيث سمحت بتبادل كميات هائلة من المعلومات في جميع المجالات عبر مسافات بعيدة، فأصبحت المعلومة متوفرة في كل وقت وفي أي مكان.

وعلى أثر ذلك شاع استخدام تكنولوجيا المعلومات على نطاق واسع من المؤسسات على اختلاف أنواعها وأشكالها وأنشطتها، وبات تطبيقها بشكل جدي ضرورة ملحة وحتمية للمؤسسات الخدمائية ان ارادت زيادة قدرتها التنافسية وتطوير أدائها.

كما تعد جودة الخدمات من أهم المميزات التي تسعى المؤسسات إلى تحقيقها لضمان رضا العملاء وولائهم الذي من شأنه أن تحقق للمؤسسة زيادة في الربح وتعزيز مركزها التنافسي واحتلال مراكز قوية في السوق مقارنة بمنافسها، حيث تؤثر الجودة على سلوك العميل لكونه مستعد أن يدفع أكثر مقابل خدمة تلبى احتياجاته ومتطلباته.

ومن هنا تتبلور فكرة الدراسة التي تتمحور حول اظهار تأثير تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الجودة الشاملة في المؤسسات، وذلك من خلال ابراز دور تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الجودة الشاملة وتدعيمها ونشرها على نطاق واسع في كل ارجاء المؤسسة وتسهيل اعداد الاجراءات والوثائق المتعلقة بالجودة وتشجيع وتعبئة كل الفاعلين في العمل الالكتروني.

أولاً: أسباب اختيار الموضوع : هناك أسباب ذاتية وأخرى موضوعية وهي كالآتي :

✓ أسباب ذاتية :

يتبع اهتمامنا بالموضوع من الرغبة الذاتية في معالجة موضوع يمس بحال تكنولوجيا المعلومات في

المؤسسات اشرف على مختلف الآثار التي تتركها هذه التكنولوجيات بهدف تحقيق الجودة الشاملة في المؤسسة الجزائرية التي مازالت معالمها غير واضحة في ظل حداثة الموضوع.

✓ الأسباب الموضوعية :

أما الأسباب الموضوعية التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع نوردها فيما يلي :

• محاولة الفهم الجيد، والبحث المعمق، ودراسة أكثر حول مفهوم تكنولوجيا المعلومات وعلاقتها بتحقيق الجودة الشاملة في المؤسسات.

• الأهمية البالغة لموضوع تكنولوجيا المعلومات كأداة لرفع كفاءة المنظمات في الوقت الحاضر.

• فهم دور تكنولوجيا المعلومات في بقاء المنظمات ومستقبلها.

• أهمية الجودة لدى العديد من الزبائن.

ثانياً: أهداف الدراسة :

يمكن تحديد الهدف الأساسي من هذه الدراسة في تحديد العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات مع تحقيق إدارة

الجودة باعتبارها من الأدوات الداعمة لرفع كفاءة وفعالية وديمومة المؤسسات، ويمكن إجمال أهداف الدراسة

فيما يلي :

• التعرف على مفهوم تكنولوجيا المعلومات وإبراز أهميتها في المؤسسات.

• تسليط الضوء على مفهوم الجودة الشاملة وأهم متطلبات تطبيقها.

• إدراك واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات في مؤسسة اتصالات الجزائر بالقرارة .

- المساهمة في إثراء المكتبة بأحد المواضيع العلمية المهمة التي تتناول موضوع تكنولوجيا المعلومات، ومساعدة الطالب الجامعي بالدرجة الأولى من الاستفادة والاطلاع على المعلومات المتوفرة في المذكرة.

ثالثاً: إشكالية الدراسة :

إن هذه الدراسة تبحث في موضوع مهم يتعلق بحاجة المؤسسات إلى فهم واستخدام وتحديث دور تكنولوجيا المعلومات في عملها، لغرض مساعدتها في تحقيق أبعاد الجودة الشاملة التي أصبحت ضرورة حتمية تتطلبها مختلف المؤسسات لضمان تحسنها وديمومتها في سيق المنافسة والبقاء والتطور، الأمر الذي يدفعنا إلى طرح الإشكال الآتي : ما مدى إمكانية تحقيق الجودة الشاملة في المؤسسات في ظل استخدام

تكنولوجيا المعلومات في مؤسسة اتصالات الجزائر بالقرارة؟

ويندرج تحت هذا الإشكال مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات وفيما تتجلى أهميتها؟
- و ما مفهوم الجودة الشاملة وما هي أهم متطلباتها؟
- كيف تؤثر تكنولوجيا المعلومات على الخدمة والتسويق في المؤسسات؟
- هل التكنولوجيا المعلومات أثر على أداء المؤسسات؟

رابعاً: الفرضيات :

وللإجابة على الإشكال المطروح قمنا بصياغة عدة فرضيات وسنحاول الاجابة عليها والتأكد من صحتها

ضمن هذه الدراسة :

- التكنولوجيا المعلومات تأثير على جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة.
- تؤثر تكنولوجيا المعلومات على عناصر المزيج التسويقي في المؤسسات مما يساهم في تحقيق الجودة في المؤسسة .
- تعمل تكنولوجيا المعلومات على الرفع من مستوى أداء المؤسسات.

خامسا: أدوات الدراسة (مجالات الدراسة):

أما فيما يخص ادوات البحث والدراسة فقد اعتمدنا في الجزء النظري من هذا البحث على المسح المكتبي لمجموعة المراجع المتنوعة ما بين الكتب والرسائل...، أما فيما يخص أدوات الدراسة الميدانية، فتمت باعتمادنا على الاستبيان كأداة لجمع البيانات، والمقابلة مع المسؤول المكلف بالعمليات التجارية للوكالة.

حدود الدراسة :

✓ **الحدود المكانية :** تمت الدراسة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالقرارة.

✓ **الحدود الزمانية :** من شهر أبريل إلى غاية شهر ماي 2019 .

سادسا: منهج الدراسة :

✓ اعتمدنا في دراسة موضوع البحث على المنهج الوصفي الذي يعتمد على وصف المفاهيم الواردة

في الدراسة وصفا علميا بهدف تحديد ملامحها وما تمتاز به من خصائص تمهيدا لتحليلها (أي

تكنولوجيا المعلومات والجودة الشاملة)، بمعنى أن الوصول إلى النتائج في هذا البحث قد تمت وفقا

لتسلسل منطقي ابتداء من وصف العلاقة القائمة بين المفاهيم الأساسية في هذه الدراسة .

✓ ثم المنهج التحليلي الذي يعتمد على تحليل طبيعة العلاقات التي تم وصفها بناء على المنهج

السابق، وذلك من خلال تحليل علاقة تكنولوجيا المعلومات بتحقيق الجودة الشاملة في المؤسسات،

ومن ثم بيان النتائج بصورتها الواقعية وتقييم ما أفرزه التحليل للعلاقات بين المفاهيم الأساسية.

✓ ومن أجل الوصول إلى فهم أعمق للموضوع، اعتمدنا على أسلوب دراسة الحالة كونه المنهج

الذي يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بالأفراد والمؤسسات، حيث قمنا باستخدام استبيان

لتوضيح طبيعة العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والجودة الشاملة في واقع المؤسسة الجزائرية، وقد

تمت هذه الدراسة في مؤسسة اتصالات الجزائر في القرارة.

ثامنا: أدبيات الدراسة :

إن هذه المذكرة المتواضعة التي نرجو أن تتال رضاكم قد اعتمدنا في انجازها على مجموعة من

المذكرات والرسائل نذكر منها :

✚ دراسة " شادلي شوقي " تحت عنوان أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسات

الصغيرة والمتوسطة رسالة شهادة الماجستير لجامعة ورقلة سنة 2008، حيث هدفت هطه الدراسة إلى

تبيين مدى أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومدى استخدامها من قبل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة

والوقوف على مدى مسامة هذه التكنولوجيات في الرفع من مستويات أداء هذه المؤسسات .

كما اعتمدنا لإنجاز هذه المذكرة على مجموعة من المقالات التي تناولت موضوع تكنولوجيا المعلومات

تذكر منها :

✚ د " خلود عاصم " تحت عنوان دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات

وإنعكاساته على التنمية الإقتصادية في مجلة بغداد للعلوم الإقتصادية سنة 2013، كدراسة هدفت إلى

تبيان إنعكاسات جودة المعلومات في ظل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على التنمية الإقتصادية.

كما اعتمدنا على مجموعة من المؤتمرات من بينهم :

✚ مؤتمر " قدوري سحر " تحت عنوان الإدارة الإلكترونية وإمكانيتها في تحقيق الجودة الشاملة، المؤتمر

العلمي العاشر، 24-25 تشرين الأول 2009، الجامعة المستنصرية، العراق .



تاسعا: صعوبات الدراسة :

يمكن القول بأنه لا تستطيع الجزم بخلو أي بحث من الصعوبات ولو بعراقيل بسيطة قد تعترض البحث الدارس لقضية أو في موضوع معين، لذا أدرجنا الصعوبات ضمن مقدمة البحث حتى يتسنى للقارئ معرفة العراقيل التي اعترضت الباحثة أثناء لدراسته فيعذره عن بعض النقائص أو قلة المعلومات المتوفرة عن موضوع معين مثلا وهذا تبعا للصعوبات التي اعترضته ومنه يمكن أن نحصر هذه العراقيل في الآتي :

- عدم توفر المراجع الكافية لموضوع تكنولوجيا المعلومات ، وذلك راجع ربما لحدثة الموضوع.
- صعوبة حصر الكم الهائل من المعلومات في عدد محدود من الصفحات قصد الموازنة بين الفصول خاصة في الإطار النظري.
- عدم دقة بعض المراجع في تحليل الموضوع خاصة في إبراز العلاقة.
- صعوبة إجراء الدراسات التطبيقية الخاصة بهذا الموضوع في الجزائر، بالنظر لحدثة هذا الميدان في المؤسسة الجزائرية.

عاشرا: تحديد المصطلحات :

أولا: مفاهيم باللغة العربية:

- المؤسسة : هي كل هيكل تنظيمي مستقل ماليا، في اطار قانوني أو اجتماعي معين، هدفه دمج عوامل الانتاج من أجل الانتاج، أو تبادل السلع والخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين، أو القيام بكليهما معا، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة، وهذا تبعا للمجموعة من الشروط تختلف باختلاف الحيز المكاني والزمني الذي توجد فيه، وتبعا لنوع وحجم نشاطه.
- - البيانات : هي المادة الخام اللازمة لإنتاج المعلومات، وذلك طبقا لمفهوم النظام، بحيث تمثل البيانات المدخلات والمعلومات المخرجات، وهذا بعد المعالجة.

- - المعلومات : هي البيانات التي تم اعدادها لتصبح في شكل أكثر نفعا للفرد مستقبلا، نحو التي لها إما قيمة
- مدركة في الاستخدام الحالي، أو المتوقع أو في القرارات التي تم اتخاذها .
- - التكنولوجيا : هي الأدوات او الوسائل التي تستخدم لأغراض علمية وتطبيقية، والتي يستعين بها الانسان في عمله لإكمال قواه وقدراته وتلبية تلك الحاجات التي تظهر في اطار ظروفه الاجتماعية وكذا التاريخية.
- - الخدمة : هي تلك الأنشطة والفعاليات غير الملموسة التي تقف إلى إشباع حاجات المستهلك الأخير والمستعمل الصناعي و مقابل دفع مبلغ معين من المال من دون أن تقترن هذه الخدمات مع بيع سلع.
- - التسويق : هو عملية تخطيط وتنفيذ التصور الكلي لتسعير وترويج وتوزيع الأفكار والسلع والخدمات لخلق عملية التبادل التي تشبع حاجات الأفراد والمنشآت.
- - الأداء : هو تأدية عمل أو انجاز نشاط أو تنفيذ المهمة، بمعنى القيام بفعل يساعد على تحقيق الأهداف.
- - المبيعات : هي منتجات تقدمها الشركة أو المؤسسات أو الجهات التمويلية أو غيرها، وعليها يقوم قسم المبيعات ببيع المنتجات للجهات المستفيدة .

•

المفاهيم باللغة الانجليزية:

- **The institution:** It is any organizational structure that is financially independent within a specific legal and social framework whose goal is to integrate the factors of production for the production or the exchange of goods and services with other economic agents or both to achieve a suitable result. This depends on a set of conditions that vary according to the spatial and temporal space in which they exist depending on the type and size of its activity.

- **Data:** The raw material needed to produce information according to the concept of the system so that the data represent input, output information after the processing operation
- **Information:** it is the data that has been prepared to be the most beneficial to the individual's future, which either has a perceived value in the current use, or the expected use or in the decisions that are being taken
- **Technology:** The tools or means used for scientific and practical purposes, which the person uses in his work to complete his strengths and abilities and meet those needs that appear in the context of social conditions as well as historical
- **Service:** Is an intangible production, exchanged by the producer and the consumer, without the need for transfers or storage, as it begins when purchased or consumed, and ends often quickly, and not followed by transfer of ownership.
- **Marketing:** is the process of planning and implementing the overall perception of pricing, promotion and distribution of ideas, goods and services to create a process of exchange that satisfies the needs of individuals and enterprises.
- **The performance:** it is the performance of a work or a task or carrying out activity or a task in the sense of doing an act that helps to achieve the goals set.
- **Sales:** they are products provided by the company or financial institutions or other, in which the sales department sells products to the beneficiaries.
- **Marketing Mix:** An intellectual framework that helps marketers build strategic plans and consists of: product, pricing, location and promotion
- **Marketing Mix:** An intellectual framework that helps marketers build strategic plans and consists of: product, pricing, location and promotion
- **Promotion mix:** A component of the marketing mix, which is an activity involving an artificial contact process through which the goods or services of the establishment are identified and the advantages are highlighted. The effect of the effect on the target audience is to manipulate their arterial behavior.

حادي عشر: هيكله الدراسة (الخطة التفصيلية للدراسة):



وحتى نتمكن من الإجابة على الإشكالية المطروحة وإثبات صحة الفرضيات أو نفيها اعتمدنا الطريقة

الانجلوسكسونية والقائمة على الفصول وهذا نظرا لسهولةها ووضوحها، ومنه قسمنا الدراسة إلى فصلين :

الفصل الأول هو عبارة عن إطار مفاهيمي، وذلك بغرض حصر المفاهيم في فصل واحد حيث قسمناه

بدوره إلى مبحثين، متناولين في المبحث الأول الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات، بينما تطرقنا في

المبحث الثاني إلى الإطار المفاهيمي للجودة الشاملة .

أما **الفصل الثاني** فتطرقنا فيه إلى صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسة،

حيث قسمناه إلى مبحثين، متناولين في المبحث الأول: تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في

المؤسسات، والمبحث الثاني لدراسة حالة مؤسسات اتصالات الجزائر بالقرارة .

الفصل الأول : الاطار المفاهيمي

المبحث الأول : الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول : مفهوم تكنولوجيا المعلومات

المطلب الثاني : مكونات تكنولوجيا المعلومات ودواعي استخدامها

المطلب الثالث : واقع وآفاق تكنولوجيا المعلومات

المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي للجودة الشاملة

المطلب الأول : تعريف الجودة الشاملة

المطلب الثاني : أهداف وفوائد تحقيق الجودة الشاملة

المطلب الثالث : عناصر الجودة الشاملة

أحدثت التطورات التقنية الحديثة التي يشهدها العالم ثورة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات على مدى السنوات القليلة الماضية، مما أدى إلى ظهور تغيرات نوعية في العديد من أوجه الحياة وبوتيرة عالية، حيث مهدت الحياة لعملية الانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات وقد أخذت هذه الثورة تترك آثارها على حياتنا بشكل غير مسبوق من قبل، وكان الأساس في ثورة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات هو التلاقي والتزاوج بين العتاد وأجهزة الكمبيوتر والبرمجيات وكذا شبكات الاتصالات، وعلى مدى نصف قرن ارتفعت هذه التكنولوجيا خلال سلسلة من التقلبات وأصبحت اليوم هي أهم مدخل لمختلف العمليات .

وعلى هذا الأساس أصبح تطور أي مؤسسة ونقدمها يتوقف أساساً على استخدام تكنولوجيا المعلومات، لما لها من دور أساسي في تحقيق الجودة الشاملة، فمن خلالها تم إزاحة حواجز الأمان و المكان وألغيت المسافات واختصرت الزمان وخفضت التكاليف .

ومن هذا المنطلق وحتى نلقي الضوء على مختلف هذه الجوانب قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى مبحثين حيث تناولنا في المبحث الأول الأطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات مبرزين فيه سمات تكنولوجيا المعلومات وفوائدها ومراحل تطورها وغيرها من المحددات، أما في المبحث الثاني فقد تطرقنا إلى الأطار المفاهيمي للجودة الشاملة مبرزين أهميتها وفوائدها وعناصرها وأهم متطلبات تطبيقها .

المبحث الأول : الاطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

يكتسي موضوع تكنولوجيا المعلومات أهمية بالغة في عصرنا الحالي، نظرا للدور الذي تلعبه في

استغلال المعرفة وتحقيق التنمية، وعليه ومن خلال هذا المبحث سوف نتطرق الى مفهوم تكنولوجيا

المعلومات من خلال تعريفها معرفة أهميتها وسماتها وأهم مراحل التطور التي تمر بها .

المطلب الأول : ماهية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

في هذا المطلب سنقدم مجموع التعاريف التي أعطيت لتكنولوجيا المعلومات، مبرزين أهميتها ومراحل

تطورها ثم نذكر السمات التي ميزتها عن باقي التكنولوجيات والتي كانت سببا في انتشارها واختراقها لمختلف

المجالات .

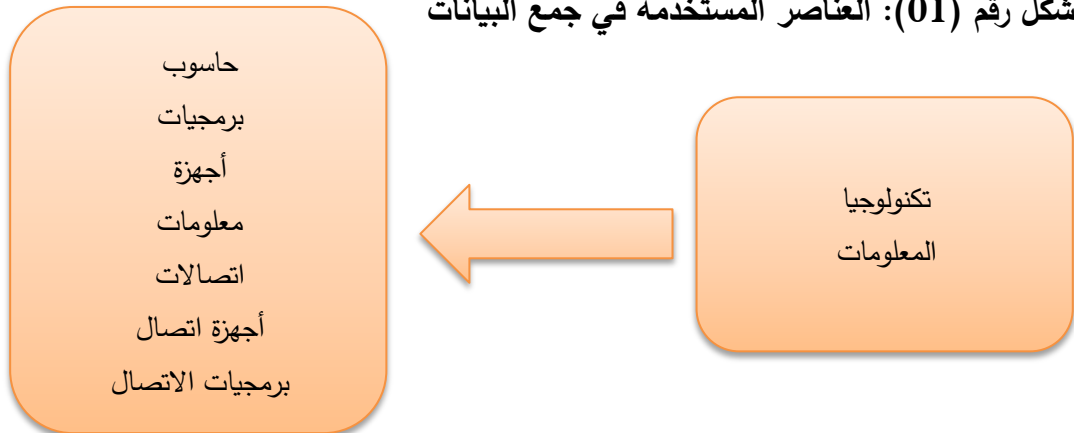
الفرع الأول: تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأهميتها

1/تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

يشير مصطلح تكنولوجيا المعلومات الى مجموعة من العناصر والقدرات التي تستخدم في جمع البيانات

والمعلومات وتخزينها ونشرها باستخدام التكنولوجيا، وهو ما سنوضحه في الشكل الآتي :

الشكل رقم (01): العناصر المستخدمة في جمع البيانات



المصدر: جميلة بومزال، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم

الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر ، 2000، ص20.

لم تحض تكنولوجيا المعلومات-كغيرها من المصطلحات الجديدة-خاصة مع ظهور الاقتصاد الجديد بتعريف موحد بل تعددت هذه التعاريف وتتنوع تبعا لرؤية كل واحد لها، لذا سندرج عدة تعاريف حتى تبرز لنا أوجه الاختلاف والاتفاق بينها، لنعطي في الأخير تعريفا لها، وعليه فإن :

- تكنولوجيا المعلومات تشير إلى الوسائل المستعملة لإنتاج، معالجة، تخزين، استرجاع وإرسال المعلومة سواء كانت في شكل كلامي "صوتي" أو كتابي أو صورة¹.

- تكنولوجيا المعلومات هي استعمال التكنولوجيات الحديثة للقيام بالنقاط ومعالجة، وتخزين واسترجاع، وإيصال المعلومات سواء في شكل معطيات رقمية، نص، صوت أو صورة².

- تكنولوجيا المعلومات هي عبارة عن كل التقنيات المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف أشكالها إلى معلومات بمختلف أنواعها والتي تستخدم من المستفيدين في كافة مجالات الحياة³.

- تكنولوجيا المعلومات عبارة عن مجموعة من الأدوات التي تساعد في استقبال المعلومات ومعالجتها واسترجاعها وطباعتها ونقلها بشكل إلكتروني سواء كانت على شكل نص أو صوت أو صورة أو فيديو وذلك باستخدام الحاسوب⁴.

- كما يعتبرها البعض بأنها: "نتاجا مناسباً للتلاحم والتكامل بين كل من تكنولوجيا الحاسبات الآلية وتكنولوجيا الاتصال"⁵.

وعليه، ومن خلال التعاريف السابقة يمكننا القول أن تكنولوجيا المعلومات هي :

¹ Michel paquin, **management of information and technology**.canada:agency education,1990, p 17.

² Roger catrer, **information technology**.London:made simple books,1991,p 08.

³ علاء عبد الرزاق السالمي، **تكنولوجيا الإعلام والاتصال**. الأردن: دار وائل للنشر، 1997، ص 09.

⁴ Sennjames, **information technology in business**.prenticehell,1995,p 07.

⁵ سميحة احمد عزام، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة"، (مذكرة ماستر)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014، ص 26.

"تلك المكونات المادية للحاسوب والبرمجيات، البيانات وتقنيات التخزين من حفظ وتوفير للمعلومات والبيانات كموارد لتكنولوجيا معلومات المؤسسة".

2/ أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

لقد ساهم التطور العلمي والتكنولوجي في تحقيق رفاهية الأفراد، ومن بين التطورات التي تحدث باستمرار تلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات، وما تبلغه من أهمية من ناحية توفير خدمات الاتصال بمختلف أنواعها، وخدمات التعليم والتثقيف وتوفير المعلومات اللازمة للأفراد والوحدات الاقتصادية، حيث جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أفرادها الاتصال فيما بينهم بسهولة وتبادل المعلومات في أي وقت وأي مكان¹، ذلك إضافة لما لها من أهمية في :

- مساعدة المنظمات في الحصول على المعلومات المطلوبة لأداء أعمالها بشكل مناسب ومميز .
 - مساعدة المنظمات في إيجاد فرص جديدة للعمل .
 - تعتبر القاعدة الأساس التي تبني على ضوئها المنظمات الإدارية ميزتها التنافسية لما تحتله هذه التكنولوجيا من دور فعال ورئيسي في انجاح تلك المنظمات .
 - تعمل على تغيير الطريقة التي تعمل بها المنظمات وإعادة تشكيل منتجاتها وخدماتها².
- وعليه فهي تقدم الدعم الكبير للمؤسسات لتحقيق الاستراتيجيات الآتية :
- أ. استراتيجية التكلفة الأدنى : من خلال تقليص التكاليف في الإنتاج، التجهيز، خدمة الزبون، التسويق لمنتجاتها ... وغيرها ، وبهذا ترتفع أرباحها .

¹ خلود عاصم، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، العدد 8، 2013، ص 234 .

² العربي عطية، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلي" مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، العدد 10، 2012، ص 322.

ب. استراتيجية التمييز : تطوير تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالمؤسسات يمكنها من تمييز منتجاتها وخدماتها عن غيرها من المنافسين وهذا ما يساهم في تطوير قدراتها التنافسية .

ج. استراتيجية التجديد (الابداع) : وهذا باستخدام الطرق الحديثة للعمل، إذ أن أهمية تكنولوجيا المعلومات تتجلى من خلال تدعيم قدراتها على خلق الحواجز أمام دخول الصناعة، تغيير موازين القوى في علاقة المؤسسة بمورديها وتغيير أسس المنافسة ورفع الكفاءة الانتاجية وخلق الميزة التنافسية¹.

الفرع الثاني: مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد مرت تكنولوجيا المعلومات بمراحل مختلفة، فقد كانت هناك مستجدات واختراعات متطورة وحديثة بمرور الوقت، وقد تميزت بارتباطها وتشعبها مع بعضها، وسنلخص هذه المراحل من خلال الجدول الآتي :

¹ عبد الله غالم، مُجد قريشي، "دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات الزبائن" مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، جامعة بسكرة، العدد 10، 2011، ص 139 .

الجدول رقم(01): التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

التاريخ	التطور التاريخي في مجال تكنولوجيا المعلومات
3500ق.م-1837م	اختراع الكتابة السومرية، وظهور مجموعة لمصادر المعلومات، بالإضافة الى صنع الورق والحبر، وظهور أول جريدة وأول مجلة، واكتشاف ماكينات العد، والموجات الكهرومغناطيسية، والتلغراف.
1838م-1895م	اتساع استعمال التلغراف واختراع الفاكس، بالإضافة إلى اختراع الآلة الطابعة واكتشاف الهاتف من طرف "جراهام بيل"، واستخدام الطاقات الكهربائية، ولا ننسى اكتشاف آلات العرض السينمائية واللاسلكية، واكتشاف المذياع.
1900م-1948م	وهنا تم الاعتماد على الاتصالات البعيدة، والبت عبر الراديو، كذلك أول عرض للجمهور عبر التلفاز، وأهم ما ميز هذه المرحلة هو ظهور النظرية العامة للحاسوب واكتشاف أول حاسوب إلكتروني ميكانيكي والذي سمي "مارك I". بالإضافة الى اكتشاف الترانزيستور وأنشطة التسجيل الصوتي.
1963م-1964م	في هذه المرحلة ظهر نظام تلفاز الكيبل، وتم إجراء أول مكالمات هاتفية بعيدة المدى كما تم التشغيل الملون للتلفاز، وابتكار لغة فورتران للحاسب، كذلك تم اختراع المودم والفيديوفون، ونخص بالذكر إطلاق أول قمر صناعي واكتشاف الليزر، وعرض أشربة الكاسيت الصوتية.
1964م-1982م	هنا تم عرض معالج الكلمات، وظهور الآلات الحاسبة اليدوية، بالإضافة إلى إنشاء شبكات المعلومات المحسوبة وإستخدام القرص اللين كوسيلة ثانوية للتخزين، كذلك ظهور أول مصغر وظهور شاشة التلفاز المسطحة، ومما ميز هذه المرحلة هو ظهور أول عرض لتقنية الأبعاد الثلاثية، وأول عرض للحواسيب المحمولة، وأول ظهور للأقراص المضغوطة والمدمجة.
1983م-1994م	تم الإعلان عن أنظمة تشغيل جديدة، وطرح معالج حاسوب، كما تم عرض الحواسيب المنضدية للوسائط المتعددة، والحواسيب الشخصية المشتملة على تشغيل فيديو كامل الحركة، بالإضافة إلى أول تراسل للبيانات اللاسلكية عبر الحواسيب المصغرة، وظهور متصفح "موزايك".
1995م-2001م	تم تطوير محرك البحث الأول الذي يعمل باستراتيجيات البحث بعوامل البحث البوليانى على شبكة الانترنت، بالإضافة إلى ظهور خدمة الاتصالات الهاتفية عبر الانترنت، كما تضمنت هذه المرحلة بداية بث التلفاز الرقمي، والتحول من التخزين في الأشرطة إلى التخزين في الأقراص متعددة الوسائط، هذا إضافة إلى التطوير المستمر في المعالجات والأنظمة التشغيلية.

المصدر: إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السمراي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. الأردن: الوراق للنشر والتوزيع، 2002،

الفرع الثالث : سمات وفوائد تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1/سمات تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

تتميز تكنولوجيا المعلومات بعدة خصائص من شأنها أن تزيد في أهميتها سواء على مستوى الفرد أو

الدولة، ويمكن حصر هذه الخصائص في النقاط الآتية :

أ/المرونة: تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات بتعدد مستعمليها، فعند استعمالنا مثلا للحاسوب: قد

نستخدمه لكتابة نصوص أو من أجل برنامج معين أو لأجل أغراض أخرى، وبالتالي فإن استعمال الحاسوب يختلف من شخص لآخر وهذا ما يكسب تكنولوجيا المعلومات مرونة كبيرة .

ب/النممة: يقصد بالنممة: الأسرع، الأصغر والأقل تكلفة، وهي من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات فهي تتسم بالتحسن الدائم في سرعتها وسعة ذاكرتها مع انخفاض في أسعارها سنويا مما جعلها موضوع طلب دائم وكبير في جميع الميادين وخاصة ميدان التسيير والاقتصاد .

ج/النمو بوتيرة متزايدة: حيث يرتبط النمو الاقتصادي ارتباطا وثيقا بالتطور في تكنولوجيا المعلومات، فكما تطورت هذه الأخيرة صاحبت معها تطورا ملحوظا في النظام الاقتصادي ككل، مما يؤدي إلى التغير السريع في قطاعات الأعمال الأخرى، وبالتالي امكانية تكيفها مع هذا التغير¹.

د/القدرة على التخزين: ويتضح هذا من خلال التطور في الوسائط الالكترونية المستعملة في تخزين المعلومات كذلك في التطور المستمر في أنظمة تسيير قواعد المعطيات والوثائق الموجودة، والتي تسمح لكل مستعمل بالوصول إلى كتلة كبيرة من المعلومات مهما كان تخزينها² .

¹ عبد الله غالم، محمد قرشي، مرجع سبق ذكره، ص 138/139 .

² ساسية مساهل، "تأثير تكنولوجيا المعلومات على وظيفة المراجعة الداخلية في المؤسسة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة

محمد خيضر بسكرة، 2007، ص 41 .

2/ فوائد تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

- تؤثر تكنولوجيا المعلومات ونظمها على قدرة أداء المنظمات لوظائفها الأساسية، ولعل أهم الفوائد والمزايا التي يمكن أن تجنيها هذه المنظمات إما استخدمت هذه الأدوات بالشكل الأمثل :
- السرعة والدقة في إنجاز الأعمال المطلوبة .
 - تقليل التكاليف والحد من استخدام الملفات الورقية التي تأخذ حيز كبير في المؤسسة .
 - تحسين الكفاءة وزيادة الفاعلية وذلك من خلال القيام بالأعمال المطلوبة بالطريقة الصحيحة مع زيادة القدرة على التنسيق بين الدوائر والأقسام الإدارية المختلفة .
 - تحديد قنوات الاتصال بين القنوات الإدارية المختلفة في المنظمة .
 - تهيئة الظروف المناسبة لاتخاذ القرارات الفعالة، وذلك عن طريق تجهيز المعلومات بشكل مختصر وفي الوقت المناسب .
 - المساعدة على التنبؤ بمستقبل المنظمة والاحتمالات المتوقعة بغية اتخاذ الاحتياطات اللازمة في حالة وجود خلل في تحقيق الأهداف .
 - مواكبة التطورات العالمية فيما يتعلق بأساليب خدمة الزبائن وتنويعها .
 - حفظ البيانات والمعلومات التاريخية والضرورية التي تعتبر أساس عمل المنظمة¹.

¹ العربي عطية، مرجع سبق ذكره، ص 322 .

المطلب الثاني : مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودواعي استخدامها

الفرع الأول : مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال

من بين مفاهيم مكونات تكنولوجيا المعلومات نجد المفهوم الواسع، والذي يوضح لنا بأنها تتكون من مجمل الخدمات واليد العاملة والقدرات التطبيقية التي تقدم بواسطة الأجهزة والبرمجيات إلى المؤسسة، والتي هي ممولة من قبل الإدارة، ومنه فإن العناصر المكونة لتكنولوجيا المعلومات هي كالآتي :

1.العناصر المادية : وتتمثل في أجهزة الحاسوب، وتتكون من العناصر الآتية :

أ/الوحدات المركزية: وتتكون بدورها من الوحدة الأم، والمعالج والذي يعتبر عقل الكمبيوتر حيث يقوم بتنفيذ كل العمليات الحسابية والمنطقية، إضافة إلى وحدة الذاكرة الرئيسية التي تعمل على تخزين تعليمات البرامج والمعطيات قيد المعالجة، ونجد كذلك أسلاك التوصيل التي تربط بين مختلف الأجزاء .

ب/اللواحق: وتتكون من وحدات الإدخال ووحدات الإخراج، فالأولى هي الأجهزة المسؤولة عن إدخال التعليمات المطلوب تنفيذها والمعطيات المطلوب معالجتها كلوحة المفاتيح، الفأرة، الميكروفون، أما الثانية فهي الأجهزة التي تقوم بنشر النتائج المعالجة من الوحدة المركزية كشاشة الحاسوب، الطابعة ...

ج/الذاكرات الثانوية: وكما نعلم فإن الذاكرة الحية تفقد المعلومات الموجودة بها مباشرة بعد توقف الحاسوب لأي سبب ومنه لا بد من استعمال ذاكرة تسمح بحفظ المعلومات بصفة دائمة وتتمثل في القرص الصلب، الأقراص المرنة، الأقراص المضغوطة ...¹

2.العناصر غير المادية : وتتمثل في البرمجيات، وتشمل على التوضيحات والتعليمات التفصيلية المنظمة

التي تسيطر على المكونات المادية للحاسوب، وتتكون من :

¹ عبد العزيز سطحاوي، "دور تكنولوجيا المعلومات في عملية التنبؤ بالمبيعات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008، ص 76 .

أ/برمجيات النظم: وهي عبارة عن مجموعة من البرامج التي تجهز عادة من قبل شركات تصميم وتصنيع البرامج وتستخدم كوسائل مساعدة في تشغيل واستخدام الحاسوب بكفاءة عالية كما أنها تبسط عملية استخدامه في تنفيذ المهام المختلفة .

ب/برمجيات التطبيقات: وهي التي تكون موجهة لإنجاز مجموعة من الوظائف المحدودة، ويطلق على كل مجموعة من هذه البرمجيات باسم الحزمة البرمجية، فمنها ما هو متخصص في معالجة النصوص، ومنها ما هو متخصص في الرسم والتصميم الهندسي، وغيرها من البرمجيات¹.

3.الإتصالات: وهي العملية التي من خلالها يتم نقل وتبادل المعلومات بين طرفين أو أكثر في موقع جغرافي أو مكان محدد، ونجد فيه نوعين :

أ/الوسائل السلكية للإتصالات : ونجد فيها : الأسلاك النحاسية الاعتيادية، وخطوط الكيبل والتي هي حزمة من الأسلاك المفصولة والتي ترزم أو تجمع ضمن غلاف واحد، كذلك الكيبل المحوري والذي يشمل على عدد من الأسلاك المعزولة عن بعضها البعض بعوازل خاصة، ونجد أيضا كيبلات الألياف الضوئية أو البصرية وهي ألياف زجاجية بسمك الشعرة، محفوظة بغطاء بلاستيكي، ويمكنها حمل إشارات ضوئية تنتجها الأجهزة الليزرية .

ب/الوسائل اللاسلكية للإتصالات : ونجد فيها : الموجات الدقيقة والتي تمثل مموجات صغيرة ذات نطاق تردد واسع وبإمكانها نقل كميات هائلة من المعلومات².

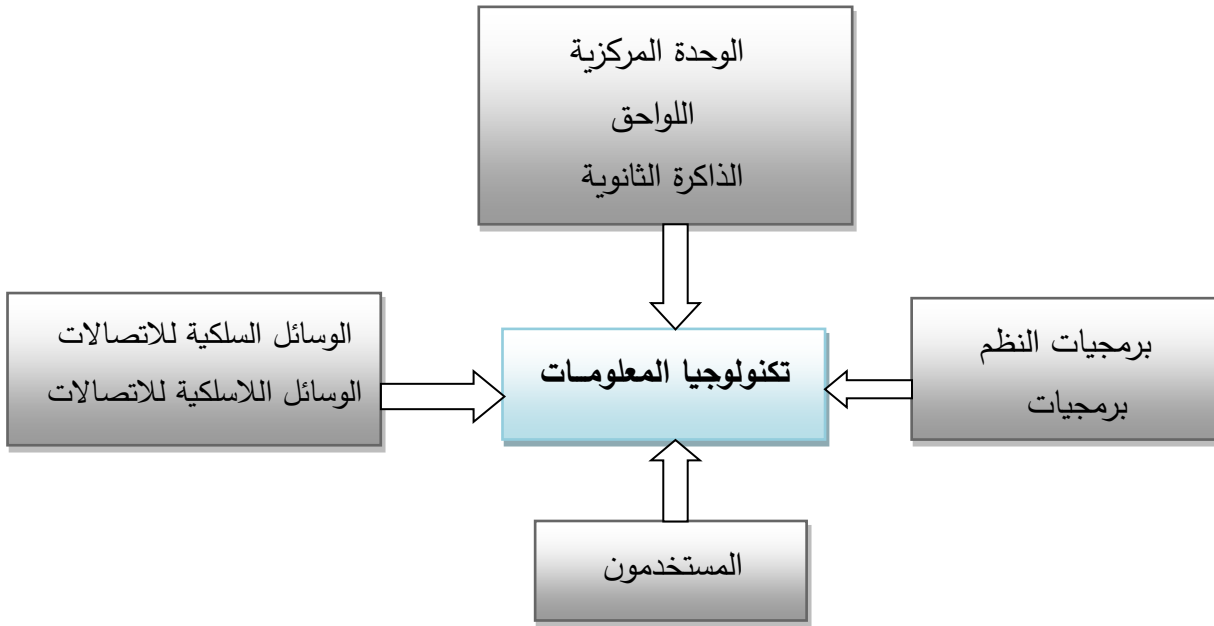
وهناك من يضيف عنصر المستخدمين لما يلعبه من دور في تنشيط العناصر الأخرى.

¹ موسى بن البار، "تأثير تكنولوجيا المعلومات على استراتيجيات التسعير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009، ص 66/65 .

² فضيلة فني، "تأثير تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تسيير العارف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008، ص 82 .

ج/المستخدمين: وتضم الأفراد الذين سيقومون بإدارة وتشغيل تكنولوجيا المعلومات سواء ممن هم إداريين أو متخصصين، إذ أن أهمية العنصر البشري التي تقوم باستخدام تكنولوجيا المعلومات تفوق أهمية المستلزمات المادية إذ أن أغلب حالات الفشل أو النجاح في تطبيق تكنولوجيا المعلومات يعزى للعنصر البشري¹.

الشكل رقم (02): مكونات تكنولوجيا المعلومات والاتصال



المصدر: منيرة سليمان، "دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الميزة التنافسية"، (مذكرة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013، ص 36 .

¹ ندى إسماعيل جبوري، "أثر تكنولوجيا المعلومات في الأداء المنظمي" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، العدد 22، 2011، ص

الفرع الثاني: دواعي استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال

أوضح TURBAN أن هناك مجموعة من الأسباب أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات، وهي كالآتي: أ/تعدد وتقلب بيئة الأعمال: إن البيئة التي تعمل ظلها المنظمات أصبحت أكثر تعقيدا وتقلبا، فالتقدم في الاتصال والتكنولوجيا خلق العديد من التغيرات فضلا عن التغيرات الأخرى الناتجة عن العوامل السياسية والاقتصادية، مما جعل المنظمات تقوم بالأنشطة الهادفة إلى تحسين وحماية عملياتها كإعادة الهندسة، تحسين عملية التنبؤ، بناء تحالفات إستراتيجية مع منظمات أخرى، وذلك بالاعتماد على تكنولوجيا المعلومات أداة مدعمة لكل هذه الأنشطة لضمان بقاء المنظمة واستمرارها في بيئة تتميز بالتعدد وعدم الاستمرار .

ب/المنافسة القوية والاقتصاد العالمي: أدت الضغوط التي تمارسها المنظمات الدولية وكذلك من التكنولوجيا المتقدمة إلى حدة المنافسة العالمية، هذه الأخيرة أصبحت لا تركز فقط على الأسعار وإنما على الجودة، مستوى الخدمة، سرعة التسليم وتقديم منتجات حسب طلب العميل، وفي هذا الإطار تساعد تكنولوجيا المعلومات المنظمات العالمية في الحصول على مزايا متعددة كتحسين الإنتاجية، رفع مستوى الخدمة وزيادة الربحية .

ج/المسؤولية الاجتماعية: لا شك أن التفاعل بين المنظمات والمجتمع لا ينقطع، وأصبحت المنظمات في الآونة الأخيرة أكثر إدراكا لهذا التفاعل وأهميته، حيث تسعى إلى المساهمة في القيام بالخدمات الاجتماعية كالرقابة البيئية، الصحة والسلامة المهنية، تكافؤ الفرص ومراعاة حقوق المستهلك، ويمكن لتكنولوجيا المعلومات أن تدعم أنشطة المسؤولية الاجتماعية من خلال نظم دهم القرار لمراقبة برنامج تكافؤ الفرص والنظم الخبيرة لتحسين الرقابة البيئية .¹

¹ عبد الله فرغلي، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني. مصر: ايتراك للنشر والتوزيع، 2007، ص 28 .

د/توقعات المستهلكين: أصبح المستهلك اليوم أكثر دراية ومعرفة بالسلع والخدمات المتاحة وجودتها مما جعله يطلب أفضلها بالإضافة إلى المنتجات التي تنتج حسب طلبه، ومن ناحية أخرى فإن المستهلك يطلب معلومات

أكثر تفصيلاً عن السلع التي يريدها وهذا ما جعل المنظمات في حاجة إلى أن تصبح قادرة على توصيل المعلومات بسرعة لإشباع حاجات ورغبات المستهلك، ومن هنا ظهر دور تكنولوجيا المعلومات في تمكين المنظمات من تحقيق ذلك .

ه/تغير هيكل الموارد: يرى MORISS أن عامل المعلومات أدى إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات، ففي العصر الصناعي ثار الاعتقاد بأن هناك أربع موارد رئيسية للمنظمة هي (المادية، البشرية، المالية، الخام)، أما الآن فيوجد عامل رئيسي خامس هو المعلومات، ومن هنا ظهرت أهمية تكنولوجيا المعلومات للقيام بمعالجة هذه المعلومات والاستفادة منها خاصة في ظل الانفجار المعلوماتي الحالي .

و/العولمة: تعتبر هذه الأخيرة من أهم العوامل التي أدت إلى زيادة أهمية تكنولوجيا المعلومات التي أصبحت المحرك للمنظمات تجاه العولمة من خلال استخدام الحاسبات الآلية وتكنولوجيا الاتصالات والثورة المعلوماتية كطاقة مولدة ومحركة للعولمة بكل ما تحمل من تقنيات جديدة وأساليب حديثة وذلك عبر التجارة الإلكترونية والتعليم الإلكتروني¹.

المطلب الثالث : واقع وآفاق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات في مختلف المجالات، الأمر الذي خلف العديد من الآثار الناجمة عن تطبيقها، وفي نفس الوقت لقد واجهت هذه التكنولوجيات العديد من التحديات وهو ما يتطلب ضرورة اتخاذ التدابير اللازمة في سبيل مواجهتها .

¹ عبد الله فرغلي، مرجع سبق ذكره، ص 28-29.

الفرع الأول : واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1/تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

تعددت حاجة المؤسسة إلى إدخال تكنولوجيا المعلومات، كما تعددت حاجة هذه الأخيرة في المؤسسات فيمكن أن نجد هذا الاستعمال ضمن المجال الداخلي أو ضمن المجال الخارجي للمؤسسة، وهذا ما سنوضحه فيما يلي :

1.1.تطبيق واستعمال داخلي : من أهم استعمال تكنولوجيا المعلومات على المستوى الداخلي للمؤسسة

نذكر:

- تستعمل تكنولوجيا المعلومات كمصدر مركزي لكل معلومات المؤسسة في بطاقة تعرض فيها كل من التعريف بالمؤسسة، نشاطها، هيكلها التنظيمي، أهدافها، معلومات عن الهيكل أو المنتج ... الخ .
- وضع دليل العاملين الذي يساعد في خر كل من المعلومات الشخصية، الوظيفة، الترقيات ... الخ .
- ربط كل أجزاء المؤسسة مع بعضها البعض حتى وإن كانت في مواقع مختلفة، ومهما تباعدت أجزاؤها أو فروعها جغرافيا، إذ تسمح لكل جزء فيها بمعرفة ما يجري في الأجزاء الأخرى من خلال الشبكة الداخلية .
- الاستعمال الإلكتروني لبطاقات الدوام (التسجيل اليومي للحضور) لتسهيل معالجة البيانات والاستفادة منها وكذا سرعة الوصول إليها .

- تتيح للموظفين الوصول إلى الوثائق المعيارية والمعالجة (طلب عطلة مثلا)¹

- تحديد الوظائف وتجديد مهامها ومسؤولياتها .

- وضع معلومات عن المنتج ومواصفاته لتفادي تكرار الشرح عدة مرات .

- للحصول على معلومات تخص المنتجات المنافسة، ومميزاتها حتى نبقي المؤسسة في وضعية تنافسية

جيدة .

¹ ابراهيم بختي، "مقياس تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2005، ص 48 .

- الانتقال السهل والسريع داخل المؤسسة .
- النقل السريع والاقتصادي للمستندات بتوفير التكاليف البريدية والوقت المستغرق في ذلك .
- 2.1. تطبيق واستعمال خارجي :** ومن أهم الاستعمالات الخارجية لتكنولوجيا المعلومات بالمؤسسة نذكر :
 - نشر الإعلانات والإشهار الخاصة بمنتجات المؤسسة على شبكة الانترنت، حتى تجلب أكبر عدد من الزبائن .
 - السماح للزبائن الشراء والتسوق عبر الانترنت وتحقيق التجارة الالكترونية .
 - سرعة الاتصال مع أشخاص خارج المؤسسة عن طريق البريد الالكتروني فهو يكسب ميزة الهاتف من ناحية السرعة، وميزة الخطاب بإعطاء أحسن تعبير .
 - تزويد المؤسسة بمعلومات عن مواد تريد شراءها، خاصة المواد ذات التمويل الكبير .
 - الحصول على معرفة خارجية سواء من خبراء أو مستشارين في مجال عملها لحل بعض المشاكل دون دفع تكاليف الاستشارة في بعض الأحيان .
 - الإطلاع الدائم على سوق العمالة من أجل اختبار متطلباتها من الموظفين عند الحاجة .
 - اختبار سوق منتجاتها ولمعرفة مدى رضا المستهلكين عنها حتى يفيدها في وضع خطتها المستقبلية من الناحية الإنتاجية والتسويقية .
 - إمكانية اختبار المورد المناسب من خلال العروض المقدمة من طرف الموردين، ميزات المنتجات أو الموارد الأولية، السعر ... الخ¹ .

¹ نفس المرجع، ص 49 .

3. تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال في مجالات أخرى :

تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات، حيث شملت جميع المجالات وهو ما دفعنا إلى التعرض أو التطرق إلى أهم تطبيقاتها والتي نوجزها فيما يلي :

أ/ الآلية: مع تطور الإلكترونيك وظهور رقائق السيلكون تطورت هذه الآلات إلى رجال آيين يقومون بتنفيذ حركات معقدة وسريعة للغاية يعجز الإنسان عن أدائها بنفس الكفاءة، لقد أصبحت هذه الآلات تقوم بعمليات عدة أهمها الإنتاج، التصميم، التنظيف والرفع ويعتبر انخفاض نسبة الأخطاء من أهم مميزات الرجال الآيين.

ب/ التصميم المساعد من خلال الحاسوب: لقد استطاعت هذه التقنية أن تحدث ثورة في مكاتب الدراسات حيث أصبح بالإمكان رؤية النموذج المجسم قبل أن ينجز، هذه التقنية سمحت ما يعرف باقتصاد التصميمات، إذ يتم إنجاز العدد من التصميمات في أقل وقت ممكن وبأقل التكاليف مما سمح بإدخالها في عملية الإنتاج بواسطة التصميم والإنتاج المساعد من طرف الحاسوب (المعالج المصغر) .

ج/ الذكاء الاصطناعي: استطاع الإنسان إلى حد ما تحقيق حلمه، فها هو الحاسوب يقرأ ويتعرف على الأشياء بل ويستطيع أن يتحدث ويعطي لكل مشكلة حل، ولم يكن الإنسان ليتمكن من الوصول إلى هذه النتيجة لولا تطور البرمجيات مما سمح بظهور الأنظمة الخبيرة .

د/ التعليم الافتراضي: حيث تعتبر تكنولوجيا المعلومات كإحدى البنى الأساسية وكأداة لدعم التعليم الافتراضي وعملت على تسهيل النفاذ إليه وتكلفة معقولة، كما أفادت المناطق المعزولة في توصيل التعليم لها .

هـ/ الإعلام الإلكتروني: الإعلام الذي يعتمد على وسائل الاتصال التكنولوجية في إيصال وتزويد الجماهير بالأخبار والمعلومات، فهو يشترك مع الإعلام العام في المبادئ والأهداف العامة، غير أنه يتميز عنه من خلال الوسائل التكنولوجية المتطورة المعتمدة مثل: الهواتف النقالة، الانترنت ... الخ¹.

¹ فريدة بوعلي، حكيمة فوضيل، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الاتصال الداخلي للمؤسسة، (رسالة ماستر)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، 2014، ص 56/55 .

و/الصحة والطب: تم توظيف تكنولوجيا المعلومات في مجال الصحة والتطبيب عن بعد بهدف الرفع من المستوى الصحي لسكان الأرياف والمناطق النائية، مما يقلل نفقات العلاج والسفر، وكذا التبادل المعرفي بين المراكز الصحية المنتشرة في العالم .

ي/المجال العسكري: حيث كان لها دور كبير في توصيل الرسائل بشكل سري بين القادة والميدان وكذا لأغراض التجسس، كما تم بواسطتها التحكم في الصواريخ الموجهة بالحاسوب والقنابل الذكية وغيرها، مما أثر على أداء الجنود في المعركة¹.

¹ نفس المرجع، ص 56 .

2/ آثار استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال :

إن تطبيق تكنولوجيا المعلومات أحدثت تطورات هائلة، على مستوى المنظمات كما استطاعت هذه التطبيقات أن تغزو جميع المؤسسات العامة والخاصة على مختلف أنواعها، فلا تكاد أن نجد أي منها يخلو بشكل أو بآخر من هذه التطبيقات، ومن خلال هذا الطلب سنسلط الضوء على أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات من خلال آثارها على الجوانب المختلفة، التنظيمية والاقتصادية والاجتماعية .

1.2. الآثار التنظيمية :

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات في المنظمات المعاصرة، خلق تحديات كبيرة في مجالات عدة خاصة من الناحية التنظيمية، حيث تحدد العلاقات ما بينها من خلال المرتكزات الآتية: المركزية أو اللامركزية أو الجمع بينهما، التقليص في حجم الوظائف والمستويات الإدارية والتحول في شكل الهيكل التنظيمي من الهرمي إلى الشبكي وسوف يتم تناول كل جانب من هذه الجوانب فيما يلي¹:

أ/الاتجاه نحو المركزية واللامركزية :

في عام 1958 قدم "Leavit" تنبؤه حول تأثير تكنولوجيا المعلومات على البناء التنظيمي للمنظمات وأشار إلى أن المنظمات ستتجه نحو المركزية، وذلك لأن وفرة المعلومات مقارنة بما كان متاح في السابق سوف يسمح للإدارة بأن تكون في قراراتها مركزية من خلال نظام معلومات مركزي يتواجد في المقر الرئيسي ويرتبط جميع أجزاء المنظمة بشبكة اتصالات تتيح للإدارة نقل وتبادل المعلومات بينها وبين جميع العاملين فيها، ولكن هناك من يرى العكس أي أن استخدام الحاسوب سوف يدفع المنظمات نحو الواجهة إلى اللامركزية وذلك لأن الإدارة سوف لا تستطيع التغلب على المشاكل الناتجة عن كمية المعلومات التي ستولدها تكنولوجيا المعلومات.²

¹ نفس المرجع، ص 57 .

² رعد حسن الصرن، إدارة المكاتب الحديثة. دمشق: دار رضا للنشر، 2002، ص 89 .

إضافة إلى ازدياد عدد القرارات المطلوبة اتخاذها في المنظمات الكبيرة وقد أيد هذا الرأي كل من "Burhuganen" و"Anshe"، ويجب أن نضع في عين الاعتبار أن استمرار التطورات في مجال تكنولوجيا المعلومات كان له دور واضح في تبني اتجاه الجمع بين المركزية واللامركزية سواء في البناء التعليمي أو في تصميم أنظمة المعلومات، مما يستوجب على المنظمات أن تكيف بناءها التنظيمي بالشكل الذي يكون فيه قادرا على تحقيق أهدافها بكفاءة وفاعلية .

ب/تقليص حجم الوظائف والمستويات الإدارية :

عملت تكنولوجيا المعلومات على زيادة التوافق بين الوظائف، وبالتالي اختيار الموارد المؤهلة الكفؤة وتدريبها وتقييم أدائها وتخطيط مسارها الوظيفي وإدارة الرواتب وتحسين نوعية وظروف العمل، كما أسهمت تكنولوجيا المعلومات من خلال أدواتها المختلفة من زيادة كفاءة عملية الاتصال وتحسين عملية التحفيز والدافعية لدى الأفراد، أما فيما يتعلق بعملية تقليص المستويات الإدارية فقد أشار "Hanold" بأن ازدياد قدرات الإدارة في الحصول على المعلومات بالسرعة والدقة الملائمة من خلال الاعتماد على أنظمة المعلومات المحسوبة سوف يساهم في تقليل الاعتماد على الإدارة الوسطى، بالأخص ظهور شبكات الاتصال المحلية والدولية يمكن المدراء من زيادة حجم نطاق إشرافهم، وإن زيادة حجم نطاق الإشراف يؤدي إلى تقليص دور الإدارات الوسطى مما يجعله يساهم في تفلطح شكل الهيكل التنظيمي وتقليل عدد مستوياته وهذا ما يجعله أكثر قدرة على الاستجابة لمتطلبات الزبائن إضافة إلى مساهمته في سرعة إيصال القرارات التي تتخذ في المستويات الإدارية العليا إلى المستويات التشغيلية .¹

¹ نفس المرجع، ص90.

ج/التحول في شكل الهيكل التنظيمي :

التأثير الإجمالي على الهيكل التنظيمي، يتمثل في ظهور زيادة في الخيارات الهيكلية والبنوية للمنظمة، خاصة عند تطبيق مفهوم الشبكات التي تساهم في ربط المنظمة داخليا وخارجيا، حيث نجد الهيكل الشبكي للمعلومات يعمل على إلغاء الحدود بين كل من المنظمة والموردين والعملاء وحتى المنافسين ويسمح بنقل وتبادل المعلومات فيما بينهم، وكانعكاس لهذا المفهوم بدأت المنظمات باعتماد التنظيم الشبكي في هيكلها التنظيمي وذلك بأن الهياكل السابقة التقليدية تتسم بمحدودية قدراتها للاستجابة لمتطلبات البيئة الخارجية والداخلية للمنظمات مما يفرض على المنظمات التخلي عن التنظيم الهرمي البيروقراطي التقليدي، الذي يفرض في طبيعته قيود على عملية تدفق المعلومات، في حين أن التنظيم الشبكي يساهم في تقليل المعوقات إضافة إلى تقليل تكلفة نقلها، سواء داخل المنفذ أو خارجها خصوصا عندما تكون الاتصالات دولية.

من كل ما سبق ومن خلال الجدول الآتي سنحاول أن نوضح وبأسلوب مقارن أن لتكنولوجيا المعلومات تأثير واضح على الكثير من المتغيرات ذات العلاقة بالبناء التنظيمي للمنظمات الحديثة قياسا بالمنظمات التقليدية.¹

¹ نفس المرجع، ص90.

الجدول رقم (03): الآثار التنظيمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

العوامل والأبعاد	المؤسسة التقليدية	المؤسسة المعتمدة على Tech
تصميم العمل	ضيق ومحدودية وانعدام المرونة	واسع وعالية المرونة
فلسفة الإدارة	التوجه نحو المركزية	الجمع بين المركزية واللامركزية
الهيكل التنظيمي	هرمي/بيروقراطي	شبكي أفقي
عدد المستويات الإدارية	كبيرة	قليل
نطاق الإشراف للإدارة العليا	ضيق	واسع
نمط الإدارة	إشرافي	قيادي
نوعية العاملين	مهيكليين (غير مبدعين)	مبدع ومتكيف
مجالات التركيز في العمل	التركيز على الأنشطة	التركيز على العملاء

المصدر: نجم عبد الله الحميدي وآخرون، نظم المعلومات الادارية. ط2، الأردن: دار وائل للنشر والتوزيع، 2009، ص 290 .

2.2. الآثار الاقتصادية :

تحت تأثير عصر المعلومات وثورة تكنولوجيا المعلومات، تغيرت عدة مفاهيم فقد أصبح الرأس المال الفكري أهم نسبياً من الرأس المال المادي، وأصبحت المعلومات قوية وثرية تضيف على العمل قيمة مضافة، لأن الاقتصاد المعاش هو اقتصاد المعلومات، كما تميزت هذه الثروة بتقلها السريع عكس منتجات اقتصاد الزراعة والصناعة¹.

ولعل الآثار الاقتصادية الناتجة عن استخدام تكنولوجيا المعلومات تتمثل في استخدام الحاسب الإلكتروني كأحد العناصر الأساسية المكونة لهذه التكنولوجيا، وما ذلك إلا لما تتميز به هذه الآلات من

¹ هاني شحادة الخوري، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين. سوريا: مركز رضا للكمبيوتر، 1998، ص 208.

انخفاض في مستويات أسعارها، والسهولة في التشغيل والصيانة، وضمان تدفق المعلومات بشكل أفضل، بالإضافة إلى قابليتها للتوسع وتطابق أنظمة الحسابات المختلفة، وأهميتها في تعمير مفهوم المركزية واللامركزية في الهيكل التنظيمي للمنظمة، بالإضافة إلى قدرتها المالية على تخزين الكم المعلوماتي الهائل، وإسهاماتها في سرعة ودقة إنجاز المهام والواجبات المطلوبة¹.

3.2. الآثار الاجتماعية :

إن تكنولوجيا المعلومات لا تمنحنا فقط أساليب مختلفة للعمل والتفكير والترفيه، بل إنها تقدم لنا أيضا بعض الخيارات الأخلاقية المختلفة والتحويلات الثقافية التي تعكس وتساعد في توجيه السلوك والتصرفات، مما يخلف أثارا على البنيان المجتمعي والبناء القيمي للمجتمع².

¹ نفس المرجع، ص 209.

² فريدة بوعللي، حكيمة فوضيل، مرجع سبق ذكره، ص 61.

الفرع الثاني : آفاق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

1/تحديات تكنولوجيا المعلومات والاتصال:

هناك مجموعة من التحديات التي تواجه استخدام تكنولوجيا المعلومات نذكر منها :

أ/المحددات الاقتصادية: مازالت تكلفة تحويل النصوص إلى الشكل المقروء آليا مرتفعة تحد من تبني الناشرين لها والاستثمار فيها، كما أن جهود البحث والتطوير لتصنيع الذاكرة Bublememory وإنتاجها بوفرة لاقت صعابا، مما أدى إلى توقف بعض الشركات وانسحابها من السوق، كل ذلك أثر على تطبيق تكنولوجيا المعلومات والحد من انتشارها واستخدامها في المكتبات ومراكز التوثيق¹.

ب/فقدان سيطرة الإدارة على النظام : حيث تشير التجارب والتطبيقات السابقة إلى تنامي وتعقد الصعوبات المرتبطة بإدارة النظم المعلومات والبيانات بسبب الافتقار إلى وجود إدارة مركزة وموحدة قادرة على تسيير فرع التكنولوجيا، وعادة ما يقتني مدير مؤسسة أو منظمة هذه التقنيات الحديثة لاستخدامها في المؤسسة أو المنظمة ولكن لا يملك هادة الموظف المعرفة للتحكم بهذه التقنية أو العمل بواسطتها وبالتالي نكون في مشكل حقيقي يجب حله².

ج/الاتجاهات الشخصية التقليدية : لا زالت حتى الآن تلعب الاتجاهات الشخصية التقليدية دورا كبيرا في عدم مساندة التغييرات التي تحتمها التكنولوجيا المتطورة، فيعارض كثير من مستخدمي مراكز المعلومات والتوثيق في استخدام الأشكال غير المطبوعة مثل المصغرات الفيلمية وأقراص وأشرطة وأسطوانات فيديو³.

¹ مُجَّد هادي، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها. الإسكندرية: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1989، ص45 .

² بشير العلاق، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة. القاهرة: منشورات المنطقة العربية للتنمية العربية الإدارية، دت، ص 138.

³ مُجَّد هادي، نفس المرجع، ص45.

د/التشريعات الحكومية غير المساندة : حتى الآن لا تساند التشريعات الحكومية انتشار استخدام تكنولوجيا المعلومات الحديثة فالحجبة القانونية للمصغرات الفيلمية والوسائط الإلكترونية الحديثة لا يعتد أو يؤخذ بها في المعاملات.

الرسمية والمحاكم في كثير من دول العالم وخاصة النائية، لذلك تحجم كثير من مصادر المعلومات والتوثيق والمكتبات عن التحويل الآلي لأوعيتها من الوثائق والمطبوعات.

ه/القيود على حقوق النشر والمؤلف: يحجم كثير من المتمتعين بحقوق التأليف والنشر عن السماح بإعادة إنتاج أو إخراج أعمالهم الأدبية والعلمية أو الفكرية الصادرة من قبل على هيئة مطبوعات لكي لا توزع إلكترونياً فالمشاكل الناجمة عن النشر والتوزيع الإلكتروني للوسائط الإلكترونية البديلة تعضد هذا الامتناع .

و/التعليم والتدريب غير المنتشر: لازالت جهود التعليم والتدريب قاصرة على تأهيل وتنمية القوى المتعاملة والمتفاعلة مع المعلومات، ففئات المتعاملين مع المعلومات أصبحت كبيرة جداً في العصر الحاضر، لذلك يجب أن تدعم الجهود العامة والخاصة لتأهيل وتنمية المتخصصين ونوعية المستخدمين على كافة نوعياتهم ومستوياتهم¹.

2/سبل مواجهة تحديات تكنولوجيا المعلومات :

هناك مجموعة من الحلول لمواجهة التحديات والصعوبات التي تعترض تكنولوجيا المعلومات نذكر منها :

أ/إدارة التغيير : للحصول على أعلى عائد من التكنولوجيا ينبغي على المنظمات التخطيط بشكل دقيق للتغيير فقد تحتاج إلى إعادة هندسة لعملياتها لكي تتلاءم مع البنية التحتية، كم يتطلب الأمر من إدارة معالجة القضايا التنظيمية التي تطفو على السطح نتيجة التحولات والتغيرات الحاصلة في الموارد البشرية وأساليب توظيفها ومركز القوة والثقافة التنظيمية الجديدة التي تتطلبها مرحلة البنية الجديدة.²

¹ محمد مجد هادي، مرجع سبق ذكره، ص 46/45 .

² بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 142 .

ب/التعليم والتدريب : باستطاعة المنظمة انتهاج نظام تدريبي ورسكلة المستخدمين على تجاوز المشكلات الناتجة عن الافتقار للدعم والفهم الإداري لعالم الشبكات وأساليب التعامل معه مثل: تطوير المهارات والتعامل مع مواقع الويب واللاسلكيات وأساليب دعم الشبكة.

ج/ضوابط إدارة البيانات : يصبح دور إدارة البيانات أكثر أهمية عندما تكون الشبكات مرتبطة بتطبيقات مختلفة ومجالات عمل متنوعة وأجهزة حاسوب عديدة، وعلى المنظمات أن تكون قادرة ومؤهلة على التشخيص وتحديد المواقع التي تتواجد فيها بياناتها والمسؤولين عنها .

د/التخطيط : يجب على الإدارة العليا أن تقوم بتخطيط ذو نظرة بعيدة المدى، وتتأكد من النظام المعلوماتي يدعم كل المستويات العملية والمعلوماتية، مما يحقق الحاجات المستقبلية والمالية¹.

¹ بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 142/143.

المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي للجودة الشاملة:

لقد أصبح الاهتمام بالجودة ظاهرة عالمية، وذلك لاعتبارها لغة عالمية للتسيير بين السلع والخدمات المتداولة فأصبحت تحظى باهتمام خاص لكونها الوظيفة الأولى وأسلوب حياة لكل مؤسسة لتمكنها من الحصول على ميزة تنافسية تساعد على البقاء والاستمرار والنمو في محيطها المعاصر، وهذا ما يستلزم الاهتمام بمختلف المفاهيم المرتبطة بها وإدراك أهميتها وأهدافها وهذا ما سنتطرق إليه من خلال هذا البحث .

المطلب الأول : تعريف الجودة الشاملة

قبل أن نتطرق إلى مفهوم الجودة الشاملة يجب علينا التطرق إلى مفهوم الجودة وإبراز أهميتها وهو ما سنوضحه من خلال هذا المطلب .

الفرع الأول: تعريف الجودة وأهميتها

اهتم الباحثون والمختصون بمفهوم الجودة فتحت عدة تعاريف نذكر منها :

1/ **الجودة لغة:** أصلها من الجود والجيد نقيض الرديء¹ .

أما في اللغة اليونانية فإن مصطلح *Qualité* مشتقة من الكلمة اليونانية *Qualités* وتعني طبيعة الشخص أو طبيعة الشيء ودرجة الصلابة².

2/ **الجودة اصطلاحاً:** ذكرنا سابقاً تعدد وتباين التعريفات حسب وجهات النظر والاختصاصات، نكتفي بذكر

البعض منها :

¹ مهدي السمراي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمات. الأردن: دار جرير للنشر، 2002، ص 27 .

² مدحت أبو نصر، أساسيات إدارة الجودة الشاملة. مصر: دار الفر للنشر والتوزيع، 2008، ص 62 .

- يعرفها "بستر فيلد" على أنها: "السلعة أو الخدمة الممتازة التي تلبي توقعات المستهلك أو تزيد"، فالجودة لديه هي سمات وخواص المنتج أو الخدمة التي تحقق احتياجات مشمولة مثل: القابلية للصيانة، الاستخدام والسعر والبيئة¹.

في حين عرفها "جوران" بأنها: "ملائمة السلع والخدمات لاستخدام العملاء ومطابقتها للمواصفات التي تلبي احتياجاتهم وتوقعاتهم".

- الجودة تعني إنتاج مؤسسة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عالي من الجودة المتميزة، يكون قادرا من خلالها على الوفاء باحتياجات ورغبات زبائنهم بالشكل الذي يتوقف مع توقعاتهم وتحقيق الرضا والسعادة لديهم، ويتم ذلك من خلال مقاييس موضوعة سلفا لإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة وإيجاد صفة التمييز فيها".

- الجودة تعني تلك المواصفات التي يجب توفرها في المنتج أثناء عملية الإنتاج².

من خلال هذه التعاريف نستنتج أن مفهوم الجودة مرتبط بمدى مطابقة المنتج لمواصفات معينة في شكل مخططات أو تصميمات معينة، من أجل تلبية حاجات ورغبات المستهلكين لكسب صفة التميز عن باقي المنتجات، لهذا كانت المؤسسات تتنافس حول وضع أفضل التصميمات والمواصفات لمنتجاتها .

وقد تطور مفهوم الجودة نتيجة لشدة المنافسة بين المؤسسات بحيث أخذت الطابع العلمي، وهذه المقاييس أو الخصائص تسمى بمقاييس الجودة العالية (ISO)، وفي هذا الإطار إن جودة المنتج تتوقف على مطابقته بمجموعة من المواصفات الدولية والعالمية، لذا فإن الجودة حسب هذا المفهوم هي :

- "مجموعة من المعايير العالمية المحددة للجودة في كل نشاط من أنشطة المؤسسة، والتي يجب الالتزام بها من أجل تحقيق مستوى أداء وجودة عالين"³.

¹ وسيلة حمداوي، الجودة ميزة تنافسية في البنوك الجزائرية. الجزائر: مديرية النشر لجامعة قلمة، 2009، ص 14 .

² فواز التميمي، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للايزو 9001. الأردن: عالم الكتيب الحديث، 2008، ص 15/14 .

³ مدحت أبو نصر، مرجع سبق ذكره، ص 70 .

- "عبارة عن مجموعة من المواصفات المتفق عليها بين المنتج والمستهلك"¹.

حسب هذين التعريفين فإن الجودة ترتبط بمجموعة من المعايير والمواصفات الدولية التي تلتزم بها

المؤسسة في منتجاتها، والتي تعود مهمة وضعها وإنشائها للمنظمة العالمية للمواصفات القياسية ISO وتعمل من خلالها على توحيد مواصفات المنتجات .

بعدما قمنا بتعريف مصطلح الجودة، ويجب علينا توضيح أهميتها، حيث أن الجودة تستمد أهميتها من خلال

تحقيق الأهداف الآتية :

- تحسين سمعة المؤسسة .

- تقليل هدر الموارد .

- تقليل التكلفة .

- زيادة الحصة السوقية .

- المساهمة في الحفاظ على البيئة من خلال تحسين تقنيات الإنتاج².

ثانيا : الجودة الشاملة

لقد تعددت تعاريف الجودة الشاملة، ونذكر منها :

- تعرف الجودة الشاملة بأنها: "تضمن مبادئ الجودة في كافة جوانب العمل بدأ من تحديد احتياجات الزبون

والانتهاء بالتقييم الدقيق للأداء للتعرف على درجة رضا الزبون أو تعني تضامن فرق عمل المؤسسة كل على

حدي لتحقيق جودة كل العمليات"³.

¹ مدحت أبو نصر، مرجع سبق ذكره، ص 70 .

² عواطف إبراهيم الحداد، إدارة الجودة الشاملة. الأردن: دار الفكر للنشر، 2009، ص 22 .

³ مليكة علائي، "أهمية الجودة الشاملة ومواصفات الايزو في تنافسية المؤسسة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2003، ص 05 .

- وتعرف على أنها: "الجودة التي يتحمل مسؤولياتها كل فرد في المؤسسة".
- وتعرف أيضا بأنها: "تميز السلعة أو الخدمة في تلبية كافة مطالب الزبون وتوقعاته مثل: حسن المعاملة، السعر والوفرة، الخدمات الإضافية وتقديم السلعة في الوقت المطلوب"¹.
- ومن خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الجودة الشاملة هي عملية متكاملة تشمل جودة جميع الوظائف والعمليات والأنشطة، وذلك بتكامل جهود كل أفراد المؤسسة الذين يعملون كفريق واحد، أي أنها تشمل كافة العناصر والعمليات على كافة المستويات وذلك بهدف إرضاء المستهلك من خلال التحسين المستمر لجودة السلع والخدمات المقدمة له والتي تحقق إشباع حاجاته ورغباته .

المطلب الثاني : أهداف وفوائد تحقيق الجودة الشاملة

الفرع الأول: أهداف الجودة الشاملة

- إن الهدف الأساسي من تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة في الشركة هو: "تطوير الجودة للمنتجات والخدمات مع إحراز تخفيض في التكاليف والإقلال من الوقت والجهد الضائع لتحسين لخدمة المقدمة للعملاء وكسب رضاهم"، هذا إضافة إلى مجموعة من الأهداف الأخرى نذكر منها :
- خلق بيئة تدعم وتحافظ على التطوير المستمر .
- إشراك جميع العاملين في التطوير .
- متابعة وتطوير أدوات قياس أداء العمليات .
- تقليل المهام والنشاطات اللازمة لتحويل المدخلات إلى خدمات أو منتجات ذات قيمة للعملاء .
- إيجاد ثقافة تركز بقوة على العملاء .
- تحسين نوعية المخرجات².

¹ ملكة علاي، نفس المرجع، 05.

² حامد عبد الله السقاف، المدخل الشامل لإدارة الجودة الشاملة. السعودية: مطبعة الفرزدق، 1998، ص 09 .

الفرع الثاني : فوائد تحقيق الجودة الشاملة

يؤدي تحقيق مفهوم الجودة الشاملة إلى تحقيق ما يلي :

1.1. بالنسبة للمؤسسة: يمكن اختصارها في :

- تحسين نوعية الخدمات والسلع المنتجة .
- رفع مستوى الأداء .
- تخفيض تكاليف التشغيل مع تقليص للحوادث والشكاوي .
- العمل على تحسين وتطوير إجراءات وأساليب العمل .
- زيادة ولاء وانتماء العاملين بالمؤسسة .
- زيادة قدرة المؤسسة على البقاء والاستمرار .

1.2. بالنسبة للأفراد: أما عن الفوائد التي يجنيها الأفراد العاملون نتيجة لالتزامهم بتحقيق مفهوم الجودة

الشاملة هي :

- إعطاء العاملين الوقت والفرصة لاستخدام خبراتهم وقدراتهم .
 - تنمية مهاراتهم من خلال المشاركة في تطوير أساليب وإجراءات العمل .
 - توفير التدريب اللازم .
 - إعطائهم الحوافز الملائمة للجهود التي يبذلونها للقيام بأعمالهم .
- ولا تحقق الجودة الشاملة إلا من خلال تطبيق إجراءات واضحة ومفهومة من طرف الجميع، فهي تتطلب مساهمة فعالة من كل فرد داخل المؤسسة للوقاية من الفشل والأخطاء إدارية كانت أم تقنية¹ .

¹ محمد بن شايب، "تحقيق إدارة الجودة الشاملة في ظل تحديات السوق"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر3، 2003، ص 28/25 .

المطلب الثالث : عناصر الجودة الشاملة

تتكون الجودة الشاملة من العناصر الآتية :

1. الزبون: لقد عرفت الجودة على أنها الملائمة مع الاستهلاك، فالمنتجات والخدمات يجب أن تقابل حاجات

وتوقعات الزبون، وتمكن الجودة الشاملة من تحقيق العديد من المزايا بالنسبة للمؤسسة والزبون على حد سواء

يمكن تلخيصها في النقاط الموالية :

- الزيادة في القدرة التنافسية للمنتج.

- التقليل من عدد المردودات على المنتجات مع الزبائن، القدرة على احترام آجال التسليم .

- التخفيف من فقدان الزبائن وعدم ولاءهم .

- زيادة مدى التشغيل والسهولة في الاستعمال والصيانة.

2. التكلفة: ويقصد بالتكلفة كل من تكاليف عدم الجودة أو الجودة المنخفضة (تكاليف احتياجات الزبائن،

منتجات معينة ...) وتكاليف الحصول على الجودة وتحسينها (تكاليف الوقاية، تكاليف التقييم ...).

3. مشاركة العاملين: تعتبر مشاركة العاملين إحدى الطرق التي تستعملها المؤسسة لتحسين الجودة الشاملة،

فهي تعرف على أنها فوج صغير من العاملين تولى لهم اهتمامات مهنية مشتركة، ويتم تنشيط هذا الفريق

بصورة منتظمة بهدف التعرف على المشاكل سواء تعلق بالإننتاجية، الجودة، ظروف العمل ...، فمن شأن

الطريقة أن تنمي معارف العاملين ومهاراتهم وتشجعهم على إبداء اقتراحاتهم بقية التحسين المستمر للجودة

الشاملة .

4. التحسين المستمر: هناك ثلاث شروط تتضمن نجاح التحسين المستمر سنعرضها باختصار فما يلي :

أ. الوقت: سواء كان فيما يخص التصميم، التنفيذ أو المراقبة، حيث تسمح الجودة الشاملة من خفض أوقات

التصميم، إعداد الآلات، دراسة الطلبات، دراسة شكاوي الزبائن، الحصول على المعلومات¹ ...

¹ نفس المرجع، ص 26/25 .

ب. **المستوى التكنولوجي:** إتباع نظم التصنيع والإنتاج الحديثة باستخدام الحواسب الآلية، حيث يزيد ذلك من درجة التنسيق والتكامل بين أنشطة مختلف العملية الإنتاجية كما يسمح باكتشاف الأخطاء، تحليلها وتصحيحها.

ج. **ضرورة تواجد قاعدة معطيات ونظم معلومات داخل المؤسسة:** حيث يسمح ذلك بأخذ القرارات في وقتها الملائم، كما يمكن لها التردد للمحيط الخارجي .

5. **الأدوات:** ويقصد بالأدوات مجموع الطرق والأساليب التي تسمح بإيضاح مشاكل الجودة وتحديد أسبابها¹.

المطلب الرابع : متطلبات تطبيق الجودة الشاملة

1/ **إعادة تشكيل ثقافة المؤسسة:** إن إدخال أي مبدأ جديد في المؤسسة يتطلب إعادة تشكيل لثقافة تلك

المؤسسة حيث أن قبول أو رفض أي مبدأ يعتمد ثقافة ومعتقدات الموظفين في المؤسسة .

2/ **الترويج وتسويق البرنامج:** إن نشر مفاهيم ومبادئ إدارة الجودة الشاملة لجميع العاملين في المؤسسة أمر

ضروري قبل قرار التطبيق، إن تسويق البرنامج يساعد كثيرا في القليل من المعارضة للتغيير والتعرف على

المخاطر المتوقعة بسبب التطبيق حتى يمكن مراجعتها، ويتم الترويج للبرنامج عن طريق تنظيم المحاضرات

والمؤتمرات أو الدورات التدريبية للتعريف بمفهوم الجودة وفوائدها على المنظمة .

3/ **التعليم والتدريب:** حتى يتم تطبيق برنامج إدارة الجودة الشاملة بالشكل الصحيح فإنه يجب تدريب وتعليم

المشاركين بأساليب وأدوات هذا المفهوم الجديد حتى يمكن أن يقوم على أساس سليم وصلب وبالتالي يؤدي

إلى النتائج المرغوبة من تطبيقه، حيث أن تطبيق هذا البرنامج بدون وعي أو فهم لمبادئه ومتطلباته قد يؤدي

إلى الفشل الذريع، فالوعي الكامل يمكن تحقيقه عن طريق برامج التجريب الفعالة².

¹ نفس المرجع، ص 26 .

² حامد عبد الله السقاف، مرجع سبق ذكره، ص 20 .

4/ الاستعانة بالاستشاريين: الهدف من الاستعانة بالخبرات الخارجية من مستشارين ومؤسسات متخصصة عن طريق تطبيق البرنامج هو تدعيم خبرة المؤسسة ومساعدتها في حل المشاكل التي ستنشأ وخاصة في المراحل الأولى .

5/ تشكيل فرق العمل: يتم تأليف فرق العمل بحيث تضم كل واحدة منها ما بين خمسة إلى ثمانية أعضاء من الأقسام المعنية مباشرة أو ممن يؤدون فعلا المراد تطويره والذي سيتأثر بنتائج المشروع، وحيث أن هذا الفرق سيقوم بالتحسين فيجب أن يكونوا من الأشخاص الموثوق بهم، ولديهم الاستعداد للعمل والتطوير كذا يجب أن يعطوا الصلاحية للمراجعة وتقييم المهام التي تتضمنها العملية وتقديم المقترحات لتحسينها.

6/ التشجيع والحفز: إن تقدير الأفراد نظير قيامهم بعمل عظيم سيؤدي حتما إلى تشجيعهم، وزرع الثقة وتدعيم هذا الأداء المرغوب، وهذا التشجيع والتحفيز له دور كبير في تطوير برنامج إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة واستمراريتها، وحيث أن استمرارية البرنامج في المؤسسة يعتمد اعتمادا كليا على حماس المشاركين في التحسين، لذا ينبغي تعزيز هذا الحماس من خلال الحوافز المناسبة وهذا يتفاوت من المكافأة المالية إلى التشجيع المعنوي والخلصة على المؤسسة تبني برنامج حوافز فعال ومرن يخلق جو من الثقة والتشجيع والشعور بالانتماء للمؤسسة وبأهمية الدور الموكل إليهم في تطبيق البرنامج .

7/ الاشراف والمتابعة: من ضروريات تطبيق برنامج الجودة هو الاشراف على فرق العمل بتعديل أي مسار خاطئ ومتابعة إنجازاتهم وتقويمها إذا تطلب الأمر، وكذلك فإن من مستلزمات لجنة الاشراف والمتابعة هو التنسيق بين مختلف الأفراد والإدارات في المؤسسة وتذليل الصعوبات التي تعترض فرق العمل مع الأخذ في عين الاعتبار المصلحة العامة .

8/ إستراتيجية التطبيق: إن استراتيجية التطبيق وادخال برنامج إدارة الجودة الشاملة إلى حيز التطبيق يمر بعدة خطوات أو مراحل بدء من الإعداد لهذا البرنامج حتى تحقيق النتائج وتقييمها¹ .

¹ نفس المرجع، ص 20 .

الإعداد : هي مرحلة تبادل المعرفة ونشر الخبرات وتحديد مدى الحاجة للتحسين بإجراء مراجعة شاملة لنتائج

تطبيق هذا المفهوم في المؤسسات الكبرى، ويتم في هذه المرحلة وضع الأهداف المرغوبة .

التخطيط : ويتم فيها وضع خطة وكيفية التطبيق وتحديد الموارد اللازمة لخطة التطبيق .

التقييم : وذلك باستخدام الطرق الإحصائية للتطوير المستمر وقياس مستوى الأداء وتحسينها¹.

¹ نفس المرجع، ص 21 .

خلاصة الفصل :

أخيرا وبناء على ما تقدم نستنتج أن تكنولوجيا المعلومات استطاعت أن تحقق أقوى نجاحاتها من خلال جذب انتباه كل العالم لها عامة والمؤسسات خاصة، حيث استطاعت أن تقرب المسافات بين الأفراد والمؤسسات دون أن تعطي للمسافات البعيدة أو اختلاف اللغات أو اختلاف الأديان، كما كان لها التأثير الكبير على المؤسسات التي لا يمكن أن تعمل إلا في ظلها .

حيث اعتبرت تكنولوجيا المعلومات من التكنولوجيات الحديثة لذلك أولتها المنظمات الاقتصادية على اختلافها وتنوعها العناية الفائقة والدرجة الكبيرة من خلال التنسيق بين أجزائها وإعتمادها من خلال الهيكل التنظيمي .

لذلك وجب على المنظمة معرفة مجمل التفاصيل والمعلومات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات ومتابعة التطورات الحاصلة مع سرعة مواكبتها حسب متطلبات البيئة الداخلية والخارجية لما لها من قدرة على زيادة الفعالية وتحسين صورة المنظمة في الأسواق لدى المستهلكين وهذا ما من شأنه أن يحقق الجودة الشاملة في المؤسسات وهو ما سنلاحظه في الفصل الثاني من خلال ابراز صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات .

الفصل الثاني : صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

دراسة ميدانية

**المبحث الأول : عناصر تأثير تكنولوجيا المعلومات على
الجودة الشاملة**

المطلب الأول : تأثير تكنولوجيا المعلومات على الخدمة العمومية

المطلب الثاني : تأثير تكنولوجيا المعلومات على التسويق

المطلب الثالث : تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسات

المبحث الثاني : دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر

المطلب الأول : لمحة عن مؤسسة اتصالات الجزائر

المطلب الثاني : الدراسة الميدانية

إن تزايد حدة المنافسة بين المنظمات والانفتاح الكبير الذي يشهده العالم في جميع ميادين الحياة، وخصوصا التطورات الكبيرة الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات حتم على المنظمات إعادة النظر في التكنولوجيا التي تعتمدها لإنجاز عملها بكفاءة ومرونة عالية، إذ أن تكنولوجيا المعلومات تمثل القوة الجبارة للمنظمة والمورد المهم الذي لا يمكن أن يستهان به فيمكن وصفها بأنها عمود ارتكاز لأي منظمة أو الينبوع الدائم للجريان، وعليه فإن هذه التطورات وغيرها من العوامل الخارجية حتمت على المنظمات البحث عن وسائل جديدة كفيلة بتحقيق الميزة التنافسية لها، ومن بين الوسائل التي اعتمدها لتحقيق ميزتها التنافسية هي اللجوء إلى تطبيق متكامل لتكنولوجيا المعلومات من أجل تحقيق الجودة الشاملة .

ومن هنا تبلورت فكرة الدراسة التي تمحورت حول إظهار الدور والعلاقة لمتغيري الدراسة، والتي يتم من خلالها توضيح دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الجودة الشاملة في المؤسسات وهو ما سنوضحه من خلال هذا الفصل والذي قسمناه هو الآخر إلى مبحثين متناولين في المبحث الأول تأثير تكنولوجيا المعلومات على الخدمة العمومية بينما تطرقنا في المبحث الثاني إلى دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع القرارة .

المبحث الأول : عناصر تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة

المطلب الأول : تأثير تكنولوجيا المعلومات على الخدمة

تعتبر جودة الخدمة إحدى أهم الحلول التي تعتمدها المؤسسة في الحصول على الزبائن والحفاظ عليهم فالاهتمام المتزايد بتحسين الجودة وإنتاج الخدمات وفقا لرغبات وحاجات الزبائن والأداء الجيد لمختلف وظائف المؤسسة، ونتيجة للاستغلال الأمثل لمواردها وأصولها البشرية والتكنولوجية، يؤدي إلى تحقيق أكبر مستوى من الرضا والإشباع والولاء وهو الذي يبقي المؤسسة متواجدة في السوق ويدعمها، وهو ما سنوضحه من خلال هذا البحث .

الفرع الأول : مردودية الخدمة

لقد أصبح الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات من وسائل اتصال وشبكات الكترونية في مجال الخدمات يحقق مردودية للمؤسسات، حيث تم تحقيق تطور نوعي على مستوى هذه المؤسسات من خلال تغيير طريقة العمل وإزالة الكثير من المشكلات من خلال وجود مراكز قادرة على الاتصال بكافة المستويات تستطيع بالنيابة على الزبون متابعة كافة معاملاته، بما في ذلك المعاملات التي تتم عبر أكثر من إدارة واحدة، لكي لا يضطر الزبون إلى الانتقال إلى إدارة أخرى، حيث أنه من خلال الشبكات والانترنت والبريد الإلكتروني يتم معالجة طلبات الزبائن والاستجابة لها وتحسين وزيادة نوعية الخدمات المقدمة، بالإضافة إلى التنسيق الفعال بين الأعمال المطلوبة، وتقليل الأعباء الروتينية حيث تصبح الخدمة تحقق مردودية وتحسن كبير على مستوى الخدمات المقدمة للزبون¹.

¹ إكرام عروس، " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين الخدمة"، (مذكرة ماستر)، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3، 2015، ص 47 .

كما تهدف المؤسسات من خلال استخدامها لتكنولوجيا المعلومات إلى تحسين جودة خدماتها، حيث

كان لهذه الأخيرة دور بارز في تحقيق ذلك من خلال التأثير على المؤسسات من عدة جوانب أهمها :

1. زيادة السرعة في إنجاز مختلف الوظائف على مستويات المؤسسة .
2. تقليل التكاليف اللازمة لأداء العمل .
3. تحسين وزيادة الجودة والنوعية في تصميم وتنفيذ وتقديم الخدمة، زيادة الكفاءة والفعالية من خلال التنسيق بين الأعمال المطلوبة بالطريقة الصحيحة، بحيث كل مقدم خدمة يعرف ماله و ما عليه من التزامات .
4. إعادة توزيع الأعمال تنظيميا ومكانيا حيث يمكن إنجاز الكثير من الخدمات دون الحاجة للحضور إلى مكان العمل وهذا ما يعرف بإدارة العمل إلكترونيا .
5. جعل ساعات العمل أكثر مرونة وزيادة تأهيل العاملين من خلال التمكين من المعدات والأجهزة الإلكترونية.
6. تقليل الأعباء الوظيفية الروتينية الملقاة على عاتق المدراء مما يتيح لهم استغلال هذا الوقت في التخطيط الاستراتيجي ورسم السياسات العامة للمؤسسة مما يساهم في رفع كفاءة وفعالية الإدارة العليا¹.

¹ زينب شطبية، محمد زرقون، "تكنولوجيا الاتصال وتأثيرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية الجزائرية" مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 03، 2013، ص 80 .

الفرع الثاني : تحقيق رضا الزبون

لقد أصبح التوجه للزبون فلسفة للمؤسسات الناجحة في عصرنا الحديث، فالزبون هو الأصل الوحيد الذي تملكه المؤسسة وتحقيق الرضا والإشباع والولاء له هو الذي يجعل المؤسسات تستمر وتنجح، كما أن الزبون الذي يشعر بالرضا تجاه منتجات وخدمات المؤسسة سوف يكون مستعدا للعودة مرة أخرى ودفع الأموال نظير الحصول على نفس المنتج أو الخدمة مرة أخرى . فإدراك الزبون لمستوى جودة الخدمة المقدمة له يعتمد على الأسلوب المتبع في تقديم تلك الخدمة من جانب المؤسسة والنتائج المترتبة على حصوله على هذه الخدمة، وعليه فإن أحد العوامل التي يمكن أن تميز المؤسسة هو مدى قدرة تلك المؤسسة على التعرف على متطلبات زبائنها والوفاء بتلك الاحتياجات بشكل منظم .

وباختصار فإن الوسيلة الأساسية التي يمكن أن تتميز بها مؤسسة ما عن أخرى هي مدى قدرة هذه المؤسسة على تقديم خدمة متميزة، فتطبيقات تكنولوجيا المعلومات تعزز مركز الزبون في قلب المؤسسة بحيث أن هذه التطبيقات تمكنه من التعريف بنفسه وباحتياجاته والتي تعتبر حجر الزاوية في تحقيق الجودة، حيث يمكن تقديم المنتجات له عبر شبكة الانترنت، وعرض المنتجات أو الخدمات التي كان الإقبال عليها كثيرا من طرف الزبائن إضافة إل أنه يمكن للزبون الاتصال بمراكز الاتصال أو مراسلة المؤسسة مباشرة عبر البريد الإلكتروني في حالة عدم تحقيق رضاه أو من أجل الإجابة على تساؤلاته بخصوص منتج معين أو خدمة معينة¹.

¹ سحر قدوري، (الإدارة الإلكترونية وإمكانياتها في تحقيق الجودة الشاملة)، المؤتمر العلمي العاشر، 24-25 تشرين الأول 2009، الجامعة المستنصرية،

كما أن الأدوات الجديدة لإدارة المعرفة التي أتى بها الانترنت وتكنولوجيا المعلومات الأخرى البوابات الداخلية ونماذج البيانات المتعلقة بالزبائن التي من شأنها إدماج الحلقة التفاعلية للزبون بالمعلومات الخاصة به مما يمكن من إدارة وإثراء المعرفة التي تمكن من هيكلة المعلومات حول الأفراد وتحديثها وتحسينها باستمرار، فنش إجراءات الجودة اليوم وتشكيلها ونشر مؤشرات المتابعة تم تجديدها وإثرائها من خلال أدوات وبرامج توثيق قواعد إدارة المعارف والنمذجة لا تمكن فقط من الوصول إلى نماذج لوصف العمليات السهلة التي يمكن توصيلها إلى الزبائن ولكن أصبحت هنالك برامج تمكن من الاتصال والعمل على انسجام الإجراءات من جهة، ومن جهة أخرى القيام بتطبيقات معلوماتية لإدارة تدفق المعلومات، ويمكن اليوم من خلال البنى التحتية للانترنت الوصول إلى كل هذه الأدوات المختلفة في الوقت الحقيقي من المكتب الخاص بكل فرد مهما كان دوره في توثيق العلاقة مع الزبائن ورجال البيع، والعاملون في مراكز الاتصال، ورجال التسليم، والمنتجون، ومقدموا الخدمات، فالكل يمكنهم تغذية ملفات الزبائن والإطلاع عليها في الوقت الحقيقي.

كما تساهم تكنولوجيا المعلومات في تحقيق جودة الخدمات في المؤسسات من خلال التركيز على المجالات الآتية :

أ: تعظيم نظام الجودة:

يمكن استخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات الزبون من الحصول على أدوات المتابعة الجديدة والفعالة مثل الإرشاد المستمر بشأن وضعية الصفقة المرتبطة بمنتوج معين أو خدمة معينة مما يمكننا من الحصول على المعلومات وتوفيرها في الوقت الحقيقي لتدفق العملية على الحاسوب الشخصي للزبون ذاته، والاتصال بشأن حالة ووضعية الإجراءات الإدارية وتسهيل إمكانيات تحسينها¹.

¹ نفس المرجع، ص 169/168 .

كما تمكن هذه التطبيقات من نشر المستجبات التي قد تهم الزبون بحسب الخصائص التي يرغبها، وتوفير أدوات المحاكاة بالنسبة للخدمات الجديدة التي يمكن الوصول إليها مباشرة على الشبكة، كما أن هذه التكنولوجيا تمكن من إيجاد علاقة تفاعلية مع الزبائن التي تسمح بالتعرف على ردود أفعالهم وتقديم الجديد لهم، وشرح وتوضيح ما قد يستفسرون عنه، وأخيرا يمكن لتكنولوجيا المعلومات أن تجعل لا وجود لمبرر انه أمر معقد يصعب القيام به من طرف الجميع مبررا واهيا وضعيفا حيث وبالنسبة لفئات كبيرة، ومن خلال حقوق الدخول وسهولة استخدام هذه التطبيقات (نمذجة العمليات، والاتصال المباشر بالمواطنين الخ) أصبح بالإمكان تطوير العمليات أو تنفيذها .

ب : إدارة سلسلة التوريد:

لقد توصلت العديد من المؤسسات إلى أن الوصول إلى مستوى أعلى للتنافسية يمر عبر رفع كفاءة العمل وفاعليته، وإن الخطوة الأولى في هذه العملية تتمثل في إدارة سلسلة التوري، حيث تمثل عملية تهيئة الممارسات الداخلية المتعلقة بالحصول على المواد الخاصة بمكونات العمل، علاوة على المعاملات التي تتم مع الموردين والزبائن وذلك من أجل طرح منتجات في الأسواق بصورة أكثر فاعلية، كما أنها تعمل على خفض تكلفة العمل من خلال خفض تكلفة الإنتاج، مما يكون له عظيم الأثر على المحصلة النهائية، حيث يفوق الحصول على مصادر دخل جديدة، فإدارة سلسلة التوريد المرتبطة بالتطورات الحاصلة في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر من الدعائم الأساسية لتحقيق وتحسين مستوى الجودة بالنسبة للمؤسسة، مما يؤدي إلى تحسين الأداء والفاعلية من خلال تخفيض التكاليف والحصول على الموارد في الوقت المناسب دون إفراط أو تفريط¹.

¹ نفس المرجع، ص 169 .

ج: إدارة علاقات الزبائن:

في ظل المنافسة الحادة ووجود بدائل لا متناهية بالنسبة للزبائن، فإن حل مشكلة إدماج الأنشطة الخاصة بالتسويق والمبيعات والدعم، لتمييز المؤسسة من خلال تعاملها مع الزبائن أي إيجادهم والعمل على المحافظة عليهم وتحويل رغباتهم في الشراء إلى مبيعات حقيقية، يكمن في مجموعة ضخمة من الأساليب التكنولوجية التي يطلق عليها اسم إدارة علاقات الزبائن وتتضمن العديد من العمليات، وهدفها الأساسي هو خلق تعاون بين الأنشطة الخدمية الخاصة بالمبيعات والتسويق¹.

¹ نفس المرجع، ص 169 .

المطلب الثاني : تأثير تكنولوجيا المعلومات على التسويق

تتأثر عناصر المزيج التسويقي (الخدمة، التسعير، التوزيع، الترويج، البيئة المادية، الأفراد، العمليات) بتكنولوجيا المعلومات، وهذا ما سنوضحه من خلال هذا المبحث .

الفرع الأول : الخدمة والتسعير

أ : تخطيط المنتجات (الخدمة)

تساهم تكنولوجيا المعلومات بدور كبير في تخطيط المنتجات، خاصة فيما يتعلق بالمجالات التالية :

- تقديم المنتجات الجديدة .

- تميز المنتجات .

حيث توصلت إحدى الدراسات إلى أن المؤسسات التي تتسم بالنجاح في إدارة المنتجات الجديدة، هي التي تستخدم تكنولوجيا المعلومات في توفير معلومات تسويقية عن المستهلكين ومدى حاجاتهم لمنتجات أو خدمات جديدة .

وبلا شك فإن تكنولوجيا المعلومات توفر الإمكانيات اللازمة لمساعدة المؤسسات في تقديم منتجاتهم

الجديدة بكل أسرع، ومن خلال دعم التعاون بين مسؤولي الوظائف المختلفة .

حيث تشير الدراسات المنشورة حديثاً إلى أن المؤسسات تستخدم تكنولوجيا المعلومات بصورة كبيرة في

أنشطة تطوير المنتج الجديد على أساس أن تكنولوجيا المعلومات يمكن أن تسهل من تطوير المنتج الجديد

في عدد من المجالات من أهمها : السرعة، التعاون والاتصال والتنسيق، جودة القرار¹.

كما تقوم المؤسسات باستغلال تكنولوجيا المعلومات في عنصر الخدمة من خلال ما يلي :

¹ عبد الله فرغلي، مرجع سبق ذكره، ص 67 .

- تصميم وإنتاج وتقديم الخدمة عن طريق استخدام الحاسوب، وذلك من خلال برمجيات جاهزة ومفصلة لتنفيذ هذه العملية .

- إجراء بحوث التسويق من خلال الحصول على المعلومات المتعلقة بالمنافسين والخدمة السوقية وسلوك الزبائن والقوى البيعية، وكل هذا عن طريق استخدام شبكة الانترنت، حيث تقوم المؤسسة من خلال :

- استخدام تكنولوجيا المعلومات بإجراء الاختبار القبلي للخدمة من أجل معرفة ردود فعل الزبائن ومعرفة توجهاتهم محوها من خلال المقارنة بينها وبين مختلف الخدمات المعروضة على الخط .

- تطبيق مفهوم الخدمة المطلقة وذلك من خلال إجراء كاف العمليات المرتبطة بالخدمة من إنتاجها إلى غاية وصولها إلى الزبون إلكترونياً وبدون أي اتصال مادي من مقدم الخدمة¹.

من الواضح أن تكنولوجيا المعلومات تلعب دوراً هاماً في تمييز المنتجات وفي التأثير على خبرة المستهلك وتشكيل انطباعاتهم فيما يتعلق بالمؤسسة والعلامة التجارية لمنتجاتها وخدماتها، ففي ظل تقدم التكنولوجيا الهائل فإن الإدارة العليا تنظر إلى كل من تكنولوجيا المعلومات والعلامة التجارية لمنتجاتها على أنهما يمثلان أصولاً هامة للمؤسسة، وفي ظل هذا الوضع فإن مدير إدارة تكنولوجيا المعلومات أصبح يناقش في المناقشات الإستراتيجية على مستوى الإدارة العليا فيما يتعلق بالعلامة التجارية والمقاييس المستخدمة لقياس أدائها².

ب: التسعير

لقد ساهمت تكنولوجيا المعلومات في تحديد أسعار الخدمات بطريقة فعالة وذلك من خلال :

- الاطلاع بشكل متواصل على الأسعار السائدة إلكترونياً ووضع السعر المناسب³.

¹ زينب شطبية، مجّد زرقون، مرجع سبق ذكره، ص 80 .

² عبد الله فرغلي، مرجع سبق ذكره، ص 78 .

³ زينب شطبية، مجّد زرقون، مرجع سبق ذكره، ص 81 .

- القدرة على التحكم في التغيرات الماجئة التي تطرأ على أسعار السوق واتخاذ القرارات في الوقت المناسب.
- خلق طرق إبداعية في التسعير عن طريق الانترنت أو ما يعرف بالتسعير المرن وهو مفهوم جديد تلجأ المؤسسات ويتم تطبيقه عن طريق الانترنت.¹
- هذا إضافة إلى مجموعة من الإجراءات الأخرى نذكر منها :
- دراسة وتفحص البيئة .
- ربط التسعيرة بالسوق المستهدفة والمكانة التنافسية والمنتج .
- دراسة وتفحص استراتيجيات التسعير البديلة .
- دراسة تكاليف التصنيع والتوزيع وعلاقتها بالطلب على المنتج .
- إجراء بحث يدوي حول التسعير لتطوير منحى مرونة السعر الذي يبين كيفية تغيير المبيعات وفقا لتغير السعر صعودا أو نزولا.

وتلعب تكنولوجيا المعلومات دورا مساعدا وداعما في جميع هذه الإجراءات، فقد تطورت إحدى كبريات شركات تأجير السيارات في الولايات المتحدة الأمريكية نظاما لدعم القرار يتيح لكادرها التسويقي مجالا رحبا بتحليل التغيرات في أسعار المنافسين بسرعة فائقة، فالنظام يجري مسحا متفحفا دقيقا لبيانات أسعار المنافسين الخمسة الرئيسيين في أكثر من 160 موقعا عبر الولايات المتحدة الأمريكية وكندا، وفقا لست فئات للسيارات و12 إقليما سوقيا، و5 قطاعات سوقية محتملة، ويتم جمع البيانات على أساس يومي منتظم، وحال حدوث أية متغيرات أو حالات استثنائية، يقوم النظام بإبلاغها فورا إلى إدارة التسويق في الشركة، وهذه التقارير تسمح لمحلي الأسعار بدراسة المعلومات الخاصة بالأسعار على أساس المنافسين أو على أساس المنطقة الجغرافية، والفائدة الرئيسية من هذا النظام هو أنه يسمح لمحلي الأسعار بقضاء وقت أطول نسبيا²

¹ زينب شطبية، مجّد زرقون، مرجع سبق ذكره، ص 81 .

² بشير العلاق، مرجع سبق ذكره، ص 149 .

في اتخاذ قرارات التسعير بما يضمن اتخاذ القرار المناسب، ووقت أقل للغرق في بحر البيانات المجردة حيث تساهم تكنولوجيا المعلومات في تسريع اتخاذ قرارات التسعير¹.

الفرع الثاني: التوزيع والترويج

أ : التوزيع

قلصت تكنولوجيا المعلومات من أهمية ودور الوسطاء، وأصبحت القنوات الإلكترونية هي البديل الأفضل للقنوات التقليدية، ومن أهم هذه القنوات : قناة التلفزيون للمتسوق الإلكتروني، وتكون من خلال قناة تلفزيونية حيث تعرض الخدمات بطريقة جذابة وملفتة، وقناة الكتالوجات وتكون عن طريق الانترنت مثلا ويمكن للزبون من خلالها إيجاد معلومات وتفاصيل عن الخدمة التي يريد استخدامها، هذا إضافة إلى قناة الوسيط الإلكترونية من خلال موقع ويب يمكن من خلاله أن يطلع الزبون على مختلف الخدمات والمقارنة بينها واختيار ما يناسبه².

وبناء على ذلك أصبح عصر تكنولوجيا المعلومات يسمى بعصر عدم التوسط، وبروز مصطلح جديد باسم القنوات الإلكترونية كبديل عن القنوات التقليدية القائمة في العالم الواقعي .

ب : الترويج

ترتبط تكنولوجيا المعلومات بجمع ومعالجة وتوصيل المعلومات، لذا من المتوقع أن يكون لها تأثير كبير على العمليات الاتصالية الترويجية، فعلى سبيل المثال أثرت التطورات في تكنولوجيا المعلومات بقوة على طبيعة المزيج الترويجي، حيث أنها شجعت على التكامل بين البيع الشخصي وتنشط المبيعات، فالمبيعات عبر التلفزيون زادت بشكل هائل في الآونة الأخيرة، وكذلك عبر البريد المباشر الشخصي ويتم الاعتماد في ذلك على قواعد بيانات المستهلك التي تسمح بانقائية كبيرة جدا في تحديد العميل المستهدف³

¹ بشير العلاق، التسويق في عصر الانترنت والاقتصاد المعرفي. مصر: منشورات المنظمة العربية للتنمية الارادية، 2003، ص 150/149 .

² زينب شطبية، مجّد زرقون، مرجع سبق ذكره، ص 81 .

³ عبد الله فرغلي، مرجع سبق ذكره، ص 87.

مما يؤدي في النهاية إلى تحسين فاعلية التكلفة، فعلى مستوى البيع الشخصي حققت العديد من المؤسسات العديد من المزايا من استخدام تكنولوجيا المعلومات في عمليات البيع، فقواعد البيانات المستهلك وأجهزة الحاسبات الآلية والأجهزة البصرية الإلكترونية، يمكن استخدامها جميعا في عملية البيع، لا شك أن لتكنولوجيا المبيعات تأثير قوي على طريقة عمل القوى البيعية، فالتلفزيون المحمول ونظم البريد الصوتي تعني أن القوى البيعية خلال تنقلاتها تستطيع دائما الاتصال بالمركز الرئيسي للشركة أو بإدارات المبيعات المركزية، كما أن الحاسب المحمول يسمح بتخزين البيانات الفنية المتعلقة بالمنتجات، وعرضها دون الحاجة إلى حافظة أوراق تتضمن هذه البيانات الفنية .

أما عن مستوى الإعلان فإننا نجد أن التطورات الهائلة في وسائل الإعلان البديلة واستخدام قواعد بيانات المستهلك تدعم المؤسسات ورجال التسويق وتمكنهم من القيام بإعلانات مفصلة لكل مستهلك على حدى وفقا لسلوك وتفضيلات هذا المستهلك، وفي الوقت الذي أصبح فيه التلفزيون وسيلة هامة من وسائل الإعلان، فإن هناك كم هائل من البدائل الأخرى للإعلان أصبح متاحا للمستهلك مثل الأسطوانات المدمجة، والانترنت التي تعتبر وسيلة إعلانية حديثة وقوية جدا، فالمؤسسات والمتاجر والمشروعات الصغيرة تستطيع تحقيق النجاح من خلال الترويج لنفسها ومنتجاتها عبر الانترنت، وهناك العديد من الطرق للإعلان عن المنتجات والخدمات عبر الانترنت تتضمن تجهيز صفحات على شبكة المعلومات الدولية من خلال إنشاء مواقع أو استخدام خدمات تقدمها الأدلة، ومحركات بحث أخرى مثل ياهو (yahoo) والتي توفر خدمات إعلانية عبر الانترنت¹.

¹ عبد الله فرغلي، مرجع سبق ذكره، ص 88/87.

الفرع الثالث: البيئة المادية والأفراد

أ : البيئة المادية

لقد أدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى ظهور وتنامي المجالات والمواقع الإلكترونية بدلا من المتاجر والمباني المادية، والمواقع الافتراضية هي الأخرى يمكن لها التأثير على الزبون ولفت انتباهه من خلال كيفية تصميم الموقع وشكله وألوانه وغيرها من الأمور التي يمكن لها أن تؤثر على سلوكه .

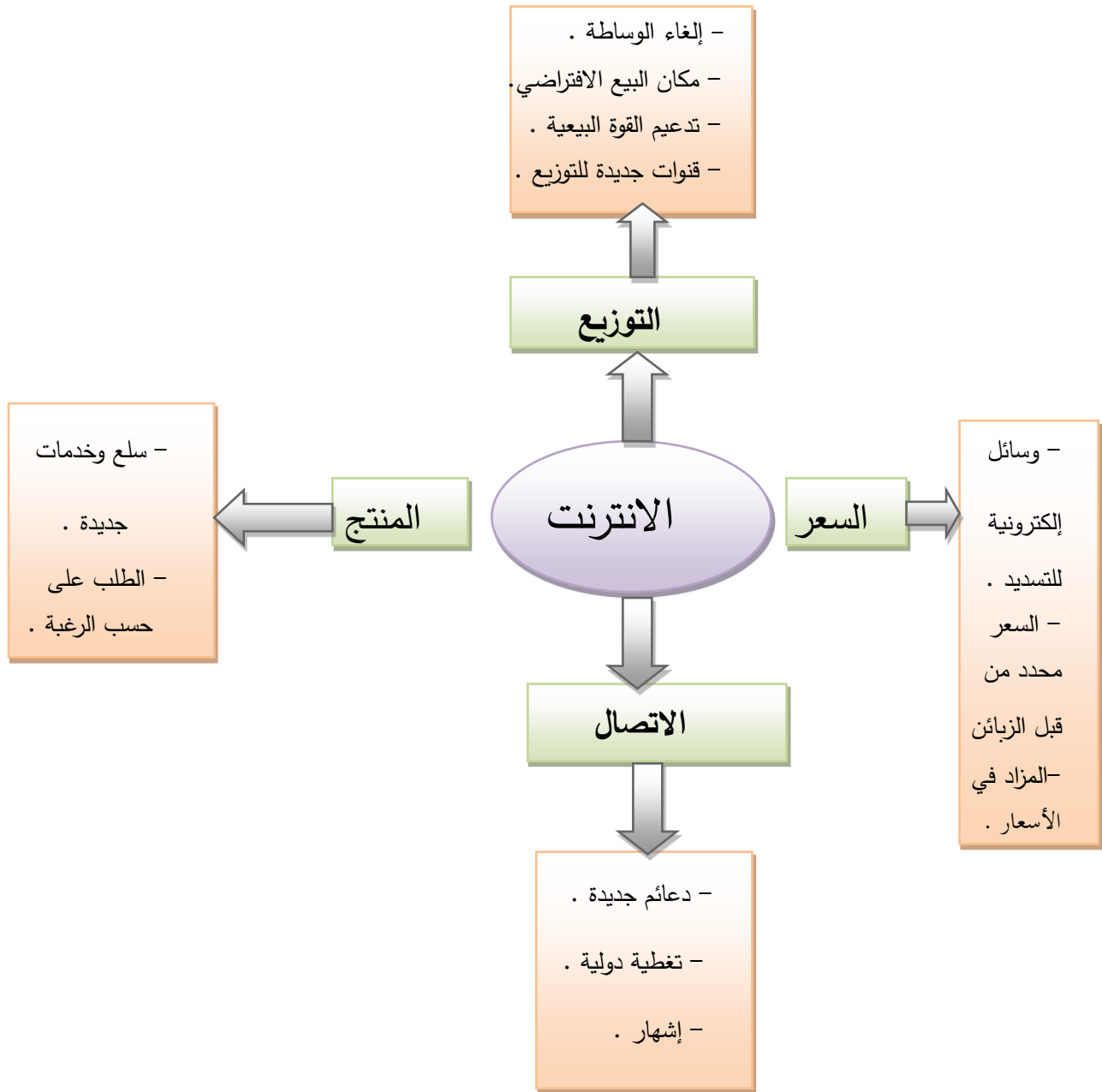
ب : الأفراد

ويمثل عنصر الفرد كل من : مقدم الخدمة وملتقي الخدمة، وقد أثرت تكنولوجيا المعلومات على مقدم الخدمة من خلال تقلص دوره وحلولها محله من خلال الأجهزة والمعدات والبرمجيات، فلم تعد الحاجة كبيرة إلى الفرد مقارنة بالحاجة إلى اكتساب التكنولوجيا، كما أصبح بمقدور الزبون بناء علاقات تفاعلية على مدار الساعة مع مقدمي الخدمة من خلال تفاعلات رقمية بينهما .

كما تجدر بنا الإشارة إلى عنصر آخر وهو عمليات الخدمة، حيث أصبحت عمليات الخدمة من أول مرحلة تصميمها وتنفيذها إلى غاية شرائها من طرف الزبون تتم إلكترونيا باستغلال قوة الشبكات الإلكترونية، فعرض الخدمة والاتصال بالزبائن والتفاعل معهم والاستجابة لطلباتهم ورغباتهم أصبح يتم عن طريق الشبكات والوسائل الرقمية المختلفة¹.

¹ زينب شطبية، محمد زرقون، مرجع سبق ذكره، ص 81 .

الشكل رقم (03): أثر الانترنت على المزيج التسويقي



المصدر: Michel badoc, le marketing de la starte-up. Paris : S I, 2000, p 287

المطلب الثالث : تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسات

استخدمت تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصوصا الانترنت في بدايات ظهورها في النشاط التسويقي فقط دون إدماجها في العمليات الداخلية للمؤسسات وفي علاقاتها مع مورديها، ثم تطور الاهتمام ليتم استغلالها في كل أنشطة وعمليات المؤسسة، بالإضافة إلى أن توجه المؤسسة لاستغلال شتى التكنولوجيات وخصوصا الانترنت أدخلت تغييرات على إستراتيجية المؤسسات، على الوساطة وعلى العمليات الداخلية والخارجية حيث أصبح من السهل القيام بعمليات استقبال وتسيير الطلبات والاتصال مع الموردين وتنظيم الإنتاج وخدمة الزبائن في الوقت المحدد مما أدى إلى تحسين أدائها .

الفرع الأول: تخفيض التكاليف

معظم الباحثين في التسوق يتفقون على أن تبني تكنولوجيا المعلومات لاسيما الشبكات تؤدي إلى التخفيض في التكاليف، حيث تعمل هذه التكنولوجيات على توفير إمكانية الاتصال وتبادل المعلومات بتكاليف منخفضة جدا ومع زبائن متعددين في الوقت ذاته، فتخفيض التكاليف يمس أيضا العديد من جوانب نشاط المؤسسة¹ وهذا بدخولها في مجال الأعمال الالكترونية وذلك من خلال :

أ/ تخفيض التكاليف الناجمة عن النشاط الترويجي للمؤسسة :

يعد اليوم استخدام تكنولوجيا الانترنت وخصوصا مواقع الويب أمرا مهما، فوضع الأشرطة الإعلانية سواء كان ذلك من خلال موقعها الخاص أو استخدام مواقع لمؤسسات أخرى، حيث تعدد الأشكال والطرق الإعلانية المستعملة للإشهار بالمؤسسات أو بمنتجاتها، وبهذا سوف يكلف المؤسسة المعلنة عبر الويب مبالغ بسيطة مقارنة بالمبالغ التي تخصص لنشر المؤسسة لإعلاناتها في مختلف وسائل النشر الأخرى كالجرائد أو المجلات أو المساحات الإشهارية البرية وغيرها¹.

¹ صوفية فنيش، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الخدمائية (رسالة ماستر) كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الاغواط، 2016،

ب/ تخفيض تكاليف الاتصال الهاتفي :

أتاحت الابتكارات الحديثة الفرصة للجميع لاستغلال مزايا الاتصال بالهاتف عبر الانترنت، والذي يعرف أيضا بـ بروتوكول الصوت عبر الانترنت VoIP، ويمكن من خلال هذه الخدمة إجراء اتصالات هاتفية عبر الانترنت ومن بين البرامج التي لاقت رواجاً كبيراً برنامج Skype فلهذه تطبيقات عديدة منها المحادثة بالصوت والصورة والاتصال الهاتفي ونقل الملفات بالإضافة إلى المحادثات الجماعية، فهناك من هو مخصص للمؤسسات " Skype for business " والذي يتميز بعدة خصائص منها إمكانية الاتصال إلى هواتف نقالة مخصصة للعمل على هذا البرنامج وتكلفة أقل بكثير من تكلفة الاتصال بالهاتف النقال مع إمكانية تعبئة رصيد تلك الهواتف، من خلال هاتمه الخصائص يمكن الإتصال عبر VoIP للتقليل من تكاليف الاتصال ويضمن متابعة مديري المؤسسات لسعر العمل بكل كفاءة وفعالية.

ج/ تخفيض التكاليف المترتبة عن عمليات البيع والأعمال الإلكترونية المتكررة يوميا :

تخفيض التكاليف المترتبة عن عمليات البيع والأعمال الإلكترونية المتكررة يوميا وخصوصا عندما يكون المتوج رقمية كالبرامج والصوتيات والفيديو وغيرها أو أن تنشط المؤسسة في مجال الفنادق والإطعام أو خدمات النقل، حيث يتم الحجز مباشرة إلكترونيا دون تجنيد العديد من الموظفين، حيث يتم القيام بالمعاملات في آن واحد مما يوفر الوقت والجهد، ومن هذا المنطلق فإن استخدام تكنولوجيا المعلومات بشكل مكثف من قبل المؤسسات سوف يؤدي إلى تخفيض تكاليف المعاملات لكل زبون، بالإضافة إلى تبني هاتمه التكنولوجيات سوف تسمح بتقليص المدة الزمنية المستغرقة للقيام بالأعمال مع تبسيط العمليات الإدارية، حيث تؤدي إلى خفض تكاليف العمليات التشغيلية والعمليات المالية وبذلك تتوجه المؤسسات نحو تحقيق ميزة تنافسية من خلال التكلفة¹.

¹ شوقي شادلي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2008، ص، ص، 116/115 . .

ثانياً: الوصول إلى أسواق جديدة ورفع الحصة السوقية

يعد استعمال تكنولوجيا المعلومات وخصوصاً الانترنت ذو تأثير بالغ على المساحة التي تغطيها المؤسسات إذ يصبح باستطاعتها الوصول إلى أسواق جديدة سواء كانا محلية أو دولية، وهذا ما يؤدي إلى زيادة الحصة السوقية، فتعمل مختلف هاته القنوات التكنولوجية وخاصة الانترنت على خدمة الزبائن عبر مساحات جغرافية أوسع مقارنة باستخدام المؤسسة لوسائل تقليدية، وبالتالي تسمح هاته التقنيات بالوصول إلى مناطق جغرافية بعيدة وهذا بكسر الحواجز الجغرافية وعامل الزمن وبهذا يصبح للمؤسسات إمكانية تسيير و استقطاب عدد كبير من الزبائن الجدد، هذا كله من شأنه أن يفتح أمام المؤسسات آفاقاً واسعة مما يمنحها فرصة جديدة، وفي الوقت نفسه يضعها أمام مواجهة تحديات متزايدة، إذ يمكن للمؤسسات أن تستفيد من التسهيلات الناجمة عن التطوير المستمر في مجال تكنولوجيا المعلومات وفي مجال النظم المالية والنقل، مما يشجع هذه المؤسسات على الانخراط بشكل متزايد في العمليات الاقتصادية الدولية، بهدف استكشاف أسواق جديدة لتصريف منتجاتها، وبهدف التعرف على مصادر تزويد جديدة كمصدر للعناصر الأساسية الداخلة في تكوين منتجاتها، وحين تتجح المؤسسة في هذين الاتجاهين تصبح جزء من سلسلة من المؤسسات المتباعدة جغرافياً والمتعاونة فيما بينها بهدف إيصال المنتج إلى المستخدم النهائي، فتكنولوجيا المعلومات تعمل على استبعاد أثر المسافات والزمن المستغرق لقطعها، إذ تسمح للمؤسسات بالاتصال في الزمن الحقيقي أي اللحظي، وبذلك فإن توجه المؤسسات إلى تبني واستخدام تكنولوجيا المعلومات سوف يؤدي بها إلى تحقيق التميز من خلال عنصر الزمن، وبهذا يصبح الفضاء بدون مسافات وشفافيدون أي نوع من الحدود سواء كانت اقتصادية، سياسية أو اجتماعية¹.

¹ صوفية فيش، مرجع سبق ذكره ص 61 .

الفرع الثاني: تسهيل حركة المعلومات وتغير الهيكل التنظيمي للمؤسسات

لقد أوجد ظهور الانترنت تغيرات جديدة في الاقتصاد الجديد، حيث ساهمت في إلغاء الحدود التي كانت تحد تنظيمات المؤسسات وذلك بإدخال تغييرات معتبرة عليها، تغييرات في طرق تنظيم الإنتاج في المؤسسات وفي الاقتصاد العالمي، فهذه التغيرات اعتبرت من أكبر التحولات في التاريخ، ففي زمن الاقتصاد الرقمي تغيرت العلاقة بين المؤسسات تغيرا جذريا، فالعلاقة بين الممون والمقاول أو بين المنتجين والموزعين أو بين الزبون النهائي وتاجر التجزئة قد تغيرت من خلال إدخال واستعمال تكنولوجيا المعلومات، ففي دراسة قام بها Ambile و Gadille حول كثافة استخدام تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات، خلصوا إلى أن استخدام المؤسسات لتكنولوجيا الانترنت في أنشطتها له تأثير على هيكلها التنظيمي، فتمثين هذه التكنولوجيا سوف يؤدي بالمؤسسة إلى إعادة تنظيمها من خلال تنظيمها الداخلي، وأشكال الاتصال الصاعد والنازل، بالإضافة إلى تغير العلاقة الناشئة بين الأقسام والأشخاص، ففي المؤسسة التقليدية يتم انتقال المعلومة سلميا أي من الأسفل إلى الأعلى أو من الأعلى إلى الأسفل وفق اتجاهات عمودية، إذ تصل المعلومة لبعض الأقسام أو الأشخاص دون الكل وبهذا تجد المؤسسة صعوبة في التنسيق واتخاذ القرار الصائب والسليم، وباستخدام المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات تتحسن الخدمات أفضل للموظفين، وتتعرز المساءلة والشفافة مما يؤدي إلى تقليل وقوع الأخطاء والتزوير وينعكس إيجابا على التنظيم، ويصبح العمل جماعيا إذ أن حركة المعلومة تتم في كل الاتجاهات وبسرعة فائقة وبهذا يصبح من السهل التنسيق بين الأقسام واتخاذ القرار الصحيح والصائب وبالتالي فإن هاته التغيرات لها تأثير على الأداء التنظيمي للمؤسسة¹.

فالاقتصاد الرقمي فتح للمؤسسات آفاقا جديدة، فبفضل استراتيجيات التجارة بين المستهلك والمؤسسة تستطيع هذه الأخيرة أن تستحوذ أكثر فأكثر على الزبائن الكامنين بالإضافة إلى العمل وبفعالية مع الشركاء من

¹ إبراهيم بختي، (صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء)، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 08-09 مارس 2005، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، ص 30-31 .

المؤسسات الأخرى بفضل الشبكات والتحول إلى التنظيم الشبكي، إذ أصبحت المعلومة تلعب دورا استراتيجيا في تسهيل اتخاذ القرارات والتراكم المعرفي في المؤسسة، فهي إذن تعتبر موردا أساسيا للمؤسسات وتساهم في تغيير طرق نشاطها، وذلك بتطوير عمليات إنتاجها وتنظيمها الداخلي، بحيث يصبح نشاطها فعالا وذو مردودية فاستخدام تكنولوجيا المعلومات يساعد في اتخاذ القرار بحيث أن المعلومة أصبحت تعد موردا استراتيجيا موثوقا به عندما يتم تداولها عبر هاته التكنولوجيات، فللحصول على حصة سوقية تحتاج المؤسسة إلى معلومات خارجية تهمها على كل مستويات نشاطها، إذ تتعدد احتياجاتها من المعلومة ونذكر منها :

- معطيات تقنية عن المنتجات التي تقوم ببيعها.

- إحصائيات تخص الأسواق التي تنشط فيها أو التي تخطط للنشاط فيها.

- معلومات مالية¹.

وبهذا فإن بعض المؤسسات إن لم نقل معظمها تعول على جمع وتحليل تلك المعلومات وهذا للتعرف على بيئتها، وبهذا فقد سمحت تكنولوجيا المعلومات للمؤسسات الحصول على وسائل جديدة ودعائم جديدة لتبادل وبث المعلومة وهذا بالقضاء على القصور من جانب الزمن والمسافات، ففي شبكات الانترنت تتوافر المعلومة بجودة عالية واستخدام طرق جديدة للعمل تركز على المعالجة الإلكترونية للمعلومات فهذا التحول والتطور السريع للتكنولوجيات أصبح عاملا أساسيا للتغير في البنية التنظيمية للمؤسسة، فالبنسبة للمؤسسة تعد المعلومة أداة للمعرفة ووسيلة تسمح بزيادة الثقة.

فهي المادة الأولية لأي قرار ولها تأثير خاص في السياسة العامة ويتأثر الأداء العام للمؤسسة بقدرتها على استغلال تكنولوجيا المعلومات التي تمتلكها سواء كان ذلك خارجيا أو مع محاور بيئتها الخارجية².

¹ نفس المرجع، ص 31.

² شوقي شادلي، مرجع سبق ذكره، ص 122.

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

بعد التطورات التكنولوجية التي حدثت وخاصة في مجال الاتصالات والتي جعلت من العالم قرية كونية صغيرة أدى إلى زيادة الاهتمام بالاتصال ووسائله في جميع المناطق والبلدان، حيث عرفت اتصالات الجزائر قفزة نوعية من حيث كونها سفينة التكنولوجيا الحديثة، لم يكن أحد يدرك مدى أهمية هذه الخطوة بالنسبة للجزائر المعاصرة فالرهانات كانت أكبر من التصور ذاته، إلا أن الإدارة الجزائرية كسرت الحواجز وتحدثت الصعاب لتصنع في الأخير للجزائر إسما في عالم الاتصال، وهذا من خلال تبنيها تكنولوجيا عالية لتحسين جودة خدماتها ولا يتحقق هذا إلا من خلال وجود بنية جيدة لتكنولوجيا المعلومات قادر على تسييرها والتحكم فيها.

فنجاح المؤسسة يتوقف على مدى جودة الاتصال الداخلي والخارجي والخدمات المقدمة إلى زبائنها ومدى تطور تكنولوجيا المعلومات لديها الأمر الذي من شأنه تحقيق الجودة في خدماتها، ولهذا قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين حيث تناولنا في المطلب الأول لمحة عن المؤسسة محل الدراسة، بينما تناولنا في المطلب الثاني الدراسة الميدانية.

المبحث الثاني: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر

المطلب الأول: لمحة عن مؤسسة اتصالات الجزائر

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر من بين أهم المؤسسات المتواجدة على التراب الوطني ، وهي تسعى دائما لفرض نفسها في السوق نتيجة لشدة المنافسة وذلك لتقديم أجود وأفضل الخدمات، وللتعرف أكثر على المؤسسة سنتطرق من خلال هذا المبحث إلى تعريفها وإبراز نشأتها وتطورها مع تحليل هيكلها التنظيمي .

الفرع الأول: نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر :

تعتبر اتصالات الجزائر المتعامل التاريخي لقطاع الاتصالات في الجزائر، وهي مؤسسة ذات أسهم ملك للدولة بنسبة 100%، تنشط في سوق الهاتف الثابت والحلول الشبكية لتحويل المعطيات والصوت بالنسبة للشركات والخواص، ووعيا منها بالتحديات التي يفرضها التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيا الإعلام والاتصال باشرت الدولة الجزائرية سنة 1999 بإصلاحات عميقة في قطاع البريد والمواصلات، وقد تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر أوت 2000، جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الدولة على نشاطات البريد والمواصلات والفصل بين نشاطي التنظيم واستغلال وتسيير الشبكات، وتطبيقا لهذا المبدأ تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا وماليا ومتعاملين، أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية والخدمات المالية متمثلة في " بريد الجزائر " وثانيهما متمثلة في " اتصالات الجزائر " ¹.

وفي إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة تم في شهر جوان 2001 بيع رخصة لإقامة واستغلال شبكة للهاتف النقال، واستمر تنفيذ فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى، حيث تم بيع رخصة تتعلق بشبكة الربط المحلي في المناطق الريفية، وقد نص القرار 2000/03 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع

¹ وثائق مؤسسة اتصالات الجزائر بالقرارة.

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

البريد والمواصلات حيث تم بموجب هذا إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر، بعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيا الاعلام والاتصال تبعت القرار 2000/03 أضحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت سنة 2003، وكانت الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر في 01 جانفي 2003 حيث كان على اتصالات الجزائر وإطاراتها الانتظار حتى الفتح من جانفي 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ، حيث أصبحت المؤسسة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد ومجبرة على إثبات وجودها في عالم لا يرحم، في المنافسة الشرسة البقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.¹

كما سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث أهداف رئيسية تقوم عليها

الشركة وهم : الجودة، الفعالية، نوعية الخدمات، وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة التي سطرته اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق اتصالات الجزائر .

ومن مهام المؤسسة :

- التنسيق بين مختلف المديرية العملية .
- مراقبة سير الوحدات العملية في كل الميادين .
- مراقبة وتوجيه الوكالات التجارية .
- الإشراف والسهر على متابعة مختلف المشاريع والإنجازات المتعلقة بالمؤسسة .

¹ وثائق مؤسسة اتصالات الجزائر بالقرارة.

- تنظيم وتقييم مختلف الوحدات العملية والوكالات التجارية والمراكز الهاتفية من خلال نشاطاتها التجارية والمالية وكذا التقنية، من خلال التقييم الفصلي السنوي لحصيلة نشاطاتها وتقديم التوجيهات اللازمة من خلال تحديد نقاط القوة والضعف .
 - الإشراف على مختلف الإعلانات والإشعارات والترقيات التجارية التي تطلقها المؤسسة .
 - دعم وتمويل مختلف المديریات والوكالات التجارية ومختلف المراكز التابعة للمؤسسة بالوسائل اللازمة لضمان السير الحسن لمختلف المصالح .
 - السهر على تدريب الموظفين وتأطيرهم في مختلف المصالح .
 - العمل على تقديم أفضل الخدمات لمختلف الزبائن .
 - الإشراف على متابعة المشاريع الكبرى للمؤسسة مثل توسيع شبكات الاتصال .
- أما نشاطات المؤسسة فنجملها في الآتي :
- تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية .
 - تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصال العامة والخاصة .
 - إنشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات¹ .

¹ وثائق مؤسسة اتصالات الجزائر بالقرارة.

الفرع الثاني: التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر وحدة القرارة.

إن الوكالة شركة تجارية ذات أسهم ولها أهداف عدة أهمها : المردودية، الفعالية وجودة الخدمات، وهي تطمح دائما في الوصول إلى درجة عالية في جميع المجالات لتحافظ بمكانتها الريادية، وتهدف إلى الحفاظ وتطوير بعدها الدولي وترقية مجتمع المعلومات في الجزائر .

أولا: التعريف بالوكالة :

وكالة القرارة لاتصالات الجزائر هي عبارة عن وحدة أو خلية أساسية من بين الوحدات التي تشكل قاعدة الهرم التنظيمي لشركة اتصالات الجزائر، كما تعتبر المفصل الرئيسي لهذه الشركة بحيث تمثل جميع أنشطة وخدمات هذه الشركة .

انطلقت هذه الوكالة في زيتها القديم قبل أن تصبح " اتصالات الجزائر " خلال سنوات الخمس من القرن العشرين ومنذ ذلك التاريخ عرفت عدة تطورات ميتها من جميع الجوانب سواء التجارية أو التقنية .

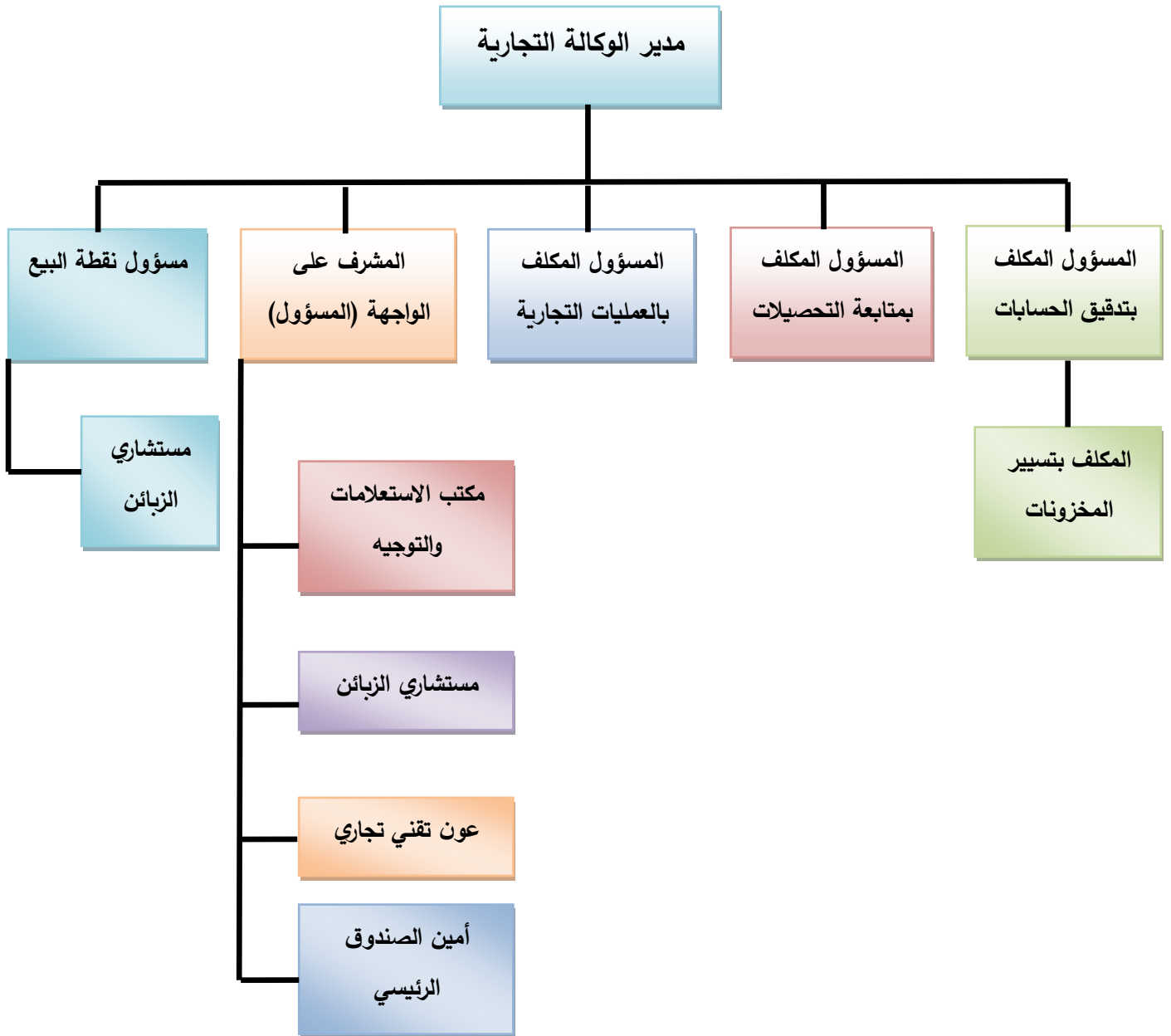
إذ كانت تعتمد على الوسائل التقليدية واليدوية في هذا المجال إلى أن تطور مجال الإتصالات فأصبحت تعتمد على الوسائل الحديثة مثل : الإعلام الآلي والرقمنة والأقمار الصناعية .

فمنذ نوفمبر 2006 استقلت هذه الوحدة فأصبحت تمثل الجانب التجاري المحض، كما استقل الجانب التقني أيضا لهذه الشركة .

إذ يمثل هذه الوكالة مدير الوكالة تحت إدارته مجموعة من المستخدمين والمسؤولين، حسب ماورد في الهيكل التنظيمي للوكالة .

الفرع الثالث: الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر وحدة القرارة.

الشكل رقم (04) يمثل الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر وحدة القرارة¹



¹ بن عافو مصطفى، المسؤول المكلف بالعمليات التجارية فرع القرارة.

ثانياً: وظائف الوكالة :

تعود الوظائف داخل الوكالة وذلك لكل مستخدم حسب تخصصه وهي كالآتي :

1- مدير الوكالة (Directeur de l'agence commerciale) :

هو رأس الهرم التنظيمي للوكالة وله دور فعال في إدارة الوكالة وتختصر مهامه فيما يلي :

- توزيع النشاط داخل المصلحة .
- يضمن سيرورة المعلومات بين فريق العمل عن طريق اللقاءات .
- يسهر على تحقيق أهداف الشركة لإرضاء الزبائن وتحقيق رقم الأعمال المسطرة .
- تقييم احتياجات الموظفين فيما يخص التكوينات والترقيات .
- هو الحلقة المباشرة بين الوكالة ووكالات أخرى والإدارة العليا .
- السهر على تحقيق نتائج إيجابية .
- اقتراح بعض العروض والتحسينات في الخدمات .
- توزيع النشاط داخل المصلحة .
- التحكم وتسيير النزاعات .

2- المشرف على الواجهة (Superviseur - Front office) :

- يسير فرقة العمل على مستوى واجهة الوكالة .
- يسهر على تنفيذ إجراءات العمل .
- يسهر على الإحترام وحسن الإستقبال داخل الواجهة .
- يسهر على التكفل بالمشاكل والعراقيل داخل المؤسسة .
- يسهر على الدعم اللوجستي في فريق العمل (المخزونات، الأوراق ...).

أ- مكتب الإستعلامات والتوجيه :

لكي تكون العلاقة ناجحة وجيدة مع الزبائن يجب على المستخدمين داخل الوكالة ما يلي :

- إستقبال الزبائن .

- إعلام الزبائن بخدمات ومنتجات إتصالات الجزائر (عروض ...).

- توجيه الزبائن نحو الشباك المعني .

- إعلام الزبائن عن طريق المنشورات الإخبارية .

- الإهتمام الكامل بالزبائن .

- توفير أماكن الإنتظار .

ب- مستشاري الزبائن :

- التكفل بإنشغالات الزبون (البيع والإستشارة) .

- الحرص على التحدث باللغة التجارية مقنعة ومختصرة .

- إنجاز مختلف العمليات التجارية على مستوى نظام المعلومات .

- إبرام مختلف العقود مع الزبائن (ADSL ، 4G ، الهاتف) .

- إنجاز عمليات التسديد بمختلف العمليات التجارية .

- إستقبال ومعالجة مختلف الشكاوي والمساهمة في الحد منها على مستوى الواجهة حتى يتجنب صعودها

إلى المديرية .

ج- عون تقني تجاري :

- يشرح الجانب التقني لمنتجات إتصالات الجزائر .

- يتكفل بشكاوي وتعطلات الزبائن .

- السهر على متابعة الشكاوي مع المصالح التقنية لإتصالات الجزائر .

د- أمين الصندوق :

- يقوم بصب أموال الصندوق بالحساب البنكي .
- تحصيل جميع الفواتير وتتم إما مباشرة نقداً أو عن طريق الصكوك .
- يقوم بجميع عمليات قبض الأموال والتسديدات لمختلف الفواتير والإيرادات الأخرى عند نهاية الدوام من مستشاري الزبائن.

3- المسؤول المكلف بالعمليات التجارية :

- هو المكلف بتسيير فرقة العمل .
- السهر على تنفيذ الإجراءات المنصوص عليها .
- متابعة ومعالجة الملفات الصادرة من الواجهة إضافة إلى التدقيق والتسجيل على نظام المعلومات .
- معالجة جميع الإشكاليات التجارية .
- معالجة وتقييم وتحليل المؤشرات التجارية (مبيعات، سلسلة الإنتظار) .
- يضمن التواصل بين الوكالة التجارية والمصالح التقنية .
- تسيير ومتابعة الزبائن المحترفين مع المعطيات الموجودة في البرنامج المعلوماتي .

4- المسؤول المكلف بمتابعة التحصيلات :

- يسهر على تحفيز وتنشيط فرقة العمل .
- يضمن جميع التسديدات على مستوى مختلف مكاتب البريد وتسجيلها في النظام المعلوماتي .
- المراقبة اليومية لتسديدات الزبائن (فواتير التسديد مقابل الأموال المحصلة) .
- يسهر على صب الأموال المحصل عليها في الدوام في الحساب البنكي الخاص بالوكالة .
- يتم المصادقة على جميع عمليات التحصيل اليومية .
- متابعة وتصحيح الأخطاء الواردة في عمليات التحصيل .

- متابعة وتحصيل الفواتير الغير مسددة .
- تحليل وتقييم المؤشرات المالية (رقم الأعمال + الديون) .
- 5- المسؤول المكلف بتدقيق الحسابات (المحاسب) :
 - يسهر على تسيير المخزون التجاري .
 - تصحيح الإختلالات التي يمكن أن ترد .
 - إعلان مدير الوكالة بالإختلالات الواردة .
 - إرسال الوثائق المحاسبية بعد التدقيق إلى مصلحة المحاسبة في المديرية الولائية .
 - متابعة ومعالجة الصكوك البريدية والبنكية .
 - يسهر على تدقيق الحسابات المتحصل عليها على مستوى الوكالة أو مراكز البريد .
 - يضمن سيرورة المخزون بين المديرية الولائية والوكالة ومن ثم توزيعها على مشرف الواجهة ونقاط البيع .

أ- المكلف بتسيير المخزونات :

- له مهامين يشاك فيهما مع المحاسب وهما كالآتي :
- يضمن سيرورة المخزون بين المديرية الولائية والوكالة ومن ثم توزيعها على مشرف الواجهة ونقاط البيع .
 - يسهر على تسيير المخزون التجاري .

6- مسؤول نقطة البيع :

- وجدت أساسا من أجل تسهيل وتقريب الخدمات للزبائن .
- يكون على رأس نقطة البيع ميؤول يشرف على مجموعته من مستشاري الزبائن .
- تسيير وتحفيز المستشارين .
- يسهر على تنفيذ الإجراءات المنوطة به .
- يسعى لتحقيق الأهداف المسطرة .

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

- إحترام اللغة التجارية في التعامل داخل الوكالة وسلامة وصول المعلومات للمستشارين .
- يضمن المتابعة والتكفل بجميع المشاكل على مستوى نقطة البيع .
- يضمن تحويل وإرسال جميع تقارير النشاط على مستوى نقطة البيع إلى مسؤولي الوكالة .
- يراقب ويعالج جميع الملفات الإدارية للزبائن (العقود، الهاتف، الأنترنت) .
- يسير المخزونات على مستوى نقطة البيع .
- يقوم بتحويل الأموال إلى الحسابات البنكية يوميا .

المطلب الثاني: الدراسة الميدانية:

بعد تحديد الاطار النظري لموضوع الدراسة اخترنا اتصالات الجزائر وحدة القرارة من أجل الدراسة التطبيقية بغرض اسقاط الجانب النظري على واقع المؤسسة محل الدراسة وذلك ما يعطينا اجابة ذات دلالة عن موضوع الدراسة.

الفرع الأول: تصميم الاستبيان:

أولاً: الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أهم الأدوات المستخدمة في البحوث الاجتماعية عموماً، وهو عبارة عن مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين، يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعنيين بالبريد أو يجرى تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق.¹

ثانياً: بناء الاستبيان:

بعد الاطلاع على الأدبيات التي جاء فيها استخدام استمارة البحث، تم تصميم استمارة مؤلفة من قسمين وهي كالاتي:

القسم الأول: يحتوي على البيانات الشخصية والتي تشمل الجنس والعمر والمؤهل العلمي والوضعية المهنية وعدد سنوات الخبرة في الوظيفة.

القسم الثاني: ويحتوي على محورين وهما:

المحور الأول: حول علاقة الزبون بتكنولوجيا المعلومات وخصص له (07) عبارات.

¹ عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط4، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2007، ص67.

المحور الثاني: حول نظرة الزبون لمفهوم هذه الخدمة العمومية في المؤسسة وقسما إلى بعدين وهما:

البعد الأول: حول رأي الزبون في اتصالات الجزائر وخصص له (07) عبارات.

البعد الثاني: حول مدى رضا الزبون واحتكاكه بهذه الخدمة وخصص له (07) عبارات.

الفرع الثاني: عرض وتحليل البيانات:

للقيام بهذه الدراسة قمنا بتوزيع 30 استبيان على مجموعة من موظفي وزبائن لمؤسسة اتصالات الجزائر بالقرارة والتي خضعت للتحليل الاحصائي وهو ما سنوضحه من خلال هذا المطلب الذي يقدم تحليلا كاملا ومفصلا لمختلف المحاور التي يحتويها الاستبيان بالاعتماد على الأساليب الاحصائية الملائمة، وقد استخدمنا برنامج الاحصائي spss الاصدار 24 في تحليل الجداول.

أولا: البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة ومستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات:

يتضمن هذا الفرع تحليلا للقسمين لاستمارة البحث كلا منهما على حدا كما يلي:

أولاً: تحليل البيانات الشخصية لأفراد عينة الدراسة:

تضمنت البيانات الشخصية كلا من: الجنس، العمر، المؤهل العلمي، الوضعية المهنية، عدد سنوات

الخبرة.

جدول رقم: (03): يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	16	%53.3
أنثى	14	%46.7
المجموع	30	%100



الشكل رقم: (05): يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس

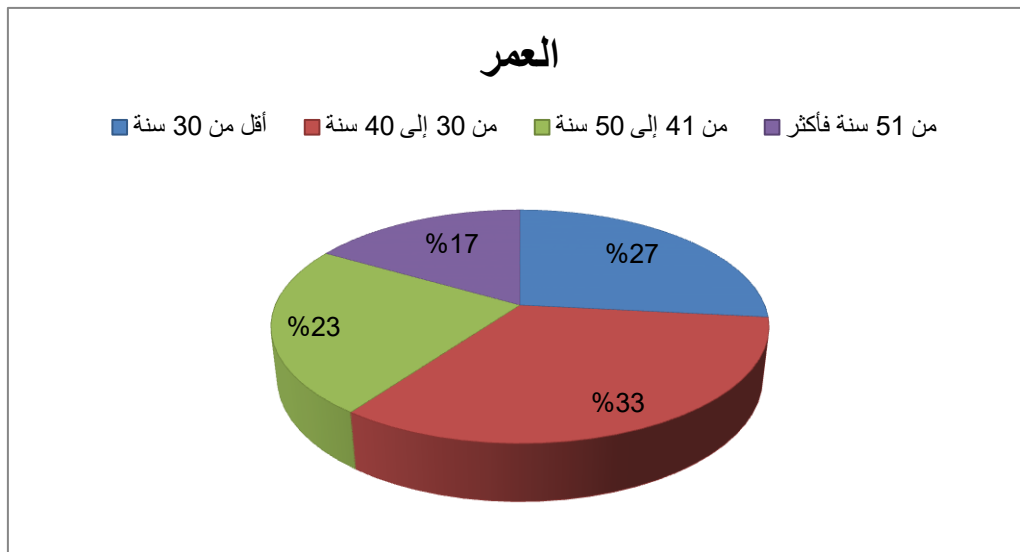
الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

تشير معطيات هذا الجدول والشكل أعلاه إلى أن أغلبية المبحوثين من أفراد عينة الدراسة هم من الذكور، إذ بلغ عددهم 16 فرد وبنسبة 53%، بينما عدد الإناث فقد بلغ 14 فرد وبنسبة 47%، وهذا ما يدل استعمال الفئة الذكورية أكثر لتكنولوجيا المعلومات.

جدول رقم: (04): يبين توزيع المبحوثين حسب العمر

العمر	التكرار	النسبة
أقل من 30 سنة	08	26.7%
من 30 إلى 40 سنة	10	33.3%
من 41 إلى 50 سنة	07	23.3%
من 51 سنة فأكثر	05	16.7%
المجموع	30	100%

الشكل رقم: (06): يبين توزيع المبحوثين حسب العمر



الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

تشير معطيات هذا الجدول والشكل أعلاه إلى أن العمر الغالب للعينات هو من 30 إلى 40 سنة والذي يمثل

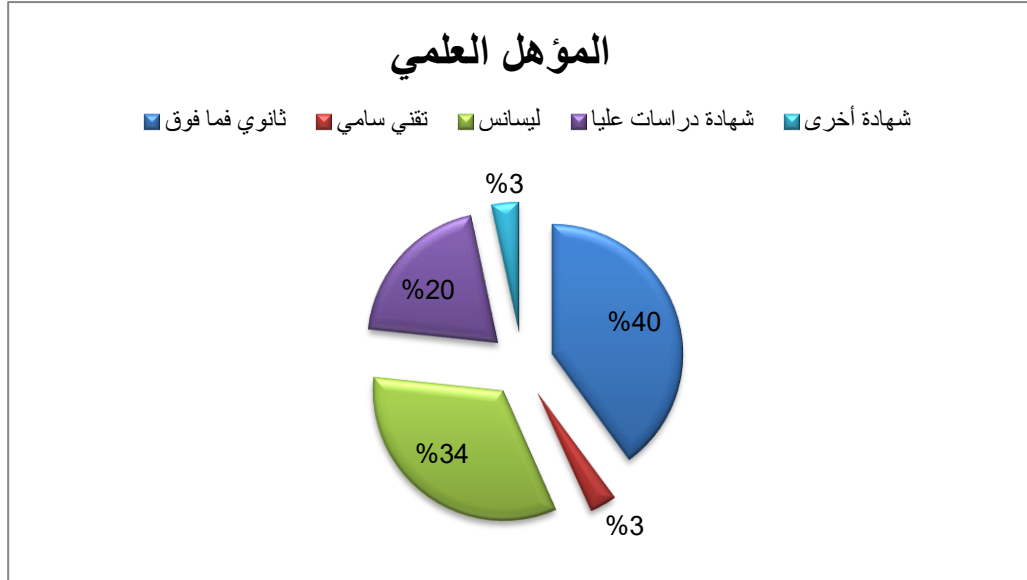
نسبة 33.3% وتليه نسبة 26.7% الذين أعمارهم أقل من 30 سنة وتليه أيضا نسبة 23.3% الذين

اعمارهم من 41 إلى 50 سنة وفي الأخير نسبة 16.7% أعمارهم من 51 سنة فأكثر.

وهذا مؤشر جيد يدل على حداثة الموضوع وأن هذه الفئة تتسم بالحيوية ولديهم الكفاءة في استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

جدول رقم: (05): يبين توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي

النسبة	التكرار	المؤهل العلمي
40%	12	ثانوي فما فوق
3.3%	01	تقني سامي
33.3%	10	ليسانس
20%	06	شهادة دراسات عليا
3.3%	01	شهادة أخرى
100%	30	المجموع

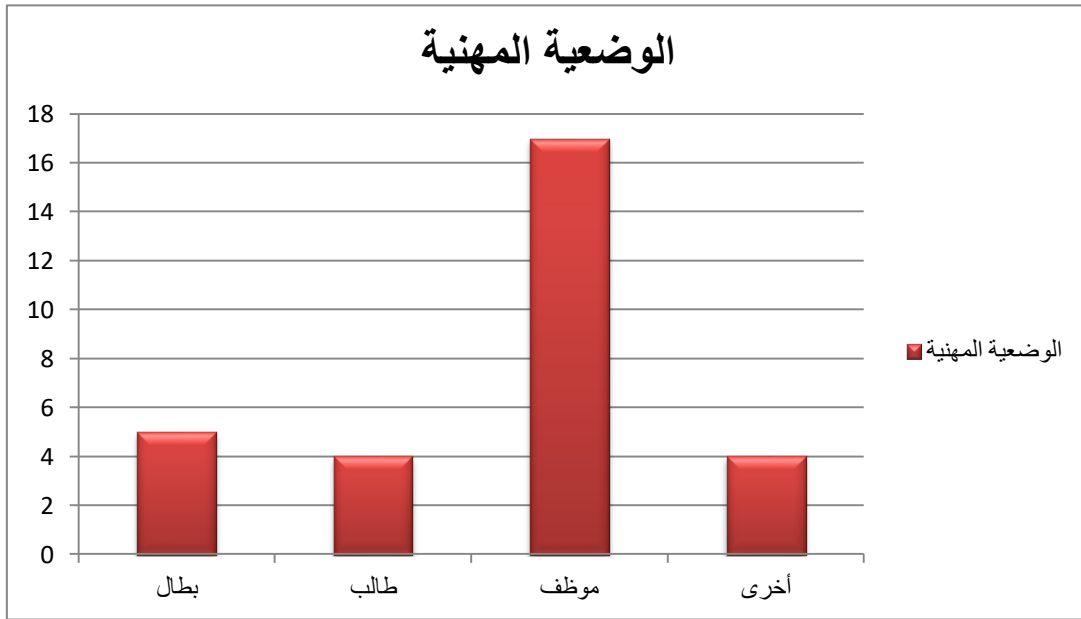


الشكل رقم: (07): يبين توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي

تشير معطيات هذا الجدول والشكل أعلاه إلى أن المؤهل العلمي للمبحوثين هو ثانوي فما فوق والذي قدرة نسبته بـ 40% وتليه نسبة 33.3% حاصلين على شهادة الليسانس وأيضا تليه نسبة 20% الحاملين لشهادة الدراسات العليا وكذلك نسب متقارب بين له شهادة تقني سامي وشهادات أخرى بنسبة 3.3%. وهذا مؤشر يدل على أن تكنولوجيا المعلومات لا تتطلب المهارة الكافية لاستخدامها.

جدول رقم: (06): يبين توزيع المبحوثين حسب الوضعية المهنية

النسبة	التكرار	الوضعية المهنية
16.7%	05	بطل
13.3%	04	طالب
56.7%	17	موظف
13.3%	04	أخرى
100%	30	المجموع



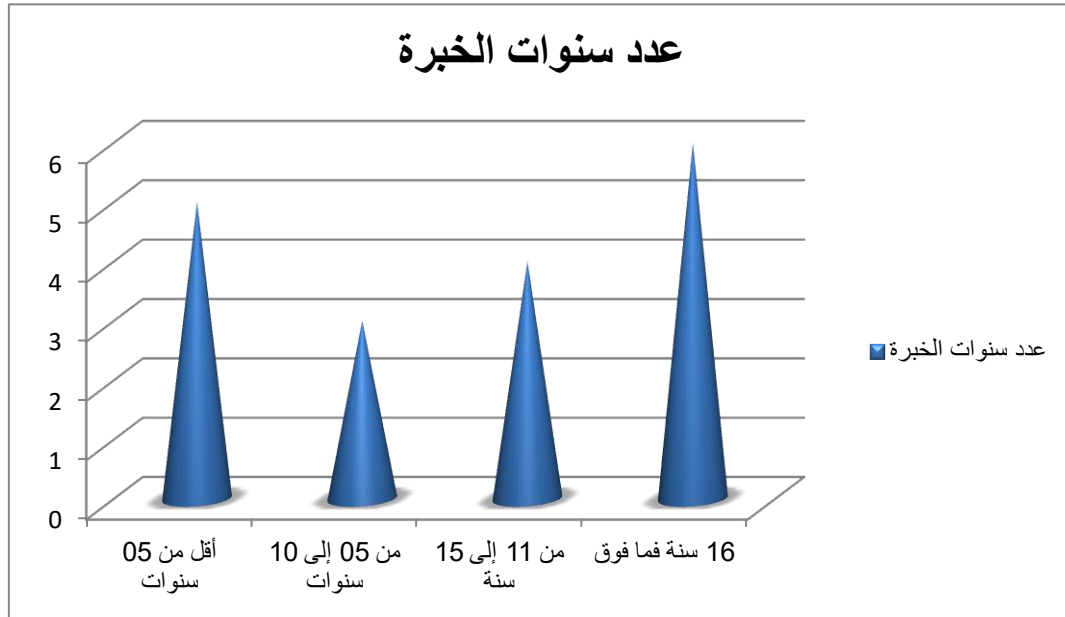
الشكل رقم: (08): يبين توزيع الباحثين حسب الوضعية المهنية

تشير معطيات هذا الجدول والشكل أعلاه إلى أن الوضعية المهنية للمبحوثين أغلبهم موظفين والتي قدرت نسبتهم بـ 56.7%، وتليه نسبة 16.7% الذين هم من فئة البطالين وتليه نسب متساوية من هم من فئة الطلبة ومن فئات أخرى بنسبة 13.3%.

وهذا ما يدل على أن الوضعية المهنية تتطلب تطبيق تكنولوجيا المعلومات في انجاز وظائفها

جدول رقم: (07): يبين توزيع المبحوثين حسب عدد سنوات الخبرة في حالة الوظيفة

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 05 سنوات	05	%16.7
من 05 إلى 10 سنوات	03	%10
من 11 إلى 15 سنة	04	%13.3
16 سنة فأكثر	06	%20
المجموع	18	%60



الشكل رقم: (09): يبين توزيع المبحوثين حسب عدد سنوات الخبرة في حالة الوظيفة

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

تشير معطيات هذا الجدول والشكل أعلاه إلى أن من صرحوا أنهم من فئة الموظفين صرحوا أن لديهم سنوات

خبرة في الوظيفة من 16 سنة فأكثر بنسبة 20% وتليه نسبة 16.7% من لديهم سنوات الخبرة أقل من 5

سنوات وكذلك تليه نسبة 13.3% من لديهم سنوات الخبرة في الوظيفة من 11 إلى 15 سنة ونسبة قليلة من

لديهم سنوات الخبرة من 05 إلى 10 سنوات والتي قدرة نسبتها ب10%.

ثانياً: تحليل علاقة الزبون بتكنولوجيا المعلومات:

في هذا المحور سنتطرق إلى معرفة علاقة الزبون بتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة.

جدول رقم: (08): يبين توزيع المبحوثين حسب علاقة الزبون بتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة

المجموع		غير موافق		محايد		موافق		مقياس الاجابة مضمون الفقرات
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
100%	30	00	00	3.3	01	96.7	29	الفقرة الأولى
100%	30	6.7	02	30	09	63.3	19	الفقرة الثانية
100%	30	6.7	02	16.7	05	76.7	23	الفقرة الثالثة
100%	30	53.3	16	16.7	05	30	09	الفقرة الرابعة
100%	30	13.3	04	6.7	02	80	24	الفقرة الخامسة

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

الفقرة السادسة	13	43.3	12	40	05	16.7	30	%100
الفقرة السابعة	23	76.7	05	16.7	02	6.7	30	%100

التحليل: علاقة الزبون بتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة:

العبارة رقم (01): لديك الإمكانية والمعرفة في كيفية التعامل مع شبكة المعلومات.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن لديهم الإمكانية والمعرفة في كيفية التعامل مع شبكة المعلومات، حيث بلغت نسبة الموافقة 96.7%، أما نسبة المحايدين فلم تتجاوز 3.3%.

وهذا المؤشر يدل على أن أغلبية أفراد العينة لديهم القدرة في استخدام شبكة المعلومات.

العبارة رقم (02): تتيح لك شبكة المعلومات التعرف على آخر المستجدات في مجال العمل.

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن معظم أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن شبكة المعلومات تتيح لهم التعرف على آخر المستجدات في مجال العمل وذلك بنسبة 63.3%، أي أكثر من الأفراد المحايدين والذين بلغت نسبتهم 30%، أما الغير موافقون فكانت نسبتهم 6.7% وهذا المؤشر يدل على أن تكنولوجيا المعلومات تسهل للزبائن معرفة آخر المستجدات في مجال عملهم في شتى القطاعات .

العبارة رقم (03): فتحت لك تكنولوجيا المعلومات المجال لإبداء الرأي.

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن معظم أفراد العينة صرحوا أنهم موافقون لأن تكنولوجيا المعلومات فتحت لهم المجال لإبداء الرأي والتي قدرت نسبتهم بـ 76.7% وتليه نسبة 16.7% صرحوا أنهم محايدون لهذه العبارة وكذلك نسبة قليلة من صرحوا أنهم غير موافقون على هذه العبارة بـ 6.7% .

وهذا المؤشر يدل على أن هناك علاقة طردية بين الزبون وتكنولوجيا المعلومات من خلال إعطاءه الفرصة لإبداء رأيهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثلا .

العبارة رقم (04): هل تتطلب منك تكنولوجيا المعلومات المهارة الكافية أو مستوى علمي معين لاستخدامها.

تشير لنا معطيات هذا الجدول أن أغلب المبحوثين صرحوا بأنهم غير موافقون على هذه العبارة بنسبة 53.3% وتليه نسبة 30% من صرحوا أنهم موافقون على هذه العبارة لأن تكنولوجيا المعلومات تتطلب المهارة الكافية ومستوى علمي معين لاستخدامها، وتليه نسبة 16.7% من صرحوا أنهم محايدون.

وهذا المؤشر يدل على أن تكنولوجيا المعلومات لا تتطلب المهارة الكافية أو التكوين في هذا المجال لإستخدامها .

العبارة رقم (05): أطلعت على خدمات المؤسسة من خلال تكنولوجيا المعلومات.

تشير لنا معطيات هذا الجدول أن أغلب المبحوثين صرحوا أنهم موافقون لأنهم اطلعوا على خدمات المؤسسة من خلال تكنولوجيا المعلومات بنسبة 80% وتليه نسبة 13.3% صرحوا أنهم غير موافقون على هذه العبارة وتليه أيضا نسبة 6.7% أنهم محايدون.

وهذا المؤشر يدل على الحرص في ترويج خدماتها بهدف تلبية رغبات الزبائن .

العبارة رقم (06): تعرفت على فرص العمل المتاحة من خلال شبكة المعلومات.

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

يتضح لنا من خلال هذا الجدول صرحوا المبحوثين أنهم موافقون على هذه العبارة لأنهم تعرف على فرص العمل من خلال شبكة المعلومات والتي قدرة نسبتهم ب 43.3% وتليه نسبة 40% من صرحوا أنهم محايدون على هذه العبارة وتليه أيضا نسبة 16.7% من قالوا أنهم غير موافقون على هذه العبارة. وهذا المؤشر يدل على أن معظم الزبائن لا يعطوا لأنفسهم الفرصة للتعرف على عروض العمل المتاحة من خلال هذه الشبكة.

العبارة رقم (07): هل تستخدم تكنولوجيا المعلومات بشكل روتيني مستمر أو مقطوع.

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أغلب المبحوثين أنهم موافقون على هذه العبارة لأنهم يستخدمون تكنولوجيا المعلومات بشكل مستمر والتي قدرة نسبتهم ب 76.7% وتليه نسبة 16.7% قالوا أنهم محايدون على هذه العبارة وتليه أيضا نسبة 6.7% صرحوا أنهم غير موافقون على هذه العبارة.

وهذا المؤشر يدل على جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للمواطن سواء كان زبون أو موظف .

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

ثالثاً: تحليل نظرة الزبون لمفهوم الخدمة العمومية في المؤسسة:

في هذا المحور سنتطرق إلى نظرة الزبون لمفهوم الخدمة العمومية في المؤسسة.

جدول رقم: (09): يبين توزيع المبحوثين حسب نظرة الزبون لمفهوم الخدمة العمومية في المؤسسة.

المجموع		غير موافق		محايد		موافق		مقياس الإجابة مضمون الفقرات
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%100	30	6.7	02	00	00	93.3	28	الفقرة الأولى
%100	30	3.3	01	16.7	05	80	24	الفقرة الثانية
%100	30	6.7	02	3.3	01	90	27	الفقرة الثالثة
%100	30	3.3	01	16.7	05	80	24	الفقرة الرابعة
%100	30	10	03	10	03	80	24	الفقرة الخامسة
%100	30	6.7	02	00	00	93.3	28	الفقرة السادسة
%100	30	3.3	01	3.3	01	93.3	28	الفقرة السابعة

التحليل: نظرة الزبون لمفهوم الخدمة العمومية في المؤسسة:

العبارة رقم (01): اعتماد المؤسسة على تكنولوجيا المعلومات يمنح لها مصداقية في المعلومات المنشورة.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن اعتماد المؤسسة على تكنولوجيا المعلومات يمنح لها مصداقية في المعلومات المنشورة، حيث بلغت نسبة 93.3%، أما الغير موافقون فلم تتجاوز 6.7%.

وهذا المؤشر يدل على الثقة لكل ما ينشر رغم الاختراقات الإلكترونية الحاصلة .

العبارة رقم (02): هل لمقدمي الخدمة في المؤسسة القدرة على الإجابة على تساؤلات الزبائن والقدرة على تقديم الخدمة إلكترونياً بثقة وأمان.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن لمقدمي الخدمة في المؤسسة القدرة على تقديم الخدمة إلكترونياً بثقة وأمان والتي قدرة نسبتهم ب 80% وتليه نسبة 16.7% صرحوا أنهم محايدون على هذه العبارة وتليه كذلك نسبة 3.3% من قالوا أنهم غير موافق على هذه العبارة. وهذا المؤشر يدل على أن المؤسسة نجحت في تعزيز التعامل الإلكتروني مع الزبائن .

العبارة رقم (03): تساعد تكنولوجيا المعلومات المؤسسة على تقديم الخدمة في الوقت المحدد والمعلن عنه.

تشير معطيات هذا الجدول إلى أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن تكنولوجيا المعلومات تساعد المؤسسة على تقديم الخدمة في الوقت المحدد والمعلن عنه والتي قدرة نسبتهم ب90% وتليه نسبة 6.7% صرحوا أنهم غير موافقون على هذه العبارة وكذلك نسبة 3.3% قالوا أنهم محايدون على هذه العبارة.

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

وهذا المؤشر يؤدي إلى تعزيز الثقة بين المتعامل والمؤسسة مما يعود بالنفع على المؤسسة من خلال إقبال الزبائن على مختلف العروض والخدمات والمنتجات التي تقدمها المؤسسة .

العبارة رقم (04): تستحق اتصالات الجزائر أن تبقى زبون وفيها لها .

تشير معطيات هذا الجدول إلى أن معظم أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن اتصالات الجزائر يستحقون أن يبقون أوفياء لها بنسبة 80% وتليه نسبة 16.7% قالوا أنهم محايدون على هذه العبارة وتليه أيضا نسبة 3.3% من قالوا أنهم غير موافقون على هذه العبارة.

وهذا المؤشر يدل على حسن تعامل المؤسسة مع الزبائن وتلبية حاجاتهم في الوقت المحدد .

العبارة رقم (05): تستجيب المؤسسة مع طالب الخدمة عند حدوث أي مشكلة على أرض الواقع أو على شبكة الانترنت.

تشير معطيات هذا الجدول إلى أن أغلب أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن المؤسسة تستجيب مع طالب الخدمة عند حدوث أي مشكلة على أرض الواقع أو على شبكة الانترنت والتي قدرة نسبتهم ب 80% وتليه نسبة متساوية من صرحوا أنهم محايدون وغير موافقون على هذه العبارة بنسبة 10% على التوالي.

وهذا المؤشر يدل على سرعة تدخل المؤسسة لحل المشاكل التي تعترض زبائنها مثل حالات انقطاعات الانترنت أو الهاتف.

العبارة رقم (06): تساعد تكنولوجيا المعلومات على تقديم المساعدة للعملاء وتسهل تقديم خدمة فورية.

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن تكنولوجيا المعلومات تساعد على تقديم المساعدة للعملاء وتسعى إلى تقديم خدمة فورية والتي قدرة نسبتهم ب 93.3% وتليه نسبة 6.7% من صرحوا أنهم غير موافقون على هذه العبارة. وهذا المؤشر يعني أن المؤسسة تستغل مختلف تكنولوجيا المعلومات من أجل مساعدة وخدمة العملاء لتقديم الخدمة في الوقت المحدد .

العبارة رقم (07): تساعد تكنولوجيا المعلومات على التسويق من خلال عرض مبيعاتها من خلال الإشهار.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن تكنولوجيا المعلومات تساعد على التسويق من خلال عرض مبيعاتها من خلال الإشهار والتي قدرة نسبتهم ب 93.3% وتليه نسب متساوية من صرحوا أنهم محايدون وغير موافقون على هذه العبارة بنسبة 3.3% على التوالي. وهذا المؤشر يدل على حسن سير العملية التسويقية لمبيعات المؤسسة ونجاعة التكوين في هذا المجال .

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

رابعاً: تحليل مدى رضا الزبون واحتكاكه بهذه الخدمة في المؤسسة:

في هذا المحور سنتطرق إلى مدى رضا الزبون واحتكاكه بهذه الخدمة في المؤسسة.

جدول رقم: (10): يبين توزيع المبحوثين حسب مدى رضا الزبون واحتكاكه بهذه الخدمة في المؤسسة.

المجموع		غير موافق		محايد		موافق		مقياس الإجابة مضمون الفقرات
%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	%	التكرار	
%100	30	6.7	02	10	03	83.3	25	الفقرة الأولى
%100	30	3.3	01	13.3	04	83.3	25	الفقرة الثانية
%100	30	00	00	23.3	07	76.7	23	الفقرة الثالثة
%100	30	3.3	01	16.7	05	80	24	الفقرة الرابعة
%100	30	6.7	02	6.7	02	86.7	26	الفقرة الخامسة
%100	30	3.3	01	6.7	02	90	27	الفقرة السادسة
%100	30	00	00	23.3	07	76.7	23	الفقرة السابعة

التحليل: مدى رضا الزبون واحتكاكه بهذه الخدمة في المؤسسة:

العبارة رقم (01): امتلاك المؤسسة أجهزة حواسيب متطورة يساعدها في تسهيل خدماتها.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن المؤسسة تمتلك

أجهزة وحواسيب متطورة يساعدها في تسهيل خدماتها بنسبة 83.3%، أما المحايدون فكانت النسبة بـ

10%، ونسبة 6.7% من صرحوا بأنهم غير موافقون.

وهذا المؤشر يفرض على المؤسسة استخدام أجهزة متطورة لتقديم خدماتها بجودة عالية .

العبارة رقم (02): استخدام برامج حاسوب متطورة يوفر جودة الخدمات عالية.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن استخدام برامج

حاسوب متطورة يوفر جودة الخدمات عالية والتي قدرة نسبتهم بـ 83.3% وتليه نسبة 13.3% من صرحوا

أنهم محايدون على هذه العبارة وكذلك تليه نسبة 3.3% من صرحوا أنهم غير موافقون على هذه العبارة.

وهذا المؤشر يدل على دقة وجودة الخدمات وتقليل نسبة الأخطاء السائدة في الإدارة التقليدية كحساب الأجور

والفواتير ...الخ مما يحسن من أداء المؤسسة .

العبارة رقم (03): امتلاك مؤسسة اتصالات الجزائر لكفاءات بشرية تستخدم التكنولوجيا لجودة الخدمات التي

تقدمها للزبون.

تشير معطيات هذا الجدول إلى أن أغلب أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن مؤسسة

اتصالات الجزائر تمتلك كفاءات بشرية تستخدم التكنولوجيا لجودة الخدمات التي تقدمها للزبون والتي قدرة

نسبتهم بـ 76.7% وتليه نسبة 23.3% من قالوا أنهم محايدون على هذه العبارة.

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

وهذا المؤشر يدل على مدى أهمية العنصر البشري الذي يمتلك الكفاءة والمهارة العالية لإنجاز مهامه على أحسن وجه لتقديم الخدمات بجودة عالية .

العبارة رقم (04): استخدام المؤسسة لبرامج عملها وأنشطتها تساعد في تقديم خدمات جديدة للزبائن.

تشير معطيات هذا الجدول إلى أن أغلب أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن استخدام المؤسسة لبرامج عملها وأنشطتها تساعد في تقديم خدمات جديدة للزبائن والتي قدرة نسبتهم ب 80% وتليه نسبة 16.7% من صرحوا أنهم محايدون على هذه العبارة وتليه أيضا نسبة 3.3% أنهم غير موافقون على هذه العبارة.

وهذا المؤشر على أن التجديد والابتكار في أعمالها وأنشطتها يساعد في تقديم خدمات متنوعة وجديدة للزبائن.

العبارة رقم (05): البرامج والأجهزة المستخدمة تساهم في زيادة القدرة على تحليل المشاكل بدقة.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلبية أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن البرامج والأجهزة تساهم في زيادة القدرة على تحليل المشاكل بدقة والتي قدرة نسبتهم ب 86.7% وتليه نسب متساوية من قالوا أنهم محايدون وغير موافقون على هذه العبارة بنسبة 6.7% .

وهذا المؤشر يدل على حداثة البرامج والأجهزة التقنية المستخدمة التي تساعد على تحليل المشاكل بدقة.

العبارة رقم (06): البرامج والأجهزة المستخدمة تساهم في انجاز المعاملات بدقة وسرعة.

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن معظم أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن البرامج والأجهزة المستخدمة تساهم في انجاز المعاملات بدقة وسرعة والتي قدرة نسبتهم ب 90% وتليه نسبة 6.7% من قالوا أنهم محايدون على هذه العبارة وكذلك نسبة 3.3% أنهم غير موافقون على هذه العبارة.

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

وهذا المؤشر يدل على أن البرامج والأجهزة المستخدمة ذات الجودة العالية تسهل إنجاز المفاعلات بأسرع وقت وبأفضل أداء.

العبارة رقم (07): يعكس استناد المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات استجابة فورية لطلبات الزبائن وتقديم الخدمة بطريقة سليمة.

تشير معطيات هذا الجدول إلى أن أغلب أفراد العينة موافقون على هذه العبارة ويصرحون أن المؤسسة تستند على تكنولوجيا المعلومات للاستجابة الفورية لطلبات الزبائن وتقديم الخدمة بطريقة سليمة والتي قدرة نسبتهم ب76.7% وتليه نسبة 23.3% من قالوا أنهم محايدون على هذه العبارة.

وهذا المؤشر هو ما يدل على أن المؤسسة تسعى إلى الاستجابة لاحتياجات الزبائن وبالتالي كسب رضاهم .

الفرع الثالث: تقييم واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الجودة الشاملة في مؤسسة

اتصالات الجزائر فرع القرارة:

حسب ما جاء في نتائج الاستبيان الذي تم توزيعه على موظفي وزبائن اتصالات الجزائر فرع القرارة محل الدراسة تم تسجيل من الملاحظات من شأنها أن تعطينا الصورة الواضحة لواقع استخدام تكنولوجيا المعلومات بالمؤسسة ومن بين ما يلاحظ أن أغلبية أفراد العينة لديهم القدرة في استخدام شبكة المعلومات، وأيضا أن تكنولوجيا المعلومات تسهل للزبائن معرفة آخر المستجدات في مجال عملهم في شتى القطاعات، و لا تتطلب المهارة الكافية أو التكوين في هذا المجال لاستخدامها . وكذلك يوجد هناك علاقة طردية بين الزبون وتكنولوجيا المعلومات من خلال إعطائه الفرصة لإبداء رأيهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي مثلا ، و الحرص في ترويج خدماتها بهدف تلبية رغبات الزبائن، وأيضا أن معظم الزبائن لا يعطوا لأنفسهم الفرصة للتعرف على عروض العمل المتاحة من خلال هذه الشبكة، وكذلك تعزيز الثقة بين المتعامل والمؤسسة مما يعود بالنفع على المؤسسة من خلال إقبال الزبائن على مختلف العروض والخدمات والمنتجات التي تقدمها المؤسسة ، و حسن تعامل المؤسسة مع الزبائن وتلبية حاجاتهم في الوقت المحدد ، سرعة تدخل المؤسسة لحل المشاكل التي تعترض زبائنهم مثل حالات انقطاعات الانترنت أو الهاتف، و المؤسسة تستغل مختلف تكنولوجيا المعلومات من أجل مساعدة وخدمة العملاء لتقديم الخدمة في الوقت المحدد، وعليه أن المؤسسة نجحت في تعزيز التعامل الإلكتروني مع الزبائن.

ونستخلص مما سبق أن المؤسسة استخدام أجهزة متطورة لتقديم خدماتها بجودة عالية، و دقة وجودة الخدمات وتقليل نسبة الأخطاء السائدة في الإدارة التقليدية كحساب الأجور والفواتير ... الخ مما يحسن من أداء المؤسسة، وأيضا مدى أهمية العنصر البشري الذي يمتلك الكفاءة والمهارة العالية لإنجاز مهامه على أحسن وجه لتقديم الخدمات بجودة عالية، و أن التجديد والابتكار في أعمالها وأنشطتها يساعد في تقديم خدمات

الفصل الثاني: صور تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

متنوعة وجديدة للزبائن، و حداثة البرامج والأجهزة التقنية المستخدمة التي تساعد على تحليل المشاكل بدقة، وكذلك البرامج والأجهزة المستخدمة ذات الجودة العالية تسهل إنجاز المفاعلات بأسرع وقت وبأفضل أداء، وعليه المؤسسة تسعى إلى الاستجابة لاحتياجات الزبائن وبالتالي كسب رضاهم.

خلاصة الفصل:

وبناء على ما سبق ذكره نستنتج أن جوهر وفلسفة تكنولوجيا المعلومات يكمن في تغيير نمط وأسلوب تعامل وتفاعل العاملين والزبائن والمؤسسات، حيث تحتم هذه الأخيرة ضرورة تنظيم المعاملات والخدمات المختلفة وإعادة هيكلتها للتخلص من الروتين والبيروقراطية الشائعة في الأعمال.

كما يعتبر بلوغ الجودة وإدارتها من خلال المحافظة عليها وتحسينها باستمرار من العوامل الأساسية لجلب الزبون، حيث تتميز المؤسسات الناجحة باستخدام التكنولوجيا، وقدرتها الداخلية على وضع خطط التطوير.

كما تطرقنا في المبحث الثاني من هذا الفصل لدراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع القرارة لتوضيح وإبراز دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الجودة الشاملة في المؤسسة، وذلك من خلال توزيع مجموعة من استمارات الاستبيان على عينة من موظفي وزبائن المؤسسة، وبعد دراسة وتحليل الاستبيان استنتجنا أن المؤسسة محل الدراسة تستخدم تكنولوجيا المعلومات وتواكب مختلف التطورات التكنولوجية التي تساعدها على تحقيق الجودة في خدماتها من خلال الاستغلال الأمثل للتكنولوجيا من أجل تحقيق أهدافها وتقديم خدمة ذات جودة وتحقيق رضا الزبون

خاتمة

تعتبر التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصالات من بين أهم التكنولوجيا الموجودة في عصرنا الحالي والتي ساهمت بدرجة كبيرة في تطوير الاقتصاد وتسهيل المعاملات، حيث أصبحت كل المؤسسات تولي اهتماما بالغاً لها والمؤسسات الخدماتية خاصة تسعى لذلك من خلال محاولتها استغلال كل التطورات التكنولوجية من أجل تقديم خدماتها، فهي تتيح للمؤسسات فرص التخلص من بعض المشاكل التي كانت تعاني منها نتيجة لاعتمادها على التقنيات التقليدية غير الفعالة.

ومنه أصبحت تكنولوجيا المعلومات العامل الأساسي في تحديد نجاح أي مؤسسة، وما تميز هذه التكنولوجيا توفيرها للمال والجهد والوقت، فأصبحت أداة فاعلة للارتقاء بمستوى الأداء ومن هذا المنطلق عملت هذه الدراسة على معرفة تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء مؤسسة اتصالات الجزائر.

وقد ذلت الدراسات التي اجريت حديثاً فإن جودة الإدارة هي التي تميز المؤسسات الجيدة عن غيرها من المؤسسات الأخرى، وقد تبين أن أكثر المؤسسات نجاحاً في البيئة الجديدة التي تتميز بزيادة العولمة وبالتالي اشتداد المنافسة، كانت تلك التي تدار تبعاً لمبادئ الجودة الشاملة.

وحيث أن المؤسسات الحديثة تعمل في بيئة متطورة بشكل مستمر في تكنولوجيا المعلومات وما يترتب على ذلك من تطور في تكنولوجيا الإنتاج، لذلك تأثير أهداف واستراتيجيات تلك المؤسسات وزاد اهتماماً بعامل الوقت والجودة وارضاء العملاء وتحقيق النمو والتطور وكان نتاجاً لذلك ضرورة صاغة مقاييس أداء جديدة لتقويم الأداء وتحقيق التوازن بين جوانب الاداء مختلفة في المنشأ.

ومن خلال ما سبق ذكره يمكن أن نلخص مجموع النتائج فيما يلي :

1. لتكنولوجيا المعلومات تأثير على جودة الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة، حيث أصبح من السهل القيام بعمليات استقبال وتسيير الطلبات والاتصال مع الموردين وتنظيم الإنتاج وخدمة الزبائن في الوقت المحدد.
2. تؤثر تكنولوجيا المعلومات على عناصر المزيج التسويقي في المؤسسات مما يساهم في تحقيق الجودة في المؤسسة وذلك من خلال استخدام الحاسوب والتقنيات الحديثة في إنتاج وتصميم السلع والخدمات.

3. تعمل تكنولوجيا المعلومات على الرفع من مستوى أداء المؤسسة، إذ تعمل هذه التكنولوجيات على تخفيض تكاليف الاتصال والترويج وسهولة تبادل المعلومات والحصول عليها، كذا التنسيق بين الأقسام والرفع من جودة الخدمات المقدمة للزبائن.

4. تساعد تكنولوجيا المعلومات المؤسسة على تقديم الخدمة بالجودة المطلوبة حيث تحقق رضا الزبون.

5. الانترنت شبكة عالمية توفر للجميع حق الاستفادة منها، وهي وسيلة تقدم خدمات عديدة للمؤسسات

وزبائنهما، من خلال تسهيل عملية الاتصال بين مختلف مستوياتها وبين زبائنهما الذين تسعى لتحقيق رضاهم.

6. لقد لعبت تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة محل الدراسة دورا هاما في تحسين أداء الموظفين وجعلهم يقدمون خدمات ذات جودة في المؤسسة، حيث ساعدت هذه التكنولوجيات في تسريع أداء المهام والخدمات وزيادة دقتها وجودها، حتى أنها عملت على تقليل الحجم الساعي لتنفيذ المهام.

7. تساهم تكنولوجيا المعلومات بشكل كبير في تحسين أداء وجودة الخدمات التي تقدمها المديرية لزبائنهما كما تساهم في تقليل التكاليف والأعباء.

8. تؤثر تكنولوجيا المعلومات على البيئة المادية في المؤسسة محل الدراسة، حيث دلت النتائج أن المؤسسة تستفيد من تقنيات تكنولوجيا المعلومات في تحسين البيئة المادية للخدمة أي وجود موقع إلكتروني للمؤسسة على الشبكة يتيح لكافة الزبائن الوصول إليه والتصفح فيه وفي الوقت الحقيقي وعلى مدار الساعة.

ومن خلال ما تقدم من نتائج يمكن لنا الخروج بالاقتراحات الآتية :

1. تدريب الموظفين وحثهم على استعمال واستغلال تكنولوجيات المعلومات في أداء مهامهم وتقديم مختلف الخدمات.

2. جعل مفهوم الجودة الشاملة فلسفة وليس شعارا لدى الموظفين.

3. الإهتمام أكثر بالجودة عند تصميم الخدمة ضمن المزيج التسويقي للخدمات المؤسسة.

4. محاولة التقليل من الورقية وذلك بالاستعمال الأمثل لهذه التكنولوجيات.

5. العمل فعليا ببعض الخدمات الالكترونية التي تعتبر غير كاملة، مثل: البطاقات الالكترونية التي تتيح للزبون الدفع عن طريقها لمختلف المشتريات.

6. توفير الامكانيات المادية والبشرية واستغلالها بطريقة كقوة من أجل الاستخدام الجيد لتكنولوجيا المعلومات.

7. استعمال البريد الالكتروني في مجال تقديم الخدمة للزبائن والاتصال بين المؤسسات الأخرى.

8. استعمال شبكة الانترنت وشبكات التواصل الحديثة مثل الفيس بوك واليوتيوب في عملية عرض وتقديم الخدمة.

9. الاهتمام بالجودة عند تصميم الخدمة لضمان سيرورة برامج وأهداف المؤسسة وضمان زبائنها.

الملاحق



استمارة

موجه لزبائن اتصالات الجزائر

السيد الفاضل / السيدة الفاضلة، تقبلوا تحياتنا

نتشرف أن نضع بين أيديكم هذا الاستبيان العلمي، الذي تم تصميمه خصيصا لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي نقوم بإعدادها استكمالا للحصول على شهادة الماستر أكاديمي في العلوم السياسية، تخصص تنظيم سياسي و إداري، والموسومة ب: "دور تكنولوجيا المعلومات في تحقيق الجودة في المؤسسات: دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر فرع القراة بغرداية".

هذه الأسئلة موجهة إلى زبائن مؤسسة اتصالات الجزائر بالقراة بولاية غرداية، لذلك فنحن نأمل منكم التكرم بالإجابة عليها بدقة، حيث أن صحة إجاباتكم تساهم في وصولنا إلى نتائج دقيقة، وأن رأيكم عامل أساسي من عوامل نجاح هذا العمل الأكاديمي ووصول الباحثين إلى الهدف المبتغى من وراءه.

كما نخططكم علما أن إجاباتكم لن تستخدم إلا لغرض البحث العلمي فحسب، وسنضمن لكم بقاءها في

سرية تامة.

تقبلوا منا فائق الشكر والتقدير

الباحثين:

- طالبتين: زيطاري هاجر ميساء
- عمار فاطمة الزهراء

القسم الأول: البيانات الشخصية

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية و الوظيفية لدى موظفي اتصالات الجزائر والمستفيدين من خدماتها، لذا نرجو منكم التكرم بوضع علامة (x) أمام العبارة المناسبة .

1- الجنس:

ذكر أنثى

2- العمر:

اقل من 30 سنة من 30 إلى 40 سنة من 41 إلى 50 سنة
51 سنة فأكثر

3- المؤهل العلمي:

ثانوي فما أقل تقني سامي ليسانس شهادة دراسات عليا
شهادة أخرى:

4- الوضعية المهنية :

بطل طالب موظف أخرى

4- في حالة الوظيفة عدد سنوات الخبرة:

اقل من 5 سنوات من 05 إلى 10 سنوات
من 11 إلى 15 سنوات 16 سنة فأكثر

القسم الثاني: محاور الدراسة

المحور الأول: علاقة الزبون بتكنولوجيا المعلومات

يهدف هذا المحور إلى معرفة علاقة الزبون بتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة لذلك نرجو منكم وضع علامة (X) أمام درجة سلم القياس التي ترونها مناسبة مع العبارة.

الاجابات	العبارات	العدد
	لديك الإمكانية والمعرفة في كيفية التعامل مع شبكة المعلومات.	01
	تتيح لك شبكة المعلومات التعرف على آخر المستجدات في مجال العمل.	02
	فتحت لك تكنولوجيا المعلومات المجال لإبداء الرأي	03
	هل تتطلب منك تكنولوجيا المعلومات المهارة الكافية أو مستوى علمي معين لاستخدامها	04
	أطلعت على خدمات المؤسسة من خلال تكنولوجيا المعلومات.	05
	تعرفت على فرص العمل المتاحة من خلال شبكة المعلومات.	06
	هل تستخدم تكنولوجيا المعلومات بشكل روتيني مستمر أو منقطع	07

المحور الثاني: نظرة الزبون لمفهوم هذه الخدمة العمومية

يهدف هذا المحور إلى نظرة الزبون لمفهوم هذه الخدمة العمومية في المؤسسة، لذلك نرجو منكم وضع العلامة (X) أمام درجة سلم القياس التي ترونها مناسبة مع العبارة

البعد الأول: رأي الزبون في اتصالات الجزائر

الإجابات	العبارات	العدد
	اعتماد المؤسسة على تكنولوجيا المعلومات يمنح لها مصداقية في المعلومات المنشورة	01

02	هل لمقدمي الخدمة في المؤسسة القدرة على الإجابة على تساؤلات الزبائن والقدرة على تقديم الخدمة إلكترونيا بثقة وأمان		
03	تساعد تكنولوجيا المعلومات المؤسسة على تقديم الخدمة في الوقت المحدد و المعلن عنه		
04	تستحق اتصالات الجزائر أن تبقى زبونا وفيها لها		
05	تستجيب المؤسسة مع طالب الخدمة عند حدوث أي مشكلة على أرض الواقع أو على شبكة الانترنت		
06	تساعد تكنولوجيا المعلومات المؤسسة على تقديم المساعدة للعملاء وتسعى إلى تقديم خدمة فورية		
07	تساعد تكنولوجيا المعلومات على التسويق من خلال عرض مبيعاتها من خلال الإشهار		

البعد الثاني: مدى رضا الزبون واحتكاكه بهذه الخدمة

العدد	العبارات	الاجابات		
		موافق	محايد	غير موافق
01	امتلاك المؤسسة أجهزة حواسيب متطورة يساعدها في تسهيل خدماتها			
02	استخدام برامج حاسوب متطورة يوفر جودة الخدمات عالية.			
03	امتلاك مؤسسة اتصالات الجزائر لكفاءات بشرية تستخدم التكنولوجيا لجودة الخدمات التي تقدمها للزبون			
04	استخدام المؤسسة لبرامج عملها وأنشطتها تساعد في تقديم خدمات جديدة للزبائن			
05	البرامج والاجهزة المستخدمة تساهم في زيادة القدرة على تحليل المشاكل بدقة			
06	البرامج والأجهزة المستخدمة تساهم في إنجاز المعاملات بدقة وسرعة.			
07	يعكس إستناد المؤسسة لتكنولوجيا المعلومات استجابة فورية لطلبات الزبائن وتقديم الخدمة بطريقة سليمة			

شاكرين لكم حسن تعاونكم

ملحق رقم 02: عقد اشتراك

عقد اشتراك CONTRAT D'ABONNEMENT

معلومات خاصة بالتجارة

Coordonnées de l'Agence Commerciale

الوكالة التجارية :
 العنوان :
 رقم الحساب البريدي الجاري :
 معلومات خاصة بالزبون :

Actel :
 Adresse :
 N° CCP :

Coordonnées du Client

معلومات خاصة بالزبون

Nom et Prénom :
 Adresse :
 Ville, Code Postal, E-mail :
 Téléphone Fixe :
 Téléphone Mobile :
 Pièce d'Identité (P/C/N.I) : Délivrée le : Par : في :
 الاسم والتف :
 العنوان :
 الرمز البريدي، الولاية، البريد الإلكتروني :
 الهاتف الثابت :
 الهاتف النقال :
 بطاقة الهوية (ر.س.ب.ت.و) رقم :
 تاريخ إصدار :
 من :
 في :
 رقم هاتف الربط :
 رقم الزبون :

Téléphone de connexion :
 N° de client :

عروض الإنترنت

Type de l'offre :	Idoom Fibre	Idoom ADSL	نوع العرض :
Internet jusqu'à 1 Mb/s	Internet jusqu'à 20 Mb/s	إلى غاية 20 جربا/ثا	إلى غاية 1 جربا/ثا
Internet jusqu'à 2 Mb/s	Internet jusqu'à 50 Mb/s	إلى غاية 50 جربا/ثا	إلى غاية 2 جربا/ثا
Internet jusqu'à 4 Mb/s	Internet jusqu'à 100 Mb/s	إلى غاية 100 جربا/ثا	إلى غاية 4 جربا/ثا
Internet jusqu'à 8 Mb/s			إلى غاية 8 جربا/ثا

Durée de l'abonnement :
 Autres services :
 Contrôle Parental : برنامج المراقبة الأبوية
 E-mail : بريد إلكتروني
 Durée :
 شهر
 خدمات أخرى

عروض 4GLte

Offre Data Only	Offre Data + VoLTE
✓ CPE	✓ CPE
✓ USIM	✓ USIM
✓ VoLTE	✓ VoLTE

Durée de l'abonnement :
 شهر
 مدة الاشتراك :
 Mois

عروض idoom

idoom. 250 DA	idoom. 500 DA	idoom. 1000 DA	idoom. Autre
خدمات هاتفية إضافية	دائرة هاتفية منقطة	مكالمات دون ترقيم	مكالمات دون ترقيم
كفد الرقم	Affichage du numéro	تéléconférence	تéléconférence
وضع المكالمات في الانتظار	Appel en attente	Renvoi temporaire	Renvoi temporaire
		اختصار الأرقام	اختصار الأرقام

Frais préliminaires

رسوم الأولية
نقطة التحويل :
نقطة التولج :
نقطة التنزل :
نقطة التحويل :

Type de paiement :
 نقدا :
 Par Chèque :
 بواسطة الشيك :
 Espèce :

طابع محصل
 حساب المولد

تأشيرة العميل
 Visa de l'agent

تم ب :
 في :

إمضاء الزبون :



عقد اشتراك
CONTRAT D'ABONNEMENT

PACK
MOOHTARIF

COORDONNÉES DE L'AGENCE COMMERCIALE

معلومات خاصة بالوكالة التجارية

N° du contrat : _____ عقد رقم
N° du client : _____ رقم الزبون
ACTEL : _____ لهيكلة التجارية
Adresse : _____ العنوان
N° CCP : _____ رقم الحساب لبريدك التجاري

COORDONNÉES DU CLIENT

معلومات خاصة بالزبون

Nom ou Raison sociale : _____ الاسم أو المرص الاجتماعي
Adresse / Ville : _____ العنوان / المدينة
E-mail (obligatoire) : _____ البريد الإلكتروني (التجاري)
N° de contact / Mobile (obligatoire) : _____ رقم الاتصال / المفضل (التجاري)
Gérant : _____ المدير
Pièce d'identité (P.C / C.N.I.) : _____ Délivrée le : _____ Par : _____ في : _____ صدر : _____ رقم بطاقة الهوية (ر.س / ب.ت.و) رقم : _____
Numéro de registre du commerce : _____ رقم السجل التجاري

TÉLÉPHONE DE CONNEXION

رقم هاتف الربط

TYPE DE L'OFFRE

نوع المرص

MOOHTARIF Jusqu'à 4 Mb/s	MOOHTARIF إلى غاية 4 مب/ثا	Idoom fixe 1000 DA	Idoom ثابت 1000 دج
MOOHTARIF Jusqu'à 8 Mb/s	MOOHTARIF إلى غاية 8 مب/ثا	Modem ADSL	مودم ADSL
OneClick (espace d'hébergement 1 Go) : www. _____ .dz		Dect Duo	هاتف لاسلكي DUO
Adresse mail souhaitée (en lettres capitales) : _____ @ _____ .dz		Durée de l'abonnement	شهر مدة الاشتراك mois

MONTANT TOTAL À PAYER

اجمالي المبلغ المستحق

Montant total à payer (DA)
Frais d'installation inclus

اجمالي المبلغ المستحق (دج)
تكاليف الربط محتسبة

TYPE DE PAIEMENT

Par Chèque

بواسطة الشيك

Espèce

نقدا

صيغة الدفع

يعترف الزبون أنه اطلع على كافة الشروط التعاقدية المبينة على ظهر الصفحة ووافق على الامتثال لها، كما أنه يلتزم بتسديد جميع الفواتير الناتجة عن استعمال عرض MOOHTARIF.

إمضاء الزبون

تم في _____
في _____

تأشير العميل Visa de l'agent



ملحق رقم 04: العمليات المالية البريدية

Opérations financières postales		العمليات المالية البريدية	
Numéro d'émission du mandat رقم إصدار الحوالة		(1) Compte n° حساب رقم	Clé المفتاح
<input type="checkbox"/> Retrait سحب	<input type="checkbox"/> Demande de solde طلب الرصيد	Montant (1) (بالأرقام)	en lettres : بالحروف
<input type="checkbox"/> Virement de compte à compte التحويل من حساب إلى حساب آخر	<input type="checkbox"/> Commande de carnet طلب دفتر الصكوك	(2)	
<input type="checkbox"/> Versement CCP دفع في حساب جاري	<input type="checkbox"/> Relevé des opérations كشف العمليات	du ... / ... / ... au ... / ... / ... من ... / ... / ... إلى ... / ... / ...	
<input type="checkbox"/> Emission Mandat إصدار حوالة	<input type="checkbox"/> Demande code confidentiel CCP طلب الرمز السري للحساب	(3)	
(1) Expéditeur / Donneur d'ordre المرسل / الأمر بالدفع		Bénéficiaire (1) المستفيد	
Nom : اللقب :		Compte N° حساب رقم	
Prénom(s) : الإسم :		Nom : اللقب :	
Adresse : العنوان :		Prénom(s) : الإسم :	
Numéro de portable : رقم الهاتف المحمول :		Adresse : العنوان :	
Adresse e-mail : البريد الإلكتروني :		Signature (1) الإمضاء	
(2) Motif / Correspondance الموضوع / المراسلة		Date التاريخ	
Cadre réservé à l'établissement postal		إطار مخصص للمؤسسة البريدية	
Description pièce d'identité بيانات بطاقة الهوية		T.A.D ختم التاريخ	
P1 : صدرت بتاريخ :		Visa de l'agent payeur تأشيرة العون المكلف بالدفع	
N° : عن :		Par :	
(1) Obligatoire إجباري		(2) Cocher la ou les cases إخطب المربع أو المربعات	
(3) Obligatoire dans le cas d'un versement إجباري في حالة الدفع		(3) Obligatoire dans le cas d'un versement إجباري في حالة الدفع	
Recu de l'opération		وصل العملية	

ملحق رقم 05: طلب شراء بطاقة تعبئة



ANRT - Agence Nationale de Régulation des Télécommunications

اسم:
قبت:
رأس العمل:
م الهاتف الثابت:
م الموبيل:
عنوان الالكتروني:

إلى السيدة مديرة / السيد مدير الوكالة التجارية
لـ

موضوع: طلب شراء بطاقات تعبئة الإنترنت

الشرف أن أقدم لكم بهذا الطلب من أجل الحصول على بطاقات التعبئة المذكورة في
دول أدناه.

التجميع	1000	2000	3000	500	لغات تعبئة ADSL
.....	مئة
المجموع	6500	3500	2500	500	لغات تعبئة 4G
.....

مع أسمى تحياتي، سيدي، سيدتي، أظيب تحياتي.

المحل التجاري

ملحق رقم 06: طلب تحويل



idoom^{Fixe}

طلب تحويل DEMANDE DE TRANSFERT

المديرية العملية :

الوكالة التجارية للاتصالات :

إسم ولقب الزبون :

العنوان :

رقم هاتف الاتصال :

تاريخ إيداع طلب التحويل :

العنوان الجديد :

تاريخ إنهاء الخدمة :

تاريخ آخر دفع للمستحقات :

متوسط مبلغ المستحقات (لكل شهرين) :

تاريخ آخر دفع للمستحقات :


رقم الفاتورة :

مبلغ الفاتورة :

تاريخ الدفع :

التدقيق والمصادقة

ب : في :

**FACTURE**
N°

ALGERIE TELECOM spa
S.A. au capital social de 60000000000 DA
Société créée le 01/01/1999
Rég. 18003 B-01 - 15/01/1999
N° de téléphone : 1620000001 et N° 09216200000000

ACTEL de : _____ Date _____
CCP N° : _____

Contrat n° _____
N°appel _____

Nom, Prénom ou Raison Sociale: _____
Adresse: _____
Code Postal : _____ Wilaya : _____

Frais d'accès au réseau : _____ DA ACTEL ou Bureau de Poste
Autres Frais (*): _____ DA
Montant total HT: _____ DA
Montant TVA: _____ DA
Montant TTC par chèque: _____ DA Timbre à date
Droit de Timbre _____
Montant TTC en Numéraire: _____ DA

Journée du _____
N°Ordre _____ Bordereau N° _____
Actel ou Bureau de poste: _____

(*) Appareil-Accessoires

Déclaration de versement N° _____

Actel: _____ ACTEL ou Bureau de Poste
N°appel: _____ DA
Montant total HT: _____ DA
Montant TVA: _____ DA
Montant TTC par chèque: _____ DA
Droit de Timbre _____ DA Timbre à date
Montant TTC en Numéraire: _____ DA

Journée du _____
N°Ordre _____ Bordereau N° _____
Actel ou Bureau de poste: _____

ملحق رقم 08: عقد اشتراك انترنت الجيل الرابع



4G LTE

عقد اشتراك انترنت الجيل الرابع Contrat d'Abonnement Internet 4G LTE

وكالفة :
الحساب البريدي رقم :
المعنوان :
رقم الهاتف :
عقد رقم :
رقم الزبون :
رقم النداء :

المعلومات الشخصية بالاشتراك

L'abonnement Forfait 5 Go Forfait 10 Go الإشتراك

معلومات الخاصة بالاشتراك المهني	معلومات الخاصة بالاشتراك الشخصي
Type d'activité :	الإسم و اللقب :
N° de registre du commerce :	العنوان :
Adresse :	بلدية :
Commune :	الوظيفة :
Nom et Prénom :	الهوية (ب.ب.و / ا.ر.س / ا.س.ت) رقم :
Fonction :	N° (CNI/PC) :
N° (CNI/PC) :	المسلمة بتاريخ :
Delivré(e) à :	رقم الهاتف :
المسلمة بتاريخ :	Fax / téléphone :
رقم الهاتف :	Téléphone mobile :
Fax / téléphone :	البريد الإلكتروني :
رقم المحمول :	E-mail :

يصرح الزبون الموقع أنشاء على أنه قد علم بجميع البنود التعاقدية المدونة في الظهر و يلتزم بدفع جميع الفواتير المترتبة من استعمال الخدمة الممنوحة.

Le Client reconnaît avoir pris connaissance de toutes les clauses contractuelles inscrites au verso et accepte de s'y conformer et s'engager au paiement de toutes les factures qui découleraient de l'usage de l'accès 4G LTE.

ختم وتوقيع المصلحة التجارية	توقيع الزبون
التحصيل المسجل بالوصل.....في.....تحت رقم..... تمت الخدمة بواسطة : بتاريخ :	تم ب : في : مسنوق بعبارة " قرىء و صوتق "
ختم وتوقيع مدير الوحدة التجارية	الإمضاء
	شابع محصل حساب الدولة

اتصالات الجزائر - الجزائر - ميل فود 61 275 180 000 - ج - المنقر الاجتماعي : الطريق الوطني رقم 05 - 16130 محمندية - الجزائر الهاتف : 021 82 38 38 الفاكس : 021 82 38 30



عقد اشتراك للخواص
CONTRAT D'ABONNEMENT RESIDENTIEL



معلومات خاصة بالوكالة التجارية

Coordonnées de l'Agence Commerciale

N° Tél : وكالة :
 Contrat N° : رقم الهاتف : Agence : الحساب البريدي رقم :
 Adresse : عقد رقم : N° CCP : العنوان :
 N° d'appel : رقم النداء : N° de client : رقم الزبون :

Etes vous client actuellement? هل أنت زبون حاليا ؟
 Non Oui

معلومات شخصية

Informations personnelles

Nom et Prénom : الاسم و اللقب :
 Adresse : العنوان :
 Commune : بلدية :
 Fonction : الوظيفة :
 N° (CNI/PC) : الهوية (ب.ت.و / ا.ر.س / س.ت) رقم :
 Délivré(e) à : المسلمة بتاريخ :
 Téléphone mobile : رقم المحمول :
 E-mail : البريد الإلكتروني :

خدمة قاعدية

Service de base

طلب إنشاء خط هاتفى ذات استعمال شخصي :
 Demande de réalisation d'une ligne téléphonique à usage Personnel :
 عنوان تثبيت الهاتف :
 عنوان الفوترة :
 Adresse d'installation :
 Adresse de facturation :

عروض idoom

Offres idoom

idoom Autre
 idoom 1000 DA
 idoom 500 DA
 idoom 250 DA

خدمات إضافية مجانية

Services additionnels gratuits

مكالمات دون ترقيم Appels sans Numérotation
 اختصار الأرقام Numérotation abrégée
 دائرة هاتفية مغلقة Téléconférence
 تحويل المكالمات Renvoi temporaire
 كشف الرقم Affichage du numéro
 وضع المكالمات في الانتظار Appel en attente

الرسوم الأولية

Frais préliminaires

نققات التوصيل :
 نققات الولوج :
 نققات التنازل :
 نققات التحويل :
 نققات تغيير الرقم :
 نققات الجهاز الهاتفي :
 نققات الخدمات الإضافية :
 المجموع د.ا.ر. :
 المجموع الك.ر. :

صرح الزبون الموقع أدناه أنه اطلع على جميع البنود التعاقدية المدونة في ظهر الصفحة و يوافق على الامتثال لها، كما يلتزم بدفع جميع الفواتير المترتبة عن استعمال الخط الهاتفي الممنوح تحت طائلة إتباع الطرق القانونية.

Le client reconnaît avoir pris connaissance de toutes les clauses contractuelles inscrites au verso et accepte de s'y conformer et s'engage au paiement de toutes les factures qui découleraient de l'usage de la ligne concédée

توقيع الزبون

م ب : في :
 سدوق بعبارة " قرئ وصدق عليه "

التحصيل المسجل بالوصل في تحت رقم
 تمت الخدمة بواسطة : بتاريخ :

ختم و توقيع مدير الوكالة التجارية

الإمضاء

ملاحظة هامة : المكالمات غير مهددة لعرض شخصي واستعمال مغفول

قائمة

المراجع

1. المراجع العربية :

أولا : الكتب :

- 1/ أبو النصر، مدحت، أساسيات إدارة الجودة الشاملة. الاسكندرية : دار الفجر للنشر والتوزيع، 2008.
- 2/ الحداد، عواطف ابراهيم، إدارة الجودة الشاملة. عمان: دار الفكر للنشر، 2009.
- 3/ الحميدي، نجم عبد الله وآخرون، نظم المعلومات الادارية. ط2، عمان: دار وائل للنشر والتوزيع، 2009.
- 4/ السقاف، حامد عبدالله، المدخل الشامل لإدارة الجودة الشاملة. السعودية: مطبعة الفرزدق، 1998.
- 5/ السالمي، علاء عبد الرزاق، تكنولوجيا الإعلام والاتصال. عمان: دار وائل للنشر، 1997.
- 6/ السمرائي، مهدي، إدارة الجودة الشاملة في القطاعين الإنتاجي والخدمات. عمان: دار جريز للنشر، 2002.
- 7/ العلاق، بشير، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتطبيقاتها في مجال التجارة النقالة. القاهرة: منشورات المنطقة العربية للتنمية العربية الإدارية، دت.
- 8/ الصرن، رغد حسن، إدارة المكاتب الحديثة. دمشق: دار رضا للنشر، 2002.
- 9/ التميمي، فواز، إدارة الجودة الشاملة ومتطلبات التأهيل للايزو 9001 عمان: عالم الكتيب الحديث، 2008.
- 10/ الخوري، هاني شحادة، تكنولوجيا المعلومات على أعتاب القرن الحادي والعشرين. دمشق: مركز رضا للكمبيوتر، 1998.
- 11/ بوحوش عمار، الذنبيات محمد محمود، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. ط4، الجزائر : ديوان المطبوعات الجامعية، 2007.
- 12/ هادي، محمد محمد، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها . الاسكندرية: دار الشروق للنشر والتوزيع، 1989.
- 13/ حمداوي، وسيلة، الجودة ميزة تنافسية في البنوك الجزائرية. الجزائر : مديرية النشر لجامعة قالمة، 2009.

14/فرغلي، عبد الله، تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني. القاهرة: ايتراك للنشر والتوزيع، 2007.

15/قندلجي إبراهيم، السمرائي إيمان فاضل، تكنولوجيا المعلومات وتطبيقاتها . عمان: الوراق للنشر والتوزيع، 2002.

ثانيا: المقالات

1/جبوري ندى اسماعيل، "أثر تكنولوجيا المعلومات في الأداء المنظمي" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، العدد 22، 2011.

2/عاصم خلود، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية" مجلة كلية بغداد للعلوم الاقتصادية، جامعة بغداد، العدد 8، 2013.

3/عطية العربي، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على الأداء الوظيفي للعاملين في الأجهزة الحكومية المحلية" مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 10، 2012.

4/ شطبية زينب، "تكنولوجيا والاتصال وتأثيرها على رضا زبائن المؤسسة المصرفية الجزائرية" مجلة أداء المؤسسات الجزائرية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، العدد 03، 2013.

5/غالل عبد الله، قريشي محمد، "دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات الزبائن" مجلة الأبحاث الاقتصادية والإدارية، جامعة بسكرة، العدد 10، 2011.

ثالثا : الرسائل والأطروحات

- 1/ احمد عزام سميحة، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات على جودة الخدمة"، (مذكرة ماستر)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014.
- 2/ بن البار موسى، "تأثير تكنولوجيا المعلومات على استراتيجيات التسعير في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2009.
- 3/ بومزال جميلة، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2000.
- 4/ بوعلي فريدة، فوضيل حكيمة، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين الاتصال الداخلي للمؤسسة"، (مذكرة ماستر)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة البويرة، 2014.
- 5/ بختي ابراهيم، "مقياس تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة ورقلة، 2005.
- 6/ مهيل وسام، "تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ودورها في تفعيل وظيفة ادارة الموارد البشرية، رسالة (ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3، 2012.
- 7/ بن شايب، تحقيق ادارة الجودة الشاملة في ظل تحديات السوق، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر 3 .
- 8/ مساهل ساسية، "تأثير تكنولوجيا المعلومات على وظيفة المراجعة الداخلية في المؤسسة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007.
- 9/ سطاوي عبد العزيز ، "دور تكنولوجيا المعلومات في عملية التنبؤ بالمبيعات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008.

- 10/علالي مليكة، "أهمية الجودة الشاملة ومواصفات الايزو في تنافسية المؤسسة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2003.
- 11/عروس إكرام، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمة"، (مذكرة ماستر)، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3، 2015.
- 12/ فني فضيلة، "دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تسيير المعارف بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2008.
- 13/ فنيش صوفية، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الخدمائية (رسالة ماستر)، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة الأغواط، 2016.
- 14/ شادلي شوقي، "أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"، (رسالة ماجستير)، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2008.

رابعاً: المؤتمرات

- 1/إبراهيم بختي، (صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعلاقتها بتنمية وتطوير الأداء)، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، 08-09 مارس 2005، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.
- 2/ قدوري سحر، (الإدارة الالكترونية وامكانياتها في تحقيق الجودة الشاملة)، المؤتمر العلمي العاشر، 24-25 تشرين الأول 2009، الجامعة المستنصرية، العراق.

2. المراجع الفرنسية :

1/Badoc Michel, **le marketing de la starte-up**. Paris :2000.

2/Catre Roger r,**information technolog. London**: made simple book, 1991.

3/Paquin Michel,**management of information and technology**.Canada: agency education, 1990.

4/Senn james, **information technology in business**.prentice hall, 1995.

قائمة الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
16	التطور التاريخي لتكنولوجيا المعلومات	01
31	الآثار التنظيمية لتكنولوجيا المعلومات	02
79	توزيع المبحوثين حسب الجنس	03
80	توزيع المبحوثين حسب العمر	04
81	توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي	05
82	توزيع المبحوثين حسب الوضعية المهنية	06
84	توزيع المبحوثين حسب عدد سنوات الخبرة في حالة الوظيفة	07
85	توزيع المبحوثين حسب علاقة الزبون بتكنولوجيا المعلومات في المؤسسة	08
89	توزيع المبحوثين حسب نظرة الزبون لمفهوم الخدمة العمومية في المؤسسة	09
93	توزيع المبحوثين حسب مدى رضا الزبون واحتكاكه بهذه الخدمة في المؤسسة	10

قائمة الأشكال

الصفحة	عنوان الأشكال	رقم الجدول
12	العناصر المستخدمة في جمع البيانات	01
21	مكونات تكنولوجيا المعلومات	02
60	أثر الانترنت على المزيج التسويقي	03
71	الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر - القرارة -	04
79	توزيع المبحوثين حسب الجنس	05
80	توزيع المبحوثين حسب العمر	06
82	توزيع المبحوثين حسب المؤهل العلمي	07
83	توزيع المبحوثين حسب الوضعية المهنية	08
84	توزيع المبحوثين حسب عدد سنوات الخبرة في حالة الوظيفة	09

قائمة الملاحق

رقم الملحق	عنوان الملحق
01	الاستبيان
02	عقد اشتراك
03	عقد اشتراك المحترف
04	العمليات المالية البريدية
05	طلب شراء بطاقة تعبئة انترنت
06	طلب تحويل
07	فاتورات تسديد
08	عقد اشتراك انترنت الجيل الرابع
09	عقد اشتراك للخوادم

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس الموضوعات
	واجهه المذكرة
	إهداء
	الشكر
	فهرس الأشكال
	فهرس الجداول
أ / ط	مقدمة
	الفصل الأول : الإطار المفاهيمي
12	المبحث الأول : الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا المعلومات
12	المطلب الأول : مفهوم تكنولوجيا المعلومات
12	الفرع الأول : تعريف تكنولوجيا المعلومات وأهميتها
15	الفرع الثاني : مراحل تطور تكنولوجيا المعلومات
17	الفرع الثالث : سمات وفوائد تكنولوجيا المعلومات
19	المطلب الثاني : مكونات تكنولوجيا المعلومات ودواعي استخدامها
19	الفرع الأول : مكونات تكنولوجيا المعلومات
22	الفرع الثاني : دواعي استخدام تكنولوجيا المعلومات
23	المطلب الثالث : واقع وآفاق تكنولوجيا المعلومات
24	الفرع الأول : واقع تكنولوجيا المعلومات
33	الفرع الثاني : آفاق تكنولوجيا المعلومات
36	المبحث الثاني : الإطار المفاهيمي للجودة الشاملة
36	المطلب الأول : تعريف الجودة الشاملة
39	المطلب الثاني : أهداف وفوائد تحقيق الجودة الشاملة
39	الفرع الأول : أهداف الجودة الشاملة
40	الفرع الثاني : فوائد تحقيق الجودة الشاملة
41	المطلب الثالث : عناصر الجودة الشاملة
42	المطلب الرابع : متطلبات تطبيق الجودة الشاملة
45	خلاصة الفصل الأول
	الفصل الثاني : هو تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة في المؤسسات

48	المبحث الأول : عناصر تأثير تكنولوجيا المعلومات على الجودة الشاملة
48	المطلب الأول : تأثير تكنولوجيا المعلومات على الخدمة العمومية
48	الفرع الأول : مردودية الخدمة
50	الفرع الثاني : تحقيق رضا الزبون
54	المطلب الثاني : تأثير تكنولوجيا المعلومات على التسويق
54	الفرع الأول : الخدمة والتسعير
57	الفرع الثاني : التوزيع والترويج
59	الفرع الثالث : البيئة المادية والأفراد
61	المطلب الثالث : تأثير تكنولوجيا المعلومات على أداء المؤسسات
61	الفرع الأول : تخفيض التكاليف
64	الفرع الثاني : تسهيل حركة المعلومات وتغيير الهيكل التنظيمي للمؤسسات
67	المبحث الثاني : دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر
67	المطلب الأول : لمحة عن مؤسسة اتصالات الجزائر
67	الفرع الأول : نشأة مؤسسة اتصالات الجزائر
70	الفرع الثاني : التعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر (القرارة)
71	الفرع الثالث : الهيكل التنظيمي لمؤسسة اتصالات الجزائر
77	المطلب الثاني : الدراسة الميدانية
77	الفرع الأول : تصميم الاستبيان
77	الفرع الثاني : عرض وتحليل البيانات الاستبيان
97	الفرع الثالث : تقييم واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات لتحقيق الجودة الشاملة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالقرارة
99	خلاصة الفصل
101	الخاتمة
105	الملاحق
	قائمة المراجع