



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال و علم المكتبات



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر
شعبة: علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: الاتصال و العلاقات عامة

الموضوع:

إسهامات الخدمة الإلكترونية في تقريب الإدارة من الزبون
دراسة حالة المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية – عنابة –

إشراف الأستاذ(ة):

– د/ منية دحدوح

إعداد الطلبة:

– إيمان حمودة

– حنان سقني

السنة الجامعية: 2019/2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ الْمَوَدَّعَةَ
وَالْحَيَاةَ وَالْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالْمَوْتَ
وَالْحَيَاةَ وَالْمَوْتَ

شكر وتقدير

بادئ ذي بدء، الشكر لله وحده الذي أمدنا بالصبر والقوة والعزيمة لإتمام هذه الدراسة من شيم الإنسان المخلص العرفان بالجميل، ونحن لا نملك في هذا المقام من الكلمات سوى كلمة شكر لكل من مدّ لنا يد العون لإنجاز هذه المذكرة وأخص بالذكر الأستاذة المشرفة الدكتورة "منية حدوج" على الحرية التي منحتها لنا وعلى تشجيعاتها المتواصلة وتوجيهاتها السديدة ونصائحها القيمة الوجيهة التي أفادتنا بها طوال إعداد وإنجاز هذه المذكرة شكر خاص لكافة أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال دون استثناء على جهودهم المبذولة من أجل تدريسنا و تعليمنا

دون أن ننسى تقديم اسمي عبارات الشكر و التقدير للجنة المناقشة على قبولهم مناقشة هذه المذكرة

ولا يفوتنا تقديم الشكر إلى عمال المديرية الجهوية للخطوط الجزائرية لولاية عنابة على ما قدموه لنا من مساعدة.

وكل من ساعدنا في إنجاز هذه المذكرة ولو بجزء صغير سواء كان من قريب أو بعيد.

وشكراً

إهداء

إلى من حمله الله بالصيبة والوقار إلى من علمني العطاء بدون انتظار
إلى من أحمل اسمه بكل افتخار أرجوا من الله لأن يمد يدي عمرك لتري ثمارا قد
حان قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوى أمتدي بها اليوم والغد و إلى الأبد.....

"والدي العزيز"

إلى ملائكتي في الحياة إلى معني الحب ومعني العنان والتفاني إلى بسمة الحياة
و سر الوجود إلى من كان دعائها سر نجاحي وحناها بلسم جراحي إلى

أغلى الحبايب "أمي الحبيبة"

إليكما أهدي جهدي وثمرة عملي

إلى من رأى التفاؤل بعينه والسعادة بضحكته إلى شعلة الذكاء والنور

"مهدي"

إلى ينبوع الصبر والتفاؤل والأمل "وليد"

إلى الوجه المفعوم بالبراءة وللمحبتك أزهره أيامي وتفتحه براءم الغد "أديب"

إلى تواء روحي ورفيقة دربي إلى شمعة ممتدة تنير ظلمة حياتي

إلى من عرفته معما معني الحياة "حزان"

إلى رمز المحبة والوفاء..... "ريان"

إلى صاحبة القلب الطيب والنوايا الصادقة....."فاطمة الزهراء"

إلى أخواتي اللواتي لم تنجبهن أمي إلى من يخلو بالإخاء ويتميز بالوفاء

إلى ينادي بصدق الصافي.... إلى من معهم سعدت برفقتهم في دروب

الحياة الطوية والحزينة إلى مني

- ابتسام - شيراز - هديل - أميرة - ألين

إلى كل أصدقاء الدراسة الذين سكنهم سورهم وأصواتهم أجمل اللحنات والذكريات...

رنا - أمير - دودو - خليل - نجوى - أمينة

الورق خيق والكلام شيق ومهما أطلب فلن تستطيع ورقتي استيعاب من استيعابهم قلبي.

إيمان

إهداء

ألفه تحية وآية قرآنية كل يوم لك، تشفني بها عروقك في حياتك الأبدية، أهدي لك
ألفه كلمة مليئة بحنين الفراق وألم الأشواق
إليك "أبي" رحمتك الله وأسكنك فسيح جناته يا أعز ما أملك، فبعدك لن يكون لي
أعز منك إنسان

ألفه تحية لك أنت يا تاج من ذهب وحب وحنان ألفه قبلة على قدميك يا
"أمي" أطال الله في عمرك أهدي لك مشوار نجاحي وأهبط قوتي لك لأكون
خادمك لآخر نفس في حياتي

إلى من علمتني أن حياتي مشوار وزرعت فيها التفاؤل والأنوار
إلى التي كانت قدوتي في الحياة دون أن تشعر بذلك أختي الوحيدة الغالية "أميرة":
إلى من أظهر لي ما هو أجمل من الحياة إلى بلسم الحب والشقاء
"عادل"

إلى الوجه البشوش والقلوب الحنون الناصع بالبياض "صلاح"
إلى من بوجودها أكتسب قوة ومحبة لا حدود لها إلى من تذوقته معها أجمل
اللحظات إلى من بها أكون وبدونها لا أكون صديقتي ورفيقتي دريبي "إيمان"
إلى ملاكي المدلل "أويس" إلى حبيبة روحي وسكرة حياتي "سيلين"
إلى النفوس البريئة ... الكتاكيت "نورسين - تسنيم - صهيب"
إلى صاحبة القلب الطيب والنوايا الصادقة "رميساء" إلى رمز المحبة والوفاء "رندة"
إلى المتألق "مهدي" إلى "أمينة" إلى سارة وابنتها رنا
إلى كل أصدقاء الدراسة الذين سكنهم صورهم وأصواتهم أجمل اللحظات والأيام
"دودو - خليل - أمير - نجوى"

الورق ضيق والكلام شيق ومهما أطلت فلن تستطيع ورقتي استيعاب
من استعابهم قلبي.....

حنان

ملخص:

هدفت الدراسة إلى التعرف على كيفية مساهمة الخدمات الإلكترونية في تحقيق متطلبات الزبون من الإدارة، وخصت كل ما يتعلق بعمليات التحسين، التسهيل، التقريب للخدمات الإدارية منها، حيث كانت المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة هي المؤسسة التي تم إختيارنا لها قصد دراسة حالة، ولتحقيق أهداف الدراسة تم الإعتماد على الإستبيان لجمع البيانات، حيث قمنا بإختيار عينة قوامها 92 مفردة موزعة على عينة قصدية من الموظفين ومتوافرة على الزبائن، وقد أظهرت نتائج الدراسة مدى تبني المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية للخدمات الإلكترونية كاسلوب إداري حديث تعتمد عليه في نقل وتبادل المعلومات والخدمات بين الموظفين والزبائن.

الكلمات المفتاحية: الإدارة الإلكترونية - الخدمات الإلكترونية - التقريب - الزبون.

Abstract :

The study aims to identify how electronic services can contribute to the customer's requirements from administrations and is focused on everything related to the processes of improvement, facilitation, approximation of administrative services, the Directorate General of Air Algeria in Annaba was the institution, which we selected for this case study. In order to achieve the objectives of this study, a questionnaire was adopted to collect data. We chose a sample of 92 individuals on a targeted sample of employees and available to customers. The results of the study shows how extent the Regional Directorate of Air Algeria has adopted the electronic services as a modern management style that relies on the transfer and exchange of information and services between employees and customers.

key words: electronic management, electronic services, approximation, customer.

| الصفحة | فهرس المحتويات |
|----------------------|---|
| | شكر و تقدير |
| | إهداء |
| | ملخص الدراسة |
| | قائمة الجداول |
| | قائمة الاشكال |
| (أ-ب) | مقدمة |
| الفصل المنهجي | |
| 3 | إشكالية الدراسة وتساؤلات الدراسة |
| 6 | 1- أسباب اختيار الدراسة |
| 5 | 2- أهمية الدراسة |
| 6 | 3- أهداف الدراسة |
| 6 | 4- حدود الدراسة |
| 6 | 5- مجتمع و عينة الدراسة |
| 7 | 6- منهج وأدوات الدراسة |
| 7 | 7- مفاهيم الدراسة |
| 10 | 10- الدراسات السابقة والتعقيب عليها |
| الفصل النظري | |
| 16 | تمهيد |
| 17 | المبحث الاول: عموميات حول الإدارة الالكترونية |
| 17 | 1-المطلب الاول: ماهية الدارة الالكترونية |
| 17 | ا- الفرع الاول : مفهوم الإدارة الالكترونية |
| 17 | الفرع الثاني: العلاقة بين الإدارة والمفاهيم المشابهة |
| 19 | الفرع الثالث: اسباب التحول للإدارة الالكترونية |
| 20 | الفرع الرابع : الفرق بين الإدارة التقليدية والالكترونية |
| 22 | 2-المطلب الثاني: اساسيات حول الإدارة الالكترونية |

| | |
|----|--|
| 22 | الفرع الاول: خصائص وعناصر الإدارة الالكترونية |
| 26 | الفرع الثاني: اهمية واهداف الإدارة الالكترونية |
| 28 | الفرع الثالث : مزايا وسلبيات الإدارة الالكترونية |
| 31 | المطلب الثالث : وظائف الإدارة الالكترونية |
| 31 | الفرع الاول: التخطيط الالكتروني |
| 32 | الفرع الثاني: التنظيم الالكتروني |
| 32 | الفرع الثالث : الرقابة الالكترونية |
| 33 | الفرع الرابع: القيادة الالكترونية |
| 33 | المطلب الرابع: تطبيق الإدارة الالكترونية |
| 33 | الفرع الأول: تحديات ومتطلبات الإدارة الالكترونية |
| 37 | الفرع الثاني: خطوات تنفيذ الإدارة الالكترونية |
| 38 | الفرع الثالث: معوقات تطبيق الدارة الالكترونية |
| 40 | الفرع الرابع: مشروع الجزائر الكترونيا. |
| 42 | المبحث الثاني: ماهية الخدمة الالكترونية |
| 42 | المطلب الاول: مدخل الى الخدمات الالكترونية |
| 42 | الفرع الأول: مفهوم الخدمة الالكترونية |
| 43 | الفرع الثاني: الفرق بين الخدمة و المنتج |
| 45 | الفرع الثالث: مهارات اخصائي المعلومات |
| 47 | الفرع الرابع : المبادئ الاساسية للخدمة الالكترونية |
| 48 | المطلب الثاني: طبيعة الخدمات الالكترونية |
| 48 | الفرع الأول: التحول نحو الخدمات الالكترونية |
| 49 | الفرع الثاني: الدوافع التي ادت الى بروز الخدمات الالكترونية |
| 50 | فرع الثالث: خصائص و مزايا الخدمة الالكترونية |
| 52 | الفرع الرابع: التقنيات المستخدمة في مجال الخدمات الالكترونية |
| 55 | المطلب الثالث: تشخيص الخدمات الالكترونية |
| 55 | فرع الأول: انواع الخدمات الالكترونية |
| 59 | الفرع الثاني: اسباب نجاح الخدمات الالكترونية |

| | |
|-----------------------|---|
| 59 | الفرع الثالث: صور عن نجاح الخدمات الالكترونية عبر العالم |
| 60 | المطلب الرابع: الخدمات الالكترونية: المتطلبات ، المجالات ، ومعوقات تطبيقها |
| 60 | الفرع الأول: متطلبات توفير الخدمات الالكترونية |
| 63 | الفرع لالثاني: مجالات تطبيق الخدمات الالكترونية |
| 64 | الفرع الثالث: معوقات تطبيق الخدمات الالكترونية |
| 66 | المبحث الثالث : العلاقة التفاعلية بين الخدمات الالكترونية و رضا الزبون بالادارة |
| 66 | 1-المطلب الاول: مفاهيم اساسية حول رضا الزبون |
| 66 | ا- الفرع الاول : مفهوم الزبون |
| 66 | الفرع الثاني: مفهوم رضا الزبون |
| 68 | الفرع الثالث: اهمية رضا الزبون |
| 69 | الفرع الرابع : قياس رضا الزبون |
| 70 | المطلب الثاني: ادارة علاقات الزبون الالكترونيا |
| 70 | الفرع الأول: مفهوم ادارة علاقات الزبون الالكترونيا |
| 71 | فرع الثاني: مكونات ادارة علاقات الزبون الالكترونيا |
| 72 | الفرع الثالث: الفوائد المباشرة لادارة علاقات الزبون الالكترونيا |
| 72 | المطلب الثالث استراتيجية علاقات الزبون الالكترونيا |
| 72 | الفرع الأول: طرق تنفيذ ادارة علاقات الزبون الالكترونيا |
| 74 | الفرع الثاني: آليات تفعيل إدارة علاقات الزبون الالكترونيا |
| 75 | الفرع الثالث: حدود ادارة علاقات الزبون الالكترونيا |
| 75 | المطلب الرابع: علاقة الادارة بالزبون و دور الخدمة الالكترونية في دعمها |
| 75 | الفرع الأول: الية تحسين الخدمات الادارية في ظل البيئة الالكترونية |
| 76 | الفرع لالثاني: الخدمات الالكترونية و الارتقاء بكفاءة العمل الاداري |
| 78 | الفرع الثالث: مساهمة الخدمات الالكترونية في تحقيق متطلبات الزبون |
| 79 | الفرع الرابع: دور الخدمات الالكترونية في تفعيل و تقرب علاقة الزبون بالادارة |
| 81 | خلاصة |
| الفصل التطبيقي | |
| 83 | تمهيد |

| | |
|-----|---|
| 84 | المبحث الأول: لمحة عن المديرية الجهوية للخطوط الجهوية -عنابة- |
| 84 | المطلب الأول: تقديم المديرية |
| 87 | المطلب الثاني: تحليل البيانات المتعلقة بالخدمات الالكترونية المقدمة من المديرية |
| 89 | المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتفسيرها |
| 89 | المطلب الأول: عرض ومناقشة أسئلة المقابلة |
| 90 | المطلب الثاني: عرض ومناقشة أسئلة الإستمارة |
| 110 | المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة |
| 110 | المطلب الأول: النتائج الجزئية للدراسة |
| 111 | المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة |
| 113 | خلاصة |
| 115 | خاتمة |
| 118 | قائمة المصادر والمراجع |
| - | الملاحق |

قائمة الجداول:

| رقم | العنوان | الصفحة |
|-----|---|--------|
| 01 | يوضح الفرق بين الإدارة التقليدية والادارة الالكترونية | 21 |
| 02 | يوضح الفروق الجوهرية بين المنتج و الخدمة | 44 |
| 03 | يوضح بطاقة فنية لمديرية الخطوط الجوية الجزائرية | 85 |
| 04 | يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير الجنس | 91 |
| 05 | يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير العمر | 92 |
| 06 | يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الاقدمية المهنية | 92 |
| 07 | يوضح آراء الموظفين حول تلقي دورة تكوينية | 93 |
| 08 | يوضح آراء الموظفين حول نوعية الدورة التكوينية. | 93 |
| 09 | يوضح آراء الموظفين حول تسجيل البيانات الالكترونية | 93 |
| 10 | يوضح آراء الموظفين حول معدل تحديث المديرية لبرامجها. | 94 |
| 11 | يوضح آراء الموظفين حول امتلاك المديرية لموقع خاص به | 94 |
| 12 | يوضح آراء الموظفين حول اتاحة الموقع للمعلومات بطريقة منظمة | 94 |
| 13 | يوضح آراء الموظفين حول اتاحة الموقع مكانا للاستفسار. | 95 |
| 14 | يوضح آراء الموظفين حول مكانة الخدمات الالكترونية | 95 |
| 15 | يوضح آراء الموظفين حول دقة وسلامة الخدمات الالكترونية | 95 |
| 16 | يوضح آراء الموظفين حول كفاءة وسرعة الخدمات الالكترونية | 96 |
| 17 | يوضح آراء الموظفين حول نوعية الاضافة التي احدثتها الخدمات الالكترونية. | 96 |
| 18 | يوضح آراء الموظفين حول ضرورة التحول نحو الخدمات الالكترونية | 97 |
| 19 | يوضح آراء الموظفين حول مزايا الخدمات الالكترونية في مجال تسيير الوظائف. | 97 |
| 20 | يوضح آراء الموظفين حول توافق الخدمات الالكترونية مع احتياجات الزبون. | 98 |
| 21 | يوضح آراء الموظفين حول الرد على استفسارات الزبون | 98 |
| 22 | يوضح آراء الموظفين حول سعي المديرية لتوثيق العلاقة بالزبائن الكترونيا | 98 |
| 23 | يوضح توزيع افراد مجتمع البحث حسب متغير الجنس | 99 |
| 24 | يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير العمر | 99 |
| 25 | يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير القدرة على التعامل مع الكمبيوتر | 99 |

| | | |
|-----|--|----|
| 100 | يوضح آراء الزبائن حول التعامل مع المديرية | 26 |
| 100 | يوضح آراء الزبائن حول وتيرة التعامل مع المديرية | 27 |
| 100 | يوضح آراء الزبائن حول أسباب التعامل مع المديرية | 28 |
| 101 | يوضح آراء الزبائن حول الإطلاع عن الخدمات الالكترونية | 29 |
| 101 | يوضح آراء الزبائن حول طرق التواصل والتعرف على جديد المديرية | 30 |
| 102 | يوضح آراء الزبائن حول تبنيتهم للخدمات الالكترونية كمصدر للاستعلام | 31 |
| 102 | اراء الزبائن حول اهم الخدمات الالكترونية التي توفرها المديرية | 32 |
| 103 | اراء الزبائن حول نوعية الخدمات الالكترونية الخاصة بالمديرية | 33 |
| 103 | يوضح اراء الزبائن حول مساهمة الخدمات الالكترونية في تقليص المسافات | 34 |
| 103 | يوضح اراء الزبائن حول دقة وسلامة الخدمات الالكترونية | 35 |
| 104 | يوضح آراء الزبائن حول سهولة وسرعة الخدمات الإلكترونية | 36 |
| 104 | يوضح اراء الزبائن حول قدرة الخدمات الالكترونية لتلبية حاجياتهم | 37 |
| 105 | يوضح اراء الزبائن حول معدل وثوقهم بالخدمات الالكترونية | 38 |
| 105 | يوضح اراء الزبائن حول امتلاك المديرية لموقع خاص بها | 39 |
| 105 | يوضح نسب اراء الزبائن حول معدل استخدام الموقع خاص بالمديرية | 40 |
| 106 | يوضح اراء الزبائن حول إتاحة الموقع للمعلومات بطريقة منظمة | 41 |
| 106 | يوضح نسب آراء الزبائن حول إتاحة الموقع مكان للاستفسارات | 42 |
| 106 | يوضح اراء الزبائن حول نجاح المديرية لإدارة علاقاتها بهم الكترونيا | 43 |
| 107 | يوضح اراء الزبائن حول السبل التي انتهجتها المديرية لإدارة علاقتها بزبائنها | 44 |
| 107 | يوضح آراء الزبائن حول معدل الاستفادة من الخدمات الإلكترونية. | 45 |
| 108 | يوضح آراء الزبائن حول تعرضهم لمشاكل حول الخدمات الالكترونية | 46 |
| 108 | يوضح اراء الزبائن حول ابرز المشاكل المتعرض لها | 47 |
| 109 | يوضح آراء الزبائن حول أهم الاقتراحات التي يرون ضرورة توفرها في المستقبل لتلبية متطلباتهم | 48 |

قائمة الأشكال:

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|--|-------|
| 19 | يوضح علاقة الادارة الالكترونية بالمصطلحات المرادفة | 01 |
| 23 | يوضح خصائص الإدارة الإلكترونية | 02 |
| 46 | مراحل سير المعلومة في ظل التطور التكنولوجي. | 03 |
| 62 | يوضح المتطلبات الأساسية لتوفير الخدمة الالكترونية | 04 |
| 68 | يوضح فروع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية | 05 |

áo lǎo

المقدمة:

أضحى التطور التكنولوجي السريع سمة الربع الأخير من القرن الماضي بدرجة أثرت على جميع نواحي الحياة وأدت إلى أساليب جديدة يمكن الاستفادة منها في مجالات شتى، فلا يمكن تصور مجتمعات متطورة، دون مؤسسات أعمال متطورة، لأن المؤسسات تتأثر بالتكنولوجيا الحديثة التي باتت أهم معيار لتفوقها في مجال تخصصها، حيث تعتبر هذه الأخيرة أداة فعالة وهامة في تحسين الأداء المؤسساتي من خلال تأثيرها المباشر على الطريقة التي يتم بموجبها تنفيذ الأعمال، فعالم الأعمال يتطلب تعاملًا واعيًا ومنهجيًا من قبل المؤسسات وإدارتها للاستجابة والتفاعل بسرعة مع هذه التغيرات في بيئة لا تعرف السكون أبداً.

لقد رافق التقدم التكنولوجي للمعلومات والاتصال تقدماً في مجال الإدارات مما أسهم هذا التقدم في إيجاد أسلوب جديد للإدارة الحديثة يختلف عن الأسلوب التقليدي، الذي عمل على تغيير مضامين العملية الإدارية التقليدية إلى الالكترونية، فلم يعد انتقال هذه الإدارات إلى الوضع الإلكتروني خياراً أو مجرد رفاهية بل أصبح حتمية تفرضها تطورات العصر، لذا نجد مختلف المنظمات تسعى إلى تطبيق الخدمات الالكترونية في كافة تعاملاتها للتخلص من العمل الإداري التقليدي والرفع من مستوى جودة الخدمات المقدمة من خلال سرعة الأداء وتخفيض الأخطاء إلى أقل ما يمكن والقضاء على سلبيات الإدارة التقليدية كذا تقليل الوقت اللازم لتنفيذ الأنشطة وخلق ذاكرة ومخزون معلوماتي يساعد على التطوير المستمر لأعمالها.

فالخدمات الالكترونية غيرت أيضاً الكثير من المفاهيم المتعلقة بالعمل الإداري ككل، حيث أتاحت إمكانية هائلة لم تكن متوفرة من قبل لعل أهمها انعدام البعد الجغرافي، وهذا ما يقدم للمؤسسة فرصة كبيرة لمد خدماتها خارج حدود جدرانها وبالتالي تصبح إدارة خدمية أقرب من الزبون وبديلاً استراتيجياً لأساليب وأنماط الخدمات التقليدية هذا من جهة، ونظام ديناميكي متكامل من جهة أخرى، فهو ليس عبارة عن نظام داخلي فقط تمارسه المنظمة في بيئتها الداخلية بل يمتد ليشمل البيئة الخارجية والزبون المستفيد من الخدمات.

ففي ظل النظرة الجديدة له واعتباره المدخل الرئيسي لنجاح أي مؤسسة وجب على هذه الأخيرة النظر للزبائن كشركاء للمنظمة وأن تبني معهم علاقات حميمة طويلة المدى كون كسب رضاهم يعد من أهم المعايير التي تمكنها التأكد من جودة خدماتها وبشكل يزيد من كفاءة وفعالية أدائها.

وبغية الإحاطة أكثر بموضوع البحث، تم تقسيم الدراسة إلى 3 فصول توزعت بين فصل منهجي وفصل نظري وآخر ميداني بالاضافة إلى مقدمة وخاتمة تتناول كلها جوانب مختلفة من الموضوع، وتجدر الإشارة إلى أن كل فصل من فصول الدراسة قد خص بتمهيد، وذلك من أجل إعطاء صورة شاملة عما سيتم معالجته قبل الخوض في تفاصيل الفصل و كذلك بخلاصة لتمكين القارئ من استرجاع أهم النقاط التي تم تناولها من خلال الفصل وإعادة تم إلى الذهن بطريقة شاملة ومختصرة.

حيث يتطرق الفصل الأول إلى أساسيات الدراسة من خلال إشكالية البحث الرئيسية وأهم التساؤلات الفرعية التي تنحدر منها والتي انبثقت منها محاور الاستبيان أثناء إعداد الدراسة الميدانية، بالإضافة إلى الأسباب

التي أدت إلى اختيار هذه الدراسة وكذا تحديد أهمية الموضوع والأهداف التي يسعى البحث إلى تحقيقها وكذا المنهج و الأدوات المتبعة في الدراسة تم إدراج لأهم الدراسات السابقة التي تشترك مع البحث الحالي في الاهتمام بجوانب مختلفة من الموضوع بطريقة مباشرة، مع تحديد أوجه الإفادة منها في دراستنا هذه، ضف إلى ذلك قائمة بالمفاهيم والمصطلحات التي تتطرق إليها هذه الدراسة والمتعلقة بموضوع البحث.

في حيث يعالج الفصل الثاني ثلاث مباحث، يأتي المبحث الأول ليلقي الضوء على الإدارة الإلكترونية من خلال التطرق إلى مفهومها، أسباب التحول لها وكذا الفرق بينها وبين الإدارة التقليدية، بالإضافة إلى الأساسيات التي تقوم عليها والوظائف التي تقوم بها وكذا التطرق إلى أهم التحديات والمشاكل التي تواجهها.

أما المبحث الثاني والمسوم بماهية الخدمات الإلكترونية والذي يقدم تحليلا مفصلا للخدمات الإلكترونية من خلال تحديد مفهومها والمبادئ الأساسية لها، وكذا التركيز على خصائصها والتقنيات المستخدمة في مجالها، ومن تم تقديم تشخيصا كاملا للخدمات الإلكترونية يتضمن أنواع، أسباب وصور عن نجاحها، وكذا تسليط الضوء على كل من المتطلبات ومعوقات تطبيقها.

ثم يأتي المبحث الثالث ليعالج العلاقة التفاعلية بين الخدمات الإلكترونية ورضا الزبون بالإدارة من خلال تحديد مفهوم رضا الزبون وأهميته، وبعده يأتي إدارة علاقات الزبون الكترونيا ليتضمن مفهومها، مكوناتها والفوائد المباشرة المترتبة عنها وكذا طرق وآليات تفعيل إدارة علاقات الزبون الكترونيا وحدودها ثم دراسة علاقة الإدارة بالزبون ودور الخدمات الإلكترونية في دعمها من خلال معرفة آلية تحسين الخدمات الإلكترونية في ظل البيئة الإلكترونية وكذا مساهمة الخدمات الإلكترونية في تحقيق متطلبات الزبون ودورها في تقريب علاقة الزبون بالإدارة.

أما الفصل الثالث فلقد خصص المبحث الأول منه للعمل الميداني لهذه الدراسة، أين تم النزول إلى الميدان والوقوف على مجريات الخدمات الإلكترونية في المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة، في حين أن المبحث الثاني يحمل عنوان تحليل و تفسير نتائج الدراسة الميدانية، فقد تم فيه إدراج جدولة وتحليلا لبيانات بدءا بتحليل إجابات عينة الدراسة ثم إدراج نتائج الدراسة، وفي الأخير تقديم جملة من التوصيات فيما يخص موضوع البحث وذلك بالنظر للنتائج التي تم التوصل إليها.

الفصل المنعرجي

الفصل المنهجي:

تناولنا في هذا الفصل منهجية الدراسة و المرتبة كما يلي :

- 1- إشكالية و تساؤلات الدراسة.
- 2- أسباب اختيار الدراسة.
- 3- أهداف الدراسة.
- 4- أهمية الدراسة.
- 5- حدود الدراسة.
- 6- مجتمع و عينة الدراسة.
- 7- منهج و أدوات الدراسة.
- 8- مفاهيم الدراسة.
- 9- الدراسات السابقة و التعقيب عليها .

1-الإشكالية:

تعتبر الثورة المعرفية أحدث الثورات التي عرفها النوع البشري منذ أن توصل الإنسان إلى ابتكار أساليب الاتصال و الحصول على المعلومات بأحدث التقنيات، حيث ظهرت مفاهيم جديدة تخص عالم المعلومات منها نظم المعلومات،إدارة المعرفة،الإدارة الالكترونية...الخ و تعد هذه الأخيرة آخر ما توصل اليه الفكر الإنساني في مجال الإدارة في مجتمع ما بعد الحداثة، فلقد كان لظهور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و تطورها دور كبير في بروز الخدمات الالكترونية في المؤسسات نظرا لأهميتها في الوقت الحاضر التي ينبغي التعامل معها و توظيفها بكفاءة عالية.

و لقد دخلت تكنولوجيا المعلومات على المؤسسات من أبواب عدة و أحدثت في بيئتها المعلوماتية العديد من التحولات، و أخذت الإدارة النصيب الأكبر من هذا التغير و ذلك بعدما كانت تعتمد على المعاملات التقليدية من خلال اكتظاظ الملفات و الوثائق الورقية على الموظفين و انتظار الزبائن في الطوابير من أجل تلبية حاجياته، و كذا بطيء العمليات الإدارية التي تأخذ وقتا أطول مما يستوجب وقتها الزمني حتى صارت روتيننا إداريا تتصف به الإدارات الجزائرية. فبعدها غزت التقنيات الحديثة مختلف جوانب العمل الإداري في المؤسسات لا نجد مؤسسة تخلو من قواعد البيانات عند القيام بوظائفها الإدارية المختلفة فلقد أضحت قواعد البيانات من ضروريات المنظمة العصرية، فبدونها لا تستطيع المنظمة الاستمرار في العمل، و مع ظهور الانترنت تحولت قواعد البيانات و العمليات و الخدمات المختلفة في المؤسسة إلى خدمات إلكترونية، و مع زيادة التحول التكنولوجي الالكتروني للمؤسسات إلى خدمات إلكترونية، أصبح من الضروري تحويل الوظائف و الملفات الورقية إلى إلكترونية و أصبحت العلاقات بين المنظمات و العاملين و العملاء تتم عن طريق الشبكات الداخلية و الخارجية و الانترنت مما استوجب على الزبون الداخلي أن يعمل في بيئة الانترنت و شبكات الاتصال و يتمتع بمهارة التعامل مع أساسيات الحاسب الآلي و الاستعمال الجيد لوسائل المعلومات ليتمكن من أداء وظائفه في البيئة الرقمية على أكمل وجه.

على خلاف الزبون الخارجي الذي يتطلع الحصول على خدمات عامة تشبع حاجاته لكن مفصلة على مقاساته و طبقا لخصائصه حيث يصبح قادرا على الوصول إليها من مسكنه أو أي مكان جغرافي آخر متواجد فيه، و بالتأكيد لا يريد أن يشعر بوجود أي قيود تمنعه من الوصول و الحصول على هذه الخدمات.

و من جهة أخرى فإن تطوير و تنفيذ الخدمات الالكترونية بكفاءة و فعالية يتطلب أن يتم تصميمها وفقا لاحتياجات و توقعات المستخدمين لها، حيث أن فهم تصور المستخدم النهائي للخدمات الالكترونية، و اعتباره كمشريك للمؤسسة و بناء علاقات حميمة طويلة الأمد معه من شأنه أن يساعد الإدارة و صانعي القرار على تقديم الخدمات الالكترونية متميزة.

و لأن الشركات مدعوة إلى تنظيم أعمالها وفقا لحاجات الزبائن و إعادة تشكيل ثقافتها وفقا لأداء العاملين فيها، و بحكم المسؤوليات الكثيرة المناطق بالمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة، وفضلا عما يتصف به عملها

من كثرة الإجراءات الإدارية اشترط أن تكون فيها فكرة تطبيق الخدمات الالكترونية بحيث يمكن إسهامها في تطوير العمل الإداري بالمديرية من أجل تحقيق مهام العاملين بها و المستفيدين من خدماتها على حد سواء.

و من هذا المنطلق تبلورت إشكالية دراستنا في السؤال الجوهرى التالى:

ما مدى مساهمة الخدمة الالكترونية فى المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة فى تقريب الإدارة من الزبون؟

و يتفرع عن هذا التساؤل الرئيسى أسئلة فرعية يمكن إجمالها فى الأتى:

- 1- ما و واقع الخدمة الإلكترونية فى المؤسسة محل الدراسة؟
- 2- كيف يمكن للخدمة الإلكترونية أن تظهر من نشاطات المؤسسة محل الدراسة؟
- 3- هل ستدفع الخدمة الإلكترونية إلى إتاحة معلومات جديدة من شأنها إبقاء التواصل بين المؤسسة محل الدراسة و الزبون؟

4- ما مدى تفاعل الجمهور الخارجى مع الخدمات الجديدة التى أفرزتها البيئة الرقمية؟

5- ما هي التحولات التى طرأت على أداء الموظفين بالمؤسسة جراء تطبيق الخدمة الإلكترونية؟

6- ما هي المعوقات التى تحول دون تفعيل الخدمة الإلكترونية و تقرها من الزبون؟

2- أسباب اختيار الدراسة:

استنادا على مبدأ السببية و الذي ينص على أن هناك لكل ظاهرة سبب و لكل علة معلول تتمحور أسباب و مبررات اختيار موضوع الدراسة إلى أسباب ذاتية و أخرى موضوعية يمكن توضيحها في الآتي:

■ _ الأسباب الذاتية:

- ✓ إعجابنا بموضوع الخدمة الالكترونية كأسلوب و أداة ناجحة للنهوض بالإدارات الجزائرية.
- ✓ الرغبة في التوسع و التعمق في الموضوع انطلاقا من النتائج و الملاحظات التي تم التوصل إليها من خلال الدراسات السابقة.
- ✓ الميل و الاهتمام الشخصي لمثل هذه المواضيع و روح الفضول في الاكتشاف في خبايا الموضوع.
- ✓ الرغبة في معرفة مدى تطابق معرفتنا عن الخدمة الالكترونية مع ما هو موجود على أرض الواقع.
- ✓ الرغبة في تقديم بحث يترجم مجهداتنا و مهارتنا التي تحصلنا عليها طيلة 5 سنوات من الدراسة.

■ _ الأسباب الموضوعية:

- ✓ حداثة الموضوع باعتباره من أهم المواضيع الحديثة التي تفرض نفسها على الساحة العلمية و يواكب التطورات العلمية.
- ✓ ندرة و قلة البحث التي تناولت موضوع الخدمة الالكترونية مما يستوجب تناوله قصد تبيين المكتبة بهذا البحث العلمي.
- ✓ محاولة الكشف عن واقع و وضع الخدمة الالكترونية في الإدارات الجزائرية.
- ✓ محاولة معرفة الإضافات التي تقدمها الخدمات الالكترونية بالنسبة للإدارات الجزائرية.

3- أهمية الدراسة:

تنبع أهمية هذه الدراسة في عدة نقاط يمكن إيجازها فيما يلي:

- ✓ تساهم الدراسة في زيادة الوعي التكنولوجي في المجتمع و من تم تسهيل الأخذ بالخدمات الالكترونية في الإدارات الجزائرية.
- ✓ تساهم الدراسة في فتح آفاق جديدة للباحثين و المهتمين بالبحث العلمي في مجال الخدمات الالكترونية و ذلك من خلال نتائج الدراسة و التوصيات لاستمرار البحث.
- ✓ تنبع أهمية الدراسة من الدور الكبير الذي تلعبه الخدمة الالكترونية في دعم أداء العاملين في المنظمات و كذا مساهمتها التي لا يستهان بها في رفع أداء المؤسسات بشتى أنواعها و أشكالها.
- ✓ تأتي أهمية هذه الدراسة من ارتباطها بجانب مهم متعلق بملتقى الخدمات باعتبار أن رضاه يمثل هدف أساسي خاصة بالنسبة للمؤسسات الخدمية.

✓ إبراز العلاقة التي تربط الإدارة و الزبون الناتجة عن تطبيق الخدمة الالكترونية التي تساعد على استقطاب الزبائن و الحفاظ عليهم و توطيد علاقة طويلة الأمد معهم.

4-أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة كغيرها من الدراسات الهادفة للوصول إلى الأهداف التالية:

- ✓ التعرف على مفهوم الخدمة الإلكترونية و إبراز أهميتها في إدارة المؤسسات.
- ✓ توضيح الدور الذي تلعبه الخدمة الإلكترونية في تقريب الإدارة من الزبون.
- ✓ تحديد مواطن القوة و الضعف في ممارسة الخدمة الإلكترونية.
- ✓ معرفة مدى وعي المواطنين عن وجود و تطبيق الخدمة الإلكترونية في الإدارات الجزائرية و التجاوب معها ميدانيا.

✓ تقديم صورة حول واقع الخدمات الإلكترونية في إدارة وكالة الخطوط الجوية الجزائرية.

✓ تسليط الضوء على الموقع الإلكتروني الذي تستخدمه المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية.

5-حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: يتمثل موضوع الدراسة في إسهامات الخدمة الالكترونية في تقريب الإدارة من الزبون.
- الحدود المكانية: قصد الإجابة على الإشكالية تم التوجه إلى المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة.
- الحدود الزمنية: أنجزت هذه الدراسة خلال العام الدراسي 2018-2019 و شرعنا في الجانب الميداني منها بداية شهر ماي 2019.
- الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على موظفي و زبائن المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة.

6-مجتمع و عينة الدراسة:

■ مجتمع الدراسة :

تبعاً لمتطلبات البحث العلمي من جهة، و طبيعة موضوعنا من جهة أخرى فإن مجتمع الدراسة تكون من الجمهور الداخلي لمديرية الخطوط الجوية الجزائرية المتمثل في موظفيها إضافة الى الجمهور الخارجي لها المتمثل في الزبائن المتعاملين معها و بهذا بلغ المجتمع الكلي للدراسة 92 مفردة.

■ عينة الدراسة :

و بما أن هدف البحث هو التعرف على الخدمات الإلكترونية التي تحتويها المديرية من ناحية و توضيح الدور التي تلعبه في تقريب الإدارة من الزبون. من ناحية أخرى، فعينة البحث اختيرت بناء على هذا الأساس، حيث اعتمدنا على عينتين تتماشيان مع طبيعة الموضوع، فتم تطبيق عينة قصديه على موظفي المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية، إذ اعتمدنا على اختيار عينة مقدر عددها ب 40 عامل متمثلة في التقنيين و الموظفين الذين لديهم الخبرة الكافية و مهارة

التعامل مع الحاسب الآلي كونهم العمال الأكثر دراية عن غيرهم بموضوع دراستنا، وتم استبعاد بقية العمال لعدم تمكنهم من الإفادة بمعطيات تخدم موضوع البحث.

بالإضافة إلى استخدامنا لعينة متوافرة من الزبائن المتعاملين مع المؤسسة محل الدراسة مكونة من 52 مفردة مختلفين من ناحية العمر، الجنس، المستوى التعليمي، الوظيفة و نظرا لاتساع الجمهور الخارجي و كبر حجمه تم اختيارنا لهذه العينة كونها سهلت علينا عملية جمع البيانات .

7- منهج و أدوات الدراسة:

■ منهج الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن سياق الدراسات الوصفية و التي تعتمد على الوصف سواء كان كيفيا أو كميًا أو وصفا مزدوجا، كعملية جوهرية في تأسيس محتوى الدراسة و بناء قواعدها، إذ تقوم هذه الأنواع من الدراسات بوصف الظاهرة وصفا دقيقا محاولة بذلك الربط بين كافة متغيراتها بجمع مختلف المعلومات و الحقائق عنها للإلمام بكافة جوانبها كما في الواقع الذي استبقت منه دون تغيير أو تزييف.

و وقع اختيارنا على أحد أنواع المناهج الوصفية و هو منهج "دراسة حالة " حيث يظهر توظيفه في الدراسة من خلال محاولة جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات حول الخدمات الإلكترونية في المؤسسات، و البحث في آليات عملها و إنجازاتها و محاولة تقييمها، كما تم الاعتماد على أساسيات هذا المنهج عند التطرق إلى واقع تطبيق الخدمة الإلكترونية في الإدارات و خصوصا على مستوى المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية، و الدور الذي تلعبه من أجل تقريب الإدارة من الزبون و كذا التعرف على مدى قدرتها على تلبية احتياجات المستفيدين.

■ أدوات الدراسة :

من بين الوسائل التي تم استخدامها في جمع البيانات في هذه الدراسة استمارة الاستبيان كأداة أساسية في عملية جمع المعلومات والبيانات مدعمة بالمقابلة المباشرة التي نسعى من خلالها إلى الحصول على معلومات أكثر دقة وتفصيل كما استخدمنا الملاحظة كوسيلة ثالثة ومكملة.

8- تحديد مفاهيم الدراسة:

من خلال هذه الدراسة سنتطرق و نركز على المفاهيم الأساسية التي عساه أن تسعفنا ببعض الإضاءات الكاشفة عند ولوج أبواب الحديث عن هذا الموضوع المهم و التي سيتم عرضها على النحو التالي:

■ مفهوم المؤسسة:

ففي ضوء ما تقدم من تعريفات لكل من المؤسسة و المنظمة و الشركة، نجد أنه رغم الاختلاف بين المصطلحات في التسمية إلا أن معناها يتفق و يركز و كذا يصب في محتوى واحد، و بعد البحث عن تعريف دقيق و شامل لمفهوم المؤسسة صادفتنا أنه ليست جل المراجع تسميتها بالمؤسسة فالبعض يطلق اسم المنظمة و البعض الآخر شركة لهذا سنحاول توضيح هذا الاختلاف من خلال التطرق لتعريف لكل على حدا.

- فالمؤسسة هو مصطلح يطلق على أي هيئة أو جماعة أو منظمة اجتماعية في مجال محدد أو عدة مجالات اجتماعية أين تقوم بتنفيذ هذه الخدمات من خلال الجماعات المنظمة و المتعاونة و ذلك نظرا لأن مجهود الفرد يكون ضئيلا بالقياس مع مجهود الهيئات أو الجماعات المنظمة.⁽¹⁾
- أما بالنسبة للمنظمة هي نظام متكامل هادف و متفاعل من العلاقات المترابطة مع بعضها البعض تؤثر و تتأثر بالبيئة التي تعمل فيها في إطار مختلف متغيراتها الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية و التكنولوجية.⁽²⁾
- في حين أن الشركة هي عقد بمقتضاه يلتزم شخصان أو أكثر على المساهمة في نشاط مشترك بتقديم حصة من عمل أو مال بهدف تقاسم الربح الذي قد ينتج أو يحقق نجاح أو بلوغ هدف ذي منفعة مشتركة كما يتحملوا الخسائر التي قد تنجز عن ذلك.⁽³⁾

■ مفهوم تكنولوجيا المعلومات:

اصطلاحا:

يتضمن مفهوم تكنولوجيا المعلومات كل الأدوات و التقنيات التي تستخدمها نظم المعلومات لتنفيذ الأنشطة الحاسوبية على اختلاف أنواعها و تطبيقاتها و تشمل كل من عتاد الحاسوب و المكونات المادية للحاسوب، برامج الحاسوب.⁽⁴⁾

كما يعتبرها البعض "عبارة عن استخدام التقنيات (الوسائل) الحديثة مثل الحاسوب و الطابعة و الإنترنت و المساحات الضوئية و الأجهزة الخلوية و غيره من الوسائل في عمليات جمع البيانات و حفظها و معالجتها و توزيعها و بثها بسرعة و دقة كبيرة من أجل المساعدة في عمليات دعم اتخاذ القرارات و حل المشكلات و تحليل البيانات.⁽⁵⁾

كما عرفتها وزارة التجارة و الصناعة البريطانية تعريف شاملا هي الحصول على البيانات و معالجتها و تخزينها و توصيلها و إرسالها في صورة معلومات مصورة أو ضوئية أو مكتوبة أو في صورة رقمية، ذلك بواسطة توليفة من الآلات الالكترونية و طرق المواصلات السلكية و اللاسلكية.⁽⁶⁾

إجرائيا:

هي مختلف الوظائف من تجميع البيانات و تحليلها و تخزينها و استرجاع المعلومات و ذلك عن طريق التكامل بين الآلات الالكترونية و نظم الاتصالات الحديثة

(1) طلعت إبراهيم لطفي، إعلام الاجتماع التنظيمي، دار غريب للطباعة، القاهرة، 2007، ص 39.

(2) مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة مداخل و عمليات، مطبعة شفيق، بغداد، 1988، ص 39.

(3) عبد الرزاق أحمد السنهوري، موسوعة الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الهيئة و الشركة، منشورات الحلبي الحقوقية، ط3، لبنان، 1998، ص 219.

(4) سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية و تكنولوجيا المعلومات، دار المناهج، ط1، الأردن، 2007، ص 44.

(5) خضر مصباح إسماعيل طيطي، أساسيات إدارة المشاريع و تكنولوجيا المعلومات، دار حامد، ط1، الأردن، 2010، ص 22-23.

(6) بوخشة قوي، الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 86.

■ مفهوم البيئة الرقمية:

اصطلاحا:

تعرف البيئة الرقمية و التي يطلق عليها البعض بالبيئة التكنولوجية بأنها مجموعة من العناصر متفاوتة المهام و الاختصاصات و الدرجات الوظيفية و القناعات و الكفاءات العلمية المتفاعلة فيما بينها لإنجاز مهام محددة.⁽¹⁾ بعبارة أخرى فإن البيئة الرقمية هي نتيجة التطبيقات التكنولوجية المختلفة في المؤسسات و تفاعل الإنسان، و مدى تفعيله للتغيرات التكنولوجية الجديدة.⁽²⁾

كما تعرف البيئة الرقمية كذلك بأنها تلك المؤسسة أو المنظمة التي يعتمد العمل فيها على منظومة من الحاسبات الآلية و محطات الاتصال الالكترونية و بأنظمة إدارة العمل و الأنشطة و العمليات المختلفة، و قواعد البيانات و شبكات المعلومات المحلية و العالمية و الإنترنت، و يجري توظيف التكنولوجيا الحديثة في تطبيقات العمل اليومية، سواء بشكل جزئي أو كلي.⁽³⁾

إجرائيا:

هي عبارة عن مزيج من الأنشطة و الخدمات التي تكتسي طابعا رقميا تبعا للوسائل و الإمكانيات المتاحة، و تتفاعل فيها العديد من التقنيات التي تساهم في تغيير ملامح الخدمات المقدمة، و أنها تركز على شبكات المعلومات و على رأسها شبكة الإنترنت، و كذا مختلف مخرجات تكنولوجيا المعلومات من أدوات و تقنيات تجهيزية و برمجية و التي تظهر نتيجة للتطورات الحاصلة.

■ مفهوم قاعدة البيانات:

اصطلاحا:

تعرف بأنها: " عبارة عن مجموعة من المعلومات أو البيانات المتصلة، ذات علاقة متبادلة فيما بينها المخزنة بطريقة تحقق نوعا من الاستقلالية عن البرامج التي تقوم باستخدامها، فتحقق نوعا من المرونة في التطوير و إعادة الهيكلة مع تقادم النظام"⁽⁴⁾

كما تعرف على أنها: "عبارة عن ملف مكون من مجموعة من التسجيلات المتصلة فيما بينها، هذه التسجيلات تضم مجموعة من الحقول و كل حقل من الحقول يتضمن البيانات"⁽⁵⁾

(1) عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، حوسبة (أثمنة) المكتبات، استثمار إمكانات الحواسيب في إجراءات خدمات المكتبات و المعلومات، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2004، ص 107.

(2) المرجع نفسه، ص 108.

(3) أحمد حسين بكر المصري، أخصائي المكتبات و المعلومات في البيئة الرقمية، تأهيله و تفعيل دوره في المكتبات و مراكز المعلومات المصرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة حلوان، علم المكتبات و المعلومات، مصر، ص 04.

(4) منيب قطيشات، قواعد البيانات، دار وائل للنشر و التوزيع، ط2، عمان، 2005، ص 23.

(5) إيمان فاضل السامرائي، يسرى أحمد أبو عجمية، قواعد البيانات و نظم المعلومات في المكتبات و مراكز المعلومات، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، ط2، عمان، 2009، ص 18.

كما يعرفها البعض على أنها: "ركيزة المستودع للبيانات المخزنة في الحاسوب ترتب فيها البيانات وفق أسلوب علمي منطقي يضمن حفظ و استرجاع البيانات و يسهل مهمة تحديثها و استرجاعها و تصديرها و استردادها الكترونيا"⁽¹⁾
إجرائيا:

هي مجموعة من البيانات أو المعلومات المتعلقة بميدان معين، محدد من المعارف، منظمة بطريقة معينة كي تلبي احتياجات المستخدمين كما يمكن لهم استرجاعها و تسمح بإضافة معلومات جديدة أو تعديلها كونها تتسم بالمرونة.

9-الدراسات السابقة و التعقيب عليها :

تعتبر الدراسات السابقة من أهم المعايير التي يتم استخدامها و الاستعانة بها في البحوث و الدراسات و نظرا لحدثة موضوع دراستنا من حيث متغيراته و المعطيات، بينما هناك دراسات أخرى مشابهة من حيث طريقة تناولها للموضوع منها:

■ دراسة نورة بنت ناصر الهزاني:

و التي جاءت تحت عنوان "الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية"، رسالة ماجستير، السنة 2007 من جامعة الرياض.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على مدى توافر مواقع للوزارات السعودية على الانترنت.

■ التعرف على مدى جودة التصميم و المحتوى لمواقع الوزارات السعودية.

■ التعرف على الفترات الزمنية لتحديث مواقع الوزارات السعودية على الانترنت.

■ التعرف على الخدمات الإلكترونية التي تقدمها مواقع الوزارات السعودية المتوافرة على الانترنت.

إلا أنه تمحورت إشكالية الدراسة حول الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية و تقييم مواقع الوزارة السعودية

على الانترنت باعتبارها أحد التوجهات الحديثة في مجال الإدارة لاعتمادها على تقنية المعلومات.

و يتفرع على هذا التساؤل الرئيسي جملة من الأسئلة الفرعية و يمكن إجمالها فيما يلي:

■ ما مدى جودة التصميم و المحتوى لمواقع الوزارات السعودية على الانترنت؟

■ ما الفترات الزمنية لتحديث مواقع الوزارات السعودية على الانترنت؟

■ ما الخدمات الإلكترونية التي تقدمها مواقع الوزارات السعودية على الإنترنت؟

و من بين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن أكثر من ثلثي المواقع تقدم خدمات ربط مواقع أخرى ذات

علاقة بها.

■ أشارت نتائج الدراسة إلى أن الغالبية لا توفر خدمة القوائم البريدية.

(1) المرجع نفسه، ص 19.

- تبين نتائج الدراسة أن ثلثي المواقع لا تقدم نماذجها إلكترونياً لطلب الخدمات بينما تقدم خمسة فقط من المواقع هذه النماذج إضافة إلى ذلك، فإن المواقع الوزارية افتقرت إلى خدمة الدفع الإلكتروني كما ظهرت نتائج تحليل البيانات كذلك أن ثلثي المواقع تقريبا لا تقوم خدمة الاستعلام الإلكتروني للمعاملات و متابعتها.
- دراسة عبد الكريم عشور:

و التي جاءت بعنوان " دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية

و الجزائر"، رسالة ماجستير لسنة 2009-2010، من جامعة منتوري قسنطينة.

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مفهوم الإدارة الإلكترونية و تأثيره على ترشيد الخدمة العمومية.

- الوصول إلى مدى نجاعة الإدارة الإلكترونية عالية في ترشيد الخدمة العمومية تبعا لتطبيقات النموذج الأمريكي.
- محاولة التعرف على إستراتيجية الخدمات العامة الإلكترونية و كيف أثرت آليتها في الوصول إلى الخدمة العامة الرشيدة من خلال التجربة الجزائرية إلا و أنه تمحورت إشكالية هذه الدراسة حول إلى أي مدى شكلت الإدارة الإلكترونية آلية محورية في ترشيد الخدمة العمومية من خلال تطبيقات النموذج الأمريكي و التجربة الجزائرية.
- و تفرغ عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية جاءت كالآتي:

- ما هي متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية؟

- كيف تؤثر تطبيق الإدارة الإلكترونية على نموذج الخدمة العمومية؟

- ما هي توجهات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية و كيف ساهم ذلك في ترشيد الخدمة العامة؟

أما بالنسبة للفرضيات فقد تمحورت على النحو التالي:

- التحول نحو الإدارة الإلكترونية هو نتيجة فشل نمط الإدارة التقليدية في ترشيد الخدمة العمومية.
- تحسين مستوى الاستجابة و الفعالية و النزاهة في الخدمة العمومية مرتبط بتطبيق نموذج الإدارة الإلكترونية.
- بنجاح الخدمة العامة الإلكترونية في النموذج الأمريكي يعود إلى توفير المتطلبات الإدارية و السياسية ووضع الرؤية الإستراتيجية للإدارة العامة الإلكترونية.

و من بين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الإدارة الإلكترونية هي بديل جديد يعيد النظر في علاقة الفرد بالمؤسسات الحكومية و التحول للروابط الافتراضية مما يحسن من سرعة الاستجابة لدى الأجهزة الحكومية أثناء تأدية الخدمات العمومية.

- تتطلب الإدارة الإلكترونية العمل على تحقيق مقاومة التغيير الذي أفرزته الثقافة لقدرات الحكومية.
- نجحت تجربة الخدمة العامة الإلكترونية في أمريكا انطلاقا من التقدم في تكنولوجيا الاتصال و المعلومات.
- تتميز بعض الخدمات الإلكترونية من خلال التجربة الجزائرية لدرجة الرداءة بسبب عدم تطابقها مع خصائص الإدارة الإلكترونية.

■ دراسة موسى عبد الناصر ومحمد قريشي:

التي جاءت تحت عنوان: "مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي"، دراسة علمية منشورة في مجلة الباحث، العدد 09، لسنة 2011، من جامعة بسكرة، الجزائر. تهدف إلى:

- إبراز أهمية العمل الإداري و زيادة فعاليته من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات.
- تسليط الضوء على واقع الإدارة الالكترونية في المؤسسة محل الدراسة.
- التعرف على درجة تطبيق الإدارة الالكترونية في الكلية محل الدراسة، و مدى مساهمتها في تطوير العمل الإداري.

و تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل التالي: ما مدى مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي الجزائرية؟

كما تفرع من التساؤل المركزي أسئلة فرعية يمكن إجمالها في الآتي:

- هل هناك تصور واضح عن الإدارة الالكترونية لدى إدارة الكلية محل الدراسة؟
 - كيف تساهم الإدارة الالكترونية في تطوير عمليات التخطيط، التنظيم، التوجيه و في عملية الرقابة؟
- أما بالنسبة للفرضيات فجاءت الفرضية الرئيسية كالتالي: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الإدارة الالكترونية و تطوير العمل الإداري بكلية العلوم و التكنولوجيا بجامعة بسكرة، و اندرج ضمن هذه الفرضية الفرضيات الفرعية التالية:

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين استخدام الأجهزة و المعدات و تطوير العمل الإداري بالكلية محل الدراسة.
- توجد علاقة ذات إحصائية بين استخدام البرمجيات و تطوير العمل الإداري بالكلية محل الدراسة.
- توجد علاقة ذات إحصائية بين استخدام شبكات الاتصال و تطوير العمل الإداري بالكلية محل الدراسة.
- توجد علاقة ذات إحصائية بين استخدام صناعات المعرفة و تطوير العمل الإداري بالكلية محل الدراسة.

و قد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- تمثل الإدارة الالكترونية منهاجا حديثا يقوم على تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات حيث تميز هذا المنهج الحديث بمميزات و خصائص تميزه عن غيره من المناهج.
- الإدارة الالكترونية تتوفر على مجموعة من العناصر (الأجهزة و المعدات، البرمجيات، الشبكات، صناعات المعرفة) التي تساعد المؤسسة في أداء أعمالها و مختلف وظائفها الإدارية.
- استخدام الإدارة الالكترونية يؤدي إلى التغلب على العديد من المشاكل التي كانت تعيق مسيرة العمل مثل عامل الوقت، أمن المعلومات، حواجز المكان و الزمان و غيرها.
- تطبيق الإدارة الالكترونية في أي مؤسسة يستلزم توفر مجموعة من المتطلبات.

- تطبيق الإدارة الالكترونية يعمل على زيادة فعالية و كفاءة أداء العاملين بدرجة كبيرة من خلال مساهمتها الجادة في رفع إنتاجية العاملين، توفير وقت و جهد العاملين و تقليل التكاليف.
- دراسة Jenny Lagston و التي جاءت تحت عنوان: ⁽¹⁾

Assessing e services from a user perspective: A Study Of The Swedish Electronic Tax Declaration

"تقييم الخدمات الالكترونية من منظور المستخدم دراسة للإعلان الضريبي الالكتروني السويدي"، رسالة دكتوراه لسنة 2011، من جامعة السويد.

هدفت إلى:

- استطلاع رأي الجمهور فيما يتعلق بالخدمات الإلكترونية التي تقدمها دائرة الضريبة في السويد.
- التعرف على مدى قدرة الخدمات الالكترونية في تسهيل المهام الإدارية من جهة و الخدمات المقدمة للمواطنين من جهة أخرى.
- التعرف على مدى استجابة المواطنين للخدمات الالكترونية التي تقدمها ضريبة السويد مقارنة بالخدمات التقليدية.

تمحورت الإشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي:

ما هو رأي المستخدم حول الإقرارات الضريبة في السويد.

و تفرع من هذا التساؤل الأسئلة الفرعية الآتية:

- ما مدى رضا المواطن عن الخدمات الالكترونية المتوفرة؟

- ما هو رأي المستخدم حول القرارات الضريبة في السويد؟

- هل الخدمات الالكترونية تقوم بتسهيل الحياة الإدارية للموظفين عامة و المواطنين خاصة؟

و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-أغلبية أفراد عينة الدراسة لديهم نظرة ايجابية تجاه الخدمات الالكترونية على الرغم من وجود أفراد غير مستعدين عن التخلي عن استخدام الورق.

-يؤيد أفراد العينة و بدرجة كبيرة أن الطريقة الالكترونية و التقليدية يكمل كل منهم الآخر و يمكن استخدام كل منها في ظروف مختلفة.

-يرى أفراد العينة أن ما يعيب الطريقة التقليدية هو عامل الوقت، كما أنهم حريصون على الخصوصية و أمان البيانات.

(1)بتصرف مجموعة البحث

■ التعقيب على الدراسات:

بعد استعراض مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع بحثنا و البالغ عددها 4 دراسات، تنوعت بين عربية و أجنبية، الموضوع الرئيسي لها تمحور حول كل من الإدارة و الخدمة الإلكترونية و أن كل منها تناول أحد متغيرات الدراسة الحالية و ربطها الباحثون فيها بمتغير آخر في حين و أنه و من خلال هذه الدراسات تمت الاستفادة من دراسة عبد الكريم عشور (2010) في تكوين صورة واضحة عن وضع الإدارة الإلكترونية كون هذه الأخيرة، تعتبر منطلقا للخدمة الإلكترونية و دراسة موسى عبد الناصر (2011) في بروز أهمية الإدارة الإلكترونية لدى مختلف المنظمات و كيفية مساهمتها في تطوير العمل الإداري و زيادة فعاليته من خلال تكنولوجيا المعلومات و هذا ما يساعدنا في التعرف على درجة تطبيق الإدارة الإلكترونية في المؤسسة في حين أن دراسة نورة بنت ناصر الهزاني (2007) تمت الاستفادة منها في التعرف على نوعية الخدمات التي تقدمها الحكومة إلكترونيا فكون أن أول بروز للخدمات الإلكترونية كان في مجال الحكومي الذي ساعدنا في معرفة الدور الذي أصبحت تلعبه في باقي الإدارات.

أما بالنسبة لدراسة **Jenny Lagston** (2011) التي أكدت على أن الخبرة التكنولوجية عامل مهم في نجاح الخدمات الإلكترونية، و التي من خلالها توضحت لنا استخدامات الخدمة الإلكترونية و مكوناتها و أهميتها بالنسبة للعملاء المستخدمين هذه الخدمة و كذا تسهيل الحياة الإدارية للموظفين.

و هذه الموضوعات التي وردت في الدراسات السابقة ساعدتنا في التعرف على متغيرات البحث الحالي و تحديدها و تحديد مشكلة الدراسة بصورة أوضح، بالإضافة إلى تحديد فجوات الدراسة من خلال معرفة متغيرات و نتائج كل دراسة و قد تمت الاستفادة منها في إطار الجانب النظري للبحث من خلال الإطلاع على ما ورد فيها و كذلك الاستفادة مما احتوته من مراجع علمية تم الاستناد إليها في مادتها العلمية و كذلك التوصيات و المقترحات التي توصلت إليها تلك الدراسات.

و بناء على ذلك يمكن القول أن الدراسات السابقة دور مهم في تعزيز الدراسة الحالية و إيضاح مسارها رغم وجود بعض الاختلافات في أهداف و أدوات الدراسة.

الفصل النظري

تمهيد:

تعد الإدارة الإلكترونية من ثمار المنجزات التقنية في العصر الحديث حيث أدت التطورات في مجال الاتصالات وابتكار تقنيات الاتصال المتطورة إلى التفكير الجدي من قبل المؤسسات في الاستفادة من منجزات الثورة التقنية باستخدام الحاسوب و شبكات الانترنت في تقديم الخدمات للزبون بطريقة إلكترونية حيث سعت المنظمات إلى أحداث سلسلة من التغييرات على وظائفها التقليدية في ظل استخدامها لتكنولوجيا المعلومات ضمن أنشطتها الخدمية بغية التجسيد الفعلي للتحويل نحو مفهوم الخدمات الإلكترونية و بحثا عن سبل و كيفية تقريبها من الزبون حيث أصبح من الضروري على المنظمات التي تتسم بالتغير السريع في بيئتها التوجه نحو الزبون الذي من خلاله تستمد قوتها و تضمن استمراريتها كونه يحتل مكانة مرموقة كعنصر رئيسي من عناصر الاستراتيجية العامة في العديد من المؤسسات لذلك يهدف هذا الفصل إلى التعرف على مختلف المفاهيم المتعلقة بموضوع الخدمات الإلكترونية التي تعد من أحدث المفاهيم المشكلة تطبيقات الإدارة حيث سنقدم خلفية فكرية للموضوع إلا أننا قبل ذلك خصصنا جزء الموضوع الإدارة الإلكترونية الذي سبق الخدمة الإلكترونية باعتباره نقطة انطلاق لها و لتطبيقاتها كما وقفنا على حقيقة أن العلاقة التي مست الإدارة بالزبون كانت تحت تأثير النجاح المبهر للخدمات الإلكترونية بعد تبنيتها للتوجه بالزبون و استغلاله للتكنولوجيا الحديثة لإدارة العلاقة معه

و بناء على ذلك جاء هذا الفصل في 3 مباحث :

المبحث الأول : عموميات حول الإدارة الإلكترونية .

المبحث الثاني : ماهية الخدمة الإلكترونية .

المبحث الثالث : العلاقة التفاعلية بين الخدمات الإلكترونية وربط الزبون بالإدارة.

المبحث الأول: عموميات حول الادارة الالكترونية

يركز هذا المبحث على ماهية الادارة الالكترونية مع الوقوف على أساسياتها، بالإضافة إلى مجموعة من الوظائف التي تقوم بها ، كما سنتطرق الى ذكر خطوات تنفيذها وصولا الى معوقات تطبيقها.

المطلب الأول: ماهية الادارة الالكترونية:

1-الفرع الأول: مفهوم الادارة الالكترونية

يعد مصطلح الادارة الالكترونية من المصطلحات العلمية المستحدثة في مجال العلوم العصرية ظهرت في البداية في الولايات المتحدة الأمريكية ومن تعاريفها أنها:

"تنفيذ كل الأعمال والمعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر، سواء من الأفراد أو المنظمات بما يؤدي إلى دعم واستمرار العلاقات فيما بينهم، من خلال استخدام شبكات الاتصال الإلكترونية وعموما كل نظم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية تعزيز دور الإدارة الاستراتيجية وتحسين العملية الانتاجية وزيادة كفاءة وفعالية الأداء في الإدارة وإنجاز العمل بها بسرعة وبكفاءة وبأقل التكاليف."⁽¹⁾

و يضيف آخرون أن الإدارة الإلكترونية هي عبارة عن استخدام نظم لتكنولوجيا المعلومات والاتصال، وخاصة شبكات الأنترنت في جميع العمليات الادارية الخاصة بمنشأة ما، بغية تحسين العملية الإنتاجية.⁽²⁾

كما تعرف أنها "عملية تحويل وتغيير ونقل شكل الأعمال والخدمات التقليدية وجعلها أعمالا تنفذ عبر الأجهزة الإلكترونية، من خلال الاستعانة بالبرمجيات المساندة ،بمعنى الاستغناء على الإدارة والأسلوب الورقي التقليدي."⁽³⁾ ومما سبق يمكن القول أن الإدارة الإلكترونية هي أسلوب خاص باستخدام نظم معلومات وشبكات الحاسوب والاتصالات وتنفيذ المهام والأعمال مما يؤدي إلى إنجازها بسهولة ودقة كما أنها تعمل على توفير الوقت والجهد.

الفرع الثاني: العلاقة بين الإدارة الالكترونية و المفاهيم المشابهة:

كثيرا ما يرتبط مصطلح الادارة الالكترونية بالعديد من المصطلحات الأخرى، كما يطرح في بعض الاحيان بشكل مترادف مع عدد منها مثل : الحكومة الالكترونية ،الإعمال الالكترونية،التجارة الالكترونية ،النشر الالكتروني ،التعليم الالكتروني،التسويق الالكتروني...الى غير ذلك من المصطلحات التي تتشارك كلها في طابعها الرقمي⁽⁴⁾ و اذا كان من الصعوبة مقارنة مفهوم الادارة الالكترونية مع مجالات و أنشطة مثل النشر الالكتروني ،التعليم الالكتروني ،التسويق الالكتروني...الخ ،فان من الضروري مقارنة و مقارنة الحقول و المصطلحات الاساسية الثلاثة التي

(1)-خالد ممدوح ابراهيم، الادارة الالكترونية ، الدار الجامعية، الاسكندرية 2010،ص19.

(2)محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية ،دار المسيرة ،الأردن ، 2009 ، ص 42.

(3)مزهرة شعبان وشوقي ناجي جواد ،الإدارة الإلكترونية ، دار الثقافة للنشر ، ط 1، عمان 2014، ص 33.

(4)ياسين سعد غالب ،الإدارة الإلكترونية ، دار البداية ناشرون وموزعون ،ط1، عمان ، 2002، ص22.

شاع استخدامها في الآونة الأخيرة من دون تدقيق و تمييز واضح، هذه المصطلحات هي : الاعمال الالكترونية ، التجارة الالكترونية ، الحكومة الالكترونية.⁽¹⁾

ان الأعمال الالكترونية هي استخدام تقنيات العمل بالانترنت و الشبكات لتطوير أنشطة الاعمال الحالية او لخلق أنشطة اعمال افتراضية جديدة.⁽²⁾

اما فيما يخصالتجارة الالكترونيةهي استخدام وسائل الكترونية (اتصالات الكترونية) لتمكين عمليات التبادل بما في ذلك بيع وشراء المنتجات والخدمات التي تطلب وسائل نقل بصورة مختلفة ومن مكان لآخر.⁽³⁾

وبالنسبة للحكومة الإلكترونية فهيأي شكل من أشكال المعاملات التي يمكن أن تتم إلكترونياً، بين أي جهتين حكوميتين مع بعضهما البعض أو بين المواطن وأي جهة حكومية على أي مستوى كمصلحة الأحوال المدنية أو وحدات الإدارة المحلية والحكم المحلي أو مصلحة الضرائب أو غيرها، ليدفع فاتورة الكهرباء أو الماء أو إنهاء إجراءات معاش أو يستخرج شهادة ميلاد أو حتى ليدلي بصوته في الانتخابات أو غير ذلك من أشكال التعامل الأخرى.⁽⁴⁾

وعلى هذا لابد من توضيح الفرق بين مفهوم الإدارة الإلكترونية والمفاهيم التي سبق ذكرها وبيان العلاقة من كل منها وبين الإدارة الإلكترونية على النحو التالي :

- فالأعمال الإلكترونية تنقسم إلى قسمين هما : التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية غير التجارية و

المتتمثلة في ادارة العلاقات مع الزبائن ، ادارة سلاسل التجهيز*، و تخطيط موارد المشروع.

- التجارة الالكترونية تقتصر على صفقات البيع و الشراء بوسائل الكترونية، في حيث ان الاعمال الالكترونية

لا تتعلق فقط بعلاقة البائع او المورد بالعميل و انما تمتد لعلاقة المؤسسة بوكلائها و بموظفيها و عملائها و غيرهم ، و منه فالأعمال الالكترونية هي اكثر شمولية من التجارة الالكترونية، فالعلاقة بينهما هي الكل بالجزء.

- الحكومة الالكترونية احد مجالات الادارة الالكترونية لان الحكومة الالكترونية تستخدم الاساليب الالكترونية

في انجاز كافة الاعمال الحكومية التي تقدم داخل المنظمات الحكومية و خارجها لغرض تقديمها الكترونياً للمستفيدين

منها ، وهذا يعني ان تطبيق اسلوب الادارة الالكترونية هو الخطوة السابقة لتطبيق اسلوب الحكومة الالكترونية في الجهات الحكومية ، فالعلاقة بين الحكومة و الادارة الالكترونية هي علاقة الجزء بالكل⁽⁵⁾

(1) المرجع نفسه، ص 24.

(2) ياسين سعد غالب ، بشير عباس العلق ، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع ، ط1، عمان، 2014، ص 14.

(3) ياسين سعد غالب، الإدارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 25 .

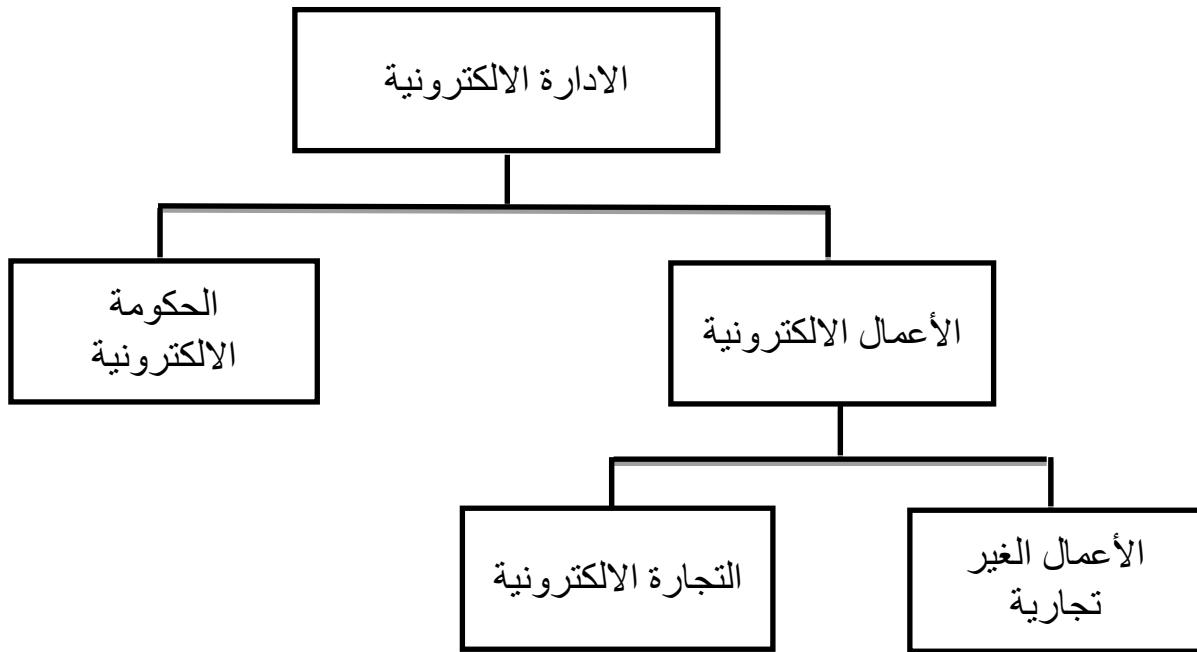
(4) خالد الزغبي ، الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، مجلة الحاسوب ، العدد 46 ، الاردن، 2000، ص 14.

(*) ادارة سلاسل التجهيز_ هي اجراءات عمل تسعى إلى تدبير وتأمين المواد وتحويلها الى منتجات نصف مصنعة او منتجات تامة، وتوزيع تلك المنتجات التامة الى المستهلك النهائي

(5) آسيا سليمان تيشيتيش ، واقع الإدارة الالكترونية بالمؤسسات الاقتصادية ودورها في تطوير العمل الاداري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة 20 اوت 1955 ، سكيكدة، 2014، ص 14.

وبناء على ما سبق نستنتج ان الادارة الالكترونية ، الاعمال الالكترونية ، التجارة الالكترونية و الحكومة الالكترونية يربطهم قاسم مشترك و هو استخدامها لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و من ضمنها شبكات المعلومات باعتبارها الخيار التكنولوجي الاول لها ، و بدون هذه الوسائل و الشبكات يصبح من غير الممكن تطبيق بيئة معلوماتية تفاعلية و واقعية.

شكل رقم واحد(01): يوضح علاقة الادارة الالكترونية بالمصطلحات المرادفة



المصدر: سعد غالب ياسين، بشير عباس العلاق، الاعمال الالكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2014، ص 16

الفرع الثالث: أسباب التحول إلى الإدارة الإلكترونية:

التحول للإدارة الالكترونية ليس درب من دروب الرفاهية و انما حتمية تفرضها التغيرات العالمية ،ومن هنا

تلخيص اسباب الداعية للتحول الالكتروني في النقاط التالية:

1- ازدياد التقدم التكنولوجي و الثورة المعرفية المرتبطة به :

فقد ادت الثورة التكنولوجية الى اظهار مزايا نسبية عديدة لتطبيقاتها العلمية في مختلف مجالات الحياة

الإنسانية، بما في ذلك نوعية الخدمات و السلع التي توفرها المؤسسات العامة و الخاصة على حد سواء للمجتمع ، و تمثل

هذه الثورة فرصة متميزة للأفراد و الحكومات و مؤسسات الاعمال لتحسين كمية و نوعية الحياة الانسانية المتاحة ، و

هذا يساعد بدوره على زيادة حجم الاستثمارات بصورة كبيرة في قطاع التكنولوجيا ، و يتطلب تعظيم الفوائد المرجوة منه

و تسخيرها لتسهيل الحياة و تحقيق الرفاهية الانسانية عموما.

2-توجهات العولمة و ترابط المجتمعات الانسانية:

فقد ساهمت التوجهات العالمية المتزايدة نحو الانفتاح في الترابط و التكامل بين المجتمعات الانسانية المختلفة في نشوء ما يعرف اليوم بظاهرة العولمة، و التي تمثل فلسفة جديدة للعلاقات الكونية،لما لها من إبعاد سياسية و اقتصادية و اجتماعية و ادارية و قانونية و بنية متكاملة.

تقدم الثورة التكنولوجية ادوات معرفية وتقنية لخدمة متطلبات العولمة وتحقيق اغراضها وتوجيهها الى واقع ملموس، حيث يتم الربط الفعال بين المجتمعات الانسانية من خلال شبكات الأنترنت والاتصال الفضائي وما الى ذلك من ادوات رقمية، و يشمل هذا الربط مجالات معلوماتية والخدمات والعلاقات بكافة جوانبها الاقتصادية والادارية والعلمية و غيرها.

3-التحولات الديمقراطية وما صاحبها من متغيرات و توقعات شعبية:

لقد ساهمت حركات التحرير العالمية التي تطالب بمزيد من الانفتاح والحرية والمشاركة واحترام حقوق الانسان في احداث تغيرات جذرية في البناء المجتمعي عموما، وطبيعة الانظمة السياسية والاجتماعية على وجه الخصوص، وقد رافق هذه التغيرات ارتفاع في مستوى الوعي و التوقعات الاجتماعية بما في ذلك نشوء رؤى جديدة للقطاع العام بكافة ابعاده⁽¹⁾

4-الاستجابة لمتطلبات البيئة المحيطة والتكيف معها:

يحتم انتشار وتطبيق مفهوم واساليب الادارة الالكترونية للحاق بركب التطور تجنبنا لاحتمالات العزلة والتخلف عن مواكبة عصر السرعة والمعلومات والتنافس في تقديم الخدمات بناء على المعايير العالمية⁽²⁾

الفرع الرابع:الفرق بين الإدارة التقليدية و الإدارة الالكترونية:

تعتبر الإدارة الالكترونية مكتملة للإدارة التقليدية، حيث كل ميزة في الادارة الالكترونية هي امر كانت تفتقده الادارة التقليدية، و يؤثر فقط بالسلب في ادائها وفعالية دوائرها ، و يمكننا الوقوف على ابرز الفوارق بين الادارتين في النقاط التالية:

(1)خالد ممدوح إبراهيم، مرجع سبق ذكره،ص، 48-50.

(2)هيثم حمود الشبلي، محمد النصور مروان، ادارة المنشأة المعاصرة،دار الصفاء للنشر و التوزيع،ط1، عمان، 2009، ص 421.

الجدول رقم (01): يوضح الفرق بين الإدارة التقليدية والإدارة الإلكترونية:

| التطبيق | الإدارة التقليدية | الإدارة الإلكترونية |
|----------------|--|---|
| الحفظ و الضياع | معلومات الوسائط الورقية تتعرض للتلف مع مرور الوقت ، مع امكانية كبيرة لضياع بعض الملفات والوثائق او الاوراق | الملف الإلكتروني في مأمن من التلف والتفادم ويمكن تأمينه عبر اكثر من وسيط تخزين الكتروني مع صعوبة فقدان اية معلومات او معاملات او ملف من الملفات التي تم حفظها |
| الاسترجاع | صعوبة الاستخراج | سهولة البحث في ارشيف الشبكة عن اي ملف |
| التكاليف | ارتفاع تكاليف حفظ الملفات والمعاملات واعادة استخراجها | تكلّف فقط ثمن وسائط التخزين او الشبكة التي حملت عليها المعلومات سلفا |
| المكان | تحتاج الى مخازن ضخمة وعمالة خاصة | تحتاج الاجهزة المحملة عليها الملفات الى غرفة صغيرة |
| الحماية | صعوبة تأمين الوثائق والمعاملات | تضمن برامج الحماية ،عدم التلاعب بالملفات والمعاملات سواء بالحذف او بالإضافة |
| التوثيق والضبط | تتأثر بالعامل البشري | البرامج التقنية تسجل اي اجراء يتم على الشبكة الإلكترونية للإدارة بالساعة والدقيقة والثانية التي تم فيها |
| الاجراءات | ضرورة التعامل مع الموظف مباشرة | يتم التعامل من خلال برامج الحاسوب أو مكائن الإدارة الموجودة في الكبائن المتخصصة لهذا الغرض كالصافرات |
| طبيعة اللقاء | مباشرة بين الطرفين او من خلال وسائط بشكل مباشر كالتلفون | لقاء افتراضي يقوم على اجراء معاملة بين طرفين لا يوجد الا احدهما فقط والاخر هو برنامج حاسوبي او بريد الكتروني. |
| التفاعل | يمتاز بالبطء، حيث تحتاج الى وقت اطول حتى يتم التفاعل بالشكل المرجو من اجل تحقيق الهدف | تتميز بالتفاعل السريع اذ يمكنها استقبال آلاف الطلبات او الرسائل في زمن قصير، وارسال رسائل لعدد كبير. |
| مدة الخدمة | محدودية ساعات الدوام الرسمي | تقدم خدماتها 24 ساعة يوميا. |
| المهام | صعوبة انجاز المهام الخاصة نتيجة الاجراءات المتداخلة | سهولة انجاز المهام الخاصة بسهولة ويسر |

| | | |
|-------------------------------|--|--|
| استثمار الموارد | لا تتوفر لها امكانية الاستفادة من الموارد المعلوماتية | تقوم على استثمار الموارد المعلوماتية وتخزينها، ووضع البرامج التي تلائم الادارة في التحكم في هذه المعلومات وادارتها |
| اسلوب الادارة (طبيعة العلاقة) | تعتمد على الاشياء أكثر من المعلومات | تعتمد على المعلومات أكثر من الاشياء |
| الامكانيات المادية والبشرية | تعتمد على استغلال الامكانيات المادية والبشرية في تحقيق الاهداف | استخدام التكنولوجيا في تحقيق الاهداف. |
| نوعية الهيكل التنظيمي | قائم على الهرمية و التقسيم القائم على التخطيط والامور | مبني على الكمبيوتر وشبكات الاتصال. |

المصدر: حسين محمد الحسن، الادارة الالكترونية، مؤسسة الوارث للنشر والتوزيع ، ط1، الاردن، 2011، ص 47-52

المطلب الثاني : اساسيات حول الادارة الالكترونية

الفرع الأول: خصائص وعناصر الإدارة الإلكترونية

أولاً: الخصائص: تمثل الإدارة الإلكترونية نوعاً من الاستجابة القوية لتحديات العصر الذي يختصر العولمة و الفضاء الرقمي و اقتصاديات المعلومات والمعرفة وثورة الانترنت و كل متغيراته وحركة اتجاهاته، هذه الاستجابة ناتجة عن الخصائص المميزة التي تتسم بها الادارة الالكترونية، والتي تكسبها اهمية كبيرة إما على المؤسسات او على المستوى الوطني ككل حيث تشمل خصائص الادارة الالكترونية ما يلي:⁽¹⁾

1-ادارة بلا اوراق: اي من غير استخدام الورق لأغراض المراسلات، وكذلك دون اللجوء لاعتماد اسلوب الحفظ في اضاير خاصة. اذ تعتمد المنظمة بالدرجة الاولى على المعلومات الالكترونية، التي يتم تبادلها عن طريق نظم الاتصالات الحديثة كالبريد الالكتروني ، ومؤتمرات الفيديو، والمحادثات المقروءة والمسموعة والمرئية.

2-ادارة بلا تنظيمات: أي ادارة الكترونية دون أوامر و روتين تقليدي و التي تعتمد على الشبكات الحاسوبية وشبكات الاتصالات اللاسلكية والتقنيات الذكية في ادارة وصنع القرار.

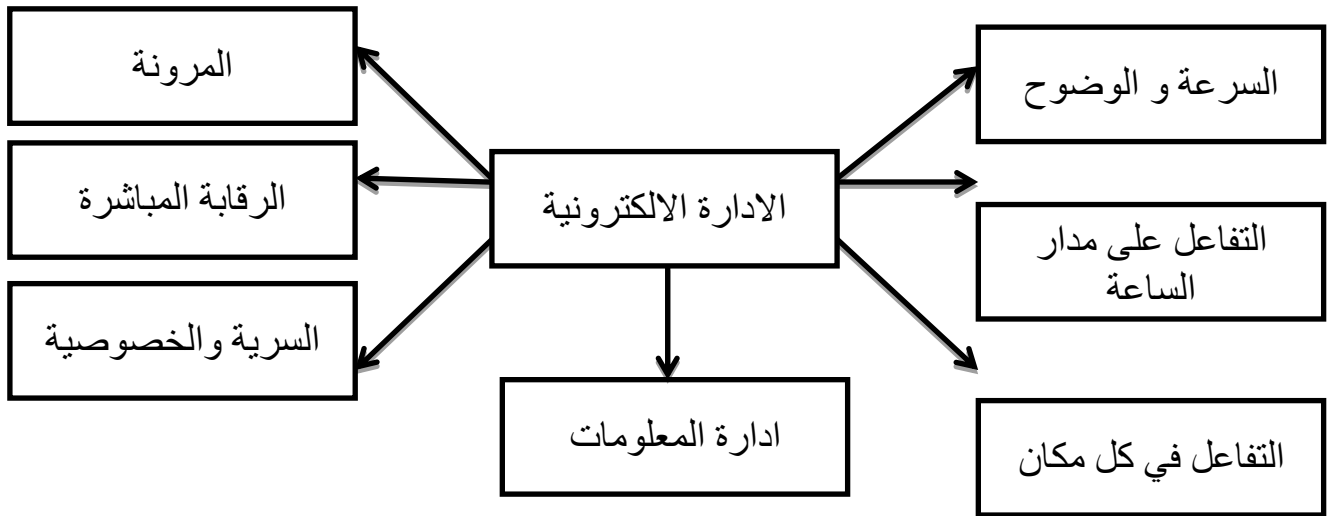
3-ادارة بلا مكان: اي تتخطى حدود المكان فبالإمكان مواصلة العمل مع اي مكان حول العالم من خلال تقنيات الاتصالات الحديثة ، والتي اصبحت موجودة في كل بقعة من بقاع الارض و اصبح العالم عبارة عن قرية صغيرة بحكم هذا التطور التكنولوجي الهائل

(1) مزهر شعبان العالي، شوقي ناجي جواد، مرجع سبق ذكره ، ص 186-188.

4- إدارة بلا زمان: اي تتخطى حدود الزمان ، فإمكانك مواصلة العمل على مدار اليوم اي خلال 24 ساعة من اليوم الواحد، حيث أن عامل الزمن مهم جدا هنا لإتمام الصفقات والعمليات الكبيرة والكثيرة حول العالم ، نظرا لاختلاف التوقيتات فيها بين دول العالم.

بالإضافة الى الخصائص السابقة نضيف بعض الخصائص التي يوضحها الشكل التالي:

شكل رقم(02): يوضح خصائص الإدارة الإلكترونية



المصدر: حسين الحسن بن محمد، الإدارة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق، ورقة عمل قدمت الى المؤتمر الدولي للتنمية الادارية، الرياض، 2009، ص 17

ثانيا: العناصر: تتكون الإدارة الإلكترونية من اربع عناصر اساسية وهي:

1- عتاد الحاسوب (hardware): ويتمثل في جهاز الحاسوب وملحقاته ونظرا لتطوير برامج الحاسوب و الزيادة المستمرة في عدد مستخدمي الاجهزة في المؤسسات، فمن الافضل للمؤسسة السعي الى امتلاك احدث ما توصل اليه صانعو العتاد في العالم حتى تحقق ميزتين أساسيتين:

- توفير تكاليف التطوير المستمرة و تكاليف الصيانة

- ملائمة العتاد للتطورات البرمجية

وعموما تتمثل الاجهزة الملحقة في : وسائط التخزين، الطابعات، عارض المعلومات، اجهزة البصمة الإلكترونية، اجهزة التصوير الرقمية، التي يصعب حصره في الاجهزة الملحقة التي تحتاج اليها الإدارة على اختلاف طبيعة عملها وما يلزم لذلك العمل

وللحاسوب مزايا عديدة جعلته يتمتع بأهمية بالغة في تطبيق الإدارة الإلكترونية نذكر منها:

-الدقة العالية في الحصول على النتائج

-السرعة الهائلة في معالجة البيانات

-القدرة على تخزين البيانات واسترجاعها وقت الحاجة⁽¹⁾

2- برامج الحاسوب (software): وهي المكونات غير المادية للحاسوب، عبارة عن تعليمات منظمة خطوة خطوة،

تصدر أوامر للمكونات المادية للحاسوب (hardware) لإنجاز العمليات المختلفة، وتختار كل ادارة برامج الحاسوب

التي تناسبها من بين آلاف البرامج الحاسوبية، هذه الاخيرة تنقسم الى نوعين رئيسيين هما:

أ- برمجيات نظم التشغيل: وهي البرامج التي يتم تحميلها على معظم أجهزة الحاسوب التي يبدأ تشغيلها من اجل إدارتها

والمستخدم حاليا هو (windows)

ب- البرمجيات التطبيقية: و تنقسم إلى:⁽²⁾

ج- برامج عامة: وهي البرامج التي يتم تحميلها على معظم أجهزة الحاسوب التي يبدأ تشغيلها ك (excel-

word-powerpoint) والبريد الالكتروني وغيرها.

د- برامج خاصة: وهي مجموعة البرامج التي تعمل على اداء مهام وواجبات معينة وتصمم من قبل مبرمجي الحاسوب

بإحدى لغات البرمجة وذلك حسب الحاجات الخاصة للمؤسسة.

3- شبكات الاتصال: تعتبر الشبكات عنصرا مهما واساسيا في تطبيق الادارة الالكترونية، و مما زاد من اهميتها انتشار

استخدام الحاسوب في مختلف المجالات، بغرض تحسين أداء العمل وزيادة كفاءة الاعمال و سرعتها، ويتطور ذلك الانتشار

وبزيادة ذلك الاستخدام ازدادت الحاجة الى تبادل المعلومات والبيانات داخل المؤسسة الواحدة أو بين المؤسسات و

بعضها.

فالشبكة هي مجموعة من الحواسيب مرتبطة ببعضها البعض والتي تسمح لمستخدميها بمشاركة الموارد المتاحة (برمجيات ،

طابعات....) وتبادل المعلومات فيما بينهم⁽³⁾

و الشبكات أنواع ناتجة عن التطور في مجال التكنولوجيا، ومن أهم أنواع الشبكات المستخدمة في مجال الإدارة الإلكترونية

مايلي:

أ- شبكات الاتصال المحلية: LAN :local area network

هي شبكة اتصالات تربط مجموعة من الحواسيب ببعضها البعض في مجال جغرافي محدود، كأن يكون مبنى المؤسسة او

طابقا رئيسيا فيها، وذلك بما يتيح لهذه الحواسيب تشارك موارد شبكية من مكونات مادية وبرمجيات وتبادل البيانات

والمعلومات.

ب- شبكة الاتصالات الانترنت (Interanet)

(1) يوسف محمد يوسف ابو أمونه، واقع ادارة الموارد البشرية الكترونيا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2009، ص 37.

(2) المرجع نفسه ص 39.

(3) ZakhabeAli, les réseaux informatiques, document sur la site <http://www.irisa.fr>, consulté le 23/02/2019 à 13h

فهي الشبكة الخاصة للمؤسسة التي تستخدم تكنولوجيا الإنترنت ويقتصر التعامل بها على موظفي المؤسسة بحيث لا يمكن لغيرهم الدخول في الموقع الشبكة، ويتم حماية شبكة المؤسسة الداخلية باستخدام جدران النيران^(*) (Firewalls) وتوفر شبكة الأنترنت للإدارة الإلكترونية العديد من المزايا منها:

-الاقتصاد في التكاليف

-مشاركة الملفات بحيث يستطيع المستخدمون الوصول إليها من كافة الحواسيب المربوطة بالشبكة .

-كفاءة وسرعة الاتصالات

-توفير خدمة البريد الإلكتروني وخدمة الحوار في الوقت الحقيقي⁽¹⁾

ج- شبكة الاتصالات الإكسترنات : Extranet

هي عبارة عن شبكات إنترانت داخلية توسعت وامتدت خدماتها الى مستخدمين خارجين محولين من خارج المؤسسة كأن يكون لهم وصول واستخدام محدد الى شبكات المؤسسات الداخلية كالموردين والزبائن و الشركاء.

وتوفر شبكة الاكسترنات للإدارة الإلكترونية مزايا عديدة نذكر منها:

- تسهيل عملية الشراء في المؤسسة

- متابعة الفواتير

- خدمة التوظيف

- توزيع البضائع⁽²⁾

د- شبكات الاتصالات الانترنت: Internet

هي شبكة معلوماتية عالمية تضم مجموعة من الشبكات منتشرة بجميع انحاء العالم و تعد شبكة الانترنت هي العصب الرئيسي و محور الارتكاز الذي تنهض عليه و تتمحور حوله البنية الاساسية للإدارة الإلكترونية.⁽³⁾

ولشبكة الانترنت اهمية كبرى في بناء عالم الادارة الإلكترونية لاعتبارات مهمة نذكر منها:

- أن شبكة الانترنت هي ام الشبكات (Lan-intranet-extranet)

- تعتبر شبكة الانترنت قاعدة الانطلاق التقنية للإدارة الإلكترونية

(*) جدران النيران: عبارة عن مجموعة من الحواسيب وبرمجيات خاصة تقوم بفصل الشبكات الخاصة للمؤسسة عن الشبكات العامة بغرض منع الغرباء من اختراق الشبكات الخاصة .

(1) هيثم محمود الشلي، الحاسوب نماذج وتطبيقات في ادارة الاعمال والتسويق، دار صفاء للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2009 ص35.

(2) المرجع نفسه، ص 37.

(3) خالد ممدوح ابراهيم، امن الحكومة الإلكترونية، دار الجامعة ، الإسكندرية، 2008، ص 36.

- شبكة الانترنت هي وسيلة الادارة الالكترونية للولوج الى السوق الكوني و الاندماج في انشطة الاعمال الكونية لتلبية احتياجات الزبائن والمستفيدين في كل زمان و مكان.

تعتبر شبكة الانترنت أساس خبرات تطوير تكنولوجيا الاتصالات والشبكات وتحويل المؤسسات الاقتصادية الى مؤسسات مرنة و مفتوحة تستند الى المعرفة⁽¹⁾

- 4-صناعة المعرفة:

و هم العاملون في حقل المعرفة من تقنيين، ومبرمجين، ومحليي النظم والمدربين لقواعد البيانات و المختصين في تكنولوجيا الاتصالات و الشبكات، ومهندسي المعرفة والمطورين لبرامج التطبيقات وكل من له علاقة مع المعرفة انتاجا وتخزيناً وتوزيعاً⁽²⁾

ويقوم صناع المعرفة بالأداء التالي:

- استخدام الحواسيب للعمل اينما يتواجدون وفي اي وقت يرغبون العمل فيه
 - تطوير تطبيقات قواعد البيانات ومستودعات البيانات لحفظ المعلومات
 - انشاء شبكات الحواسيب، التي تسمح للوحدات الادارية تطوير و حفظ تطبيقاتها.
 - انشاء مواقع شبكية كشبكة الويب، حتى يمكن مساعدة العملاء في طلب السلع و الخدمات
- توفير امكانية الوصول الى المعلومات لمن يحتاجها، ليتمكن من اتخاذ القرارات الصحيحة.⁽³⁾
- وحتى تكفل الجهود المبذولة نحو التحول الى اسلوب الادارة الالكترونية فانه يتوجب ارساء البنية التحتية الضرورية لتطبيق هذا الاسلوب.

الفرع الثاني: أهمية وأهداف الإدارة الإلكترونية:

اولاً: الأهمية:

تتجلى أهمية الادارة الالكترونية في قدرتها على مواكبة التطور الهائل في مجال تكنولوجيا المعلومات و لا سيما بظهور الشبكات وزيادة حجم اعمال المنظمات العابرة للحدود، لنجد ان الادارة الالكترونية جاءت لتكون نوعاً من الاستجابة القوية لتحديات العالم والتطورات الحالية⁽⁴⁾

(1) ياسين سعد غالب، الادارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 70، 71.

(2) مريم عبد ربه احمد السميري، درجة توافر متطلبات تطبيق الادارة الالكترونية في المدارس الثانوية بمحافظة غزة وسبل التطوير، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2009، ص 77.

(3) ايهاب فاروق مصباح العاجر، دور الثقافة التنظيمية في تقليل تطبيق الادارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2011، ص 51.

(4) توفيق عبد الرحمان، الادارة الالكترونية، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003، ص 95.

والتي يمكن حصرها فيما يلي: ⁽¹⁾

- توفير المعلومات بشكل يساعد على تحديد و معالجة المشكلات والعقبات الادارية
 - تبسيط الاجراءات وسرعة وكفاءة انجاز الاعمال
 - مواجهة التحديات الخارجية التي تواجه المؤسسة في مختلف المجالات
 - المساهمة في الترقية الداخلية للمؤسسة وربطها بعالمها الخارجي من زبائن و عملاء
 - تسهيل اسلوب العمل واختصار الوقت و الجهد مما يضمن زيادة الانتاجية وتقليل الضغوط الادارية
 - الانتقال من النظام الروتيني التقليدي الى النظام الحديث
 - جعل الموارد البشرية تشارك في تصميم المعلومات
- نلاحظ ان الادارة الالكترونية لها اهمية كبيرة لا يمكن الاستغناء عنها في ظل التقدم التكنولوجي فهي تسهم اسهاما بالغاً في تقديم الخدمات للموظفين بطريقة سهلة، وتمكنهم من الحصول على كافة المعلومات التي يحتاجون اليها كتبسيط و تسهيل الاجراءات داخل المنظمة

ثانياً: الاهداف:

- تسعى الادارة الالكترونية الى تحقيق العديد من الاهداف وكلها تنصب في تحقيق الاستخدام الامثل لموارد المؤسسة، والاستغلال الجيد لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، للارتقاء بكفاءة العمل الإداري ورفع مستواه عن طريق انجاز المعاملات الكترونياً وتوفير الوقت والجهد و المال ⁽²⁾
- و سنستعرض هذه الاهداف بشكل مجمل فيما يلي: ⁽³⁾
- تقليل كلفة الاجراءات الادارية و ما يتعلق بها من عمليات
 - زيادة كفاءة عمل الادارة من خلال تعاملها مع المواطنين و المؤسسات
 - استبعاد اكبر عدد من العملاء في وقت واحد اذ ان قدرة الادارة التقليدية
 - بالنسبة الى تقليل معاملات العملاء تبقى محدودة و تضطرهم في كثير من الاحيان الى الانتظار في صفوف طويلة.
 - الغاء عامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة او التخفيف منه الى اقصى حد ممكن مما يؤدي الى الحد من تأثير العلاقات الشخصية و النفوذ في انهاء المعاملات المتعلقة بأحد العملاء

(1) توفيق عبد الرحمان، الادارة الالكترونية وتحديات المستقبل، مركز الخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003، ص 24.

(2) اسيا سليمان تيشيتيش، مرجع سبق ذكره ص 17.

(3) خالد ممدوح ابراهيم، الادارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص 51-52.

- الغاء نظام الارشيف الوطني الورقي واستبداله بنظام ارشفة الكتروني، مع ما يحمله من ليونة في التعامل مع الوثائق والمقدرة على تصحيح الاخطاء الحاصلة بسرعة ونشر المعلومة لأكثر من جهة في اقل وقت ممكن والاستفادة منها في اي وقت كان.
 - القضاء على البيروقراطية وتسهيل تقسيم العمل والتخصص به.
 - الغاء عامل المكان اذا انها تطمح الى تحقيق تقنيات الموظفين والتخاطب معهم وارسال الاوامر والمعلومات والتعليمات والاشراف على الاداء و اقامة الندوات والمؤتمرات من خلال الشبكة الالكترونية للإدارة.
 - الغاء تأثير عامل الزمان، ففكرة اخذ العطل او الانجازات لإنجاز بعض المعاملات الادارية تم الحد منها الى اقصى حد ممكن.
 - التأكيد على مبدا الجودة الشاملة بمفهومها الحديث.
- بالإضافة الى اهداف اخرى نذكر منها ما يلي:
- إدارة ومتابعة الإدارات المختلفة للمؤسسة وكأنها وحدة مركزية .
 - تركيز نقطة اتخاذ القرارات في نقاط العمل الخاصة بها مع إعطاء دعم اكبر في مراقبتها .
 - تجميع البيانات من مصادرها الأصلية بصورة موحدة .
 - تقليص معوقات اتخاذ القرار عن طريق توفير البيانات وربطها .
 - توظيف تكنولوجيا المعلومات من أجل دعم وبناء ثقافة مؤسسية إيجابية لدى كافة العاملين
 - توفير البيانات والمعلومات للمستخدمين بصورة فورية .
 - التعلم المستمر وبناء المعرفة .
 - زيادة الترابط بين العاملين والإدارة العليا ومتابعة إدارة كافة الموارد .
- مما تقدم نستطيع القول أن محصلة الأهداف الناجمة عن تطبيق الإدارة الإلكترونية تتمثل تحديدا في تجاوز النواقص والاحتياجات التي تعانيها الإدارة التقليدية وتجاوز مشكلات الإدارة الإلكترونية التي تظهر بالممارسة.⁽¹⁾

الفرع الثالث: مزايا و سلبيات الإدارة الالكترونية:

عندما تتخذ المؤسسة قرار التحول نحو تبني نظم الادارة الالكترونية، فإنها بلا شك سوف تستفيد من جل المزايا التي توفرها تطبيق تقنياتها من كفاءة وزيادة الفاعلية، بالإضافة الى تحسين الخدمات وزيادة جودتها وتحقيق وفر الوقت، كل هذا لا يمنع من وجود بعض السلبيات، فكأي أسلوب أو منهج ينادى لاتباعه يكون في نظرنا العلاج الشافي لكل مشاكل

(1) رأفت رضوان، الإدارة الإلكترونية، الملتنقى الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة، مركز المعلومات واتخاذ القرار، القاهرة، 2004، ص4.

الإدارة وبعض التطبيق يظهر بعض النقص أو المشكلات التي تحتاج لحلول و بدائل، ومن هنا سوف نحاول إبراز أهم المزايا التي يحققها تطبيق الإدارة الإلكترونية و السلبيات التي تنجر من ورائها⁽¹⁾

أولاً: المزايا:

إن تطبيق المنظمة للإدارة الإلكترونية يحقق لها مزايا عديدة، هذه المزايا لا تقتصر على المنظمة فقط بل تمتد لشمل المواطنين بالإضافة إلى المزايا التي تحققها للمجتمع، وفيما يلي سنتطرق للمزايا التي يحصل عليها كل طرف على حدى:

أ- بالنسبة للمنظمة: توفر الإدارة الإلكترونية مزايا للمنظمات هي :

- تبسيط إجراءات إنجاز الأعمال في المنظمات .
- توفر برمجية تدفق سير المعاملات إلكترونياً .
- توفر الأرشيف التلقائي للمعلومات والحصول على معلومات دقيقة وموثقة .
- يعزز مركزية الإشراف، مما يتيح لإدارتها السيطرة عليها وتأمين حماية و أمن المعلومة .
- تقلل من أعباء الأعمال الورقية عن طريق تبني عمليات المنظمة التي تسمح بجمع البيانات مرة واحدة من أجل استخدامات متعددة وتنظيم البيانات الفائضة لأن تقلق استخدام الورق سيعالج مشكلة التغلب على عملية الحفظ والتوثيق مما يؤدي إلى دعم الحاجة إلى أماكن التخزين

ب- بالنسبة للمواطنين :

- المساهمة في تحقيق اتصال أفضل وأسرع وأوسع من خلال استخدام المحطة الواحدة من نقاط الخدمة التي تساعد المواطنين في الحصول على الخدمات الحكومية عالية الجودة وبتكلفة أقل .
- تمكن المواطنين من إيجاد المعلومات والحصول على الخدمات في أماكن تواجههم من غير الحاجة إلى مراجعة الدوائر المعنية .

- تساعد على زيادة ولاء الزبائن نتيجة للاستجابة السريعة للاحتياجات والتسليم المبسط للخدمات المقدمة لهم .

ج - بالنسبة للمجتمع :

- تساهم في زيادة شفافية الحكومات فيما يتعلق بتحسين الخدمات وتبسيط الإجراءات وتسهيل المعاملات بينها وبين جميع فئات المجتمع .
- تساهم أيضاً في توفير البيانات والمعلومات و إتاحتها لجميع الفئات .

(1) وسام بن صالح، واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية بالقطاع الصحي في الجزائر ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، جامعة 20 أوت 1955 ، سكيكدة 2014، ص71 .

- تساعد في عرض اجراءات الحصول على الخدمات الحكومية و خطواتها ونماذجها بصورة تحقق سهولة التعامل مع المنظمات.

تؤدي الى فتح قناة اتصال جديدة بين فئات المجتمع⁽¹⁾

- **ثانيا: السلبيات:**

قد يعتقد البعض انه عند تطبيق استراتيجية الادارة الالكترونية سوف تزول كل المصاعب و المشاكل الإدارية و التقنية ،أما الواقع فيشير الى أمر مختلف بمعنى ان تطبيق الادارة الالكترونية سيحتاج الى تدقيق مستمر ومتواصل لتأمين استمرار تقديم الخدمات بأفضل شكل ممكن ،مع الاستخدام الامثل للوقت و المال و الجهد آخذين بعين الاعتبار وجود خطط بديلة او خطة طوارئ في حال تعثر الادارة الالكترونية في عملها لسبب من الاسباب او لسلبية من السلبيات المحتملة لتطبيق الادارة الالكترونية⁽²⁾

وهي بشكل عام ثلاث سلبيات رئيسية هي:

أ-التجسس الالكتروني:

من الطبيعي عند اعتماد المؤسسات و المنظمات على نظام الادارة الالكترونية ستحوّل ارشيفها الى أرشيف إلكتروني، مما يعرضها لمخاطر كثيرة، تكمن في التجسس على هذه الوثائق و كشفها و نقلها و حتى اتلافها، لذلك فهناك مخاطر كبيرة من الناحية الامنية على المعلومات ووثائق و أرشيف الإدارة ،سواء المتعلقة بالأشخاص أو الشركات أو الإدارات ومصدر الخطورة هنا لا يأتي من تطبيق الإدارة الالكترونية لكي لا يفهم الأمر وكأنه مناداة لبقاء النظام الاداري التقليدي ،ولكن مصدر الخطورة يكمن في عدم تحصين الجانب الامني للإدارة الالكترونية والذي يعتبر اولوية في مجال تطبيق استراتيجياتها.⁽³⁾

ب-زيادة التبعية للخارج:

من المعلوم ان الدول العربية ليست دولا رائدة في مجال التكنولوجيا والمعلومات ،و هي دول مستهلكة ومستعملة لهذه التكنولوجيا على الرغم من ان هناك اعدادا كبيرة من العلماء العرب و الاختصاصيين في مجال التكنولوجيا في العالم او من اصل عربي، وعلى العموم، بما أن الإدارة الإلكترونية تعتمد بمعظمها -إذ لم نقل بأكملها- على التكنولوجيا الغربية فإن ذلك يعني أنه سيزيد من مظاهر تبعية الدول المستهلكة للدول الكبرى الصناعية ،وهو ماله انعكاسات سلبية كثيرة خاصة كما ذكرنا أعلاه في المجال الأمني للإدارة الإلكترونية .

(1)مجموعة خبراء،الادارة الالكترونيةمدخل الى المدينة الالكترونية، ملتقى تخطيط المدينة الالكترونية،المنظمة العربية للتنمية الادارية، ط1، القاهرة، 2011،ص 111-112.

(2)محمد كلثم لكبيسي، متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مركز نظم المعلومات التابع للحكومة الإلكترونية في دولة قطر ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الافتراضية الدولية،قطر، 2008 ، ص 43 .

(3)فداء حامد، الإدارة الإلكترونية الأسس النظرية والتطبيقية ، دار مكتبة الكندي للنشر والتوزيع ،ط1،الأردن، 2015، ص 231.

والاعتماد الكلي على التقنيات الأجنبية للحفاظ على أمن معلوماتنا وتطبيقها على الشبكات الرسمية التابعة للدول العربية، وهو تعريض الأمن الوطني والقومي لهذه الدول للخطر ووضعه تحت سيطرة غريبة بغض النظر عما إذا كانت هذه الدول عدوة أم صديقة لذلك كله نحن ننصح ونشدد على ضرورة دعم وتسهيل عمل القطاع التكنولوجي العربي والإنفاق على أمور البحث العلمي فيما يتعلق بالتكنولوجيا والأمن التكنولوجي خاصة وأنه لدينا القدرات البشرية والمادية اللازمة لمثل ذلك، نشدد أيضا على ضرورة تطوير حلول أمن المعلومات محليا أو على الأقل وضع الحلول الأمنية الأجنبية التي ترغب باستخدامها تحت اختبارات مكثفة ودراسات معمقة والتأكد من استقلاليتها وخلوها من الأخطار الأمنية.⁽¹⁾

ج- شلل الإدارة :

إن التطبيق الغير سوي والدقيق لمفهوم واستراتيجية الإدارة الإلكترونية والانتقال دفعة واحدة من النمط التقليدي للإدارة إلى الإدارة الإلكترونية دون اعتماد التسلسل والتدرج في الانتقال، من شأنه أن يؤدي إلى شلل في وظائف الإدارة لأنه عند ذلك يكون المجتمع قد تحلى عن النمط التقليدي للإدارة ولم يتم إنجاز الإدارة الإلكترونية لمفهومها الشامل ، فيكون قد خسر الأولى ولم يربح الثانية مما قد يؤدي إلى تعطيل الخدمات التي تقدمها الإدارة أو إيقافها ريثما يتم الإنجاز الشامل والكامل للنظام الإداري الإلكتروني أو العودة إلى النظام التقليدي، وهذا ما لا يجوز أن يحصل في أي تطبيق لاستراتيجية الإدارة الإلكترونية.⁽²⁾

المطلب الثالث :وظائف الإدارة الإلكترونية :

الفرع الاول: التخطيط الإلكتروني

تؤدي الإدارة الإلكترونية عددا من الوظائف الأساسية، مثلت مرتكزات هامة في الإصلاح الإداري وتغيير

جذري في أساليب الإدارة التقليدية ، وتشمل هذه الوظائف ما يلي :

الفرع الأول: التخطيط الإلكتروني : إن التخطيط الإلكتروني يعتمد بصورة أساسية على استخدام التخطيط الاستراتيجي والسعي نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية ، حيث تتسم القرارات التي تستخدم النظم الإلكترونية في تخطيط أعمالها بالشمولية لخدمة مختلف أقسام المنظمة وإدارتها ، و يعتمد التخطيط الإلكتروني أيضا في ظل الثورة الإلكترونية على نظم جديدة للمعرفة كنظم دعم القرار ، والنظم الخبيرة ونظم الشبكات العصبية الاصطناعية ، كما يعتمد أيضا على تبسيط نظم وإجراءات العمل⁽³⁾

وفيما يلي سنقدم بعض الفروق الجوهرية بين التخطيط الإلكتروني والتخطيط التقليدي.⁽⁴⁾

- التخطيط الإلكتروني عملية ديناميكية قابلة للتجديد على خلاف التخطيط التقليدي الذي يخطط لمدة قادمة .

(1) علي كافي حسن ، المفهوم الشامل لتطبيق الإدارة الإلكترونية ، مجلة آراء الخليج، العدد 23، مركز الخليج للأبحاث ، الإمارات العربية المتحدة، 2009، ص 36 .

(2) نجم عبود نجم ، الإدارة الإلكترونية الاستراتيجية والوظائف والمشكلات ، إدارة المريح للنشر ، السعودية ، 2004 ، ص 39 .

(3) ادريس ثابت عبد الرحمان ، نظم المعلومات الادارية في المنظمات المعاصرة ، الدار الجامعية ، الإسكندرية ، 2005، ص 84.

(4) أحمد محمد غنيم ، الإدارة الإلكترونية آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل ، المكتبة العصرية ، مصر ، 2004، ص 57 – 59.

- زيادة تدفق المعلومات مما يسمح بدقة أكثر في عملية التخطيط .
- تغير الفكرة السائدة أن الإدارة تخطط والعمال ينفذون ،ففي ظل الإدارة الإلكترونية الكل يخطط بما فيهم العمال مما انعكس على تقسيم العمل ن وانتقال التخطيط من النظام العمودي إلى التخطيط الأفقي في التخطيط الإلكتروني .
- التغير المستمر في الخطط والمرونة العالية في وضعها وتنفيذها

الفرع الثاني: التنظيم الإلكتروني :

هي الإطار الواسع لتوزيع السلطة والمهام والعلاقات الشبكية الأفقية الذي يحقق التنسيق في كل مكان ،من اجل إنجاز الأهداف المشتركة وتحديد الوسائل الضرورية لتحقيقها، فهو يعتمد على البريد الإلكتروني وقاعدة أو مستودع البيانات المشتركة ، وإدارة علاقات العاملين على أساس شبكي داخل المؤسسة، وإدارة العلاقات الزبونة المتعلقة بالزبائن الإلكترونية ، كما تتطلب الإنترنت القيام بالأعمال بطريقة ديناميكية من خلال مراكز قرار متعددة لا تتلاءم مع خصائص التنظيم التقليدي القائم على الهيكل التنظيمي الصلب والهرمية الرسمية وغيرها .

فمع الأنترنت يتم التحول من التنظيم التقليدي الصلب إلى التنظيم الشبكي الواسع ، وكذلك التحول من مؤسسة تركز على الهياكل والخصائص التنظيمية الرسمية إلى مؤسسة تركز على هدف واحد متقاسم⁽¹⁾

الفرع الثالث: الرقابة الإلكترونية :

إذا كانت الرقابة التقليدية تركز على الماضي لأنها تأتي بعد التخطيط والتنفيذ ،فإن الرقابة الإلكترونية تسمح بالمراقبة الآتية من خلال شبكة المؤسسة الداخلية ، مما يعطي إمكانية تقليص الفجوة الزمنية بين عملية اكتشاف الانحراف أو الخطأ وعملية تصحيحه ، كما أنها عملية مستمرة متجددة تكشف عن الانحراف أولاً بأول ، من خلال تدفق المعلومات والتشبيك بين المديرين ، العاملين ،الموردين والمستهلكين ، فالجميع يعمل في الوقت نفسه،وهو ما يؤدي إلى زيادة تحقيق الثقة الإلكترونية ، والولاء الإلكتروني ، سواء بين العاملين والإدارة أو بين المستفيدين والإدارة ، مما يعني أن الرقابة الإلكترونية تكون أكثر اقتراب من الرقابة القائمة على الثقة⁽²⁾

الفرع الرابع: القيادة الإلكترونية:

أدى التغيير في بيئة الاعمال الالكترونية، والتحول في المفاهيم الادارية الى احداث نقلة نوعية كان من نتائجها الانتقال الى نمط القيادة الالكترونية، و التي تنقسم للأنواع الثلاثة التالية:

(1) محمد سمير أحمد ،الإدارة الإلكترونية، مرجع سبق ذكره ، ص 259- 260 .

(2)كافية عيدوني ، حميد بن حجوبه ، الإدارة الإلكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها (واقع وأفاق)، مجلة الأصل للبحوث الاقتصادية والإدارية ، العدد 2 ،جامعة عباس لغرور ،خنشلة ، 2017، ص 226.

أ- القيادة التقنية العملية: حيث تركز في نشاطاتها على استخدام تكنولوجيا الانترنت، وتتسم بزيادة توفير المعلومات، وتحسين جودتها، إضافة الى سرعة الحصول عليها، وهي التي تعرف بقيادة الاحساس بالثقة حيث تمكن القائد الالكتروني من امتلاك القدرة على تحسين مختلف ابعاد التطور التقني في الاجهزة، والبرمجيات، و الشبكات و التطبيقات، إضافة انها تتصف بانها قيادة الاحساس بالوقت، بمعنى انها تجعل القائد الالكتروني يتسم بمواصفات جديدة و هي سرعة الحركة ، والاستجابة والمبادرة على تسيير الاعمال ، واتخاذ القرارات.

ب- القيادة البشرية الناعمة: تطرح فكرة القيادة الناعمة ضرورة وجود قائد يمتاز بالحرفية والزاد المعرفي وحسن التعامل مع الزبائن اللذين يبحثون عن سرعة الاستجابة لمطالبهم كما تتسم ايضا بالقدرة العالية على ادارة المنافسة، والوصول الى السوق، وبالتركيز على عنصر التجديد في توفير الخدمات للمتعاملين.

ج- القيادة الذاتية: تركز القيادة الذاتية على جملة من الواصفات يجب ان يتصف بها القائد ضمن ادارة الاعمال عبر الأنترنت، وهو ما يجعل قيادة الذات تتصف بالقدرة على تحفيز النفس و التركيز على انجاز المهمات و الرغبة في المبادرة، إضافة الى المهارة العالية، ومرونة التكيف مع مستنجدات البيئة المتغيرة.⁽¹⁾

المطلب الرابع: تطبيق الادارة الالكترونية

الفرع الأول: تحديات ومتطلبات الإدارة الإلكترونية.

أولا: التحديات :

تواجه الإدارة الإلكترونية تحديات كبيرة ذات طبيعة خاصة ،حيث أن هذه الأخيرة هي التي تفرض نوع و

مستوى المتطلبات الأساسية للعمل الإلكتروني، ويمكن تلخيص أهم التحديات التي تواجه عملية تطبيق نظم الإدارة الإلكترونية حسب ياسين سعد غالب إلى ما يلي:⁽²⁾

أ- إدارة عملية التحول الإلكتروني الكامل لأنشطة و عمليات المنظمة: يعد هذا العامل من أهم التحديات التي تواجهها المنظمة عند انتقالها إلى النمط الإلكتروني ، وهذا لأن عملية التحول تضم بعدين أساسيين ، البعد الأول يتعلق بنقل الأنشطة و العمليات الداخلية للمنظمة إلى أنشطة و عمليات يتم تنفيذها إلكترونيا وعبر وسائل إلكترونية ، و البعد الثاني يتضمن إدارة تدفقات العمل إلكترونيا مع الزبائن و المستفيدين .

ب- هئية المنظمة للانتقال إلى نماذج الأعمال الإلكترونية: المقصود بهذا التحدي مدى قدرة المنظمة على تطبيق المفاهيم الجديدة و الوسائل المبتكرة ، التي تساعد في هئية المنظمة و العاملين للعمل الجديد ، وهئية المنظمة تنجح طبعا إذا حدث تغيير جوهري في أربعة عناصر متكاملة هي : تطوير و تطبيق استراتيجية للأعمال الإلكترونية ، تنمية الموارد الإلكترونية ، ابتكار الثقافة الإلكترونية و استقطاب ورعاية صناعات المعرفة

(1) عبد القادر عبان، تحديات الادارة الالكترونية في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة محمد خيضر ، بسكرة 2015، ص 83.

(2) ياسين سعد غالب، الإدارة الإلكترونية ، مرجع سبق ذكره ، ص 226-297.

ج- تنمية و تطوير البيئة التحتية للأعمال الإلكترونية : حيث تعد هذه النقطة من أهم تحديات تطبيق الإدارة الإلكترونية ، كون مكونات هذه البنية في غالب الأحيان تلعب دور المتغيرات المستقلة التي تؤثر في درجة اتساع الأعمال و تطورها في المنظمة ، لهذا فتوفر البنية التحتية و التقنية و المعلوماتية ذات قدرات عالية يوفر ضمانات أكبر لنجاح الإدارة الإلكترونية ، بالمقابل يلزم تحسين و تطوير مكونات هذه البنية بصفة مستمرة وهذا حتى تواكب التطور النوعي في تكنولوجيا المعلومات والاتصالات .

د- إدارة موقع المنظمة على شبكة المعلومات العالمية www : حيث يعتبر موقع المنظمة الصورة الافتراضية لها ، وأن جزءا من نجاح المنظمة هو قدرتها على بناء موقع يستجيب لمتطلبات العمل الإلكتروني و يتوفر على المواصفات القياسية العالمية (سهولة الدخول ، مرونة الاستخدام ، تنوع الخدمات ، التفاعلية ، التحديث المستمر للمعلومات ، توفر الوسائط الرقمية المتعددة) بالإضافة إلى عدد ونطاق الارتباطات مع المواقع الأخرى وجودة المحتوى ، إذا فعلى المنظمة التي تسعى لنجاح عملية تحولها أن تأخذ هذا العنصر بعين الاعتبار .

ثانيا: المتطلبات:

تمثل الإدارة الإلكترونية تحولا شاملا في المفاهيم و النظريات و الاساليب و الاجراءات و الهياكل والتشريعات التي تقوم عليها الإدارة التقليدية، وهي ليست وصفة جاهزة او خبرة مستوردة يمكن نقلها وتطبيقها فقط، بل انها عملية معقدة و نظام متكامل من المكونات التقنية والمعلوماتية والمالية والتشريعية والبيئية والبشرية وغيرها، وبالتالي لا بد من توفر متطلبات عديدة ومتكاملة لتطبيق الإدارة الإلكترونية واخراجها الى خير الواقع العلمي⁽¹⁾

1- المتطلبات الادارية: وتمثل فيما يلي:⁽²⁾

أ- وضع الاستراتيجيات و خطط التأسيس : ويتطلب ذلك تشكيل ادارة او هيئة لتخطيط ومتابعة وتنفيذ ووضع الخطط لمشروع الادارة الإلكترونية والاستعانة بالجهات الاستشارية و البحثية لدراسة ووضع المواصفات العامة ومقاييس الادارة الإلكترونية، والتكامل والتوافق بين المعلومات المرتبطة بأكثر من جهة.

ب- القيادة والدعم الاداري: من اهم العوامل المؤثرة في أي مشروع كان هو القيادة وهي المفتاح الرئيسي لنجاح او فشل أي منها، اذ ان دعم الادارة و قدرتها على ايجاد بيئة مناسبة للعمل تلعب دورا رئيسيا في نجاح أي عمل او فشله، كما ان التزام القيادة يعتبر امرا ضروريا لدعم كل نقطة من نقاط استراتيجيات المؤسسة، كذلك متابعة القيادة للمشروع وتقديم المعلومات المرتدة سيضمن نجاح المشروع وتطويره، كما ان قناعة واهتمام و مساندة الادارة العليا لتطبيق تكنولوجيا المعلومات في المؤسسات كافة يعتبر احد العوامل الحرجة و المساعدة في تحقيق نجاح تطبيق الادارة الإلكترونية.

(1) موسى عبد الناصر، محمد قريشي، مساهمة الادارة الإلكترونية في تطوير العمل الاداري بمؤسسات التعليم العالي، مجلة الباحث، العدد 09 ، جامعة بسكرة ، الجزائر، 2011، ص 90.

(2) المرجع نفسه، ص 91.

ج- الهيكل التنظيمي: أصبح النموذج الهرمي التقليدي للمؤسسة الذي واكب عصر الصناعة غير ملائماً لنماذج الأعمال الجديدة في عصر تكنولوجيا المعلومات والأعمال الالكترونية، إذ نجد ان الهياكل التنظيمية الملائمة للأعمال الالكترونية هي المصفوفات والشبكات و تنظيمات الخلايا الحية المرئية بنسيج الاتصالات، حيث يتطلب تطبيق الادارة الالكترونية اجراء تغييرات في الجوانب الهيكلية والتنظيمية وكذا الإجراءات و الأساليب، بحيث تتناسب مع مبادئ الإدارة الالكترونية وذلك عن طريق استحداث ادارات جديدة او الغاء او دمج بعض الادارات مع بعضها، واعادة الاجراءات و العمليات الداخلية بما يكفل توفير الظروف الملائمة لتطبيق الادارة الالكترونية بشكل اسرع.

د- تعليم وتدريب العاملين، توعية و تثقيف المتعاملين: تتطلب الادارة الالكترونية احداث تغييرات جذرية في نوعية الموارد البشرية الملائمة لها، وهذا يعني اعادة النظر بنظم التعليم والتدريب الحالية لمواكبة متطلبات التحول الجديد بها في ذلك اعداد الخطط والبرامج و الاساليب التعليمية والتدريبية على كافة المستويات، بالإضافة إلى توعية أفراد المجتمع بثقافة وطبيعة الادارة الالكترونية وتهيئة الاستعداد النفسي و السلوكي و التقني و المادي وغير ذلك من متطلبات التكيف مع الادارة الالكترونية.

هـ- وضع الاطر التشريعية و تحديثها وفقاً للمستجدات: أي إصدار القوانين و الأنظمة و الاجراءات التي تسهل التحول نحو الادارة الالكترونية وتلبي متطلبات التكيف معها، لان معظم التشريعات و القوانين نشأت في بيئة تقليدية، لذا فإنها قد اسست لأداء العمل وفقاً لمعايير الانتقال و اللقاء المباشر بين الموظف و طالب الخدمة، وكذا الاعتماد على شهادات الاثبات الموثقة وبالطبع فان التحول الى الادارة الالكترونية يحتاج بيئة قانونية و تشريعية مختلفة، كما ان وجود التشريعات و النصوص القانونية يسهل عمل الادارة الالكترونية و يضفي المشروعية و المصداقية على كافة النتائج القانونية المترتبة عليها.

2- المتطلبات البشرية:

يعتبر العنصر البشري اهم الموارد التي يمكن استثمارها لتحقيق النجاح في أي مشروع وفي أي مشروع مؤسسة، فلذلك يعتبر العنصر ذو اهمية بالغة في تطبيق الادارة الالكترونية، حيث يعتبر هو المنشأ الأساسي لها، فهو الذي اكتشفها ومن ثم طورها و من ثم سخرها لتحقيق أهدافه التي يصبو اليها، لذلك فان الادارة الالكترونية من وإلى العنصر البشري. وبالتالي فان الاهتمام بالعنصر البشري يجب ان يتجاوز وجود ميادين التكنولوجيا، وادوار التدريب الى وجود مراكز اجاث علمية متخصصة تسهم في سد فجوة نقص المعلومات، وذلك لقدرتها على اذكاء جيل مثقف يستند على بحوث مجال تقنية المعلومات و المعرفة لتسهيل على العنصر البشري قدرة اتخاذ القرار المناسب⁽¹⁾

3- المتطلبات التقنية:

تعد الادارة الالكترونية اسلوب حديث يهدف الى تطوير اداء المؤسسات في العمل الاداري الا ان هذا الاسلوب الحديث يتطلب توفير البنية التحتية الملائمة لتطبيق الادارة الالكترونية، و لذلك لا بد من اعادة النظر في البنية الاساسية للأجهزة

(1) اسيا سليمان تيشيتش، مرجع سبق ذكره، ص 31.

و المعدات و البرمجيات لغرض تحديثها بما يتناسب مع تقديم الخدمة الادارية الالكترونية، ومن المهم الاشارة في هذا الجانب الى ضرورة ارتباط الادارة الالكترونية بجميع الانظمة الالكترونية الحديثة وشبكات الاتصالات والمعلومات الفائقة الجودة لأنها تعد من العناصر المهمة والضرورية لنجاح تطبيقاتها، فالتكنولوجيا الرقمية تتطور بسرعة عالية كما تتنوع انماطها مما يفرض على القيادات الادارية ضرورة ربط انشطتها بخدمات ونظم تكنولوجيا المعلومات وتقنيات الشبكات الالكترونية الحديثة، مثل الانترنت و الأنترنت و الإسترات و لتحقيق ذلك لا بد من تحقيق ما يلي:

- توافر البنية التحتية الالكترونية اللازمة، فالتحول الى الادارة الالكترونية يتطلب وجود مستوى مناسب ان لم نقل عال من البنية التحتية التي تتضمن شبكة حديثة للاتصالات و البيانات وكذا اتصال سلكية و لاسلكية قادرة على تأمين التواصل ونقل المعلومات بين المؤسسات الادارية نفسها من جهة و بين المؤسسات و العملاء من جهة اخرى.

- توافر الوسائل الالكترونية اللازمة للاستفادة من الخدمات التي تقدمها الادارة الالكترونية

- توافر عدد لا بأس به من مزودي خدمة الانترنت، من اجل فتح المجال لأكثر عدد ممكن من المواطنين للتفاعل مع الادارة الالكترونية⁽¹⁾

4 - المتطلبات المالية:

ان تطبيق الادارة الالكترونية في المؤسسات من المشاريع الضخمة التي تحتاج الى اموال طائلة لكي تحقق لها الاستمرارية والنجاح وبلوغ الاهداف المنشودة، فتوفر البنية التحتية وتوفير الأجهزة والأدوات اللازمة البرامج الالكترونية وتحديثها من وقت الى اخر واعداد البرامج التدريبية والتأهيلية للعناصر البشرية يحتاج الى تكلفة مالية عالية، لذلك لا بد من توفير التمويل الكافي للتحويل نحو الادارة الالكترونية تحولا يحقق الأهداف المرجوة بالكفاءة التي تسمح باستمرارها وتأييد المتعاملين معها.⁽²⁾

5- المتطلبات الامنية:

تمثل المتطلبات الامنية للإدارة الالكترونية في ضمان امن و حماية معلوماتها، هذه الاخيرة التي تعد ثروة ذات قيمة عالية و ثمينة مما يجعلها عرضة للتهديد والتعدي والحرق من قبل العابثين و المتلصقين و قرصنة الحاسوب، هذا ما دفع الى طرح العديد من البرامج الامنية لاتخاذ الاجراءات الدفاعية والوقائية لحماية و تأمين خصوصية المؤسسات، ومن ثم فان تطبيق الادارة الالكترونية يتطلب وجود اساليب و اجراءات امنية الكترونية تساعد على حماية المعلومات والبيانات من الاختراق و ذلك للمحافظة على سرية المعلومات و عدم التلاعب بالبيانات⁽³⁾

(1). موسى عبد الناصر، مرجع سبق ذكره، ص 91.

(2) محمد يونس مجدي، التحول نحو الادارة الالكترونية في المؤسسات التعليم لمواكبة تحديات العصر الرقمي، من الموقع الالكتروني،

www.new-educ.com، يوم الاطلاع 26-02-2019. على الساعة 15:12.

(3) المرجع نفسه، يوم الاطلاع 26.02.2019، على الساعة 15:50.

الفرع الثاني: خطوات تنفيذ الإدارة الالكترونية:

عندما نتخذ قرارا اوليا في تطبيق الادارة الالكترونية في منظماتها لا بد من التأكد من عدة امور اهمها الحاجة الفعلية لهذه الادارة وهل التكلفة التي سوف تصرف عليها موازية للخدمات التي سوف تقدمها هذه الادارة، وهل تتوفر لديه العناصر الاساسية لإنجاح هذه الادارة والى اخره من تساؤلات تتطلب الاجابة عليها، لذلك لا بد من القيام بالخطوات التالية:⁽¹⁾

1- اعداد الدراسة الاولية:

ولإعداد هذه الدراسة لا بد من تشكيل فريق عمل يضم بعضويته متخصصين في الادارة و المعلوماتية لغرض معرفة واقع حال الادارة من تقنيات المعلومات، وتحديد البدائل المختلفة وجعل الادارة العليا على بينة من كل النواحي المالية و الفنية و البشرية حيث يصل الفريق الى واحد من القرارات التالية:

أ- تحتاج الادارة الى تطبيق الادارة الالكترونية

ب- وجود تكنولوجيا معلومات سابقة ولكن تحتاج الى تطوير

ج- ينسجم مع آخر التطورات الحديثة و استخدام تكنولوجيا معلومات متطورة لغرض تطبيق الادارة الالكترونية.

د- عدم الحاجة الى تطبيق الادارة الالكترونية لأنها غير اقتصادية

2- وضع خطة التنفيذ:

عند اقرار بوصية الفريق من قبل الادارة العليا في تطبيق الادارة الالكترونية في المؤسسة يتم اعداد خطة متكاملة و مفضلة لكل مرحلة من مراحل التنفيذ.

3- تحديد المصادر:

التي تدعم الخطة بشكل محدد وواضح ومن هذه المصادر الكوادر البشرية التي تحتاجها الخطة لغرض التنفيذ والاجهزة والمعدات و البرمجيات المطلوبة، ويعني هذا تحديد البنية التحتية لتطبيق الادارة الالكترونية في هذه المؤسسة.

4- تحديد المسؤولية:

أن بعد تنفيذ الخطة لا بد من تحديد الجهات التي سوف تقوم بتنفيذها وتمويلها بشكل واضح ضمن الوقت المحدد في الخطة والكلفة المرصودة اليها.

5- متابعة التقدم التقني:

نظرا للتطور السريع في مجال تقنيات المعلومات الادارية ولغرض مواكبة اخر الابتكارات في هذا المجال فان هناك مسؤولية مضافة عند تنفيذ الخطة وهو العمل على الحصول على آخر هذه الابتكارات في كافة عناصر الادارة الالكترونية من اتصالات واجهزة وبرمجيات وغيرها من العناصر التي لها علاقة في تطبيق الادارة الالكترونية.

(1)علاء عبد الرزاق السالمي، خالد ابراهيم السليطي، الادارة الالكترونية، دار وائل للتسيير، ط1، عمان، 2008، ص 64-65.

الفرع الثالث: معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية:

يعترض تطبيق الإدارة الإلكترونية بعض المعوقات التي ينبغي وضعها في الاعتبار عند التوجه نحو تطبيقها في المؤسسات و تتخلص أهمهما في ضعف الثقافة الإلكترونية وعدم الثقة في الوسائل الإلكترونية ومقاومة بعض المديرين للتحويل نحو الإدارة الإلكترونية إلى جانب بعض المعوقات الأخرى ويمكن تصنيفها الإلكترونية فيما يلي :

1- معوقات إدارية : وأبرزها مايلي:⁽¹⁾

- ضعف التخطيط و التنسيق من قبل الإدارة العليا سواء من جانب تحديد الوقت الملائم لبدء التنفيذ.
- استهانة بعض القيادات بضرورة متابعة خطوة التحول .
- غياب التنسيق بين الجهات وانقطاع القنوات التي يمكن من خلالها تبادل المعرفة
- الإجراءات الغير المرنة التي تجعل من الإدارة الإلكترونية مجرد ممارسات تقنية مفككة ليس لها كيان إداري
- سيطرة المفاهيم التقليدية و البيروقراطية على أجواء العمل الإداري في المؤسسة وعدم التمكن من تجاوزها أو الحد من أثارها .

- التصور و الاعتقاد الخاطئ بأن التغيير يحدث فقط في العمليات والإجراءات

2- معوقات بشرية : يمكن إنحاز المعوقات البشرية كما يلي :⁽²⁾

- غموض مفهوم الإدارة الإلكترونية لدى بعض القيادات الإدارية
- نقص الأطر البشرية المؤهلة للتعامل مع العصر الرقمي بتطبيقاته و تعاملاته الإلكترونية
- قلة المتخصصين في برمجيات الحاسوب الآلي سواء في مجال مهندسي الصيانة أو المبرمجين
- قلة الخبرة لدى الموظفين وبرامج التدريب وتنمية المهارات في مجال التقنية المتطورة
- تخوف العاملين من تأثير التقنية الحديثة على مصالحهم

3- معوقات مالية: و تتمثل في:⁽³⁾

- قلة الموارد المالية اللازمة لتوفير البنية التحتية للإدارة الإلكترونية ، خاصة ان التقنية متشابكة ومتكاملة وفي تطور مستمر، الامر الذي يجعل اللحاق بهذه التطورات صعبا ومن المستحيل التدرج في توفيرها بل يجب ان تتوافر جميعها في وقت واحد خاصة على صعيد المؤسسة الواحدة.
- عدم وجود مخصصات مالية كافية لتدريب العاملين في مجال نظم المعلومات.

(1) حسين محمد الحسن ، مرجع سبق ذكره ، ص 190-191.

(2) محمد يونس مجدي مرجع سبق ذكره، يوم الإطلاع ، 2019/02/26 ، على الساعة 09:18.

(3) عصام عبد الفتاح مطر، الحكومة الإلكترونية بين النظرية والتطبيق ، دار الجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2008، ص 54

- ارتفاع تكاليف خدمة الصيانة لأجهزة الحواسيب وشبكاتهما.

4- معوقات تقنية: وتتمثل فيما يلي:⁽¹⁾

- عدم متابعة التقدم في مجال الحاسوب، حيث ارتفعت معدلات التغيير في تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات بصورة كبيرة، في الوقت الذي تبحث فيه المؤسسات عن استقرار نسبي.
- النقص في البيئة التحتية المعلوماتية والبنية التحتية للاتصالات على مستوى الدولة مما يعرقل عملية تطبيق الادارة الالكترونية في مؤسستها.
- الافتقار الى مهارات صيانة اجهزة الحواسيب وتطويرها.

5- معوقات تشريعية(قانونية): وتتمثل في:⁽²⁾

- قصور التشريعات مثل قواعد الاثبات والمصدقية وغياب التشريعات التي تجرم الاختراق.
- حاجة الواقع الاداري الالكتروني الى جهد ووقت لوضع قوانين وتشريعات لضبطه.
- عدم صلاحية الانظمة واللوائح التقليدية المعمول بها لتطبيقها على الادارة الالكترونية.

6- معوقات امنية: وتتمثل فيما يلي:⁽³⁾

- الخوف من عدم القدرة على حماية قاعدة البيانات من الاختراق او التخريب .
 - الخوف من افشاء المعلومات من قبل الموظفين او المستفيدين من النظام .
 - الخوف من فقدان المعلومات او عدم دقتها عند اجراء التحديات على النظام الاداري الالكتروني.
 - فقدان الثقة في برامج التامين والحماية عند تنفيذ المعاملات الادارية الالكترونية.
- مما سبق نستخلص ان هناك معوقات مختلفة ومتنوعة تعيق تطبيق الادارة الالكترونية في المؤسسات ومعظم هذه المعوقات مختلفة التأثير فبعضها يؤثر بدرجة عالية منخفضة الا ان جميعها تقف مشكلة في وجه التطبيق، لذا لا بد من وضع الخطط الناجحة وتوفير المتطلبات اللازمة للتقليل من هذه المعوقات حتى يتم تطبيقها بصورة صحيحة وبالتالي تحقيق الاهداف المرجوة

(1) علاءالحوش، احمد علي صالح، ببداء ستار البياتي، الادارة الالكترونية مرتكزات فكرية ومتطلبات تاسيس عملية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2007، ص 39.

(2) زهير قيس عبد الكريم جعفر، اثر الادارة الالكترونية في ادارة الجودة الشاملة، مجلة الادارة و الاقتصاد، العدد 37 ، بغداد، 2014 ، ص 33.

(3) محمد يونس مهدي، مرجع سبق ذكره، من الموقع الالكتروني، يوم الاطلاع: 26-02-2019، على الساعة 10:30.

الفرع الرابع: مشروع الجزائر الإلكترونية 2008-2013:

تبنّت الجزائر مشروع الجزائر الإلكترونية و الذي يعكس مدى اهتمام الحكومة الجزائرية بضرورة عصنة القطاع الحكومي ،وما يمليه عليه الحاجة الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية و التكنولوجية التي مست أغلب الدول المتقدمة ،وتعد استراتيجية الجزائر الإلكترونية هدفها يكمن في بروز مجتمع العلم و المعرفة الجزائري مع الأخذ بعين الاعتبار التحولات العميقة و السريعة التي يعيشها العالم و تتمحور خطة الاستراتيجية فيما يلي :

1- تسريع استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الإدارة العمومية :

سيحدث إدخال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وتعزيز استخدامها في الإدارات تحولا كبيرا في أساليب عملها مما سيجعلها تعيد النظر في كيفية سيرها وتنظيمها و تكييف الخدمة للمواطنين بشكل أنسب وفي هذا السياق تم وضع أهداف خاصة وأحيانا مشتركة وهي تخص الجوانب التالية :

- استكمال الكفاءات البشرية .
- تنمية الكفاءات البشرية .
- نشر تطبيقات قطاعية متميزة .
- تطوير الخدمات الإلكترونية لفائدة المواطنين والعمال.

2- تسريع استعمال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال :

استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال أضحى أمر ضروري من أجل تحسين الأداء ورفع القدرة التنافسية لذي المؤسسات،لهذا تم دمج هذه التكنولوجيا من خلال الأهداف التالية :تطوير التطبيقات لتحسين أداء المؤسسات - دعم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال من قبل المؤسسات الصغيرة و المتوسطة

3- دفع و تطوير الإقتصاد الرقمي :

- مواصلة الحوار الوطني بين الحكومة و الشركات التي بمت مباشرته في إطار إعداد إستراتيجية الجزائر الإلكترونية توفير الظروف الملائمة لتثمين الكفاءات العلمية و التقنية الوطنية في مجال إنتاج البرمجيات و توفير الخدمات و التجهيز⁽¹⁾

4- تعزيز البنية الأساسية ذات التدفق السريع :

- تأهيل البنية التحتية الوطنية للاتصالات
- تأمين الشبكات

5- تطوير الكفاءات البشرية :

من خلال العمل على تطوير فكر القيادات الحكومية بما يتلاءم مع مفهوم الحكومة الإلكترونية وإعداد خطة مناسبة لتدريب فرق العمل التي يتم تكوينها من جميع الجهات الحكومية التي تشارك في مشروع الحكومة الإلكترونية

(1)عبد القادر عبان ، مرجع سيف ذكره ، ص 93.

6- ضبط مستوى الإطار القانوني الوطني :

والذي يتضمن إعداد قانون ينظم المعاملات الحكومية الإلكترونية وتطوير التشريعات القائمة

7- الموارد المالية :

يستلزم تنفيذ إستراتيجية الجزائر إلكترونية موارد مالية معتبرة لذا فإن برنامج الجزائر الإلكترونية يحتاج لميزانية إستراتيجية وفقا للمراحل التنفيذية المرتقبة

8- الاعلام و التوعية:

يتمن خلال اعداد خطة تعرف المجتمع بمزايا التحول إلى المجتمع الرقمي و كيفية الاستفادة من مشروع الحكومة الإلكترونية

9- تميم التعاون الدولي :

المشاركة الفعالة في الحوار و المبادرات الدولية و إقامة شراكة إستراتيجية بهدف تملك التكنولوجيا و المهارات

10- إجراءات تنظيمية :

تدعيم الانسجام و التنسيق وطنيا و بين القطاعات وكذا تدعيم قدرات التدخل على مستوى القطاعات و الهيئات المتخصصة .

11- آليات التقييم و المتابعة :

إعداد الإطار التصوري لنظام مؤشرات نوعية و إعداد قائمة مؤشرات ملائمة .

وعليه فمشروع الجزائر الإلكترونية مشروع وطني ضخم يتطلب وضع الرؤية ودقة التخطيط و الإعداد و يحتاج لموارد تقنية ومعلوماتية ومادية و بشرية، و يتطلب التزام حكومي من أعلى المستويات ودعم و متابعة صارمة من القيادة السياسية الحكومية العليا⁽¹⁾

(1) موقع وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، مشروع الجزائر الإلكترونية، www.mftic.dz، تاريخ الاطلاع، 12-3-2019-على الساعة 11:00.

المبحث الثاني: ماهية الخدمة الالكترونية المطلب الأول: مدخل إلى الخدمات الالكترونية

سيتم تخصيص هذا المبحث للوقوف على ماهية الخدمات الالكترونية، وطبيعتها على مستوى المؤسسات، كما يتضمن هذا المبحث تشخيصا مفصلا للخدمات الالكترونية وهو ما يقودنا إلى الحديث عن أنواعها ومن تم أسباب نجاحها وصولا إلى صور نجاحها عبر العالم.

كما سنحاول أيضا من خلال هذا المبحث تناول كل من متطلبات، مجالات ومعوقات تطبيق الخدمات الالكترونية.

الفرع الأول: مفهوم الخدمة الالكترونية:

هي خدمة شأنها شأن الخدمات الأخرى، بما في ذلك الخدمات التقليدية مع فارق أساسي هو أنها خدمة على الشبكة، حيث تعتبر شكلا من أشكال الخدمة الذاتية، فبدلا من تقديم الطلب إلى موظف في مكتب أو عبر الهاتف للحصول على معلومة أو أي استفسار يتم الحصول على الخدمة من خلال التفاعل الالكتروني المتبادل بين طالب الخدمة والحاسب الآلي من خلال وسيط "شبكة الكترونية"، لذا ينبغي أن يلائم تصميم الخدمة الالكترونية حاجة ورغبة وتطلع وتوقع طالب الخدمة.⁽¹⁾

لقد قدم الباحثون تعريفات مختلفة لوصف الخدمة الالكترونية، وعلى الرغم من هذه التعريفات المختلفة، فإنه يمكن القول بأنهم جميعا مثقفون حول دور التكنولوجيا في تسهيل تقديم الخدمات و تسريعها فمن تلك التعريفات نذكر مايلي:

فنورة بنت ناصر الهزاني تعرفها على أنها "تلك الخدمات التي تقدم من خلال الاتصال الالكتروني، بين مقدم الخدمة و المستفيد منها".⁽²⁾

وعرفتها أيضا على أنها "إجراء الكثير من المعاملات كليا أو جزئيا عبر الانترنت".⁽³⁾

في حين عرف مراد عبد الفتاح الخدمات الالكترونية على أنها "انجاز الخدمات الإدارية بطريقة معلوماتية تعتمد على الانترنت، ووفق ضروريات أمنية معينة تحمي المستفيد والجهة صاحبة الخدمة، ويتمثل ذلك في استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لتحسين وتبدير الشؤون العامة".⁽⁴⁾

⁽¹⁾ محمد سمير احمد، التسويق الالكتروني، دار المسيرة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2009، ص89.

⁽²⁾ فنورة بنت ناصر الهزاني، الخدمات الالكترونية في الأجهزة الحكومية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2008، ص47.

⁽³⁾ المرجع نفسه، ص47.

⁽⁴⁾ مراد عبد الفتاح، الحكومة الالكترونية بين النظرية والتطبيق، مصر 2005، ص23.

ومما سبق فانه من الممكن القول بان الخدمات الالكترونية هي انجاز الأعمال الإدارية الكترونيا ، وقيام المؤسسات بإنجاز أعمالها وتقديم خدماتها للجمهور الكترونيا دون الذهاب إلى الجهات المعنية وتنفيذ الخدمة بالمنزل أو من أي مكان في العالم عبر الانترنت، وذلك بهدف استثمار الوقت والجهد والمال.

الفرع الثاني: الفرق بين الخدمة و المنتج:

1- مفهوم الخدمة:

لا يوجد تعريف واضح و دقيقا لمصطلح الخدمة على الرغم من تداوله من فترة ليست بالقصيرة، حيث اختلفت وجهات نظر الكتاب في تحديد تعريف للخدمة.

فعرف كل من كوتلر و أمسترونج (Armstrang-Kotler) الخدمة على " أنها نشاط أو منفعة يمكن أن يقدمها أحد الأطراف لطرف آخر لاتكون ملموسة بالضرورة ولا ينتج عنها ملكية أي شيء."⁽¹⁾

أما ريتشارد ويليمز فقد أوجز تعريف الخدمة على أنها " النشاطات الغير ملموسة التي تحقق إشباع الرغبات و التي لا ترتبط أساسا ببيع سلعة ما أو خدمة أخرى."⁽²⁾

كما تعرف على أنها "نشاط غير ملموسو النتيجة المنتظرة هي إرضاءالمستهلك"⁽³⁾

من خلال التعاريف السابقة للخدمة يمكننا القول أن الخدمة هي نشاط أو منفعة يتم الحصول عليها بواسطة أنشطة ناشئة من التداخل بين المؤسسة والزبائن ،ومن الأنشطة الداخلية في المؤسسة، وهي تهدف أساسا إلى استنتاج حاجات الزبائن و تحقيق رضاهم .

2- مفهوم المنتج:

ويعرف المنتج على أنه "عبارة عن فكرة أو شيء مادي أو خدمة لتلبية أهداف الأفراد و المنظمات عبر التبادل"⁽⁴⁾

كما عرفه Kotler على أنه "أي شيء يعرض في السوق لإشباع حاجة أو رغبة و المنتجات التي يتم تسويقها تتضمن السلع، الخدمات، الخبرات، المنظمات، الأفكار."⁽⁵⁾

كما يمكن تعريفه على انه "شيء مادي أو معنوي يقدم منفعة أو أكثر لإشباع حاجة أو رغبة، وبالتالي فإنه شعور معنوي لقيمة شيء ما يدركه العملاء ويقدرونه عن طريق الموازنة بين المنافع التي يقدمها و التكلفة التي يتحملونها خلال عملية المبادلة"⁽⁶⁾.

⁽¹⁾ فيليبكوتلر وجاري ارمسترونج، أساسيات التسويق ، ترجمة علي إبراهيم سرور ، دار المريخ للنشر، الرياض، 2007، ص 456.

⁽²⁾ ريتشاردويليمز ، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، ترجمة و نشر مكتبة جرير، ط 1 ، القاهرة، 1999، ص 33.

⁽³⁾ زكي خليل مساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دار المناهج، ط 1 ، الأردن، 2003، ص 55.

⁽⁴⁾ حميد الطائي و آخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 151.

⁽⁵⁾ فيليبكوتلرامسترونج، مرجع سبق ذكره، ص 40.

⁽⁶⁾ أحمد جبر الصميدي، ردينة عثمان يوسف ، إدارة المنتجات ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، الأردن، 2011، ص100.

ومن خلال التعاريف السابقة يمكن أن نعرف المنتج على أنه مجموعة الصفات و الخصائص الملموسة و الغير ملموسة التي يتم تقديمها للسوق المستهدف سواء كانت سلعة ، خدمة ، أو فكرة لغرض الاستهلاك النهائي بغية تحقيق أقصى إنتاج ممكن لحاجات و رغبات المستهلكين و توقعاتهم ويمكن للمؤسسة تحقيق الربح ، النمو و الاستمرارية.

جدول رقم (02): يوضح الفروق الجوهرية بين المنتج و الخدمة

| المنتج | الخدمة |
|---|--|
| المنتج أشياء ملموسة وقيمة المنتج تكمن في الحقيقة انه يمكن تملكها أي انه يحدث نوع من نقل الملكية للمشتري | الخدمة غالباً تكون غير ملموسة لأنها عبارة عن أنشطة وجهود لا يمكن تملكها، وتكمن قيمة الخدمة أو جوهر المنفعة المترتبة على الخدمة في التجربة التي يعيشها الزبون ولا تتضمن عادة نقل وتحويل الملكية |
| المنتج يمكن تخزين الفائض منه في وقت ما حتى يكون الطلب عليها في وقت لاحق. | الخدمة غير قابلة للتخزين، فالطاقة غير المستغلة في مجال الخدمات لا يمكن تخزينها وتحويلها إلى وقت آخر. |
| يخضع المنتج لمواصفات معينة وهناك انفصال بين المنتج والمستهلك و بين الاتصال بينهما عن طريق الوسائط وبالتالي فهناك فاصل زمني بين الإنتاج والاستهلاك يتم خلال هذا الفاصل نقل وتخزين السلع. | الخدمة لا يمكن فصلها عن الشخص مقدم الخدمة إذ لا يمكن للشخص أن ينتج ويوزع الخدمة في نفس الوقت. |
| يمكن إحداث قدر كبير من النمطية في المنتج وبالتالي إنتاج المنتجات على نطاق واسع واستخدام أساليب الرقابة على الجودة بسهولة. | الخدمة تختلف في الجودة لمرور الوقت لذلك لا يمكن ضمان النمطية في جودة الخدمة بسبب اعتماد الخدمة على مقدمها وكذلك اشترك الشخص متلقي الخدمة من خلال تشخيص احتياجاته. |

المصدر: من إعداد مجموعة البحث بالاعتماد على، ثابت عبد الرحمان ادريس، كفاءة وجود الخدمات اللوجيستية، مفاهيم اساسية وطرق القياس و التقييم، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 30.

نلاحظ من خلال الفروقات السابقة الذكر أنها تشير بوضوح للفصل بين الخدمة والمنتج، من خلال خاصيتين أساسيتين هما عدم اللاملموسية و عدم الملكية، مع التأكيد على انه مهما كان الاختلاف بينهما كبير إلا انه و في النهاية نجد ان الخدمة هي شبيهة بالمنتج، بحيث أن نهاية كل منها تصب في تلبية حاجات الزبون و تحقيق رضاه.

الفرع الثالث:أخصائي المعلومات في البيئة الالكترونية

إن المؤسسة لا توجد في فراغ ، و إنما توجد في بيئة غير مستقرة ، تحاول جاهدة فهم البيئة و مكوناتها لذلك فهي تحتاج إلا مؤهلات مادية وكوادر بشرية، هذه الأخيرة التي تعتبر الجسر الذي تعبر عليه المؤسسة للوصول إلى الكفاءة و التميز، وهذا لن يتوفر إلى بوجود اختصاصيين قادرين على التعامل مع التطورات التكنولوجية مثل تصميم قواعد المعلومات و إدارتها و البحث عن المعلومات و استرجاعها في البيئة الرقمية و تطويرها و إدارة الشبكات و تطوير المواقع ، وحتى يكون أخصائي المعلومات قادرا على تقديم الخدمات المعلوماتية لجمهور المستفيدين لا بد له من حزمة مهارات فنية و إدارية ،حاسوبية ، لغوية، و اتصالية تمكنه من ترشيد المؤسسة في اتخاذ القرارات السليمة و تحقيق التغيير و تحسين نوعية أدائها .

1_تعريفه : ليس من الواضح على وجه التحديد متى بدأ استخدام مصطلح أخصائي المعلومات و لكنه من أصل حديث بالتأكيد ، حيث جاء تعريفه في معجم الموارد البشرية بأنه " شخص مدرب تدريب خاص في مجال علم أو عمل معين يركز جهودا للاختصاص في هذا المجال و النمو".⁽¹⁾

ويعرفه الباحثون في علوم المكتبات و المعلومات بأنه " شخص ذو تعليم أكاديمي له معرفة بعدة مجالات منها الحاسب الآلي ، علم المكتبات ، علم المعلومات ، هندسة النظم و إدارة الأعمال .. و يقوم بمعالجة البيانات في مجال معين"⁽²⁾ ويرى محمد فتحي عبد الهادي أن "أخصائي المعلومات المستقبلي ليس هو ذلك الشخص المنهمك في أعمال يومية روتينية سواء في شكلها اليدوي أو الآلي ، و إنما هو ذلك الشخص المساهم بقوة في بناء العالم الرقمي ، وهو الوسيط البشري الذي يتعامل بفاعلية وبكفاءة مع المصادر ، و التجهيزات و المستفيدين في إطار منظومة متناغمة ، وهو أيضا المعلم و المرشد و الموجه لمن هم في حاجة إليه".⁽³⁾

لما كان على أخصائي المعلومات المساهمة في نطاق عريض من المهن المتصلة وحب عليه أن يكون ملما بعدة اختصاصات نذكر بشكل ملخص ، فنبداها أولا بعلم الحاسب الإلكتروني ثم علم المكتبات ، ننتقل إلى علم الاتصال ، تليها علم المعلومات ، ثم الهندسة و أخيرا إدارة الأعمال⁽⁴⁾

وحتى يتمكن أخصائي المعلومات من القيام بالدور المهم الذي سيؤديه في عصر النظم الذكية، وعصر الشبكات والمعلومات، يجب أن يتحلى بمجموعة من المهارات أهمها:
- تصميم وتقييم صفحات الويب.

(1) حبيب الصباح، معجم الإدارة البشرية وإدارة العاملين، عربي -إنجليزي، لبنان، 2003،ص 27.

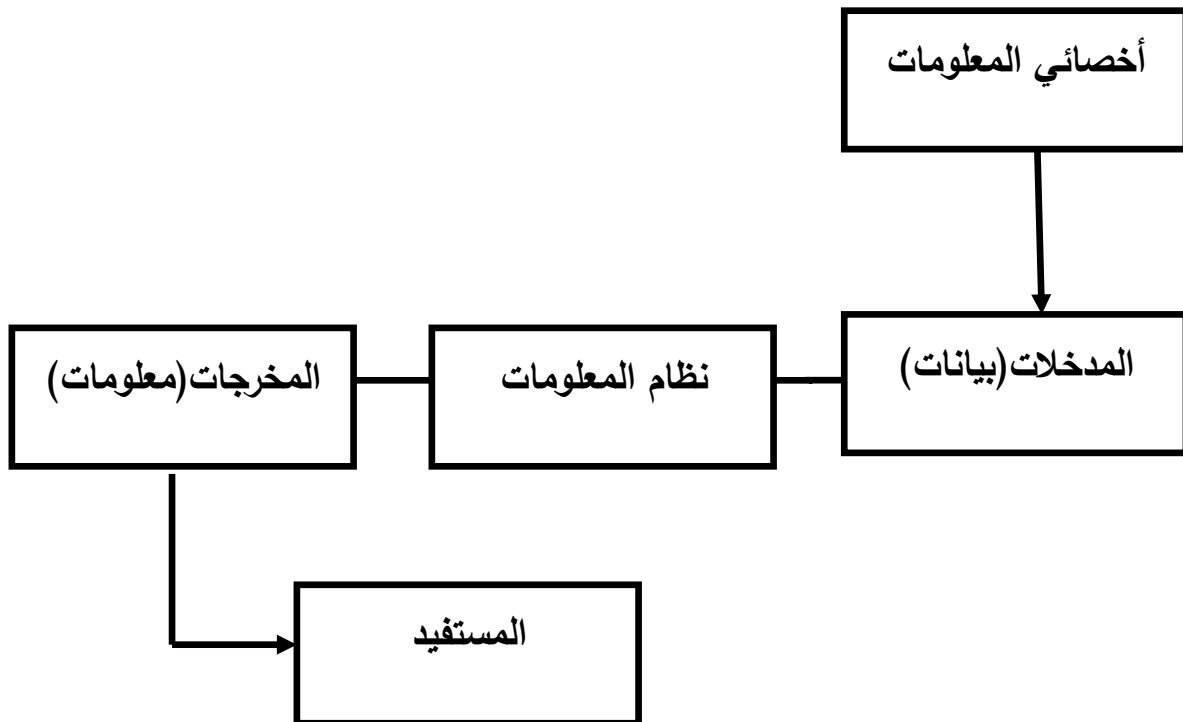
(2) محمد فتحي عبد الهادي، أسامة السيد محمود، دراسات في تعليم علوم المكتبات و المعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1995، ص 189.

(3) محمد فتحي عبد الهادي ، إعداد اختصاصي المكتبات و المعلومات في بيئة الكترونية، رؤية مستقبلية مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات و المعلومات، العدد 18، 2002، ص 18.

(4) احمد بدر، محمد فتحي عبد الهادي، علم المعلومات والتكامل المعرفي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 1998، ص 58.

- تخطيط و تنفيذ ودعم الخدمات الرقمية كتوظيف النظم المحسوبة، و تطبيق الأساليب الحديثة في تحليل و تقييم و استخدام وتوصيل المعلومات الرقمية مع صيانتها و حمايتها.⁽¹⁾
- أن السيطرة على المعلومات والاستعمال الجيد لوسائل المعلومات هي من بين القدرات الجوهرية التي يجب اكتسابها من طرف أخصائي المعلومات.
- المهارات الأساسية في استخدام تقنيات المعلومات إضافة إلى المهارات المتقدمة في استخدام الانترنت و محركات البحث و تطوير و برمجة مواقع الانترنت خاصة القائمة على قواعد المعلومات.
- مهارات في تناول لغة أجنبية وخاصة اللغة الإنجليزية.
- أن يكون على مستوى جيد في التخاطب بالطريقة المباشرة او غير المباشرة باستخدام الوسائل التكنولوجية المختلفة⁽²⁾

الشكل رقم: (03) مراحل سير المعلومة في ظل التطور التكنولوجي.



المصدر: من إعداد مجموعة البحث

⁽¹⁾ صيرينة مقناي، الواقع المهني لأخصائي المعلومات بالمكتبات الجامعية لجامعتي قسنطينة(1) و (2) في ظل تكنولوجيا المعلومات الحديثة، المؤتمر الرابع و العشرون للاتحاد العربي للمكتبات و المعلومات، الجزائر، 2013، ص 218.

⁽²⁾ محمد فتحي عبد الهادي، اختصاصي المعلومات العربي و دوره الجديد في إدارة المعرفة، خطط وبرامج التأهيل والتدريب اللازمة لاستيعاب الأنشطة المستحدثة، ملتقى المعلومات في عصر الرقمية وحاجات سوق العمل، القاهرة، 2007، ص 6.

الفرع الرابع : المبادئ الأساسية للخدمات الالكترونية:

تتطلب الخدمات الالكترونية للإدارة الالكترونية، تضافر الجهود وتنسيق مستمر بين الإدارات المختلفة داخل المؤسسات، وإزالة العقبات الإدارية والسياسية و التقنية التي تواجه تنفيذ الخدمات الالكترونية، وهناك مبادئ رئيسية لا بد ان تؤخذ بعين الاعتبار عن التخطيط و التنفيذ للخدمات الالكترونية.

- 1- سهولة وسرعة وشمولية الوصول إلى الخدمات الالكترونية وان تكون متاحة في جميع الأوقات وعلى مدار الساعة
- 2- أن تتوفر في الخدمات الالكترونية الحماية وامن المعلومات وخصوصية المستخدم والمستفيد من هذه الخدمات.
- 3-شمولية الوصول إلى الخدمات الالكترونية من خلال قنوات متعددة مثل الانترنت و الهاتف وغيرها و ليس فقط بالطريقة التقليدية و بالحضور شخصيا.⁽¹⁾
- 4-ينبغي أن يكون المستفيد محور الخدمة الالكترونية وينبغي أن يتم تفعيل العمليات المتعلقة بالخدمة لهذا السبب بعينه وان تتميز بسهولة الحصول على كافة المعلومات الواردة في الطلب دون الحاجة إلى تعبئة نماذج الكترونية عديدة، فان كانت الخدمة تتطلب تقديم أكثر من طلب لا يجب ان يقوم المستخدم بإدخال البيانات أكثر من مرة و يجب استخراج كل البيانات ذات العلاقة من مختلف قواعد البيانات على نحو يتسم بالانسجام ينبغي أن تقدم الخدمة قيمة وان تقدم في أكمل صورتها الممكنة للمستخدم النهائي.
- 5-لا بد أن يجد المستخدمون المبتدئون سهولة في استخدام السطح البيئي للخدمات الالكترونية، ذلك ان أي تعقيدات في قراءة التعليقات و إيجاد النموذج الصحيح و تعبئة وتقديم المعلومات سوف يؤدي الى فقدان المستخدمين النهائيين الخاصين بتلك الخدمة الالكترونية.⁽²⁾
- 6- ينبغي أن نتسم الخدمة الإلكترونية بقابلية الاعتماد، عليها وأن تكون موثوقة بحيث يؤدي نفس النتيجة التي تؤديها الطريقة التقليدية في تقديم الخدمة أو حتى أفضل منها ،حيث يميل المستخدمون النهائيون إلى مقاومة التغير أو الطرق الجديدة التي تتبع لتقديم الخدمات ولينبغي أن تسير الأمور بسلاسة مع الخدمات الإلكترونية ووفقا لتوقعات المستخدم النهائي وإذا حدث خطأ وسط المعاملة الإلكترونية ينبغي أن يحصل المستفيد على مساعدة بطريقة سهلة عن طريق رقم هاتفي مجاني وموحد لجميع الخدمات الإلكترونية ، وفي حالة واجه المستخدم بعض الصعوبات في الحصول على الخدمة وتنخفض درجة الثقة لديه في الخدمة الإلكترونية.⁽³⁾

⁽¹⁾نورة بنت ناصر هزاني، مرجع سبق ذكره، ص 26

⁽²⁾حسن بلال، العمليات الالكترونية الحكومية فوائد مشتركة ورفاهية للمستخدم النهائي، من الموقع الالكتروني www.aleqt.com يوم الاطلاع

01-03-2019، على الساعة، 17:00

⁽³⁾المرجع نفسه : يوم الإصلاح، 1-03-2019 ، على الساعة : 17:30

7- كما ينبغي وضع القوانين و التشريعات و الضوابط و التي تنظم العمل بالوسائل الإلكترونية وتواكب التطور السريع في قطاع تكنولوجيا المعلومات، و العمل على إزالة أية عوائق أو تحديات أمام المعاملات الإلكترونية والتي تنتج عن الغموض المتعلق لمتطلبات الكتابة و التوقيع الإلكتروني.⁽¹⁾

مما سبق نستطيع القول أن الخدمات الإلكترونية تحتاج إلى تكامل مختلف الإدارات و تنسيق بين العديد من الجهات ، حيث قد يشترك في المعاملة الواحدة عدة هيئات أو مؤسسات فيجب ترتيب العلاقات بين اتجاهات الإدارية و العمل على تكاملها و إعادة هندسة العمليات الإدارية حتى تتناسب مع طبيعة الشبكة الإلكترونية.

المطلب الثاني : طبيعة الخدمات الاللكترونية:

الفرع الأول: التحول إلى الخدمة الاللكترونية:

ان التطور و التغيير التكنولوجي ساهم في عملية التحول إلى الخدمة الاللكترونية بطرق متداخلة أهمها:⁽²⁾

1- تغيير المنهج المادي الى منتج خدمة:

كان لظهور الشبكات و القنوات الاللكترونية كوسيلة توزيع مبتكرة تأثير كبير على المنتجات الرقمية و تلك المستندة للمعلومات، فالمنتجات المادية مثل اجهزة الرد على الهاتف صارت تستبدل اليوم بكل سهولة بخدمات الرد على الهاتف التي تقدمها شركات الاتصالات فشركة مايكرو سوفت مثلا تنوي تغيير نموذج اعمالها الخاص ببيع البرمجيات الى خدمة برمجيات مستندة للاشتراك، حيث يتم توصيل هذه الخدمة من خلال الويب.

2- تكوين وسطاء خدمة:

ادى التحول من المنتجات المادية الى منتجات الخدمة الى تكوين وسطاء خاصين بالخدمة، اما كمنظمات جيدة مثل منظمات الكتاب الالكتروني او شركات مثل مريميا التي توصل خدمات البرمجيات مباشرة الى سطح المكتب، فان التطور السريع في التقنيات و تعقيدها و سرعة وتيرة التقدم جعل من الصعب على الشركات تركيب وادامة تقنيات بمستوى من الرقي الدائم والمتجدد، هذه الحالة دفعت بالعديد من الشركات الى الاستعانة بمزودين خارجين للحصول على خدمات مستندة للتكنولوجيا بما في ذلك الخدمة الاللكترونية، وقد ادى هذا التطور النوعي الى بروز حقول التكنولوجيا الراقية.

3- تكوين اسواق جديدة:

أدى الارتباط الشبكي الهائل واسع الانتشار إلى تكوين أسواق ومنظمات جديدة لا حصر لها، ومن الأمثلة على هذا النوع من الأسواق الجديدة نذكر على سبيل المثال المزادات الاللكترونية مثل (e-bay) في قطاع التجارة الاللكترونية ما بين منشآت الأعمال نفسها (B-2-B) و شركات مثل (pruceline-autobytel) هذه جميعا أمثلة و شواهد على خدمة الاللكترونية تكوّنت نتيجة الارتباط الشبكي ، وهذه الأسواق الجيدة توفر الخدمة الاللكترونية تكونت للشركاء في كل من القناة الصاعدة و القناة النازلة.

(1)جمانه عبد ربه ، الحكومة الإلكترونية و القانون، المؤتمر الفلسطيني للحكومة و الخدمات الإلكترونية ، جامعة بيرزین ، فلسطين، 2012 .

(2)محمد سمير احمد، التسويق الالكتروني، مرجع سبق ذكره، ص 100-101.

4- تأثير التكنولوجيا:

يلعب التطور الحاصل في مضمار التكنولوجيا دورا محوريا في تعزيز و تأكيد اهمية الخدمة الالكترونية من خلال تكوين جديدة، ، حيث تساهم التطورات الحالية كالهواتف النقالة ومساعدتي البيانات الشخصية في تسهيل الاتصال الفوري (في الوقت الحقيقي) للمعلومات الى العملاء في الوقت و المكان المحددين من قبلهم، اضافة الى التطورات الحاصلة في تكنولوجيا قواعد البيانات، فهذه التطورات مجتمعة تتيح المجال للأعمال لتزويد العملاء بنظم ذاتية اما لغة شخصية ذات استجابة فورية(في الوقت الحقيقي) و من خلال تفاعل بعيد.

ومع تنامي اقتناص الاعمال للفرص التي توفرها التطورات التكنولوجية للحصول على الميزة التنافسية، تبدأ اشكال جديدة من الخدمة الالكترونية بالظهور، مما يوفر ملائمة اكبر وخدمات دعم اكثر فعالية للعملاء.

5- اثر توقعات العميل:

تساهم عملية التحول الى الخدمة الالكترونية في زيادة و تعزيز توقعات العميل بصدد الخدمة الالكترونية التي يتطلع للحصول عليها، فالعميل في ظل مثل هذه التطورات التكنولوجية النوعية الهائلة لن يقبل الا بخدمة الكترونية تفوق حتى افضل توقعاته، هذه التوقعات بدورها تدعم الحاجة لمزيد من الكفاءة و الفعالية في مجالات الاتصال بالعملاء، مما يؤدي الى تركيز اكبر على الخدمة الالكترونية ضمن المنظمة في القطاعين العام والخاص معا.

الفرع الثاني: الدوافع التي ادت الى بروز الخدمات الالكترونية:

اصبح من الضروري على المؤسسات اليوم ان تعي بشكل جيد اهمية التغيير والتطوير ومواكبة التقدم العلمي لصفة عامة والتقدم التقني بصفة خاصة، اذا ارادت مجرد الاستمرار و البقاء، اما اذا رغبت في التميز و التطور فإن الامر لا يحتاج الى مجرد مواكبة التقدم و متابعة جديدة فقط بل تحتاج ان تكون هذه المنظمات سباقة لاكتشاف ومعرفة الجديد من خلال تشجيع التطور و الابتكار وطرح الافكار الجديدة بين العاملين.

ان اهم دوافع تحول الادارات في تعاملاتها من الشكل التقليدي الى الشكل الالكتروني بما في ذلك الخدمات التي تقدمها راجع الى:

1- الدوافع الخارجية: وهي المتمثلة في بيئة المنظمة الخارجية ومن اهم هذه الدوافع ما يلي:

ا- دوافع الزبائن: والتي منها زيادة معدل استخدام الانترنت واستمرار أنشطة المجتمع على مدار النهار والليل طوال ايام الاسبوع، وتطور حاجات ورغبات جمهور المستفيد والزبائن.

ب- دوافع تكنولوجية: ان التطور التكنولوجي والتقني وخصوصا في مجال الحاسب ونظم المعلومات والاتصال عن بعد حيث التطورات التي حصلت في هذا المجال ساهمت بشكل كبير في جعل المؤسسات تفكر في التحويل الالكتروني لخدماتها ولمصادر المعلومات التي تمتلكها.

ج- دوافع المنافسة: ظهور الكثير من المؤسسات الخاصة و العامة التي تقدم خدمات الكترونية متطورة ولدت الحاجة لديهم في تحقيق الميزة التنافسية في السوق حفاظا على استمراريتها.

2- الدوافع الداخلية: وتتمثل في:

أ- دوافع ادارية: والتي منها الحاجة الى كسر الروتين اليومي وانعزال الاقسام و الادارات عن بعضها والحاجة الى تكامل جميع مصادر المعلومات و جعلها أكثر فعالية، والحاجة الى تسليط الاجراءات والعمليات المعقدة والفاعلية في اتخاذ القرار و قياس الاداء.

ب- دوافع مالية: الحاجة الى تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة المبيعات.⁽¹⁾

فقد اصبحت الاستعانة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات هو السمة الاساسية المميزة للعصر الذي نعيش، فيه ومع نموها المتزايد فقد نجحت في التأثير على كافة الجوانب الخاصة بالفرد ومع الاستعانة بها في مجال العمل بدأ التفاعل مع الافراد والمؤسسات ينحني منحني جديد ويخلق تطورات جديدة في مجال مستوى الخدمات ومدى نجاحها في الارتقاء بالتوقعات الخاصة بالفرد وبالإضافة الى دوافع اخرى نذكر منها:

- إدراك اهمية المعلومات و الخدمات الالكترونية و ضرورة توافرها للمستخدمين والتعامل معها والاستفادة منها.
- الأنترنت وامكانياتها الهائلة والخدمات التي تقدمها، حيث اضافت الانترنت رافدا اخر من روافد تقديم الخدمات و ظهور الكثير من المواقع التي تنتج كما هائلا من المعلومات و الخدمات.
- ظهور مجموعة من التحديات التي تواجه المؤسسات، حيث ان الزيادة الكثيرة في عدد المستخدمين و تنامي الطلب على الخدمات وقلة وجود الموظفين المؤهلين ادى ذلك كله الى ظهور مجموعة من التحديات امام ادارات المؤسسات ، وجب عليها التعامل معها و السعي لايجاد حلول لها و قد يكون في ظهور التجارب و المشاريع و الخدمات الالكترونية حل لها.
- من اجل ضمان وصول الخدمات الى كافة الافراد بطريقة متكافئة.
- من اجل تمكين المواطنين من الحصول على الخدمات الالكترونية من خلال بوابة خاصة بكل مؤسسة من المؤسسات طالما توافرت الوسائل الخاصة بالدخول للأنترنت.⁽²⁾

الفرع الثالث: خصائص ومزايا الخدمة الالكترونية:

أولاً: الخصائص:

إن اختلاف نمط الخدمة الالكترونية من الشكل التقليدي الى النموذج الالكتروني مبني اساسا على استخدام تقنيات المعلومات والاتصال التي يجعلها تتسم بحملة من الخصائص يمكن اجمالها كالآتي:⁽³⁾

⁽¹⁾Abdelmajidbouazza, *l'utilisation des source d'information par les chercheurs universitaires revue tunisienne de communication*, n 12, 1987, p 19.

⁽²⁾مسفرة بيني دخيل الله الخشعي، مشاريع و تجارب التحويل الرقمي في مؤسسات المعلومات دراسة الاستراتيجية المتبعة من

الموقع www.webreview.dz، تاريخ الاطلاع 13-03-1903، على الساعة 13:36

⁽³⁾وحيد موسى سعد، ادارة الجودة الشاملة في المكتبات، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2009، ص 120-121

الهلامية: تعتبر الخدمات الالكترونية اداء وليس اشياء ملموسة يمكن رؤيتها او لمسها، و بالتالي تلازم انتاجها مع الانتفاع بها، فالخدمات الالكترونية في الاصل هي مجموعة من الافكار التي خططت و صممت، فهي ليست سلعة مادية فهي لا ترى ولكن ترى نتائجها، ولا يمكن الحكم على الانتفاع بها.

التنوع: تتميز الخدمات الالكترونية بالتنوع والشراء في نوعية الخدمة، خاصة في ظل انتشار الانترنت، ومصادر المعلومات الالكترونية مما ادى الى ظهور الكثير من الخدمات الالكترونية التي تحتاج الى برامج متعددة لتناسب مع جميع العملاء. سهولة الاستخدام/التعامل: تمتاز الخدمات الالكترونية بسهولة استخدامها خاصة في ظل تطور تقنية المعلومات و البرمجيات الحديثة، كما يسمح توافر كثير من البيانات و الخدمات على مصادر المعلومات الالكترونية على شبكة الانترنت للمستخدمين، بالحصول على مختلف الخدمات من مواقع بعيدة بأسلوب تفاعلي يمتد الى مساحات جغرافية شاسعة عبر العالم.

التحديث المستمر والتوقيت الملائم: تعد سمة التحديث المستمر اهم خصائص الخدمات الالكترونية المقدمة الكترونيا و عبر الانترنت، حيث يمتاز بالتحديث المستمر لها الذي قد يكون على مدار الساعة بما يمكن المستخدم من الوصول الى المعلومات بصورة سريعة للغاية، و من اهم سماتها ايضا استمرارية الاتاحة في الوقت الذي تقل فيه المرات تحديث الخدمات المتاحة عبر الوسائط الالكترونية الاخرى لتكون يوميا او اسبوعيا او شهريا.

التكلفة: على الرغم من ان كثيرا من الخدمات الالكترونية تقدم بقابل مادي الا ان هذا المقابل يتضاءل مقارنة بالحصول على نتائج الخدمة نفسها بالطرق التقليدية هذا بالإضافة الى ان كثير من المؤسسات تسعى الى تقييم هذه الخدمات ومصادرها دون مقابل تقريبا و تؤكد هذه المجانية بجانب توفير الوقت والجهد للعملاء.

ديناميكية الطلب: نتيجة لتنوع الخدمات الالكترونية وكثرة ما تقدمه من بيانات و خدمات فقد ادى هذا الى عدم الثبات في التعامل مع هذه الخدمات، فقد يقبل البعض على خدمة بعينها، مثل اقبال البعض على خدمة النقاط الالكترونية في بعض المناسبات الوطنية والدينية.

مساهمة العميل في إنتاج الخدمة: من الصعب تقديم خدمات الكترونية دون معرفة رأي المستخدم في نوعية و موضوع الخدمات المقدمة، له وعلى هذا فان المؤسسة لا تنفرد وحدها بإنتاج خدماتها، فمعرفة الشكل الأمثل الذي تقدم فيه الخدمات للمستخدم يعد تدخلا منه في إنتاج هذه الخدمات، فلا يجب إن ننسى إن إنتاج خدمات الكترونية يتم في الأساس من اجل خدمة المستخدم و تحقيق رغباته في الحصول على ما يرغب من معلومات و خدمات.

ثانيا: المزايا :

ومن جهة أخرى فان خصائص الخدمة الالكترونية تبرز من خلال المزايا والنفع حيث انه لم يكن للخدمات الالكترونية إن يكون لها هذا الانتشار الواسع في مختلف المجالات لولا مميزاتها التي يمكن حصرها في:
- إدارة علاقات المنظمة لزيائنها بسهولة ومرونة مع توفير بيئة عمل ملائمة لكل زبون، ذلك عبر استخدام ادوات و نظم الخدمات الالكترونية او بوابات الاعمال على شبكة الويب

- توفير الخدمة ذات الجودة الشاملة للزبائن طول الوقت وعلى الخط المفتوح بعائد أكبر للمنظمة.⁽¹⁾
 - توظيف التقنيات الحديثة وتطبيقاتها في مجال تقديم الخدمات الالكترونية
 - تطوير مستوى و جودة الخدمات الالكترونية المقدمة في الإدارات.
 - ظهور طرق ووسائل جديدة للتواصل والحوار بين المستفيد و مقدم الخدمة، وتعتمد هذه الوسائل بشكل كبير ومباشر على التكنولوجيا الحديثة.⁽²⁾
 - إمكانية استخدامها من قبل عدد غير محدد من الاشخاص في نفس الوقت.
 - إتاحة المعلومات والخدمات خارج اوقات ساعات خدمة الإدارة الاعتيادية.
 - سهولة تصدير او ارسال الخدمات والمعلومات لقاعدة بيانات للاستخدام الشخصي.
 - إمكانية دمج العديد من الخدمات في موقع واحد قابل للبحث.⁽³⁾
 - الاقتصاد من حيث الجهد والوقت المبذول من قبل العاملين في الادارات.
 - الارتقاء لمستوى الادارات من خلال الارتقاء بالخدمات الالكترونية المقدمة.⁽⁴⁾
- نستخلص ما سبق ان الخدمات الالكترونية توفر العديد من المزايا لكل من الادارات و المستخدمين على حد سواء من حيث إمكانية و سهولة و كمية المعلومات والخدمات المتاحة فبإمكان هذا النوع من الخدمات توفير مساحات واسعة في الادارات و كذا الامر في توفير وقت العاملين بالإدارات و استغلاله في انجاز وظائف اخرى، ولكن يجب معرفة ان الخدمات الالكترونية ليست الحل الأمثل لجميع مشاكل الادارات، فمعظم هذه الاخيرة حاليا مازالت مستمرة بالعمل في بيئتين واحدة تقليدية مطبوعة واخرى الكترونية متقدمة.⁽⁵⁾

الفرع الرابع: التقنيات المستخدمة في مجال الخدمات الإلكترونية .

يمكن حصر أهم العناصر المستخدمة في مجال الخدمات الإلكترونية فيما يلي :

1- نظم المعلومات الإدارية :

يقصد بها النظم التي صممت لأداء وظيفة أو وظائف محددة وهي غالبا الأعمال الروتينية اليومية التي تقوم بها مختلف الإدارات مثل الإتصالات الإدارية ، إدارة الملفات الطبية في المستشفيات ، نظم شؤون الموظفين غيرها... وقد

⁽¹⁾ سعد غالب ياسين بشير عباس العلق، الأعمال الالكترونية، مرجع يبق ذكره، ص24.

⁽²⁾ نصر الدين حسن احمد ، خدمات المعلومات في البيئة الرقمية، ورقة مؤتمر الحادي و العشرين للمكتبات والمعلومات ،المركز القومي للبحوث الخرطوم بيروت، 2010، ص43.

⁽³⁾ مصطفى ربحي عليا حسن، المكتبات والمعلومات والبحث العلمي ، دار الصفاء، عمان ، 2009 ، ص63.

⁽⁴⁾ نصر الدين حسن احمد ، مرجع سبق ذكره، ص44.

⁽⁵⁾ مصطفى ربحي عليان حسن، مرجع سبق ذكره، ص64.

ظهر خلال السنوات الأخيرة ما يعرف بالنظم المتكاملة ويقصد بها النظم التي تتكون من عدة نظم فرعية تتكامل فيما بينها بحيث تكون في النهاية نظاما شاملا لجميع وظائف الإدارة .

وفي الغالب لا تجد الكثير من الإدارات نظم متكاملة تلبي احتياجاتها كما تريد وبالتالي تلجأ إلى تصميم نظم خاصة بها ، في هذه الحالة يجب على الإدارة مراعاة المعايير القياسية قدر الإمكان حتى تستطيع التكامل مع التقنيات الأخرى مثل الأنترنت ، وتجدر الإشارة هنا إلى أن تلك النظم سواء الجاهزة أو المطورة محليا يجب أن تكون سهلة الاستخدام وتكون انسياب العمل فيها سلسا ومنطقيا .

2- تقنيات الأرشفة الإلكترونية :

تستخدم المساحات الضوئية لتحويل الوثائق الورقية إلى شكل رقمي يمكن تخزينه وتبادله عبر الشبكات المحلية أو الأنترنت ويستخدم لهذا الغرض مساحات سريعة جدا تعادل سرعة تصوير المستندات تقريبا وتكون مرتبطة عادة بنظام الأرشفة الإلكترونية يقوم بتخزينه الوثائق وفهرستها بطريقة تمكن من استرجاعها عند الحاجة لها.

3 نظم إدارة المحتويات :

هي برامج تتركب في مواقع الأنترنت لتسهل عملية إدارة المعلومات إضافة إلى القوالب الجاهزة وذلك لإنتاج صفحات ويب ديناميكية تكون في النهاية موقفا متكاملا، وعليه يمكن إضافة المحتويات إلى المواقع بسرعة و بواسطة أشخاص لديهم خلفية عن تقنيات الويب ، وتخرج تلك المحتويات في شكل متناسق و احترافي.⁽¹⁾

4- البوابات:

تعرف البوابات عادة بأنها نقطة دخول او موقع بداية الجزئية من الويب، و تجمع مجيزا من الخدمات و المحتويات كالبريد الالكتروني، الدردشة و الموقع الاخبارية، وهي تقدم روابط لوظائف موجودة في مواقع مختلفة.⁽²⁾ يتبين من هذا التعريف ان البوابات هي مواقع تستخدم نظام او عدة نظم لإدارة كمية كبيرة من المحتويات بحيث تصبح اشبه ما تكون بوابة تخيلية لتلك الإدارة، حيث يستطيع المستخدم الدخول عن طريقها الى اغلب الخدمات التي تقدمها مباشرة من بيئة او مكتبة.

وتتميز البوابات بعدة خصائص، وقد لخصها philippefevre في ثلاث نقاط:

- نقطة وصول موحدة لموارد المعلومات المتعددة.
- تنظيم المعلومات المتاحة وقت نظام تصنيف ملائم للاحتياجات البحثية .
- مراقبة مركزية لعمليات الوصول الى المعلومات.⁽³⁾

(1) احمد محمد الحسن العوض، الإدارة الإلكترونية، المفاهيم، السمات، العناصر، المؤتمر العالمي الأول للإدارة الإلكترونية، طرابلس، من 01 الى 4 جوان 2010، ص 88.

(2) فانت سعيد يا مفلح، اساسيات نظم استرجاع المعلومات الإلكترونية، مكتبة الملك فهد الإلكترونية، الرياض، 2006، ص 255

(3) وحيد قدورة، الاتصال العلمي والوصول الحر الى المعلومات العلمية، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، تونس، 2006، ص 129.

5- النماذج الالكترونية:

هي نماذج الكترونية تفاعلية تتاح عبر الانترنت تسمح بإدخال البيانات بشكل تفصيلي من قبل طرف (المواطن مثلا) ومن ثم ارسالها الى الطرف الثاني (المؤسسة مثلا) لتدخل في نظام ما يقوم بمعالجتها الكترونيا، فيمكن تطبيق مفهوم النماذج الالكترونية على العمليات النمطية بين جهات الادارات سواء كان ذلك على شكل نماذج مطبوعة تقرا أليا او ملفات الكترونية ترسل بشكل امن و تقرا أليا⁽¹⁾

6- محركات البحث :

في الوقت الحالي اصبحت محركات البحث أكثر الادوات البحثية استخداما على شبكة الانترنت لأغراض استرجاع المعلومات، فهي عبارة عن "برمجيات مصممة لتزويد مستخدمي الانترنت بقائمة من مواقع الويب التي تتوافق واستفساراتهم حول المواضيع البحثية"⁽²⁾، كما انها "أداة بحث لا تعتمد على البشر في تجميع المصادر ثم ترتيبها و تكثيفها، وإنما تقوم على مجموعة برامج الية تتولى هذه المهام."⁽³⁾

وتعد محركات البحث من نماذج نظم الاسترجاع الحرة التي تعتمد على الكلمات المفتاحية للدلالة على موضوع البحث، كما يمكن لها ان تشمل جميع النصوص والخدمات التي يحتويها الموقع مما يوسع نطاق البحث و يزيد من كفاءة الاسترجاع.⁽⁴⁾

ويتكون محرك البحث من ثلاثة اجزاء رئيسية هي:⁽⁵⁾

أ- برنامج العنكبوت: spider progra وهو برنامج لا يجاد صفحات جديدة على الويب واصطيادها ثم إضافتها الى قاعدة بيانات محرك البحث، وتسمى هذه البرامج ايضا بالزواحف crauler وكذا الإنسان الآلي robot أو الديدان worms والتي تأخذ مؤشرات المواقع من عنوان الصفحة url وكذا الكلمات المفتاحين التي تضمها.

ب- برنامج المكشف: program index: ويمثل قاعدة بيانات ضخمة لوصف صفحات الويب بالاعتماد على المعلومات التي جاء بها برنامج العنكبوت وفق معيار الكلمات الأكثر تكرارا، وهذا ما يجعلها توفر الجودة في البحث الذي يسعى لتحقيقها كل باحث على الشبكة.

ج- برنامج محرك البحث: searchengine program: و يبدأ دوره عند كتابة الاستفسار في مربع البحث حيث يتم اخذ الكلمة المفتاحية والبحث عن صفحات الويب التي تحقق الاستعلام و الذي كونه برنامج المكشف في قاعدة البيانات، ثم يعرض نتيجة البحث في نافذة مستعرض محرك البحث browser windour، فجعل محركات البحث

⁽¹⁾ احمد محمد الحسن العوض، مرجع سبق ذكره ص 89.

⁽²⁾فايزة احمد دسوقي، سياسات الخصوصية في محركات البحث، مجلة دراسات المعلومات، العدد 05، مصر، 2009، ص 50.

⁽³⁾ ناريمان اسماعيل مثولي، الانترنت و الاطر البحثية في استرجاع المعلومات، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، العدد 21، مصر، 2004، ص 65.

⁽⁴⁾فايزة احمد دسوقي، مرجع سبق ذكره ص 52

⁽⁵⁾تشيرلغولد، ترجمة عبد المجيد بوعزة، البحث الذكي في شبكة الانترنت، مكتبة الملك فهد الوظيفية، الرياض، 2001، ص 84.

تعمل بهذه الطريقة لكن الفرق يكمن في قدرة برامج العناكب و قوة التشفيف و كذا حجم قاعدة البيانات و طريقة عرض النتائج، الشيء الذي يصنع المفارقة بين بحث و اخر. (1)

7- **واجهات المستخدم التفاعلية و تصميم الموقع:** يلعب تصميم الموقع وواجهة الاستخدام دورا كبيرا في نجاح الموقع حيث تساعد المستخدم في الوصول المباشر والسريع للخدمات. (2)

تعتمد عملية ارسال أي رسالة و ايصالها عبر واجهة شاشة الكترونية على ما يسمى بتصميم الشاشة و وقد تكون شاشة الحاسوب او هاتف نقال او ما شابه، فواجهة المستخدم الناجحة تجمع بين قابلية الاستخدام و التفاعلية بالإضافة إلى الجمالية لتحقيق نتيجة ناجحة بناء على متطلبات و توقعات المستخدم حيث لا يعني التفاعل بين تصميم الموقع الالكتروني و المستخدم كيف يبدو الموقع فقط و انما كيف يعمل ايضا مع ضمان عرض الشكل النهائي بشكل بسيط وفعال و بالا تعقيدات.

ولكي ترقى واجهة الموقع الى الحاجة او الغاية من تصميمها تجذب المستخدمين المستهدفين بحيث توفر و تعرض اهم الخدمات و المعلومات بأفضل و اسهل الطرق و اكثرها جاذبية و توظيف المعالجات التصميمية فيها بشكل يحقق قابلية الاستخدام و توفر تجربة للمستخدم بكفاءة عالية تنال رضاه، وكان لهذا الزخم و التضخم المعلوماتي والتصميمي في مجال تصميم واجهة الموقع دور كبير في وضع اسس و قواعد جديدة لتصميم واجهة المستخدم للمواقع الالكترونية وللتطبيقات التي تظهر من خلال الشاشة الرقمية، ولا تزال هذه الاتجاهات تسير نحو التطور والنمو. (3)

المطلب الثالث: تشخيص الخدمات الالكترونية:

الفرع الاول : انواع الخدمات الالكترونية:

اولا: الخدمات الالكترونية الحديثة:

وهي خدمات ظهرت نتيجة للتطور التقني و تطور الاتصالات ويمكن تناولها فيما يلي:

أ- خدمة موقع المؤسسة:

تعتبر المواقع الالكترونية من بين الوسائل ذات الاستخدام الواسع في حياة اليوم، فهي تتميز بقدرتها على الاتصال بكافة شرائح المجتمع اينما كانوا هذا ما جعلها تنصدر كل وسائل الاتصال الجماهيرية، فالموقع قد يجوي على مجموعة من الصفحات المترابطة مع بعضها البعض ومن ضمنها صفحة رئيسية تشكل واجهة الموقع و تربط المواقع ببعضها بروابط الكترونية **links** وتعتمد على لغات خاصة بالانترنت. (4)

(1) متولي النقيب، مهارات البحث عن المعلومات واعداد البحوث في البيئة الرسمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008، ص 270.

(2) احمد محمد الحسن العوض، مرجع سبق ذكره، ص 90.

(3) نعى صلاح السيد البسيوني، واجهة المستخدم للموقع الالكتروني المتجاوب بين التصميم المسطح و التصميم المادي، مجلة العمارة و الفنون، العدد

12، الجمعية العربية للحضارة و الفنون الاسلامية، مصر 2018 ص 671.

(4) امل محمد فوزي منصر، مجالات استخدام الشبكة المعلوماتية الانترنت في الأنشطة الاتصالية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة القاهرة، 2003

، ص 111.

حيث تعتمد الإدارة في عرض مختلف خدماتها للجمهور على المواقع الالكترونية كحد فاصل بين مدى توافر الشبكات الالكترونية وعناصر ربطها بشبكات الأنترنت، ويحتوي الموقع على بيانات محملة من خلاله عن المؤسسة و العاملين و الاهداف وكذا خدماتها و انشطتها العلمية و الثقافية و الاجتماعية بصورة مفصلة اضافة الى سبل الاتصال بين الإدارة والعملاء.

ويتضح مما سبق ان هذه الخدمة تعد خدمة رئيسية باعتبارها حاضنة لبقية الخدمات المقدمة من خلال المؤسسة على الشبكة .⁽¹⁾

ب- خدمة النقاش الالكتروني:

كان للتواجد القوي للأنترنت دور بارز في ظهور مجتمعات تفاعلية واجتماعية جديدة، لم يشهد التاريخ لها مثيلا من قبل، فقد امكن للخدمة الانترنيت بقدراتها غير التزامنية الوصول الى المجتمعات متفرقة ومنعزلة، وان تصبح اداة قوية للتبادل الفكري و الحضاري عالي الكثافة والمشاركة ، تتعدى الحدود الوطنية ومن هنا فقط اتاحت هذه البيئة فرصة جديدة لنشأة جماعات للنقاش الالكتروني و جماعات للاهتمام المشترك في موضوعات محددة ومتنوعة، وقد اثبتت الدراسات ان نتائج التفاعلات بين هذه الجماعات لا تكون في الغالب نحو الاحسن فقط بل ان هذه البيئة الافتراضية تصبح مهمة جدا عندما يندرج وجود النقاش المنهجي البناء الهادف الى تحقيق التفاهم المشترك. ومن هنا فقد نشأت هذه الخدمة و اتاحتها بعض المؤسسات من خلال مواقعها على الشبكة.⁽²⁾

د- خدمة البحث على الخط المباشر:

تعرف هذه الخدمة بانها نظام لاسترجاع المعلومات بشكل فوري باستخدام الحاسب والمحولات، اضافة للبرمجيات الجاهزة التي تزود العملاء بإجراءات تخزين واسترجاع قواعد البيانات المقروءة أليا، و هناك كثير من الفوائد التي يمكن حينها من وراء هذه الخدمة مثل الاحالة لمصادر المعلومات و الحصول على مختلف و الاجابة على الاستفسارات و تسهيل تبادل الوثائق و الخدمات.⁽³⁾

ر- خدمة البريد الالكتروني:

يعد البريد الالكتروني الخدمة الاكثر استخداما و شيوعا على شبكة الانترنيت، اذ يوفر امكانياتها تبادل، ارسال، استقبال الرسائل ويستمد تعريفه من تعريف الوسائل الالكترونية وهي تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال اجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية او الصوتية او المرئية وتقدم هذه الخدمة مجانا من قبل غالبية محركات البحث على الشبكة.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ يونس عمر محمد، الجرائم الناشئة عن استخدام الانترنيت، دار النهضة العربية ، مصر، 2004، ص 13.

⁽²⁾ موسى سعد وحيد، ادارة الجودة الشاملة في المكتبات، دراسة تطبيقية في بعض المكتبات المصرية، مطبوعات الملك ، مكتبة فهد الوطنية، ط1، الرياض، 2009 ص 117.

⁽³⁾ المرجع نفسه، ص 118.

⁽⁴⁾ صلاح عبد الحميد ، الاعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، ص 95.

- ولكل خدمة مميزات تجعله يتميز عن غيره وخاصة اشتداد التنافس في مجال تطوير الخدمات و الوسائل فمن بين المميزات التي يتميز بها البريد الإلكتروني عن غيره من الخدمات ما يلي:
- اقتصادي يمكن استخدامه فترة اطول بدلا من الاتصالات الهاتفية.
 - لا يمكن لغير صاحب الصندوق فتحه ومعرفة محتوياته.
 - يمكن ارسال رسالة الى عدد كبير في وقت واحد وبتكلفة اقل.
 - امكانية ارسال الرسائل وان كان المستقبل غير موجود اثناء ارسالها.
 - يمكن قراءة رسائل البريد الإلكتروني في الوقت المناسب لان صندوقا يحتفظ بها.⁽¹⁾

ثانيا: الخدمات الإلكترونية المطورة :

وهي خدمات تم تطويرها عن خدمات تقليدية كانت موجودة من قبل ، ويمكن تناولها فيما يلي :

أ- خدمة الأرشيف الإلكتروني :

ظهرت هذه الخدمة نتيجة ظهور الانترنت وتفجر المعرفة ، وكان ظهورها مرتبطا بسرعة الانقراض و الزوال الخاص بالوثائق خلال الإلكترونية المحملة على الانترنت فقد تتواجد الوثائق خلال مدة معينة ، ولكنها سرعات تتلاشى عندما تفقد المؤسسة المضيغة للبقاء أو عندما يترك مقدمو الخدمة مؤسساتهم ، أو عند غياب الحماس في جعل الوثائق القديمة متاحة

ومن فقد كان من الأهمية إنشاء الأرشيفات الإلكترونية التي تقوم بمسؤوليتها في هذا الإطار .

ب - خدمة الملاح الإلكترونية:

تتوافر هذه الخدمة في القليل من المؤسسات حول العالم ، وهي أقرب ما تكون إلى خدمات الرد على الاستفسارات بنماذجها المختلفة إلا أن هذه الخدمة تعتمد على الفورية في الرد و التفاعلية مع العميل ، ويتم هذا من خلال الولوج إلى موقع المؤسسة على الشبكة الدولية ، والتعامل مع الصندوق الحواري الذي يتطلب من العميل التعريف بنفسه إضافة إلى رقم هويته تم طرح السؤال من خلال غرفة المحادثة المخصصة لذلك على موقع المؤسسة.⁽²⁾

ج- خدمة التسويق الإلكتروني :

حيث تطلق بعض المؤسسات على هذه الخدمة أيضا الإعلام الإلكتروني، وهي مجموعة من الأساليب و الأنشطة التي تخططها المؤسسة لاجتذاب عملاء جدد و الحفاظ على العملاء الحاليين ، وتهدف إلى التعريف بسياسة المؤسسة و أنشطتها المختلفة ، حيث أصبح التسويق الإلكتروني أحد ضروريات الحياة في مجتمعنا اليوم كون مئات المستخدمين يتصلون بشبكة الأنترنت يوميا من جميع أنحاء العالم .

⁽¹⁾ عبد الرزاق محمد الدليمي ، الاعلام الجديد و الصحافة الإلكترونية، دار وائل ، الاردن، 2011، ص72.

⁽²⁾ موسى سعد وحيد، مرجع سبق ذكره، ص 120.

يعمل التسويق الإلكتروني أيضا ترويج و عرض الخدمات والمنتجات وفقا لحاجات العملاء ،ولهذا أصبح هذا الأخير ضرورة من ضرورة من ضروريات نجاح المنظمات الحديثة ، وصار من الأرجح تضمين هذا النمط التسويقي في أنشطتها⁽¹⁾

د- خدمة الدفع الإلكتروني :

إن اتساع نطاق التكنولوجيات الحديثة سمح بخلق خدمة الدفع الإلكتروني التي تتماشى مع خصوصية الخدمات الإلكترونية و مقتضيات السرعة فيها لتسهيل معاملات الخدمة، حيث اتجهت خدمة الدفع الإلكتروني على أنه مجموعة من الوسائل و التقنيات الإلكترونية التي تسمح بتحويل الأموال بشكل مستمر وآمن بصفة تلقي العلاقة المباشرة بين المدين و الدائن.⁽²⁾

وعليه فخدمة الدفع الإلكتروني ظهرت كنتيجة حتمية للتطورات التقنية في مجالات الحاسب الآلي وثورة المعلومات خليفة لخدمة الدفع التقليدية، التي لمتعد فعالة في عصر يتطلب السرعة في معالجة المعاملات و الصفقات، حيث تتجلى أهمية خدمة الدفع الإلكتروني في كونها وسائل دفع ملائمة للتطور التكنولوجي و العلمي، فهي تعمل على إتمام الصفقات و المعاملات بشكل سريع مما يجعل الفرد المتعامل بها يربح الوقت وكذا الجهد إلى جانب انخفاض التكلفة، حيث تعددت وسائل الدفع الإلكتروني و إتخذت أشكالا تتلاءم وطبيعة المعاملات عبر شبكة الإنترنت التي كانت أولها ظهورا البطاقة البنكية التي تطورت إلى بطاقة ذات خلية إلكترونية و بطاقات الائتمان إلى بطاقات الخصم وكذا البطاقات الذكية و الصرف البنكي.⁽³⁾

ه- خدمة التوقيع الإلكتروني :

يعرف التوقيع الإلكتروني بأنه ذلك التوقيع الناتج عن إتباع إجراءات محددة ، تؤدي في النهاية إلى نتيجة معروفة مقدما ، يكون مجموع هذه الإجراءات هو البديل الحديث للتوقيع بمفهومه التقليدي أو ما يسميه البعض توقيع إلكتروني أو إلكتروني .

فالمخطوات و الإجراءات التقليدية التي كانت يتم فيها التوقيع بصورة تقليدية رحل ، وحلّ محله مجموعة من الإجراءات يعبر عنها اختصارا بالكود - رمز أو شفرة .

كما عرّف التوقيع الإلكتروني في مشروع قانون التجارة الإلكترونية المصري بأنه "حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات لها طابع منفرد تسمح بتحديد شخص صاحب التوقيع وتمييزه عن غيره" .

فالتوقيع التقليدي أثار قلق العديد من الناس ولهذا تم لجوء البعض من المؤسسات إلى تكنولوجيا التوقيع الإلكتروني حتى يتم رفع مستوى الأمن و الخصوصية بالنسبة للمتعاملين على شبكة الأنترنت، حيث أنه وينقل هذه التكنولوجيا يمكن الحفاظ على سرية المعلومات وكذا تحديد هوية المرسل و المستقبل إلكترونيا ، و التأكد من مصداقية

(1) من الموقع الإلكتروني www.Scribd.com ، بتاريخ الإطلاع 13-03-2019 ، 17، 26.

(2) محمد أمين الرومي ، التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت ، المطبوعات الجامعية ، مصر 2004 ، ص 127.

(3) ناظم عبد العزيز شافي ، المصارف والنقود الإلكترونية ، المؤسسة الحديثة للكتاب ، ط1، عمان ، 2007 ، ص 150

الأشخاص و المعلومات و أنها نفس المعلومات الأصلية ، وأنه لم يتم العبث بها من قبل الأشخاص المحترفين أو الهواة في اختراق الشبكات. (1)

ولكي يؤدي التوقيع الإلكتروني وظيفته لابد أن يتوافر على مجموعة من الشروط التقنية اللازمة لضمان الثقة في الوثيقة المعلوماتية كي نتمتع بالحجية القانونية حيث لابد من ارتباطه بالموقع وحده ، وأن يتمكن من تحديد هويته ، وأن ينشأ بوسائل يمكن الموقع من إبقائه تحت سيطرته ، بالإضافة إلى ارتباطه بالوثيقة بالشكل الذي يمكن منا اكتشاف أية تعديلات تطرأ عليها ، كما أن للتوقيع الإلكتروني أشكال عديدة يمكن استخدامها للتوقيع على الوثيقة المعلوماتية من بينها نجد التوقيع البيومتري ، التوقيع بالقلم الإلكتروني ، التوقيع بالرقم السري ، التوقيع الرقمي. (2)

الفرع الثاني : أسباب نجاح الخدمات الالكترونية:

ان نجاح الكثير من الشركات حول العالم في مضمار الخدمات الالكترونية عائد الى سبب واحد ووحيد وهو ان هذه المؤسسات تصغي الى العميل، ففي الواقع نجد ان تلك المؤسسات التي حققت نجاحات كبيرة في مجال تسويق الخدمات الالكترونية ليست فقط موجهة بالعميل، وانما هي ايضا مسيرة من قبله من حيث انها تصغي له وتتابع احتياجاته و رغباته الحقيقية وتفصل خدماتها وفقا لمقاساته، وتحاول جاهدة اشباع رغباته وضمان اعلى مستويات رضاه، ويمكن القول بالتأكيد وبكل ثقة بان المنظمات الناجحة تفهم الحاجات الاساسية للعميل و سيكولوجيته وتطبق هذا الفهم في كل مرحلة من مراحل نموها، وفي الواقع ان فكرة الاصغاء للعميل و تلبية احتياجاته ليست بالجديدة اطلاقا، فهي جوهر المنظمة التسويقية الاحترافية المنضبطة، الا ان التحدي الذي يواجه الخدمة الالكترونية اكبر لان هذا النوع من العمل يعتبر ابتكاريا وابداعيا و متجددا على الدوام. (3)

وينبغي التأكيد دائما على ان الخدمات الالكترونية ستبقى ابتكارية لسنوات قادمة لان التقنيات التي تسند الى هذه الخدمات تتسم بالتجدد والنشوء الدائمين حيث قد نرى في المستقبل القريب تطورات نوعية في مجالات مثل امن البيانات و الفيديو المتدفق و الموجة العرضية و سيكون بإمكان العملاء الاستغناء عن دفاتر شيكاتهم وبطاقات الائتمان و اجراء تعاملاتهم من خلال اجهزة محمولة. (4)

الفرع الثالث: صور عن نجاح الخدمات الالكترونية عبر العالم:

مما لا شك فيه ان الخدمات الالكترونية التي تحقق رضا العميل وتبهجه صارت حقيقة واقعة، فمن خلال الوب و الشبكات الاخرى صار بإمكان العميل الحصول على مبتغاه بسهولة و سرعة متناهي وبتكاليف اقل مقارنة بما يحصل

(1) طلال بن عبد الله حسين الشريف، الحكومة الإلكترونية ثورة القرن الحادي و العشرين في تطوير الإدارة العامة تجربة المملكة العربية السعودية ،

المؤسسة العربية للإستثمارات العلمية وتنمية الموارد البشرية ، القاهرة ، 2010 ، ص 112-114

(2) عدنان برنو ، قانون التوقيع الإلكتروني ، مجلة المعلوماتية، العدد 5، 2006، من الموقع الإلكتروني news.Syhttp // infmag ، تاريخ الإطلاع 03-03-2019 ، 14:20.

(3) بشير العلاق، التسويق الإلكتروني ، دار البازوري العلمية للنشر و التوزيع، الاردن ، 2010 ، ص 121-122.

(4) محمد احمد سمير ، مرجع سبق ذكره، ص 117.

عليه من البيئة المادية الملموسة، وتشير الابحاث و الدراسات الحديثة الى حصول تطور كبير في اساليب تقديم الخدمات الالكترونية وتسويقها وما النجاحات التي تحققت في هذا المجال الا الدليل و البرهان الواضح على تنامي وازدهار صناعة الخدمات الالكترونية، ومن ابرز هذه النجاحات نذكر الاتي على سبيل المثال⁽¹⁾.

1- صارت شركات بطاقات الائتمان تتيح المجال لعملاءها بالتقدم لطلب قروض على الخط الفوري المباشر (online) بالإضافة إلى قيام هذه الشركات بإدارة حسابات العملاء على الخط، كما بدأت المصارف حول العالم بتقديم العديد من خدماتها المصرفية الكترونياً باستخدام الصراف الآلي (atm) و الانترنت و الشبكات الاخرى حتى ان المصارف تسوي حساباتها، خصوصاً أعمال المقاصة عبر الوسائل الالكترونية تحديداً.

2- تشهد صناعة السفر تحولات جوهرية في أساليب و طرائق إدارة نشاطاتها والتعامل مع عملائها حيث أصبحت المواقع الشبكية لشركات ووكالات السفر تنشر عبر الويب، وتحوّل العديد من النشاطات إلى العالم الافتراضي بعد أن بقي لسنوات طويلة حبيس البيئة المادية وبالإضافة إلى الأعداد الهائلة من المواقع الشبكية مثل (expediacam) و (travelocity) وبدأت شركات الطيران والسلاسل الفندقية تستخدم نظم جوازات تابعة لها وهي نظم تتفاعل مع العملاء، على الخط الفوري المباشر بكفاءة و فعالية عاليتين.

3- تتسابق المصارف اليوم لتحقيق نجاحات باهرة في مضمار تحويل عملائها من مضمار الصرفة التقليدية إلى فضاءات الصرفة الإلكترونية الفعالة وقد نجح بعض الصراف مثل (ex tarde bans) بأداء أعماله الإلكترونية دون الحاجة لوجود فروع له، وصارت بعض المصارف التي تقدم خدمات تجارية مثل (bankafamerica) و (wellsfargo) يقدم أيضاً خدمات موسعة للأعمال تتراوح بين التسويق على الخط الفوري المباشر إلى إدارة قوائم مرتبات العاملين.

4- صار بعض مزودي خدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية يتيح المجال للعملاء للحصول على خدمات على الخط مباشرة وفي الوقت الحقيقي و الوصول إلى المعلومات حول حساباتهم.

5- تتولى شركة (lendingtree) مهام تزويد العملاء الباحثين عن تشكيلة معينة من خدمات القروض مثل الرهانات وقروض الإسكان وقروض شراء السيارات، بمعلومات وافية على الخط الفوري و تدبير نشاطات القروض هذه بنفسها بعد ان تمكنت من ابرام عقود شراكة مع مؤسسات مالية مرموقة، علاوة على ذلك توفر هذه الشركة منصة تكنولوجيا (exlend) تتيح من خلالها للمؤسسات المالية توفير ما لديها من خدمات بأسمائها و بالخص خدمات التسليف.

6- حتى المستشفيات صارت تستخدم شبكات الانترنت والاكسترنات لأغراض الاستشارات الطبية واجراء العمليات الجراحية عن بعد وعقد المؤتمرات بالفيديو.

7- وكذا الحال بالنسبة لعدد من جامعات العالم التي نجحت في استخدام القوة التمنية لشبكات الاتصالات والمعلومات، لتقديم برامج تعليمية عن بعد حيث بدأ التعليم الالكتروني يأخذ ماديته الواسعة ليصبح مكملًا و احيانًا بديلاً عن التعليم التقليدي

(1) بشير العلق، مرجع سبق ذكره، ص 119-120

المطلب الرابع: الخدمات الإلكترونية المتطلبات ، المجالات ، ومعوقات تطبيقها :

الفرع الأول:متطلبات توفير الخدمة الإلكترونية:

تشكل عملية التوجه بالزبون وتخفيف أعلى مستويات الرضا لديه من خلال تزويده بخدمات ذات قيمة مضافة عالية وذات نوعية عالية الجودة ، و تأسيسا على ما تقدم ، وبغية توفير خدمة إلكترونية راقية للزبائن أو المندفعين ينبغي لمزودي الخدمات إبلاء المسائل الآتية جل اهتمامهم .⁽¹⁾

1- وصف الخدمة الإلكترونية : يجب وصف الخدمة الإلكترونية وتطبيقاتها حتى استخدامها ، بحيث تكون مرئية للزبون أي واضحة و دقيقة و ملموسة قدر المستطاع وهذا لا يتحقق إلا من خلال تقديم وصف دقيق وشامل للخدمة الإلكترونية حتى يكون الزبون قادرا على فهمها و استيعابها .

2- الإعلان عن الخدمة الإلكترونية : يستطيع مزودو الخدمة الإعلان عن خدماتهم و التعريف بأدق مواصفات كل خدمة معروضة لتمكين المنتفعين من اكتشافها و الوصول إليها و الانتفاع بها .

3- اكتشاف الخدمة الإلكترونية وانتقاؤها: ينبغي لمزودي الخدمة تعريف المنتفعين بكيفية اكتشاف الخدمة الإلكترونية و انتقاؤها ، أو أية تركيبة مؤلفة من الخدمات الإلكترونية التي تلي احتياجاتهم بأفضل صورة ممكنة ، وهنا يلعب مزود الخدمة دور المسوق الخدمي البار الذي يعرف حاجات الزبون و رغباته ، ويعمل باتجاه إشباعها و تحقيق أعلى مستويات الرضا لديه .

4- تركيبة الخدمة الإلكترونية : تعني تركيبة الخدمة الإلكترونية كيفية دمج الخدمات الإلكترونية (التي ربما تعرضها شركات مختلفة) لتكوين خدمات ذات قيمة مضافة موثوق بها ، وتحديد المهارات و النماذج و اللغات القادرة على تحقيق تكامل خدمي صغري ، وأتمته عمليات العمال عبر التنظيم أيضا .

5- تقديم الخدمة الإلكترونية : تعد عملية تقديم الخدمة الإلكترونية وتسليمها من عناصر تحقيق الميزة التنافسية و الأساس الذي يعتمد عليه في مجال القيمة المضافة ، حيث تشمل التعريف بكيفية تقديم الخدمة الإلكترونية لمنشآت الأعمال و العملاء الأفراد ، والأهم من ذلك الكفاءة والسرعة و الاعتمادية في تسليم الخدمة في الوقت بما يفوق توقعات العملاء (الزبائن)، وهنا تتحقق حالة الرضا المنشود لدى هؤلاء المنتفعين من الخدمة الإلكترونية اللاتقة و السريعة و الموثوق بها والتي تعمل بالإضافة إلى كل ذلك قيما مضافة أخرى .

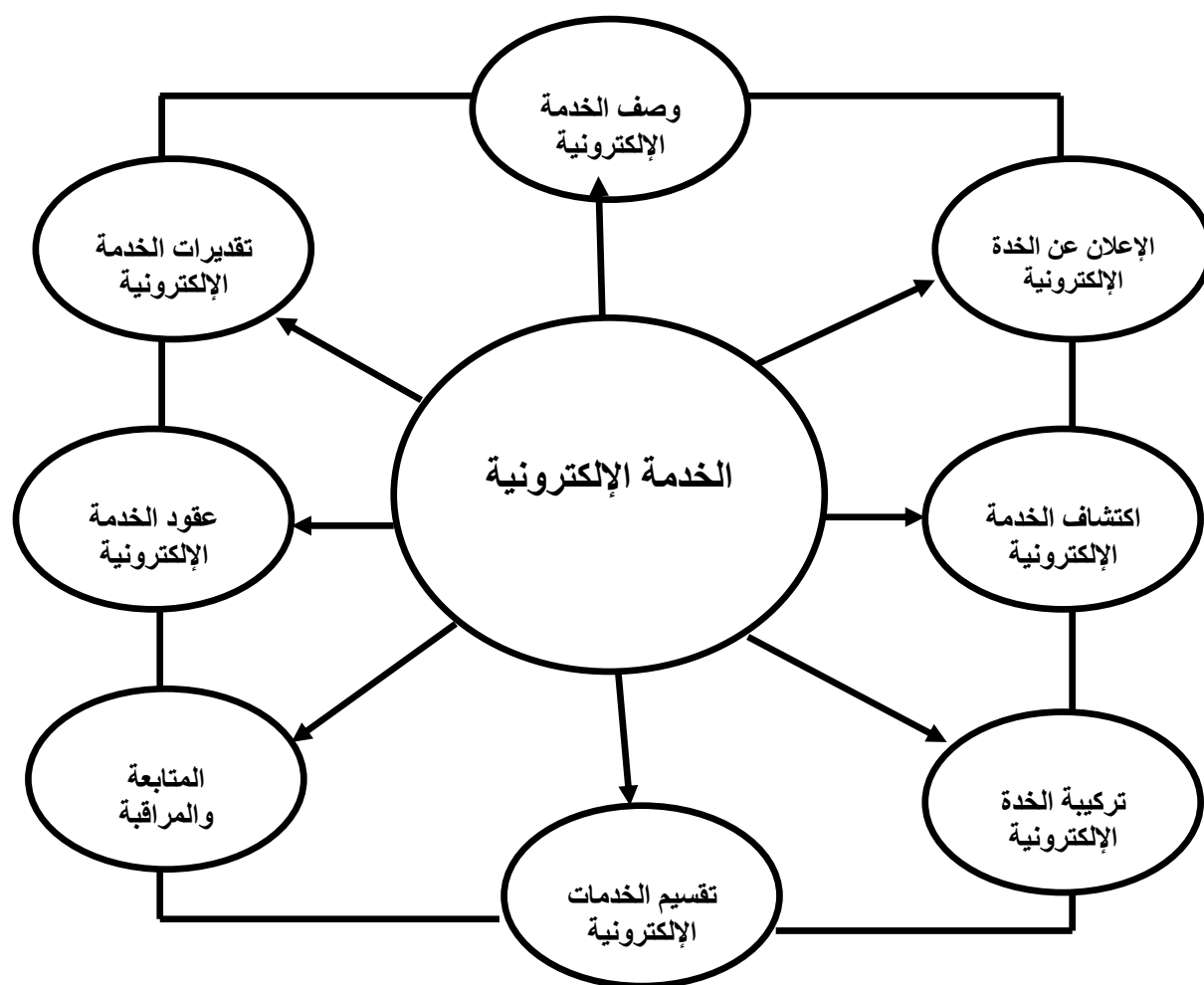
6- المتابعة و المراقبة و التحليل : تعني المراقبة و المتابعة و التحليل للخدمة الإلكترونية كيفية المتابعة و المراقبة لعمليات تنفيذ الخدمات الإلكترونية ، وكذلك كيفية متابعة عملية تحليل البيانات المتعلقة بجميع جوانبها بهدف تحسين كفاءة الخدمة وجودتها فمع تنامي أعداد حالات تعقد الخدمات الإلكترونية وتنوعها تزداد الحاجة إلى استخدام أساليب إدارية نوعية من شأنها العمل على توفير الخدمات الإلكترونية في الزمان و المكان المحددين مع التركيز بشكل أساسي على ضمان مستويات جودة الخدمة العليا .

(¹)بشير عباس العلق ،الإدارة الرقمية المجالات و التطبيقات ،مركز الإمارات للدراسات و البحوث الإستراتيجية ، ط1،دولة الإمارات العربية المتحدة ،2005،ص175-177.

7- عقود الخدمة الإلكترونية : ونعني بها كيفية الإنفاق وأداء العقود القانونية بين مزودي الخدمة و الزبائن بشكل إلكتروني ، فالخدمات الإلكترونية ينبغي أن تحكمها عقود قانونية خاصة لتجنب المنازعات التجارية في المستقبل.

8- تقديرات الخدمة الإلكترونية: وتعني التقديرات كيفية التثبت من حقوق المطالبة بالخدمة وعنصر الجودة لدى مختلف مزودي الخدمات

الشكل رقم-(04)-يوضح المتطلبات الأساسية لتوفير الخدمة الالكترونية



المصدر : من اعداد مجموعة البحث

الفرع الثاني: مجالات تطبيق الخدمة الالكترونية:

بالنظر لأهمية قطاع الخدمات الالكترونية في مضمار الاقتصاد ودوره المشهور في دعم هذا الاقتصاد وتفعيله، فقد وجدنا من الضروري التركيز على بعض تطبيقات الخدمة الالكترونية، حيث قررنا اختيار الحكومة الالكترونية والتعليم الالكتروني كتطبيقين شاخصين مهمين في هذا السياق، حيث سنقوم بتسليط الضوء عليهما تباعا.

اولا: تطبيق الخدمة الالكترونية في الحكومة الالكترونية:

اعتمدت الحكومة الالكترونية على التكنولوجيا بالدرجة الاولى في معاملاتها و تعاملاتها وخاصة تطبيقات الانترنت المبنية على شبكات المواقع الالكترونية لدعم وتعزيز الحصول على المعلومات الحكومية وتوصيلها، وخدمة المواطنين وقطاع الاعمال والموظفين والدوائر الحكومية الاخرى بشفافية عالية وبكفاءة فعالة وبعادلة، كما تم تطبيق الخدمات الالكترونية في الحكومة من خلال توصيل الخدمات العامة المتكاملة للمواطنين والمنظمات الكترونيا على الخط الفوري المباشر⁽¹⁾

حيث توجد ثلاث مناظير للحكومة الالكترونية، وهذه المناظير تزودنا بفهم ادق واشمل لرسالتها واهدافها ومن هذه المناظير مايلي:⁽²⁾

1 منظور المواطن: والذي يتعلق بما يريده المواطن من الحكومة، حيث يرغب بان يحصل بشكل فوري على الخدمات العامة و على مدار الساعة ولسبعة ايام في الاسبوع، كما يريد المواطن ايضا ان يكون قادرا على الوصول الى الخدمات من مسكنه او مكتبه ومصنعه ومن أي مكان جغرافي وبالتأكيد لا يريد ان يشعر بوجود أي قيود تمنعه من الوصول الى الخدمات من خلال جميع انواع التقنيات مثل الحاسوب الشخصي، الهاتف النقال او الاجهزة اللاسلكية بأنواعها ومسمياتها المختلفة.

ولكي تقوم الحكومة من تقديم خدمات خاصة تنسجم تماما مع حاجات المواطنين ينبغي عليها ان تكون موجهة بالمواطن وتجمع اكبر قدر من المعلومات حوله وان تؤسس لنفسها قواعد بيانات عنهم، فيمكن للحكومة استخدام الويب لتكوين واجهة واحدة لعموم المواطنين تغنيهم عن تعقيدات ومعوقات وصعوبات التعامل مع نظام حكومي غاية في التعقيد و التشابك.

2-منظور الاعمال: فانه عندما ما تقوم الحكومة بتكوين كفاءات جديدة فإنها تساهم ايضا في تحسين مناخ العمل كتقليص الروتين، وتنسيق العمليات الاجرائية والتنظيمية ومساعدة منظمات الاعمال على ان تصبح في موقع تنافسي او افضل، فبدلا من التوجه شخصا الى دائرة حكومية يستطيع المقاول او المتعهد الحصول على تراخيص بناء او جدولة فحوصات عبر الأنترنت وفي ذلك توفير للوقت والجهد، تنتفع به الحكومة و المقاول معا، حيث تستطيع الحكومات خلق مناخ اعمال افضل من خلال استحداث بنية تحتية راسخة وجعلها في متناول المنظمات من حيث سهولة وسرعة الوصول اليها على الخط الفوري المباشر.

(1) بشير العلق ، مرجع سبق ذكره، ص 122.

(2) المرجع نفسه ص 123-127.

3- منظور الحكومة: باستطاعة الحكومات تغيير ادراكات المواطنين حول سوء جودة خدماتها العامة، بإعادة بناء العلاقة مع المواطنين يستدعي قيام الحكومة بتوفير خدمات بطرق عامة واساليب مختلفة تماما دون انتظار ممل وفوضى عارمة وشكاوي لا تنتهي ومزاجيات لا تعرف الانصاف او العدالة ، فالحكومة الموجهة بالمواطن والتي تركز على ايجاد الحلول لمشاكله تلقى اليوم احتراما وتقديرا عاليين من جماهير المواطنين في شتى بقاع العالم التي اختارت مبادرات الحكومة الالكترونية كأساس لخدمة شعوبها.

ثانيا: تطبيق الخدمة الالكترونية في التعليم الالكتروني:

نقصد بالتعليم الالكتروني احد الوسائل التعليمية التي تعتمد على تقنيات الاتصالات الالكترونية وتقنيات الخدمة الذاتية لإتاحة المعرفة للذين ينتشرون خارج قاعات الدراسة.

فمن الخطأ الجسيم الاعتقاد بان التعليم الالكتروني يعني مجرد تحويل الكتب والمقالات والمحاضرات التقليدية من العالم الواقعي الى العالم الافتراضي من خلال تقنيات الاتصالات الرقمية، فالجهود الحالية الرامية الى توسيع نطاق التعليم عبر الوقت والقضاء من خلال الالكترونيات والشبكات لا تمثل ثورة في التعليم، وانما هي عبارة عن محاولة لجني ثمار التكنولوجيا لتوفير فرص التعليم لأكثر عدد ممكن من الراغبين و غير الراغبين في التعلم، وهذه المرحلة الاخيرة من مراحل التعليم عن بعد يشار اليها بالجيل الخامس من التعليم، فمن المؤكد أن التعليم الالكتروني يتلاءم و ينسجم بشكل اكبر مع الظروف و الحالات التي تتطلب الفهم و الاستيعاب وليس الحفظ عن ظهر قلب حيث يستغرق التعليم الحقيقي وقتا ويتطلب جهدا وممارسة، ولهذا وجب ان تتوفر للطالب فرص كثيرة للممارسة و تطبيق ما تعلمه في كل مرحلة من مراحل التعلم .⁽¹⁾

الفرع الثالث : معوقات تطبيق الخدمات الالكترونية:

كما هو الحال في شتى نواحي الحياة هنالك دائما عوائق تواجه كل عمل جيد وهو ما ينطبق ايضا على الخدمة الالكترونية التي لا تخلو هي الاخرى من جملة من المعوقات التي تعيق تطبيقها نذكر منها ما يلي:

- يشترط في الخدمات الالكترونية ضرورة توفر بيئة تقنية متطورة في المجتمعات المستخدمة مما قد لا يكون متوافرا او كافيا.
- قد تكون تقنيات الخدمة الالكترونية صعبة لدى الكثير من مستخدمي هذه الخدمات مما قد يتطلب الخبرة و المهارة والتأهيل.
- حرمان كل من لا يملك قنوات التواصل الالكتروني من الوصول الى المواد المنشورة الكترونيا.
- امكانية الدخول الى الشبكات واستعراض المواد الالكترونية يرتبط بتوفير امكانيات اضافية مثل توفير الاتصالات و الاجهزة و الكهرباء، مما يعني تأثر الخدمات الالكترونية بضعف أي من هذه الامكانيات.
- وجود حدود تقنية و حواجز تمنع الاستفادة الكاملة من المادة الالكترونية

(1) المرجع نفسه، ص 130.

- لا يستطيع احد ان يؤكد ان الحفظ و التخزين الالكتروني هو الافضل في ظل كثرة الطلب على التوصيل بالشبكة و التي تعجز عن تحقيقه جميع الامكانيات المتاحة .
- عدم القدرة على التمييز بين المعلومات الالكترونية الاصلية من المسروقة خلال وضعها على الشبكة⁽¹⁾
- إضافة إلى كل هذا، فبدأت أيضا مخاطر الخصوصية والأمن تظهر بمثابة مخاوف وحالات قلق في عصر الخدمة الالكترونية، وما لم يتم معالجتها بشكل صحيح فإنها ستمثل تهديدا خطيرا لإمكانية تطبيق الخدمة الالكترونية، اما من خلال اجراء تعامل او الاجابة عن اسئلة استبانة او من خلال الاخطار في الموقع الشبكي العائد للشركة قد يساء استخدامها من قبل المشرف، اما مخاطرة الامن فتشير الى ان طرف ثالثا قد يحصل على معلومات شخصية او مالية عن العميل دون معرفته وهو يقوم بإجراء تعامل على الخط .⁽²⁾
- ارتفاع اسعار الاجهزة و البرمجيات الحديثة المستخدمة في تطبيق شبكات و ارتفاع تكلفة الاتصالات.
- صعوبة اللحاق بالتطور المستمر لتقنية المعلومات.
- غموض المفهوم في الكثير من القيادات الادارية و العاملين و حتى المواطنين بجهل موضوع الخدمة الالكترونية.
- الامية الالكترونية لدى المواطنين بسبب عدم وجود وعي معلوماتي و حاسوبي.⁽³⁾

⁽¹⁾ حياة طرشي ، المكتبات وحب المؤلف في ظل البيئة الرقمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة المنتوري ، قسنطينة، 2012 ،ص33.

⁽²⁾ محمد سمير احمد ، التسويق الالكتروني ، مرجع سبق ذكره ، ص ، 103.

⁽³⁾ سعد غالب ياسين ، الادارة الالكترونية و افاق تطبيقها العربية ، مرجع سبق ذكره، ص 38.

المبحث الثالث: العلاقة التفاعلية بين الخدمات الإلكترونية و رضا الزبون بالإدارة

تسعى أي مؤسسة إنتاجية كانت أم خدمائية الى تحقيق رضا الزبون كونها وجدت أصلا لتلبية حاجياته و رغباته من خلال تقديمها للخدمات أي أن جوهر المؤسسة هو الزبون، حيث خصصنا هذا المبحث لتفصيل أهم المفاهيم الأساسية حول رضا الزبون ثم إدارة علاقة الزبون إلكترونيا، مروراً بأهم استراتيجيات إدارة علاقة الزبون إلكترونيا مع تبيان علاقة الإدارة بالزبون و دور الخدمة الإلكترونية في دعمها.

المطلب الأول: مفاهيم أساسية حول رضا الزبون

الفرع الأول: مفهوم الزبون

يعد الزبون أحد الأصول الملموسة المهمة للمؤسسة و أداة ضرورية لنجاح المؤسسات و ديمومة استمرارها على المدى الطويل و كحجز أساس في بناء ولاء الزبون للعلامة و المؤسسة معا. (1)

فكثيرا ما يقتصر فكرنا و فهمنا للزبون على أنه ذلك الشخص الذي يتقدم لشراء المنتجات من المؤسسة أو الحصول على خدماتها، و لكن في الحقيقة هو كل شخص تتعامل معه المؤسسة سواء من الداخل أو الخارج يعتبر زبونا و يعني ذلك أن الزبائن ينقسمون إلى فئتين أساسيتين هما:

أ- الزبائن الداخليون: و يمثلون النصف الآخر لمفهوم الزبون و هم أولئك الأفراد داخل المؤسسة و الذين يعتمدون عليها في أداء مهامهم و تتأثر جودة أدائهم لتلك المهام لمستوى خدمة المؤسسة لهم من ناحية أخرى فإن الفرد يمكن أن يكون زبونا داخليا لزميله في العمل أو في وحدة ادارته أخرى. (2)

ب- الزبائن الخارجيون: لقد عرفت جمعية التسويق الأمريكية الزبون على أنه مشتري المنتجات أو الخدمات الفعلي أو المتوقع.

فالزبون الخارجي هذا الذي يتعامل مع السلعة و الخدمة التي تنتجها المؤسسة و يتلقى المخرجات النهائية منها بحيث تتوفر لديه الرغبة و القدرة. (3)

الفرع الثاني: مفهوم رضا الزبون

يعد الزبون المحرك الأساسي للمؤسسة فهي تسعى دائما لإرضائه و الحصول على ولاءه لأن فهم حاجاته يزيد من قدرة المؤسسة للوصول إلى أفضل مستوى للنمو، حيث وضع الباحثون و الكتاب العديد من التعارف لرضا الزبون حيث

(1) سامي نياي محل، أثر استراتيجية الاستقرار في رضا العميل، مجلة تكريت للعلوم الإدارية و الاقتصادية، العدد 7، جامعة تكريت، العراق، 2007، ص 08.

(2) جمال الدين محمد المرسي، مصطفى محمود أبوبكر، دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2006، ص 14.

(3) محفوظ أحمد جودة، إدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن، 2014، ص 71.

عرفه كل من Anne Christine et Chanta بأنه "الحالة النفسية الناتجة عن عملية المقارنة بين نتائج التجربة مع معايير شخصية مختلفة."⁽¹⁾

كما عرف رضا الزبون بأنه "درجة إدراك الزبون مدى فعالية المؤسسة في تقديم الخدمات و المنتجات التي تلبي احتياجاته و رغباته."

كما أنه هناك مفهومين لرضا الزبون أحدهما يركز على التمييز بين جودة الخدمة و الأخر على الرضا القائم على تبادلات متراكمة، إذ يتحقق الأول من عمليات التبادل التي ستحدد في ضوء مستوى توقعات الزبون السابقة معالنتائج النهائي، أما المفهوم الثاني فيقوم على إجمال خبرة الاستخدام لدى الزبون عبر مدة زمنية معينة."⁽²⁾

- مما تقدم نستنتج أن رضا الزبون هو مدى تطابق الخدمة المقدمة من المؤسسة مع توقعات الزبون، و من

مضامين المفاهيم السابقة نجد أن أغلب المفاهيم ركزت على:

- رضا الزبون هو شعور أو احساس بالبهجة أو خيبة أمل.

- رضا الزبون هو نتيجة مقارنة الأداء المدرك للخدمة مع توقعات الزبون.

ثانيا: مفهوم الرضا الإلكتروني و العوامل المؤثرة فيه

1- مفهوم الرضا الإلكتروني:

لقد ظهر هذا المفهوم ليتناسب مع استخدام تكنولوجيا و عمليات الانترنت في علاقة المؤسسة بالزبون فقد ظهرت عدة تعاريف له، حيث عرف على أنه محصلة تجربة سابقة عن الخدمات المقدمة من طرف موقع إلكتروني تسمح هذه التجربة بتقييم فعالية قناة التوزيع المتمثلة في شبكة الانترنت و تحديد مدى رضاه عن الموقع الإلكتروني.⁽³⁾

كذلك عرفه Parasurman و آخرون أنه هو المتحقق من توفر العناصر الخمسة الرئيسية إلكترونيا بجودة الخدمة المقدمة من قبل المنظمات إلى العملاء و هي: - الموثوقية - الاستجابة - الضمان - الرعاية - الاهتمام.⁽⁴⁾

2- العوامل المؤثرة في الرضا الإلكتروني:

هناك اهتمام متزايد من المنظمات بالحفاظ على العملاء الحاليين و في نفس الوقت تحاول جذب عملاء جدد لذا يعد قياس رضا العملاء مؤشرا لمدى نجاح المنظمة في تقديم الخدمات.

فمن خلال التعاريف السابقة التي تناولت مفهوم الرضا الإلكتروني نجد أن هناك عاملين رئيسيين تؤثران على الرضا الإلكتروني تتمثلان في:⁽⁵⁾

(4) Anne Christine Et Chantal de moerloose. *L'impact sur la gestion de relation client*, étude de cas dans le secteur de transport de celis, express, 2002, p08.

(2) محمد خثير، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة و رضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة الاقتصادية، لأعمال، العدد 4، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2017، ص 33.

(3) مؤمن عبد السميع حسن الحلبي، جودة الخدمات الإلكترونية و أثرها على رضا المستخدمين، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017، ص 12.

(4) Parasurman, A, *Marketing Of Research*, Addisan Weshey, massachusetts, 2 rd ed; 1991, p36.

(5) مؤمن عبد السميع، مرجع سبق ذكره، ص 12.

- أ- عوامل مرتبطة بالموقع: و تشمل خصائص الموقع و التي تضم سهولة الحصول على المعلومات و الخدمات، خصائص العرض (المعلومات و الخدمات المقدمة و المعروضة على الموقع)، تصميم الموقع، الأمن، خصوصية المعلومات و بصفة عامة كل العوامل المساهمة في جودة موقع الويب.
- ب- عوامل مرتبطة بخدمات الزبائن: تعد جودة خدمات الزبائن عاملا هاما في تحديد رضاهم، فكلما كانت الخدمات أكثر قدرة في الرد على الأسئلة و حل المشكلات زاد رضا الزبائن.

الفرع الثالث: أهمية رضا الزبون

- يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي مؤسسة و يعد من أكثر المعايير فعالية للحكم على أدائها لاسيما عندما يكون توجه هذه المؤسسة نحو تطوير الخدمات، و فيما يلي مجموعة من النقاط المعبرة عن أهمية رضا الزبون.⁽¹⁾
- إذا كان الزبون راضيا عن الخدمات المقدمة له من المؤسسة فإن قراره بالعودة سيكون سريعا بالإضافة إلى ذلك سيحدّث الآخرين مما يُولد عملاء و زبائن جدد للمؤسسة.
 - يمثل رضا الزبون تغذية عكسية للمؤسسة فيما يتعلق بسرعة وجود الخدمة المقدمة إليه مما يقود المؤسسة إلى زيادة تطوير خدماتها المقدمة للزبائن.
 - إن المؤسسة التي تهتم برضا الزبون ستكون لديها القدرة على حماية نفسها من المنافسين لاسيما فيما يخص المؤسسات الإنتاجية.
 - إن المؤسسة التي تسعى إلى قياس رضا الزبون تتمكن من التحديث و التطوير و تقديم خدماتها باعتبار رضا الزبون مقياس للخدمات المقدمة.
 - إن رضا الزبون يتم عندما تقوم المؤسسة بتقديم خدمات متطابقة إلى حد ما مع توقعات الزبون و الجودة التي تمتاز بها الخدمات ستقود إلى تعامل المؤسسة بشكل واسع و أفضل في المستقبل.
- فضلا عن ذلك، فإن رضا الزبون يساعد المؤسسة على تقديم مؤشرات لتقييم كفاءتها و تحسينها على نحو الأفضل من خلال:

- ✓ تقييم السياسات المعمول بها و الغاء تلك التي تؤثر على رضا الزبون بشكل سلبي.
- ✓ يعد دليلا لتخطيط الموارد التنظيمية و تسخيرها لخدمة و رغبات الزبون و طموحاته في ضوء آرائه التي تعد تغذية عكسية.

(1) غسان قاسم داود اللامي، حسن هشام عبد الرحمان، تأثير تقييم أداء أعضاء قنوات التنوع في رضا العميل، مجلة العلوم الاقتصادية و الإدارية، العدد 74، العراق، 2011، ص 44-45.

- ✓ يعتبر رضا الزبون بمثابة نقل الآراء و الأفكار الإيجابية و السلبية حول الخدمات المقدمة إليه و التي تحدد المشاكل السائدة و المحتملة، مما يجعل الخدمات المقدمة له في تطور دائم يتناسب مع توقعات الزبائن المستقبلية.
- ✓ الكشف عن مستوى أداء العاملين في المؤسسات و مدى حاجتهم إلى برامج التدريب مستقبلا لرفع كفاءتهم و أدائهم في مختلف الجوانب الإدارية.

الفرع الرابع: قياس رضا الزبون

من أجل قياس رضا الزبائن تستعمل المؤسسة عدة أدوات ، كونه يهدف إلى تبيان مواطن الضعف و القوة في خدمات المؤسسة وصولاً بالعائد إلى أعلى المستويات لاتخاذ القرارات المناسبة لرفع كفاءة الخدمة و تطويرها، و فهم أسباب و عوامل رضا العميل و مبررات عدم الرضا حتمية مرفوضة على المؤسسات التي تتجه نحو عملائها حيث تنوعت هذه القياسات إلى: (1)

أ- نظام الشكاوي و المقترحات:

و هو النظام الذي تلجأ إليه أغلب المؤسسات و ذلك من أجل تسهيل تقديم الشكاوي و الاقتراحات و قد يكون ذلك عن طريق وضع استمارات في جهة الاستقبال في المؤسسة أو عن طريق تخصيص خط هاتفي أو بريد أو موقع إلكتروني و كل ذلك من أجل تلقي كل ما يتقدم به الزبائن من شكاوي و اقتراحات التي تمس و تكشف عن نقاط الضعف في خدمات و أنشطة المؤسسة.

ب- تحليل الزبائن المتوقفين عن التعامل مع المؤسسة:

ينبغي على المؤسسة أن تقوم بالاتصال بالزبائن الذين توقفوا عن التعامل معها لمعرفة سبب حصول ذلك و لا يكفي مجرد القيام بمقابلات لهؤلاء الزبائن، و لكن من الضروري أيضا مراقبة معدلات خسارة الزبائن لأن ارتفاعها يعد دليلا على فشل المؤسسة في ارضاء الزبون.

ج- تحليل عدم رضا الزبون:

لا يمكن لأي مؤسسة أن تتوقف عن مرحلة اكتشافها لعدم رضا الزبون بل يجب البحث وراء مسببات هذا الشعور السلبي، لتنتقل من تحليل هذه الأسباب لتعمل على تصحيح و تصويب عملياتها، ففي حالة عدم الرضا تصبح عدد الاتصالات التي من الضروري على المؤسسة أن تقوم بها لمعالجة المشاكل المسببة لهذه الحالة و مدة المعالجة و عوامل الرجوع لحالة الرضا، إن البحث عن الأسباب يجب أن يكون بشكل دقيق. لأن عدم الرضا المعالج بطريقة سيئة معادل لزبون مفقود، كما أن هذه الحالة غير ناجحة عن رداءة الخدمة فقط و إنما تتعداه إلى مشاكل التسيير، عيوب الاتصال.

(1) عمار عبد الأمير زوين، قياس العميل باستخدام نموذج كانولت تحسين جودة المنتج، مجلة دراسات إدارية، العدد 5، جامعة الكوفة، العراق، 2009، ص 22-29.

د-متابعة الزبون:

إن متابعة الزبون يأخذ عدة أشكال هدفها إقامة علاقات وثيقة بين الزبون و المؤسسة و من المهم أن تكون هذه العلاقة شخصية، أي أن يعامل كل عميل بصفة منفردة أي تؤخذ خصوصيات كل زبون بعين الاعتبار على حده لتحسيسه بأن المؤسسة تتابعه.

ر-ولاء الزبائن:

إن الزبون الوفي مردوديته تمثل مرتين و يكلف خمس مرات أقل من تكلفة جلب عميل جديد، من هذا المنطلق على المؤسسة أن توجه استراتيجيتها نحو اعتبار ولاء العملاء كنقطة بداية، إذ أن التسيير الجيد لعدم الرضا يعتبر ركيزة فعالة لخلق الرضا و منه الولاء باعتبار وجود علاقة مباشرة بين الرضا و الولاء .

المطلب الثاني: إدارة علاقات الزبون الكترونيا

الفرع الأول: مفهوم إدارة علاقات الزبون الكترونيا

اختلف الكتاب و الباحثين حول تعريف إدارة علاقات الزبون الالكترونية .

- ف Challey عرفها: بأنها إدارة تعتمد على شبكة الانترنت، و طريقة التواصل مع الزبون يتم من خلال الهاتف،الفاكس وشبكة الانترنت اللاسلكية و البريد الإلكتروني.
- كما عرفها "فايز العنزي": بأنها الأنظمة القادرة على دعم الزبائن و التعامل معهم بشكل آلي من دون تدخل بشري أو بتدخل بشري في أضيق الحدود.
- في حين عرفها طلعت المحمدي: بأنها استخدام تكنولوجيا الانترنت لتسهيل تنفيذ إدارة علاقات الزبائن، و تمكن الشركاء من توفير الخدمات المناسبة لتلبية احتياجات الزبائن و تعزيز ولائهم،وعلاوة على ذلك لها وظائف محددة وأدوات مختلفة تختلف باختلاف المؤسسة التي تطلب النظام.⁽¹⁾
- و من خلال التعاريف السابقة يمكن استخلاص أن إدارة علاقات الزبائن الالكترونية هي استراتيجية شاملة و متكاملة للمؤسسة على أساس استخدام تكنولوجيا الانترنت و إدارة العمليات الالكترونية و قنوات الاتصال الكترونيا التي تهدف إلى التواصل مع الزبائن ليتمكن كلا من المؤسسة و الزبائن من الالتقاء في الفضاء الالكتروني بكل سهولة و يسر من خلال سهولة استخدام هذه التكنولوجيا و تحقيق الفائدة المدركة من استخدامها.

(1) مروان محمد عبد الفتاح أبو زعنونة، إدارة علاقات العملاء الالكترونية و أثرها في سهولة الاستخدام و الرضا لدى الجامعات الفلسطينية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة السودان، السودان، 2014، ص 101.

الفرع الثاني: مكونات ادارة علاقات الزبائن الالكترونية:

تحدد مكونات ادارة علاقات الزبائن الالكترونية و ثلاثة مستويات محددة، بحيث يتحدد داخل كل مستوى مجموعة من الاستراتيجيات و الوسائل لتحقق جميعها المكوّن النهائي لمفهوم ادارة علاقة الزبائن الالكترونية و تتمثل هذه المكونات في: (1)

1- رؤية المؤسسة:

يرى أغلب الأخصائيين و الميدانيين العاملين في المجال المؤسسي و في مجال التسويق، أنه لا أساس بين مفهوم التوجه التسويقي أو التوجه بالزبون، بمعنى أن تبني المؤسسة للحل التسويقي يعني بالضرورة توجيهها لحاجات و رغبات الزبون.

2- التكنولوجيا:

تعتبر التكنولوجيا أداة ادارة العلاقة مع الزبائن الالكترونية، حيث أنها تؤدي دورا مزدوجا، فجميع البيانات و المعلومات عن الزبائن تتطلب تطبيقات تكنولوجية و برمجيات محوسبة خاصة لتتم تخزين هذه البيانات و المعلومات و تحليلها بشكل دقيق و توظيفها في بناء الخطط الاستراتيجية للمؤسسة.

هذا من جانب، و من الجانب الآخر يتم الاعتماد على التطبيقات التكنولوجية في بناء العلاقة الالكترونية مع الزبائن من خلال تصميم الصفحات الالكترونية و مراسلة الزبائن عبر البريد الالكتروني و استخدام رسائل الموبايل SMS للتواصل معهم.

3- العمليات:

يقصد بذلك العمليات التي تمكن المؤسسات من إدارة معلومات الزبائن بطريقة أبسط و أكثر راحة و انشاء قاعدة بيانات مشتركة للبيانات و الزبائن، وهي متاحة و سهلة المنال لجميع المستخدمين من المؤسسة المعنية، هذا النظام يسمح بتتبع كل اتصالات الزبائن و جعل التواصل معهم أكثر إنتاجية.

4- التغيير الثقافي و تنمية الكفاءات و المهارات:

أثناء تنفيذ برنامج ادارة علاقات الزبون الكترونيا لا بد من تنمية و تحسين مهارات الموظفين و كفاءتهم فمثلا لا بد من تنمية مهارات و قدرات رجال الادارة العليا في العديد من المواضيع مثل كيفية حل المشكلات، التفاعل مع الزبون، مشاركة الموظفين في اتخاذ القرار، تفويض السلطات و القدرة على الابتكار و الابداع و فهم التكنولوجيا الجديدة. و لإنجاح برنامج ادارة علاقات الزبون الكترونيا يجب احداث العديد من التغييرات في ثقافة المنظمة و طريقة تفكيرها، وهذا بالفعل ما قامت به العديد من المنظمات في الوقت الحالي، اذ أنشأت مراكز اتصالات بهدف تحسين خدمة الزبون.

(1) خضر مصباح الطبطبي، ادارة تكنولوجيا المعلومات، دار الحامد، ط1، الأردن، 2012، ص 254-255.

الفرع الثالث: الفوائد المباشرة لإدارة علاقة الزبون إلكترونياً

هناك فوائد مباشرة عائدة على المنظمة من تطبيق إدارة علاقة الزبون إلكترونياً.

1- تحسين مستوى الخدمات: من خلال استخدام قاعدة بيانات متكاملة هدفها خدمة الزبون.

2- نمو الإيرادات: من خلال تقليل تكاليف الناتج عن التركيز على الزبائن و الاحتفاظ بهم باستخدام خدمة تفاعلية.

3- الإنتاجية: من خلال تطبيق آليات و عمليات العمل بكفاءة.

4- رضا العميل: الناتج عن التركيز على العملاء وبالتالي الاحتفاظ بهم.⁽¹⁾

و منه يمكن القول أن الفائدة الرئيسية من إدارة علاقات الزبون إلكترونياً هي تقديم الرعاية الكاملة من خلال استخدام تقنيات المعلومات و الانترنت و وسائل الاتصالات المختلفة، بحيث تقدم إدارة علاقات الزبون إلكترونياً العديد من الخيارات، المتعلقة بالخدمات و حلول سريعة للمشاكل التي تواجههم و الاستجابة لاستفساراتهم بشكل سريع، كما أنها تؤدي إلى فائدة عظيمة للمنظمة لحصولها على موقع تنافسي كبير بين المنظمات الأخرى و ذلك بتقديمها أفضل ادارة لعلاقات الزبون.⁽²⁾

المطلب الثالث: إستراتيجية إدارة علاقات الزبون إلكترونياً

الفرع الأول: طرق تنفيذ إدارة علاقات الزبون إلكترونياً

لاكتساب الزبون عبر الانترنت و الاحتفاظ به تستخدم إدارة علاقات الزبون إلكترونياً طريقاً معيارياً حيث

يشمل هذا الطريق عدة مراحل تتمثل في ما يلي:

المرحلة الأولى: جذب زبائن جدد أو متواجدين في الموقع

الهدف هو جذب نوعية الزوار الذين من المحتمل أن يستجيبوا للموقع، مستخدمين كل الطرق الشبكية، فمثلاً

بحث المحركات و الإعلانات الواسعة، فهذه يجب أن تهدف إلى جذب اهتمام الزبون و تكوين قيمة حقيقية للموقع و هو مهم لإجراء اتصال معهم⁽³⁾.

(1) Scullin Sal, **Electronic Customer, Relation Ship Management, Consideration, Pitsalls and Trend**, Proceedings of the in one Word Conference, Las Vegas, Nevada, April, 2002, p 19.

(2) رولاند سويفت، **إدارة علاقة العملاء**، مجلة ريكال الأعمال، العدد 225، مصر، 2002، ص 133.

(3) يوسف جحيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبدوي، **إدارة علاقات الزبون**، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009، ص 412.

المرحلة الثانية: الحوافز و تجميع المعلومات: و هي ما يلي: (1)

- وجود حوافز تشجيعية لزوار الموقع الإلكتروني: يجب أن تكون نوعية و مصداقية الموقع الإلكتروني كافية للاحتفاظ بالزوار، لكي يبقى فترة أطول على الموقع، لأن أول وقت يصل به الزائر إلى الموقع هو الأهم بسبب أنه في حالة عدم حصوله على المعلومات التي يريد فإنها ربما لن يعود مرة أخرى.

تجميع معلومات عن الزبون للحفاظ على العلاقة معه: عندما يأخذ الزبون قراره بشأن خدمة ما يظهر على صفحة الموقع الإلكتروني نموذج يجب أن يملأ الزبون فيه البيانات المطلوبة، و يجب أن يحتوي هذا النموذج على معلومات هامة في عملية إبقاء التواصل مع الزبون مثل البريد الإلكتروني الخاص به، وعنوان سكنه وتلميحات عن العميل لمعرفة ميوله وبالتالي إرسال المعلومات المناسبة له.

المرحلة الثالثة: الحفاظ على المحاور باستخدام الاتصال الشبكي:

لغرض بناء العلاقة بين المؤسسة والزبون فإن هناك ثلاثة طرق رئيسية باستخدام الانترنت لإجراء الاتصال و

هي:

- إرسال بريد إلكتروني للزبون.

- عرض معلومات معينة على الموقع الذي يدخل عليه الزبون.

- استخدام تقنية الدفع لإيصال المعلومات إلى الفرد.

ويمكن أيضا أن تتوفر المحاور عن طريق أدوات أخرى مثل: البريد، الاتصال الهاتفي، الزيارات الشخصية، و بحسب السياق المتبع، فمثلا قد يسجل الزبون على الموقع الإلكتروني، أو تقوم المؤسسة بإرسال رسالة إلى الزبون مع عروض ترويجية مربع حوار فيه كلمة المرور أو اسم المستخدم، للسماح له باستخدام الموقع (2).

المرحلة الرابعة: مواصلة الاتصال مع الزبون بطرق الاتصال التقليدية:

و يكون ذلك عن طريق البريد العادي وذلك لجذب انتباه الزبون حتى في حالة عدم اتصاله بالانترنت و بالتالي يتضح أن المنظمة توفر برنامج إلكتروني فعال للتعامل معه، بحيث يمكّنها من الاتصال به بشكل أكثر فعالية و جدوى، و ذلك لأن كل شخص في المنظمة يكون له حرية الدخول إلى المعلومات الخاصة بالزبون و هذه المعلومات تساعد المنظمة على تركيز و توجيه الوقت و الجهد في أمور تجلب ربحا أكبر و مزايا أكثر له، مما يؤدي لزيادة الوقت المخصص للتعامل مع الزبون في المنظمة (3).

(1) يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني (عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت)، دار وائل، ط 4، الأردن، 2004، ص23.

(2) يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادي، مرجع سبق ذكره، ص414.

(3) يوسف أحمد أبو فارة، مرجع سبق ذكره، ص25.

الفرع الثاني: آليات تفعيل العلاقات مع الزبون إلكترونياً:

إن إدارة علاقات الزبون إلكترونياً تركز على بناء علاقات طويلة الأمد مع الزبون و ذلك بتقديم الخدمة ذات الجودة العالية له مع المحافظة عليها ومن خلال الاتصالات الفعالة المتنوعة و تدعيم تكنولوجيا المعلومات لإدارة علاقات الزبون إلكترونياً و زيادة الكفاءة و خفض التكاليف إلكترونياً.

أولاً: تدعيم تكنولوجيا المعلومات لإدارة علاقات الزبون إلكترونياً

لقد عملت تكنولوجيا المعلومات على تطوير العديد من التقنيات و التي ساعدت في تحسين و تنوع عمليات الاتصالات بين الزبون و المنظمة و بطرق سريعة و اقتصادية توفر على كلا الطرفين فواتير الهاتف الضخمة و منها مايلي⁽¹⁾:

1. البريد الإلكتروني:

و هو عملية ترسل بريدية عبر الإنترنت و من مميزات أن الرسالة تصل بنفس الوقت فالمنظمة بحاجة إلى مصادر وبرامج وأنظمة تعمل على الرد على مئات الرسائل الإلكترونية التي يتم إرسالها إلى المنظمة كل يوم، حيث يمكن للزبون أن يرسل رسائل إلكترونية يطلب فيها الاستفسار عن خدمة معينة، لذا لا بد على المنظمة أن تقوم بالرد على كافة استفساراته في أقل وقت ممكن.

و يمكن وضع قسم في موقع الويب للمنظمة يحتوي على العديد من الأسئلة و التي يقوم الزبون بالاستفسار عنها مما يوفر الوقت و الجهد، كما تعتبر هذه الطريقة خدمة ذاتية للزبون حيث يدخل الزائر كلمة أو كلمات مفتاحية و من خلالها يحصل على الإجابات بشكل سريع و فعال.

2. التخاطب مع الزبون بالنص:

هي وضع قسم في موقع الويب ينتقل إليه الزائر بالنقر عليه، و من خلال هذا القسم يستطيع الزائر مخاطبة ممثل المنظمة مباشرة بطباعة نص في نافذة معينة عن الاستفسارات التي يطلبها فيتم الإجابة عليها بنفس النافذة من قبل ممثل المنظمة، و يستطيع ممثل المنظمة تولى أكثر من زبون بنفس الوقت و الرد على استفساراتهم و لا يمكن حدوث ذلك في الطرق التقليدية.

3. التخاطب بالصوت:

أما بالنسبة لهذه الحالة، فهي نفس الطريقة السابقة و لكن يتم التخاطب فيها بالصوت حيث يستخدم الزائر السماعات و الهواتف للتخاطب و الاستماع و التحدث مع ممثل المنظمة، أما هذا الأخير فيستخدم هاتف للرد و التخاطب مع الزوار، وتعتبر هذه الطريقة فعالة و ناجحة حيث لا يحتاج الزائر إلى فصل الإنترنت للاتصال مع المنظمة كما يستطيع التحدث مع ممثل المنظمة و بنفس الوقت متابعة تصفحه للإنترنت⁽²⁾.

(1) خضر مصباح الطيبي، التجارة الإلكترونية و الأعمال الإلكترونية، دار الحامد، ط 1، الأردن، 2008، ص 120.

(2) محمد عبد الحسين الطائي، التجارة الإلكترونية، دار الثقافة، ط 1، الأردن، 2010، ص 209.

ثانيا: زيادة الكفاءة و خفض التكاليف إلكترونيا:

إن إدارة علاقات الزبون إلكترونيا تقدم خدمات عمل دون تكاليف مادية إضافية و بالتالي تخفض التكاليف وتزيد الكفاءة من خلال دمج بيانات الزبون في قاعدة بيانات واحدة مما يسمح لمختلف الإدارات داخل المنظمة بتبادل المعلومات و العمل على تحقيق أهداف المنظمة الأساسية باستخدام نفس الإحصاءات، فتكنولوجيا المعلومات مركز اتصال إدارة علاقات الزبون إلكترونيا حيث تساعد في إدارة المكالمات الواردة بشكل فعال، فممثلو المنظمات في مركز الاتصال يمكنهم أن يزودوا الزبون الذي يقوم بالاتصال بمركز الاتصالات في المنظمة بعمولات و حلول لمشاكلهم في زمن قياسي و فعال مما يترك انطبعا بحرفية تعامل المنظمة مع الزبون و بالتالي تترك هذه المنظمة انطبعا جيدا لدى الزبون الذي يقوم بالاتصال سعيا وراء خدمة ما.

لذا يمكن القول أن العلاقة الناجحة بين المنظمة و الزبون تعتمد على إيصال المعلومات للزبون الذي تتوفر فيه الرغبة في الاتصال، و قد لا تنتظره المنظمة حتى يتصل بها بل تسعى لتؤد له الرغبة في الاتصال بوسائل معينة، و تستمع إليه و تدرك احتياجاته و تسعى لتلبيتها بتقنيات فعّالة و ناجحة⁽¹⁾.

الفرع الثالث: حدود إدارة علاقات الزبون إلكترونيا:

إن إدارة علاقات الزبون إلكترونيا لها حدود، فالعائق الرئيسي لإدارة علاقات الزبون إلكترونيا هو أنها تتطلب تكامل مع كل أنظمة المعلومات المعتمدة على الحاسوب في المنظمة و التي قد لا تكون عملية سهلة و قد تتطلب تكلفة عالية للحصول على أنظمة متقدمة لدمج كل أنظمة المعلومات و بكل الأقسام داخل المنظمة، و ذلك بتقديم إدارة علاقات الزبون إلكترونيا بشكل فعال و قوي، كما أن تكلفة إدارة علاقات الزبون إلكترونيا ليست بقليلة فهي تتطلب طاقات من الموظفين و أنظمة للتحليل و برامج ذكية وغيرها مما يحتاج إلى مصاريف كبيرة ليتم أداؤها بشكل فعال يرضي كل زبون⁽²⁾.

المطلب الرابع: علاقة الإدارة بالزبون و دور الخدمة الإلكترونية في دعمها

الفرع الأول: آلية تحسين الخدمات الإدارية في ظل البيئة الإلكترونية

أصبح من التطوير الكبير في مراكز الخدمات الإلكترونية قضاء معظم الخدمات المتنوعة عن بعد، سواء كان المواطن(الزبون) في منزله أو عمله، من خلال مواقع الخدمات، و التسوق بالشبكة العالمية للمعلومات، و هو ما يؤدي للفصل بين طالب الخدمة و مؤديها.

(1) محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي، ط 1، الأردن، 2009، ص 63.

(2) خضر مصباح الطيطي، مرجع سبق ذكره، ص 272.

و بالتالي جاء مصطلح الخدمة الإلكترونية للدلالة على استخدام نتاج الثورة التكنولوجية لتحسين مستويات الأداء في الإدارات، و رفع كفاءتها، و تعزيز دورها في تحقيق الأهداف، و يشمل ذلك الاستفادة من تراكم المعرفة، و تزايد التقدم التقني المرافق لها، في توسيع قاعدة المستفيدين من الخدمة الإلكترونية.

فتحسين الخدمة الإلكترونية، يدفع إلى ضرورة اعتماد مبدأ عمل مراكز خدمة المواطن الذي يبنى على وجود مراكز قادرة على الاتصال بكافة إدارات الدولة، تستطيع بالنيابة على المواطن (الزبون) متابعة كافة معاملاته، بما في ذلك المعاملات التي تتم عبر أكثر من إدارة واحدة، حيث لا يضطر المواطن إلى الانتقال من إدارة إلى أخرى لمتابعة معاملاته. إذ مع ازدياد اعتماد المؤسسات على أنظمة المعلومات، وخاصة مع ظهور شبكة الإنترنت و ظهور خدمات المواقع الإلكترونية، و البريد الإلكتروني على مستوى الإدارات، أصبحت خدمة المواطن (الزبون) تتم من خلال الموقع، الذي يخزن الطلبات في أنظمة الحاسوب المبرمجة مسبقا لقبول الطلب، وإرجاع نتائجه للعميل، و من ثم يتم تحويل خلاصة التعامل بين العميل و جهاز الحاسوب إلى موظف الإدارة، الذي أصبح بعيدا تماما عن العملية الإجرائية المباشرة. إن الانتقال نحو الخدمات الإلكترونية يؤدي إلى بناء الثقة بين المنظمات العامة و المواطنين و من ثم الوصول إلى السرعة في إنجاز و تقديم الخدمات بشكل مباشر فيتم بذلك توفير الجهد و الوقت و التكلفة و هو ما يؤدي إلى حل مشاكل الطابور و مختلف العراقيل البيروقراطية، و لهذا تعطي مبادرات التحول إلى البيئة الإلكترونية أولوية بالغة لتقديم خدماتها للمواطن (الزبون) العادي مباشرة وفق مبدأ العميل أولا أكثر من الاهتمام بالخدمات التي تقدمها لقطاع الأعمال⁽¹⁾.

كما أن الخدمات الإلكترونية في المؤسسات، تعد بمثابة السبيل لإصلاح و تحسين المعاملات الإدارية، بحيث تمثل أسلوب جديد في العمل الإداري و التنظيمي الذي يحقق قدرا من النضج الإداري و يسهل العلاقة بين المواطنين (الزبائن) و المؤسسات، كما يوفر المعلومات و الخدمات بشكل متكامل و سريع.

الفرع الثاني: الخدمات الإلكترونية و الارتقاء بكفاءة العمل الإداري:

إن أوضح مظهر للرقى الإداري أن تبدو الخدمات الإلكترونية شاملة و محكمة الأداء، و إن استلزم ذلك حدوث تغيير جذري في آليات تقديم الإدارات لخدماتها بشكل يتماشى مع التطورات السريعة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، و ما أفرزته من ضرورة التنسيق و التكامل بين الإدارات في تقديم الخدمات الإلكترونية و يزداد وضوحا من خلال ما يلي: ⁽²⁾

1. الارتقاء من خلال التكامل بين الجهات الإدارية لحصول المواطن (الزبون) على خدمة سريعة و دقيقة:

(1) عبد الكريم عشور، مرجع سبق ذكره، ص 64.

(2) محمد سعداوي، انعكاسات تطبيق نظام الحكومة الإلكترونية على أداء المرافق العمومية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2009، ص 55-58.

فالمواطن هو حجر الزاوية في التوجه نحو الإدارة الإلكترونية باعتبار أنه المستحق الرئيسي للخدمة و أن رأيه فيها و رضاه عنها هو معيار تحقيق التحسين عن عدمه و من ثمة فإن نجاح الإدارة الإلكترونية يتوقف على رأي المستفيد من الخدمة الإلكترونية و الذي تتطلع الإدارة إلى نيل رضاه و كسب ثقته و تحقيق رغباته و سوف تؤدي تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات إلى تغيير نظرة الإدارات نحو راحته و رضاه على اعتبار أن المستفيد من خدمات الإدارة الإلكترونية يشكل المحور الأساسي في عملية تسيير إجراءات و تكامل و تحسين الخدمات، فالمطلوب من الإدارة الإلكترونية هو تحسين العلاقة بين المواطنين و الإدارات على النحو الذي يجعل هذه الأخيرة أكثر تجاوبا مع المتطلبات الجديدة للمواطنين فالتكامل و التنسيق و التواصل و التفاعل بين الإدارات و تبادل المعلومات و البيانات المخزنة لديها بصورة تظهر للمواطن و كأنه يتعامل مع إدارة واحدة و تجعله لا يحتاج للذهاب إلى جهة إدارية أخرى، أو يجد معاملته على دوائر عديدة و سوف يؤدي هذا التكامل إلى وضع المواطن في مكان السائق الذي يحدد الهدف و كيفية الوصول إليه، و بالتالي فالإدارة الإلكترونية تعد فرصة للارتقاء و تحسين مستوى الخدمات وذلك بالتقليل من الأخطاء والإهمال الناشئ عن الكم الهائل من الوثائق و الملفات و كسب ثقة المواطنين من خلال منهج علمي متطور لتوظيف تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و النظم الإلكترونية في تقديم الخدمات المطلوبة للمواطنين بسهولة و يسر و بشكل راقى و أسلوب حضاري، فالتنسيق بين الإدارات و تشجيع و نقل و تحويل و تبادل المعلومات و السعي إلى توحيد النماذج التقنية المعتمدة و اقتراح المواصفات الموحدة يؤدي إلى الارتقاء في خدماتها بأسلوب متطور يرفع كفاءة أدائها و يشعر المواطن أو طالب الخدمة بالرضا على الخدمات الإلكترونية التي يطلبها من ناحية حصوله على الخدمات بسرعة و مرونة في الإجراءات و جودة و كفاءة عالية في تقديمها بصورة تكفل التحسين.

2. الارتقاء من خلال تحقيق الشفافية:

تعمل الخدمات الإلكترونية على إرساء قواعد تساعد على توفير المعلومات بسهولة و شفافية وكذلك في عملية الحصول عليها، و هذا أمر يؤدي إلى تعزيز روح الديمقراطية الإدارية و المساهمة في تطوير العلاقة بين الإدارة و المتعاملين معها، والتعاون أكثر في نشر المعلومات التي تساعد المختصين على إصدار القرارات السلمية، حيث تعمل الشفافية في مجال المعلومات على تجاوز المفاهيم القديمة التي تنطلق من قاعدة أن كل المعلومات سرية ما لم يشير إليها بغير ذلك و أن الملفات و الوثائق الإدارية تعد مملوكة للإدارة ملكية خاصة، و من ثمة لا يجوز لأحد أن يطلع عليها في حين أن تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات أدت إلى اعتبار السرية مجرد ميراث للإدارة، و أن مواكبة هذا التطور يستدعي العمل من خلال الإدارة لتتحول فيها العلاقات بين الإدارات و المواطنين إلى علاقات ذات شفافية التي تعد مبدأ أساسيا في إتمام كل المعلومات الإدارية و هي من مزايا المهمة التي توفرها الخدمات الإلكترونية، فمن خلال هذه الأخيرة فالجميع متساوون في إتباع إجراءات الحصول على الخدمات و من ثمة يتم القضاء على الوساطة و المحسوبية و الفساد و الرشوة أو التقليل من آثارها.

3. الارتقاء من خلال الرفع من التواصل الإداري:

تعد الهوة و المسافة المتزايدة و المتناهية داخل الإدارات و المترابطة في الوقت ذاته بظاهرة حجمها الكبير و مركزيتها، أصبحت تشكل عائقا رئيسيا أمام تماسك و فعالية التسيير فيها، إذ أن الفعالية تتطلب التعاون و الاتحاد بين أطراف الإدارة و مكوّناتها، كما أن التعاون الداخلي يبدو ضروريا، و هو الوسيلة لتحقيق الأهداف المشتركة بل يهدف الى تسهيل عملية نقل البيانات و المعلومات الضرورية، فالتواصل ضروري لتحقيق التنسيق بين الجهود، إذ أن تحقيق التكامل و هذا التنسيق يتطلب تبادل للبيانات و المعلومات وإيجاد الحلول لمشاكل الموظفين، و في مجال المعالجة الآنية للبيانات ظهرت إمكانية المعالجة عن بعد و المعالجة الموزعة للبيانات باستخدام شبكات الاتصال و غيرها من تقنيات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، كما أن في هذا المجال و خاصة ضمن تقنية البوابات الإلكترونية أصبح بالإمكان تبادل البيانات و بسرعة كبيرة و بتكلفة معقولة بين مراكز موجودة في أماكن متباعدة فمكّن ذلك من عقد اجتماعات العمل بين موظفين يقيمون في مناطق جغرافية متباعدة، بحيث يتنافسون و يتدارسون و يتبادلون الأفكار بصورة آنية، كأهم موجودون معا في غرفة واحدة، فإذا لم يتم الربط بين الوحدات بعضها ببعض في وحدة كبيرة عن طريق استعمال طرق التواصل الحديثة فستكون النتيجة تباعد الوحدات و انعزالها عن بعضها مما يجد من بلوغ الهدف و منه بفرض على الإدارات إقامة علاقة بين الوحدات الإدارية المستقلة عن بعضها البعض في شكل فروع منبثقة منها و ضمن الوحدة الإدارية الواحدة.

حيث ترتبط مختلف الوظائف سواء كانت واقعة على مستوى إداري واحد أو موزعة بين مستويات إدارية متعددة، بعضها آني فوق بعض بعلاقات تجمعها كلها في طريق واحدة، يوحد بين جهودها و ينسق بين أعمالها و بنقل الخبرة و المعلومات المتوفرة لدى إحداها إلى الأخرى، وعليه فالتنسيق بين الجهود و الأنشطة المختلفة داخل الإدارة أو بينها و بين الإدارات الأخرى أمر ضروري و مؤكد إلا أن تسهيل عملية التنسيق هذه تتطلب تواصل فعال يسمح بتنميته وهذا لن يأتي إلا بالاستعانة بالوسائل الحديثة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات لنقل المعلومات و البيانات و هذه الأخيرة تتوقف إلى حد كبير على مدى فعالية التواصل بين رجل الإدارة المسؤول و بين أولئك الذين يسعون للتأثير فيهم و التغيير من سلوكهم.

الفرع الثالث: مساهمة الخدمات الإلكترونية في تحقيق متطلبات الزبون:

لقد أصبح استخدام التكنولوجيا الحديثة من وسائل اتصالات و شبكات إلكترونية في مجال الخدمات الإلكترونية يحقق مزايا عديدة، إذ تحقق درجة عالية من الراحة و الملائمة مقارنة بتسليم الخدمة وجها لوجه، أو الاتصال المباشر مع تسجيل السرعة في إنجاز المهام، و أداء الخدمات و الحصول عليها أو طلبها، و السهر على إشباع رغبة المواطن (الزبون)، كما تؤدي إلى محدودية، و قلة نسبة الأخطاء في أداء و تسليم الخدمة بشكل ينهي مشاكل التعقيد الإداري، و المرض البيروقراطي، من خلال توفير تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات قاعدة متكاملة من أدوات المعالجة، و التي يمكن نشرها لمعالجة مشكلات التنمية التقليدية بطرق ابتكارية.

إن التوجه للخدمات الإلكترونية، و جعلها بالقرب من المواطنين، و الزبائن، و الشركاء، سيمكن الإدارات من تسهيل توصيل الخدمات بشكل أفضل للمستخدم، و إقامة روابط اقتصادية محسنة مع المشروعات التجارية⁽¹⁾.
 مما سبق يمكن القول أن الخدمات الإلكترونية تساهم و بشكل كبير في تحقيق متطلبات الزبون و ذلك من خلال إسهامها في توفير اتصال أفضل و أسرع من خلال استخدام بوابة إلكترونية واحدة لتقديم الخدمات و التي تساعد الزبائن في الحصول على تلك الخدمات بجودة عالية و تكلفة أقل على شبكة الإنترنت على مدار 24 ساعة يوميا دون إجازات أو عطل، كما تساعد على زيادة ولاء الزبائن نتيجة الاستجابة السريعة للاحتياجات و التسليم المبسط للخدمات المقدمة لهم و تلبية احتياجاتهم دون الحاجة لخوض رحلة التعب في دواوين الإدارات و عناء التنقل بين المكاتب و أروقتها و تقليب الموظفين للأوراق الموجودة على الرفوف.

إضافة إلى أنه أصبح بإمكان الخدمات الإلكترونية المساهمة في ممارسة الديمقراطية من خلال تطبيق الحرية في التغيير و الإدلاء بمختلف الآراء و هذا يمثل الجانب السياسي لتأثيرات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، فعن طريق ذلك يتيسر استطلاع رأي الزبائن في الشؤون اليومية، بل و في مختلف المشاكل العمومية، عن طريق رصد أصواتهم بسرعة و دقة، كما يستطيع الزبون دخول الاجتماعات و الاطلاع على جداول أعمال الإدارة و محاضر جلساتها⁽²⁾.

الفرع الرابع: دور الخدمات الإلكترونية في تفعيل و تقريب علاقة الزبون بالإدارة:

لقد أصبح من الضروري اليوم إعادة التفكير بعمق في طبيعة الإدارة و طريقة اشتغالها في هذا العصر الرقمي و ذلك بالنظر إلى نشوء و تطور نمط جديد من العلاقات بين المؤسسة و زبائنها عبر الوسائط الإلكترونية مما يولد ضغط على الإدارات باحتواء هذا النمط الجديد من العلاقات الإلكترونية المجتمعية، فيمكننا اعتبار أن الخدمات الإلكترونية هي الوظيفة الابتكارية للإدارة كما أشرنا له سلفا، ففي ظل هذه الإدارة يجب النظر إلى المواطن كمستخدم إيجابي، حيث يطالب بخدمات عمومية مشخصة و أكثر كفاءة تعمل على التطوير المستمر لإستراتيجية تحقيق رضاه، كما أنه في ظل البيئة الرقمية أصبحت الخدمات الإلكترونية تمنح سلطة أكبر للمواطنين لإجراء التعاملات بأنفسهم و دون الحاجة إلى زيادة المكاتب الإدارية و الحديث إلى موظفيها.

فلا شك أن خدمة الزبون في ظل البيئة الإلكترونية تقتضي أن تعمل الإدارات دوما على التقرب من عملائها بهدف إشراكهم في التحسين المستمر للخدمات العامة، و ذلك من خلال وسائل و أساليب الاتصال الإلكترونية المتعددة، حيث أن الخدمة الإلكترونية توفر عدة مكاسب و إيجابيات لجميع الأطراف فبالنسبة للزبائن فهم يصبحون أكثر اطلاعا و معرفة بالشؤون العامة الخاصة بالإدارة، مع إمكانية التأثير على الخطط الإدارية، وكنتيجة لذلك فهم يحصلون على خدمات محسنة و أكثر جودة، أما بالنسبة للعاملين و المسؤولين فالمشاركة في صناعة الخدمة تزوّدهم بمعلومات هامة حول تفضيلات الزبون، كما يؤدي إشراك هذا الأخير في صنع القرار إلى تقوية العلاقة بين المنظمة و

(1) عبد الكريم عشور، مرجع سبق ذكره، ص65.

(2) محمد سعداوي، مرجع سبق ذكره، ص59.

متعاملين، إضافة إلى أن تقديم الخدمات الإلكترونية على الوجه الأمثل يقتضي أن تستجيب لرغبات الزبائن و توقعاتهم المتغيرة و تكوين معرفة مفصلة حول المشاكل اليومية التي يعانون منها، وهي معلومات لا يمكن الحصول عليها دون الاستماع إلى الزبون باعتباره أدرى باحتياجاته، و ربما يكون له تصور سليم لحل المشكلة التي يطرحها بحكم معاشته و فهمه لتفاصيلها و مسبباتها لذا وجب على المنظمات استغلال الوسائل التكنولوجية الحديثة لتحسين إدارة علاقاتها مع الزبون، ليس فقط في تقديم الخدمات بل أهم من ذلك في إدارة العلاقات الإدارية معه⁽¹⁾.

و بناء على ذلك نرى أم الخدمات الإلكترونية اللبنة الأساسية للإدارات و ذلك من خلال قدرتها على الجمع و الدمج بين الأشخاص و المعلومات و العمليات عن بعد، فوصول الإدارات إلى الزبائن و وصولهم إليها أصبح في كل وقت و من أي مكان، كما أصبحت البيانات التي كانت مكدسة و متخفية في الورق و التي لم تكن تلقى اهتماما كبيرا، متاحة و معروفة المكان، فبدل إلزام المواطن في الإدارة الكلاسيكية بالحضور في ساعات محددة أمام المكتب العمومي للخدمة أصبح بمقدوره اليوم الذهاب إلى واجهة معلوماتية متعددة الوظائف و الخدمات للحصول على الخدمة المطلوبة.

(1)Hélène Michel, **e-Administration, -e-Gouvernement, e-Gouvernance and the leaving city** : A **typology of Citizenship management using TCTS**. The electronic journal of –e government, volume 3, Issue 4, 2005, p213.

خلاصة:

من خلال ما تعرضنا له في هذا الفصل اتضح لنا ان الادارة الالكترونية ووظائفها هي ذاتها جوهر وظائف الادارة التقليدية مع اختلاف في الية التنفيذ و السرعة و بذلك فان تطبيقات الخدمات الالكترونية في العمليات الادارية تعد نمط جديد من الخدمات التي جاءت استجابة لإفراز البيئة الجديدة التي تتصف بالعمولة وسرعة الاستجابة الى الحاجات المتعددة و المتنوعة للزبون كما ان لها مبادئ و خصائص و اهداف تتجه كلها نحو الوصول الى تقديم افضل الخدمة له باقل تكلفة ممكنة و بأسرع وقت ممكن و يبدوا جليا في القمت الحاضر ان كل المؤسسات تسعى لدعم اجهزتها الادارية لخدمات الكترونية قصد تسليط الضوء على النقائص و السلبيات من اجل تحسينها وفقا لمتطلبات الزبون حتى بات من الواضح ان إدارة العلاقة معه أمر ضروري تقتضيه الظروف و الذي ينتج عنها علاقة تفاعلية بينه و بين مقدم الخدمة.

الفصل التطبيقي

تمهيد:

في ضوء الانتقال من عصر الصناعة إلى عصر التكنولوجيا، أصبح من الضروري على المؤسسات التي تتسم بالتغير السريع في بيئتها، لزاما عليها التوجه بجميع خدماتها نحو التطور لأنه من الطبيعي أن يؤثر هذا التطور في جميع الأعمال اليومية الخاصة بها، و تعتبر المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية من بين أهم هذه المؤسسات التي تبنت هذا الجانب من التطور التكنولوجي في تعاملاتها الداخلية و الخارجية.

و بعد التطرق إلى المفاهيم النظرية المرتبطة بإشكالية البحث في الفصل السابق سنحاول في هذا الفصل الذي تمثل في الجانب التطبيقي الاطلاع على مدى تطبيق الخدمة الالكترونية من طرف المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية .و أثرها في تحسين الأداء الوظيفي من جهة و تقريب خدماتها من الزبون من جهة أخرى، وكذا استعراض بيانات الدراسة مع تحليلها و تفسيرها و الخروج بمحوصلة من النتائج و التوصيات .

المبحث الأول: : لمحة عن المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية -عنابة-

سنقوم في هذا المبحث بالتطرق إلى بعض المفاهيم المتعلقة بالمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية وذلك من خلال تقديم التعريف والهيكلة التنظيمي لها، ومن ثم فروعها وأبرز مهامها في المطلب الأول، أما بالنسبة للمطلب الثاني سنقدم أهم الخدمات والأساسيات الإلكترونية التي تقوم عليها المديرية وأثرها على الزبون.

المطلب الاول : تقديم المديرية:

شركة الخطوط الجوية الجزائرية هي مؤسسة عمومية اقتصادية ذات طابع تجاري، أنشأت سنة 1947، وبعد الاستقلال وفي تاريخ 12 فيفري 1963 شرعت الدولة الجزائرية في عملية شراء أسهم الشركة العامة للنقل الجوي وحولتها بسرعة إلى شركة وطنية تحت وصاية وزارة النقل، بعدما كانت الخطوط الفرنسية تملك 90% من رأسمالها الذي كان مكونا من مساهمات أجنبية.

تمتع هذه الشركة بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، لها سمعة تجارية في علاقتها مع المتعاملين حيث تعد أول وأقدم مؤسسة للنقل الجوي في الجزائر، وهي تغيير الركيزة الأساسية والمدعم الرئيسي للاقتصاد الوطني، فقد ساهمت بالكثير من اجل النهوض الوطني وإعطائه أحسن صورة وجعله يساير كل التقنيات العالمية في هذا المجال.

1-أهداف المديرية : إن هداك الرئيسية للمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية تتمثل في:

-الوصول إلى إشباع حاجات الزبائن وإرضائهم

-تحسين صورة الشركة داخل وخارج الوطن.

-توطيد العلاقة مع الزبون تتقدم عروض مختلفة (تكاليف منخفضة، بطاقة ولاء).

-تحقيق مردودية وأرباح منظمة ومتزايدة.

-تمديد شبكة خطوطها وبالأخص الشبكة الدولية.

2-بطاقة فنية للمديرية:.

تعد المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة فرع من فروع شركة الخطوط الجوية الجزائرية بالعاصمة ، و بالتالي فهي تعتبر مسيرة للمهام فقط كون جل تعليماتها تتلقاها من الشركة الأم ،لذا سنقدم من خلال هذه البطاقة الفنية معلومات عامة عنها .

جدول رقم (03): يوضح بطاقة فنية لمديرية الخطوط الجوية الجزائرية

| اسم الشركة | المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة |
|-------------------|--|
| مقرها | مفترق الطرق سيدي ابراهيم - عنابة - |
| نوع الشركة | عمومية اقتصادية ذات طابع تجاري |
| رمزها | AH AAE |
| شعارها | always caring for you (نهتم بك دائما) |
| الشركة الأم | شركة الخطوط الجوية الجزائرية بالجزائر العاصمة |
| الجنسية | جزائرية |
| عدد العمال | 80 عامل |
| موقعها الالكتروني | www.airalgerie.dz |

المصدر: من إعداد مجموعة البحث بالاعتماد على وثائق مقدمة من طرف المؤسسة

3- الهيكل التنظيمي للمديرية:

ومما تقدم يتضح أن المديرية الجهوية للخطوط الجوية الناشطة في مجال النقل الجوي تتوفر على هيكل تنظيمي منظم يعكس طبيعة نشاطاتها المبين في الملحق رقم (01)، حيث يقسم إلى: مصلحة الامن والوقاية: والتي تضم قسم التخطيط ومراقبة التسيير الذي يهدف إلى القيام بعمليات الجرد الفعلي والمحاسبي.

مصلحة التخطيط: التي تقوم بالتخطيط على المدى القصير والمتوسط لمشاريع الاستثمار مصلحة الميزانية ومراقبة التسيير والتي تقوم بإعداد تقارير الميزانية الشهرية وتضم بدورها قسم التفتيش والرقابة الذي يهدف إلى وضع برنامج لعمليات التفتيش الروتينية في مختلف نقاط البيع.

قسم تنسيق الأنشطة بالمطار: الذي يهدف إلى تنظيم عملية التواصل بين المطار والإدارة العامة.

المصلحة التجارية: وتعمل على تطبيق سياسة تجارية موضوعة من طرف المديرية تضمن بدورها السير الأمثل للنشاطات التجارية في المديرية، ويضم بدوره قسم البيع الذي يشرف على تسيير عملية البيع.

مصلحة الدراسات التجارية: تقوم بإعداد برامج تنبؤية للرحلات الموسمية و متابعة و تسيير الرسائل الالكترونية والقرارات الخاصة ببرامج الرحلات.

مصلحة ترويج المبيعات: والتي تقوم بتوزيع المنشورات والوثائق التجارية الخاصة والتابعة للمديرية.

مصلحة الإحصاءات التجارية: التي تقوم باستخراج النتائج السنوية (أرقام الأعمال) الشهرية للمديرية والوكالات الخاصة.

المصلحة الإدارية والمالية: التي تقوم بتسيير الوثائق الإدارية والمالية وإرسالها إلى المصالح المعنية والتي تضم بدورها قسمين: القسم الإداري: الذي يتولى متابعة عمل المديرية لوضعية العمال (تقاعد، ترقية...).

القسم المالي: الذي يتولى متابعة النشاطات الشهرية للمحاسبة، كالميزانية العامة وفاتورات الزبون على الحساب.

مصلحة المستخدمين: التي تتولى التسيير بإتباع القانون الداخلي للمديرية

المصلحة اللوجستية: التي تقوم بتوفير أدوات العمل لمختلف المصالح.

مصلحة الشؤون الاجتماعية: تتولى مهمة الوساطة من أجل التسهيل للعامل المريض المعالجة على مستوى الجزائر والاتصال بصندوق الضمان الاجتماعي لتسهيل دور المرسل من أجل متابعة الملفات الطبية للمستخدمين.

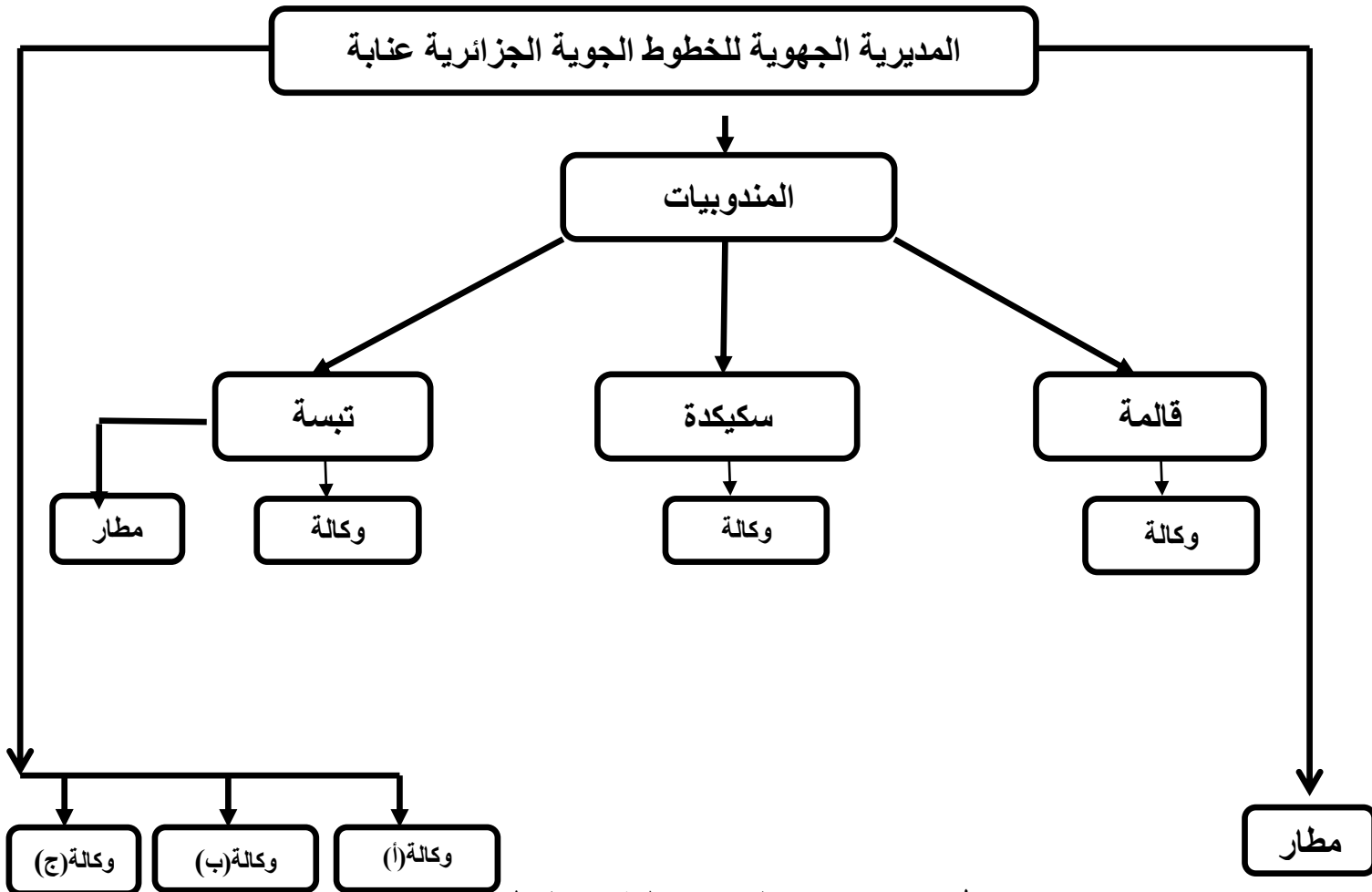
مصلحة التكوين: التي تتولى مهمة ضمان تسيير برنامج التكوين بالتنسيق مع المصالح المعنية.

مصلحة المحاسبية العامة: تقوم بمتابعة رصيد وحسابات الوكالات التابعة للمديرية.

و أخيرا الوكالة والتي تتولى عملية الحجز البيع لتذاكر السفر.

4- فروع المديرية:

الشكل رقم (05): يوضح فروع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية



المصدر: من إعداد مجموعة البحث من خلال الاعتماد على وثائق مقدمة من المديرية

يتضح من خلال الشكل رقم (05) أن لدى المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة 3 مندوبيات تابعة لها، في كل من قالمة -سكيكدة-تبسة من اجل توسيع نطاق خدماتها التي تقدمها، كما تحتوي كل من هذه المندوبيات على وكالة خاصة بها، إضافة إلى 3 وكالات أخرى بنفس مقرها مسؤولة بدورها عن عمليات الحجز والبيع لتذاكر السفر، كما تضم المديرية أيضا مطارين تابعين لها، مطار رابح بيطاط (عنابة)، مطار العربي التبسي (تبسة)، ومنه يمكن القول القول أنه كل هاته الفروع تنسب تحت تصرف وإشراف المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية (عنابة).

5- مهام المديرية:

أثناء تواجدها بالمديرية تم دعمنا بجملة من الوثائق التي تخصها، والتي ساعدتنا في التعرف على المهام الرئيسية التي تقوم بها من اجل تحقيق أهدافها والتي تتمثل في:

-استغلال الخطوط الجوية الجزائرية الداخلية قصد ضمان النقل المنتظم للأشخاص.

-تحضير الطائرات وتنظيم الأماكن الموجهة للمسافرين.

-القيام بوضع قوانين العبور للعمولات التي تأخذها مقابل القيام بعمل جوي لحساب المؤسسات الأخرى.

-بيع وإصدار تذاكر بإسمها أو نيابة عن شركات الطيران الأخرى.

-التنبؤ بالاحتياجات على المدى القصير والبعيد للعائدات (رقم الأعمال).

-وضع برنامج تدريب للموظفين ككل مع إبقاء اهتمام خاص لموظفي المبيعات.

المطلب الثاني: تحليل البيانات المتعلقة باستخدام الخدمات الالكترونية من طرف المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية :

من خلال زيارتنا للمديرية لاحظنا أن جل خدماتها الإلكترونية التي تقدمها لزيائنها هي نفس الخدمات الالكترونية القابلة للتذكير عبر الموقع الإلكتروني الخاص بها WWW.AIRAGERIE.DZ المبين في الملحق رقم (02) وهذا ما دفعنا للإطلاع على الموقع بغية التعرف على هاته الخدمات.

فالموقع الإلكتروني يسهل على الزبون عملية حجز التذاكر من أي مكانا ولا يشترط عليه لذلك الذهاب إلى الوكالات أو شركات الطيران، لأنه يمكنه القيام بكل تلك الاجراءات الكترونيا، فالأمر لا يحتاج منه إلا الدخول الى موقع شركة الخطوط الجوية الجزائرية والحجز المباشر للتذكرة، وتحديد موعد الرحلة وتفصيلها مع توفر آلية تمكن الزبون من تخيل أنه داخل الطائرة ويقوم باختيار مقعده ولا يتم ذلك إلا من خلال إدخال معلومات سفره ورقم بطاقته الانتماء الخاصة به ومن ثم يحصل على رقم الحجز وتقوم بطباعته وفي دقائق بسيطة، وبذلك يصبح الزبون على درجة عالية من الثقة مع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية وقد يصبح من الزبائن الأوفياء.

-أما فيما يخص خدمة الدفع الالكتروني، فهي توفر سهولة أكبر لزبون لأنه يقوم بتسديد تذكرته عبر الموقع الالكتروني، و لذلك يجب أن تكون هناك طريقة موثوقة لإيصال تكلفة الخدمة للشركة وهذه الطريقة يستلزم وجود طرف وسط بين الشركة و الزبون ليساعد في سهولة توصيل الأموال وذلك الطرف يجب أن يكون موثوق من الطرفين أعلاه حيث تتم

عملية الدفع في موقع الشركة الخطوط الجوية الجزائرية عبر البطاقة الذهبية وبالتالي إعطائه سرعة ومرونة أكثر في عملية الدفع .

- كما يقدم الموقع الإلكتروني أيضا خدمة الكترونية متمثلة في عملية التسجيلات حيث تسمح هذه الأخيرة بالتقليل من وقت الانتظار في المطار ويكون استعمالها إلكترونيا من جهاز كمبيوتر أو جهاز ذكي... الخ وتتم عملية التسجيل على الانترنت ابتداء من 24 ساعة إلى غاية 3 ساعات قبل الوقت المحدد للرحلة عن طريق ملا استمارة التسجيل بالإسم واللقب و مرجع الحجز ومن ثم طباعة وثيقة تأكيد التسجيل وتكون هذه الخدمات متاحة لجميع مسافري الخطوط الجوية الجزائرية الحائزين على تذكرة الكترونية .

وكخدمة الكترونية أخرى توفرها المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية عبر الموقع الكتروني خدمة برنامج الوفاء AIR ALGERIE+ حيث يتم الانضمام إليه مجانا عن طريق ملا إستمارة مباشرة عبر الموقع لطلب بطاقة الوفاء (بطاقة جرجرة-تشيلى-تاهات) المبينة في الملحق رقم (03) التي تسمح له بالدخول المباشر الى استخدام برامج الرحلات و التعرف على أسعارها ،للاستفادة من النقاط التي قد تم جمعها من الرحلات السابقة، كما يسمح البرنامج أيضا للأشخاص المخلصين أي الأشخاص الذين يسافرون بكثرة على متن طائرة الخطوط الجوية الجزائرية بجمع الأميال واستعمالها سواء للحجز أو في إحدى الخدمات التي توفرها المديرية أو يستطيع تبديل الأميال المكتسبة من حجز تذكرة مجانا إذا ما كان عدد النقاط مناسباً لذلك، إضافة إلى الخدمات الإلكترونية سألفة الذكر التي يوفرها الموقع فهو أيضا يقوم بتقديم معلومات مستمرة التي تساعد الزبون في الحصول المستجدة اللازمة عن العروض والتخفيضات وبرامج الرحلات من سفر، أمتعة، وجبات وكذا القوانين السارية التي تنضم عمليات السفر.

ومن خلال الإحتكاك بموظفي المديرية خلال فترة زيارتنا لها أفادونا ببعض المعلومات التي تخص التقنيات الإلكترونية التي من شأنها أن تضمن عملية تواصل داخلية وخارجية ناجحة.

فالنسبة للموظفين، تعتمد المديرية في عملية تدفق البيانات و المعلومات الكترونيا بين مستوياتها المختلفة داخل الوحدة الواحدة وفي اتجاهات متعددة من أعلى المستويات الإدارية التي أدناها و العكس، على البوابة الإلكترونية الخاص شركة الخطوط الجوية الجزائر التي انطلق العمل بها رسميا سنة (2015) portaille d'air algerie المبينة في الملحق رقم (04) فهي تسهل عملية أداء الوظيفة وذلك من خلال انسياب المعلومات بدقة وسرعة من خلالها وتشتمل هذه البوابة على مجموعة عديدة من الخدمات التي تتعلق بجميع الاجراءات الخاصة بشؤون الموظفين من كشف الرواتب (fiche de paie)، العطل (vacances)، كشف الحضور (feuille de pointage)، معلومات خاصة بالموظفين بالعمل (règlement renseignements sur travailleur de la société)، السلفية (prêt)، القوانين الخاص بالعمل (conventions) (intérieur)، الاتفاقيات (conventions)

كما تتيح البوابة أيضا خدمة الاتصال فيما بينهم ولا يتم ذلك إلا عن طريق الرسائل -البريد الإلكتروني- messagerie، كما يستعمل الويب tlex لاتصال مسؤولي الأقسام والشركات فيما بينهم كونه أكثر سرية مقارنة بالبريد

الإلكتروني، فضلا عن ذلك فإن البوابة الإلكترونية تنطوي على قاعدة بيانات رئيسية، تشترك فيها جميع فروع شركة الخطوط الجوية الجزائرية كما تحتاجها من خلال تعاملاتها فيما بينها.

أما بالنسبة للزبائن فبين لنا أن المديرية تعتمد على شبكة الانترنت كقناة لإدارة علاقتها مع الزبون من خلال موقعها الإلكتروني وذلك قصد تعريفهم بخدماتها وإحاطتهم علما بها، ويمكن كذلك إستخدام هذه الوسيلة كأداة لنشر أحر الإعلانات الخاصة بها، ولدى المديرية أيضا بريدًا إلكترونيًا airalgerie@gmail.dz يستعمل لاستقبال الرسائل وإرسال الردود.

- وفي سياق الحديث مع موظفي المديرية حول أثر الخدمات الإلكترونية التي تقدمها على علاقتها مع زبائننا استنتجنا أنها مثلت نقطة تحول هامة في وظائفها وحلقة جديدة ضمن أساليب التطور الإداري الحديث لها، إذ أدى هذا البديل إلى إحداث سلسلة من التغييرات المتلاحقة بغية زيادة مردودية الخدمة، وتقديمها للزبون على قدر من الراحة والملائمة مقارنة بتسليم الخدمة وجها لوجه وبشكل مباشر، فلم تعد هناك حاجة لكي يتم تنقله لحجز تذكرة السفر وتسديدها، بل أصبحت كل هذه الإجراءات تتم عبر الموقع الذي يوفر العديد من الخدمات المتاحة للجميع في أي وقت دون التفتيد بمواعيد العمل الرسمية لموظفي المديرية، كما انه بإمكان الزبون على حد قولهم التخلص نهائيًا من تذكرة السفر التقليدية الورقية التي كانت تعتبر ضمانته سفره واستبدالها بتذكرة إلكترونية .

- كما تبين لنا أيضا أنه من الأمور التطورية التي كانت لها أثر كبير في تحسين الخدمات هي تمكن الزبون من مراجعة معلوماته الخاصة بالحجز وفحصها والتأكد عليها من مكان تواجد، بدلا من الذهاب إلى المطار قبل ساعات عديدة من موعد تحليق الطائرة والانتظار كثيرا لإجراء هذه المعاملة.

- غير أن ما شد انتباهنا هو بروز بعض الأمور التي من شأنها أن تعرقل مسار الخدمات، وبالتالي تؤدي إلى ظهور الخدمات التقليدية في المديرية من جديد وبالتالي يحتم عليهم الرجوع إلى العمل الورقي.

المبحث الثاني: عرض نتائج الدراسة وتفسيرها:

سيتم في هذا المبحث عرض البيانات التي تم جمعها عن طريق أدوات الدراسة، و التي سبق ذكرها في الفصل المنهجي ، حيث سنقوم بتفريغ هذه البيانات ثم تبويبها، تحليلها و تفسيرها من اجل التوصل إلى النتائج المحققة

المطلب الأول: عرض و مناقشة أسئلة المقابلة:

بالنسبة لهذه الدراسة تم الاعتماد على المقابلة الفردية المقننة ذات الأسئلة المفتوحة، حيث تم إجراء هذه المقابلة مع رئيسية القسم التجاري "خير الدين أسماء" بتاريخ 23 ماي 2019 من الساعة 13:00 إلى 14:00 زوالا، حيث حددنا مجموعة من الأسئلة متعلقة بموضوع الدراسة المبينة في الملحق رقم (05) والتي ستكشف لنا عن مدى تبني المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية للخدمات الإلكترونية واستعمالها كأداة لتقريب الزبون منها .

-ومن خلال أجوبة المقابلة تبين لنا أن المديرية الجهوية للخطوط الجوية تبنت الخدمات الإلكترونية منذ مطلع 1995 كأداة لتنفيذ الموقع الخاص بها، ومنذ ذلك العام وهي في تطور مستمر إلى غاية وقتنا الحالي ، كما صرحت المتحدث على أن التواصل الإلكتروني يتم فيما بينهم عن طريق البوابة الإلكترونية المخصصة للموظفين، والتي تحتوي لدورها على

Tlex Web و Messagerie ، كما أكدت رئيسة القسم أن المديرية استطاعت أن تحسن من خدماتها وذلك من خلال اعتمادها على الخدمات الإلكترونية، كما ساهمت هذه الأخيرة في تحسين التسيير الإداري كونها أضافت الكثير لمختلف مهام الإدارة، فلقد وفرت الوقت والجهد والوصول السريع للمعلومات وتبادلها، لأن وظائف المديرية أساسا قائمة على التبادل المعلوماتي بين مختلف المصالح والمكاتب والوكالات بفضل الخدمات الإلكترونية، كما أدلت المستجوبة بأنه على الرغم من المزايا التي توفرها هذه الخدمات الإلكترونية إلا أنها اصطدمت عموما بالكثير من المعوقات التي من أبرزها الانقطاع المفاجئ للكهرباء والانترنت وكذا انتشار العديد من الفيروسات التي تسببت في تلف الملفات والمعلومات، كما اقترحت على ضرورة إقامة تكوينات للموظفين على استخدام تكنولوجيا المعلومات وذلك بغرض زيادة الكفاءة والمهارات التقنية مع توفير جميع الإمكانيات التي تسهل عليهم سير الوظائف وفي ختام القول أوضحت المتحدثه فيما يتعلق بعملية تطبيق الخدمات الإلكترونية في المؤسسات الجزائرية على أنها من المفروض أن تكون مستعدة لمثل هذه التحولات لأننا في الألفية الثالثة ، وأشارت بخصوص ما إذا كان هناك تقصير فهو على مستوى الفرد في حد ذاته حيث تمت الاستفادة من أداة **الملاحظة** في استكشاف ميدان الدراسة والتعرف على واقع وظروف العمل بالمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية -عنابة- حيث لاحظنا منذ وصولنا، على أن المديرية تتوفر على مختلف الإمكانيات التكنولوجية من أجهزة حاسوب وطابعات ومختلف البرمجيات إلى جانب شبكات اتصال داخلية تصل إلى كل مصالح وأقسام المديرية، كما تم الوقوف على إن جل موظفي المديرية يعتمدون على هذه التكنولوجيات في تعاملاتهم داخليا وخارجيا.

ومن خلال الملاحظة إكتشفنا أن مسؤولي المديرية تبني الخدمات الإلكترونية نظرا لأهميتها وخاصة بعد تزايد متطلبات الزبون التي لم تعد نشبعها الخدمات التقليدية، كما لاحظنا أنها تعتمد على هاته الخدمات كركيزة أساسية في تحسين و تطوير ربحيتها، حيث أصبحت من المهام الرئيسة لموظفي المديرية كونهم يواظبون على زيارة واستخدام البوابة الإلكترونية الخاصة بالمديرية لإنجاز مهامهم.

المطلب الثاني: عرض و مناقشة أسئلة الإستمارة :

تم إعداد استمارتين حول موضوع الدراسة المتمثل في " إسهامات الخدمة الإلكترونية في تقريب الإدارة من الزبون" الأولى الخاصة بموظفي المديرية، حيث تم توزيع 40 إستبيان على العينة المستهدفة عن طريق اليد وكان يستلم الاستبيان بعد تعبئته مباشرة وقد تم إسترجاع جل الاستمارات دون أي نقصان بنسبة بلغت 100%. في حين وزعت 55 استمارة على الزبائن المتعاملين معها، وبعد فحص الاستبيانات للتأكد من صحة التعبئة تم استبعاد 3 إستبانات وبذلك بلغ عدد الاستبيانات 52 استبيانة الصحيحة و التي تم اعتمادها وتحليلها هي و بذلك تكون النسبة العامة للاستجابة قد بلغت 94% وهي نسبة عالية مكنتنا من الوصول إلى نتائج دقيقة. وقد تضمنت الاستمارة الأولى الخاصة بالموظفين المبينة في الملحق رقم (06) على جزئين هما .

الجزء الأول: يتمثل في السمات الشخصية لموظفي المديرية الجهوية الجزائرية وتمثل هذه السمات في (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، منصب المهنة، الاقدمية المهنية).

أما الجزء الثاني فهو عبارة عن تجسيد للدراسة النظرية التي تطرقنا إليها من خلال 41 سؤال موزعة على 03 محاور.

- المحور الأول: يتعلق بواقع الخدمات الإلكترونية بالمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية .

- المحور الثاني: يتعلق بمدى مساهمة الخدمة الإلكترونية في التطوير من نشاطات المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية.

- المحور الثالث: التحولات التي طرأت على الأداء الوظيفي بعد تطبيق الخدمات الإلكترونية بالمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية .

أما بالنسبة للاستبيان الخاصة بالزبائن المتعاملين مع المديرية المبينة في الملحق رقم (07) فقد تم تقسيمها إلى جزئين

الجزء الأول متكون من البيانات الشخصية وتمثل هذه البيانات في (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، الحالة الاجتماعية القدرة على التعامل مع الكمبيوتر)، أما الجزء الثاني فشمّل 3 محاور رئيسية تضمنت 48 سؤال.

- المحور الأول: يناقش واقع الخدمات الإلكترونية للمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية.

- المحور الثاني: يناقش إدارة علاقة المديرية بالزبون إلكترونيا.

- المحور الثالث: يناقش مدى تفاعل الزبائن مع الخدمات الإلكترونية.

-أولا: لقد تم تحليل بيانات الاستبيان الخاصة بالموظفين كما توضحها الجدول التالية:

■ جدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير الجنس

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 47.5% | 19 | ذكر |
| 52.5% | 21 | أنثى |
| 100% | 40 | المجموع |

-ومن خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن غلب أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 25-35 سنة بنسبة 40%

وهذا راجع إلى أن هذه الفئة العمرية هي الفئة التي يمكنها مواكبة التطورات التكنولوجية واستعمال وسائل تكنولوجيا المعلومات، يليهم الأفراد التي أعمارهم ما بين 36-46 سنة حيث يمتلكون ثاني أكبر نسبة شملتهم الدراسة وقدرت

نسبتهم ب 37.5% ميليه الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 47 سنة فما فوق بنسبة بلغتنا 22.5%

■ جدول رقم 05: يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير العمر

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|------------|---------|----------------|
| 35-25 | 16 | 40% |
| 46-36 | 15 | 37.5% |
| 47 فما فوق | 9 | 22.5% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن عينة الدراسة مكونة من 40 فرد منهم 19 ذكور و 29 إناث، حيث نسبة الإناث مرتفعة مقارنة بنسبة الذكور وقدرت ب 25.5% في حين قدرت نسبة الذكور ب 47.5%.

■ جدول رقم 06: يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الاقدمية المهنية

| الاقدمية المهنية | التكرار | النسبة المئوية |
|------------------|---------|----------------|
| أقل من 5 سنوات | 6 | 15% |
| من 6-10 سنوات | 17 | 42.5% |
| من 11-15 سنة | 12 | 30% |
| من 16-20 سنة | 5 | 12.5% |
| 20 سنة- فما فوق | 0 | 0% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال بيانات الجدول أعلاه أن نسبة الموظفين الذين تتراوح الاقدمية المهنية بالمديرية من 6 إلى 10 سنوات هي النسبة الأعلى والتي قدرت ب 42.5 أما بالنسبة للموظفين الذين تتراوح اقدميتهم المهنية من 11-15 سنة فقد قدرت ب 30% والموظفين الذين تتراوح الاقدمية المهنية لديهم أقل من 5 سنوات قدرات ب 15% وتليها نسبة 12.5% بالنسبة للموظفين الذين تتراوح مدة خدمتهم من 16 الى 20 سنة ب 12.5% ومنه نلاحظ أن المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية تعتمد على إتباع سياسة متوازنة بين التشبيب من خلال دمج الشباب من جهة والعمل على نقل وامتصاص خبرة الموظفين الذين لديهم أكثر من 10 سنوات خبرة.

▪ جدول رقم 07: يوضح آراء الموظفين حول تلقي دورة تكوينية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 40 | 100% |
| المجموع | 40 | 100% |

يبين الجدول أن جميع أفراد العينة تلقوا دورة تكوينية على طريقة التعامل مع التكنولوجيات وهذا راجع الى ما يلعبه التكوين من دور هام في ترقية المهنة حتى يتمكنوا من أداء مهامهم بما يتناسب والتطورات الحاصلة وبالتالي قدرت النسبة المئوية الممثلة لهم ب 100%.

▪ جدول رقم 08 يوضح آراء الموظفين حول نوعية الدورة التكوينية.

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| دورة تدريبية من طرف المديرية | 19 | 47.5% |
| دورة من خلال الملتقيات العلمية والتربصات القصيرة | 7 | 17.5% |
| دورة من خلال الاستعانة بالزملاء | 14 | 35% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن هناك تفاوت في نوع التكوين الذي تلقاه أفراد العينة، حيث أوضحت نسبة 47.5% أنهم تلقوا تكوين من طرف المديرية، وهذا نظرا لما تقدمه هذه الأخيرة من برامج تكوينية تساعد الموظفين على تطوير مهاراتهم، بينما أعربت نسبة 35% أنهم استفادوا من خلال الاستعانة بالزملاء في حيث أن نسبة 17.5% تلقوا تكوينا من نوع آخر كالملتقيات العلمية والتربصات القصيرة .

▪ جدول رقم 09: يوضح آراء الموظفين حول تسجيل البيانات الالكترونية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 20 | 50% |
| أحيانا | 14 | 35% |
| لا | 6 | 15% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أنه يتم تسجيل جميع البيانات الكترونيا، ونسبة آراء الموظفين المقدره ب 50% خير دليل على ذلك، وهذا ما يفسر اعتماد المديرية على التكنولوجيات الحديثة في مختلف تعاملاتها الإدارية وكذا مواكبتها

لتطورات العصر في تقديم خدماتها الكترونيا، وتقدر نسبة الموظفين الذين أجابوا بأنه يتم أحيانا تسجيل جميع البيانات الكترونيا وأحيانا أخرى لا ب: 35% ويمثل نسبة 15% الموظفين الذين نفوا تسجيل المديرية لجميع البيانات الكترونيا. **جدول رقم 10 : يوضح آراء الموظفين حول معدل تحديث المديرية لبرامجها.**

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 40 | 100% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابة جميع الموظفين دون استثناء أكدت على أن برامج المديرية يتم تحديثها بشكل مستمر حيث قدرت نسبتهم ب100% وهذا يفسر أن جل خدماتها تقدم بأفضل التقنيات الحديثة، ويتم تحديثها باستمرار لتواكب أفضل التقنيات وتساير آخر تطورات الأحداث و الإضافات

جدول رقم 11: يوضح آراء الموظفين حول امتلاك المديرية لموقع خاص به

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 40 | 100% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع أفراد العينة أكدوا أن المديرية لديها موقع خاص بها أي ما نسبته 100% وهذا ما يدل على اعتماد المديرية على الموقع كأداة لعرض مختلف خدماتها بما فيها الحجز، الدفع والتسديد للتذاكر، كما للموقع علاقة بطبيعة عمل الموظفين اليومية.

جدول رقم 12 يوضح آراء الموظفين حول إتاحة الموقع للمعلومات بطريقة منظمة

| البيانات | التكرار | النسبة |
|----------|---------|--------|
| نعم | 31 | 100% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أنه رغم توفر المديرية على موقع خاص، إلا أنه لا يتيح كافة المعلومات و الخدمات بطريقة صادقة و منظمة وسرية حسب إجابة بعض الموظفين و التي قدرت نسبتهم 22.5%، في حين ذهب رأي بقية الموظفين بان الموقع كافة المعلومات و يقدمها بطريقة صادقة بنسبة 77.5% من أفراد العينة المدروسة، وهذا ما يفسر على ما يتمتع به الموقع من سهولة تنظيم واشتماه على خدمات تهم المستخدمين بطريقة سلسلة تسهل عملية الحصول على الخدمة.

▪ جدول رقم 13 : يوضح آراء الموظفين حول إتاحة الموقع مكانا للاستفسار.

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 40 | %100 |
| المجموع | 40 | %100 |

يتضح من خلال الجدول أن جميع الموظفين اتفقوا على إجابة واحدة فيما يخص توفير الموقع كان للاستفسارات على حاجيات الزبون حيث قدرت نسبتهم %100 ويفسر ذلك إلى أنه كلما كان الموقع يوفر كافة احتياجات المستخدم كلما شعر بمتعة التفاعل معه مما يؤدي ذلك حتما إلى الاستمرار في استخدامه.

▪ جدول رقم 14 : يوضح آراء الموظفين حول مكانة الخدمات الالكترونية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------------|---------|----------------|
| خدمات مكملة للتقليدية | 07 | %17.5 |
| خدمات بدية التقليدية | 10 | %25 |
| خدمات مكملة بديلة | 23 | %57.5 |
| المجموع | 40 | %100 |

نلاحظ من خلال الجدول أن معظم الموظفين أكدوا على أن الخدمات الالكترونية هي خدمات مكملة وبديلة للخدمات التقليدية بنسبة %57.5 و هذا دلالة على أن المديرية مازالت مستمرة بالعمل في بيئتين واحدة تقليدية مطبوعة و أخرى الكترونية متقدمة كونهم لم يستطيعوا التخلي على جانب من الخدمات التقليدية نظرا لما تتطلب منهم البعض من الخدمات العمل يدويا واللجوء إلى العامل الورقي من جهة ولما تتسم به الخدمات الكترونية من مزايا مقارنة بالتقليدية في زيادة تحسين جودة الخدمات من جهة أخرى، يلي ذلك خدمات بديلة للخدمات التقليدية بنسبة %25 في حين أن خدمات مكملة للخدمات التقليدية قدرت: ب %17.5.

▪ جدول رقم: 15: يوضح آراء الموظفين حول دقة وسلامة الخدمات الالكترونية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 30 | %75 |
| لا | 10 | %25 |
| المجموع | 40 | %100 |

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن الموظفين الذين أكدوا على أن تعاملات الخدمات الالكترونية ذات مصداقية وخالية من الأخطاء قدرت نسبهم ب %75 وهذا ما يدل على أن المديرية تقدم كافة خدماتها الالكترونية

بدقة باعتبار أن خدماتها تشمل على بيانات ومعلومات خاصة ومالية مهمة وذات قيمة بالإضافة إلى تمتع الفريق المسؤول عن هذه الخدمات بقدرة عالية من العمل بشكل متواصل وباستمرار مع التأكد الخدمة قبل تقديمها للمستخدمين في حين أن 25% من آراء العينة كانت آراؤهم مخالفة لذلك.

■ جدول رقم 16: يوضح آراء الموظفين حول كفاءة وسرعة الخدمات الالكترونية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 28 | 70% |
| لا | 12 | 30% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة أجوبة الموظفين حول نفي مساهمة الخدمات الالكترونية في زيادة كفاءة أو سرعة سير الوظائف ضئيلة حيث قدر ب30% في حين أن نسبة 70% منهم أكدوا على عكس ذلك ويرجع الباقي في ذلك الى ندرة الخدمات الالكترونية على توفير كافة المتطلبات للموظفين لانجاز أعمالهم بسهولة وسرعة مما يسهل في عملية التنسيق والتنظيم بين مختلف أقسام المديرية.

■ جدول رقم 17: يوضح آراء الموظفين حول نوعية الإضافة التي أحدثتها الخدمات الالكترونية.

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|--|---------|----------------|
| تحديث الشركة وتطويرها | 9 | 22.5% |
| الجودة في تقديم الخدمات | 6 | 15% |
| إدارة العلاقة مع الزبائن بسهولة ومرونة | 7 | 17.5% |
| تحديث الشركة وتطويرها+الجودة في تقديم الخدمات | 4 | 10% |
| تحديث الشركة وتطويرها+إدارة العلاقة مع الزبائن | 4 | 10% |
| الجودة في تقديم الخدمات+إدارة العلاقة مع الزبائن | 5 | 12.5% |
| كل ما سبق ذكره | 5 | 100% |
| المجموع | 40 | 100% |

من خلال النتائج الموضحة في الجدول يتبين أن 22.5% من أفراد عينة الدراسة يرون بأن تحديث الشركة وتطويرها هي من أكثر الإضافات التي أحدثتها الخدمات الالكترونية في المديرية فهي طورت من نظم وإجراءات العمل فيها حتى تتناسب مع قدرة تكنولوجيا المعلومات والتي لها دورا فاقلا في تطوير الأداء وضبط العمليات الإدارية وتحسين جودتها حيث تمكنت المديرية جراء هذه الخدمات الالكترونية من تخفيض الضغوطات على العاملين داخل المؤسسة، وبالتالي النهوض بالمديرية والسير بها نحو الأفضل في حين يعود ما نسبته 17.5% بأن الخدمات الالكترونية أضافت للمديرية إدارة علاقتها مع زبائنها بكل سهولة ومرونة في حين صرح ما نسبته 15% من أفراد العينة ان الجودة في

تقديم الخدمات من الإضافات التي أحدثتها الخدمات الالكترونية وتليها نسب متساوية كل من التحديث في تقديم الخدمات، وكذا تحديث وإدارة العلاقة مع الزبون و أيضا كل نسبة 10% في حين الجودة وإدارة العلاقة مع الزبون بسهولة قدرت نسبتها بـ 12.5% ترى بأن جميع الإضافات المذكورة في نص السؤال.

■ جدول 18: يوضح آراء الموظفين حول ضرورة التحول نحو الخدمات الالكترونية

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 62.5% | 25 | نعم |
| 37.5% | 15 | لا |
| 100% | 40 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة آراء الموظفين حول ضرورة التحول نحو تقديم كافة الخدمات الالكترونية قدر بـ 62.5% وهذا ما يفسر أنه هناك موافقة من قبل اغلب أفراد العينة حول ضرورة التحول نحو تقديم كافة الخدمات الالكترونية وذلك لما لها من قدرة على توفير كافة المتطلبات الأساسية والتقنيات الحديثة التي تجعل من أي خدمة ناجحة، في حين ترجع نسبة 37.5% إلى الموظفين الذين لا يرون ضرورة هذا التحول.

■ جدول رقم 19: يوضح آراء الموظفين حول مزايا الخدمات الالكترونية في مجال تسيير الوظائف.

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|-----------------------------|
| 20% | 8 | ريح الوقت |
| 12.5% | 5 | الدقة |
| 5% | 2 | سهولة الاستعمال |
| 25% | 10 | ريح + الدقة |
| 12.5% | 5 | ريح الوقت + سهولة الاستعمال |
| 25% | 10 | كل ما سبق ذكره |
| 100% | 40 | المجموع |

من خلال نتائج الجدول لاحظنا أن آراء الباحثين الذين قدرت نسبتهم بـ 20% يرون بأن من مزايا الخدمات الالكترونية هي ربح الوقت ، تليها 12.5% بالنسبة للدقة ونفس النسبة للذين اجمعوا على أن ربح الوقت وسهولة الاستعمال مع بعض يعتبرون من أهم مزايا الخدمات الالكترونية في حيث تعود 5% على آراء الباحثين الذين حصروها في ميزة سهولة الاستعمال، كما نرى أيضا أن آراء المستجوبين حول دقة المعلومات و ربح الوقت وكل ما سبق على حد سواء نسبته 25% كأعلى نسبة ويمكن تفسير ذلك إلى انه كلما كان الحصول على المعلومات بسرعة دون

تأخير، وفي الوقت المناسب وبسهولة وبشكل دقيق وواضح، وأيضاً كلما كانت المعلومات ذات صلة بطبيعة العمل، كلما أدى إلى زيادة استغلالية الوظائف وهذا بالتأكيد ينعكس بالإيجاب على جودة الخدمة ككل

▪ جدول رقم 20: يوضح آراء الموظفين حول توافق الخدمات الالكترونية مع احتياجات الزبون.

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 24 | 60% |
| أحيانا | 16 | 40% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن توافق الخدمات الالكترونية مع احتياجات الزبون قدرت ب 60%، وهذا ما يفسر قدرة الخدمات الالكترونية في تحسين العمليات الإدارية و ربط الخدمات بطريقة الكترونية وتسيير كافة الإجراءات الأمر الذي يؤدي في النهاية إلى تغطية كم كبير من المعلومات التي يحتاجها الزبون وبالتالي تنعكس بالإيجاب على رضاه أما بنسبة 40% من أجوبة الموظفين تؤكد أنه أحيانا ما تتوافق نظرا لتعدد طلبان الزبون الغير محدودة.

▪ جدول رقم 21: يوضح آراء الموظفين حول الرد على استفسارات الزبون

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 24 | 60% |
| أحيانا | 16 | 40% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن يتم الرد بشكل فوري على استفسارات الزبون ونسبة آراء الموظفين المقدر ب 60 % هي ما أثبتت ذلك وهذا ما يفسر حرص المديرية على إقامة علاقات حوار ما بينها وبين زبائنها من خلال خلق فضاءات من اجل الرد على استفسارات الزبون التي من شأنها تحسين العلاقة التي تربطها بهم ومن ثم زيادة ثقتهم وصلتهم بها، في حين قدرت نسبة الموظفين الذين أجابوا بأنه أحيانا يتم الفوري وأحيانا أفرد لا ب 40% من أفراد العينة المدروسة

▪ الجدول رقم 22: يوضح آراء الموظفين حول سعي المديرية لتوثيق العلاقة بالزبائن الكترونيا

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 40 | 100% |
| المجموع | 40 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع الموظفين يؤكدون على سعي المديرية لتوثيق علاقاتها بزبائنها الكترونيا، حيث قدرت نسبتهم ب 100% وهذا ما يفسر أن المديرية تسعى من خلال خدماتها الالكترونية إلى تعدي مرحلة

السعي لكسب تأييد الزبون الحالي والانتقال إلى مرحلة استهداف زبون جديد من خلال وضع المصلحة العليا له في أولى اهتماماته بالاستناد إلى مجموعة الخدمات المقدمة عبر الموقع.

لقد تم تحليل بيانات الاستبيان الخاصة الزبائن كما توصفها الجدول التالية:

▪ الجدول رقم: 23 يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير الجنس

| النسبة المئوية | التكرار | الجنس |
|----------------|---------|---------|
| 61.5% | 32 | ذكر |
| 38.5% | 20 | أنثى |
| 100% | 52 | المجموع |

من خلال الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أن هناك تفوق واضحاً لنسبة الزبائن الذكور التي قدرت بـ 61.5%

% مقارنة بالإناث التي قدرت نسبتهم 38.5%

▪ جدول رقم 24: يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير العمر

| النسبة المئوية | التكرار | العمر |
|----------------|---------|------------------|
| 27% | 14 | من 18 إلى 28 سنة |
| 42% | 22 | من 29 إلى 39 سنة |
| 31% | 16 | من 40 فما فوق |
| 100% | 52 | المجموع |

من خلال الجدول نلاحظ أن عمر أفراد العينة المدروسة كان متنوعاً بين مختلف الفئات العمرية حيث كان

نسبة الزبائن التي تتراوح أعمارهم ما بين 29-39 ذرة بـ 42% كأكبر ونسبة الفئة العمرية الذين يفوق نسبتهم 40 سنة فما فوق 37% أما نسبة التي يتراوح منهم ما بين 18-28 هي 27%.

▪ جدول رقم 25: يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير القدرة على التعامل مع الكمبيوتر

| النسبة المئوية | التكرار | القدرة على التعامل مع الكمبيوتر |
|----------------|---------|---------------------------------|
| 59.5% | 31 | جيدة |
| 34% | 18 | متوسطة |
| 5.5% | 3 | محدودة |
| 100% | 52 | المجموع |

حسب الجدول الموضح أعلاه نلاحظ أن نسبة أغلبية أفراد العينة لديهم قدرة عالية على التعامل مع الكمبيوتر

والتي قدرت بـ 59.5% إلى التطور المتسارع في المجالات العلمية التكنولوجية حيث أن معارف ومهارات الفرد تتفاقم

خاصة عندما تكون هناك أساليب عمل وتكنولوجيا وأنظمة جديدة مما يستوجب عليه العمل على تجديد معارفه ومهاراته التي تتواءم مع التطورات في حين أن 34% قدرتهم متوسطة بينما فئة قليلة جدا تتراوح نسبتها 5.5% قدرتها محدودة.

■ جدول رقم 26: يوضح آراء الزبائن حول التعامل مع المديرية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 52 | 100% |
| المجموع | 52 | 100% |

تبين من خلال الجدول أن جميع المبحوثين دون استثناء سبق لهم و التعامل مع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بنسبة 100% وهذا ما ينسب إلى تميز المديرية بالعمل الدؤوب والمثابر الذي من شأنه إعطاء فكرة للزبون عن الخدمات المقدمة والنقائص الموجودة بها.

■ جدول رقم 27: يوضح آراء الزبائن حول وتيرة التعامل مع المديرية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| دائما | 26 | 50% |
| أحيانا | 20 | 38.5% |
| نادرا | 6 | 11.5% |
| المجموع | 52 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية الزبائن يتعاملون دائما مع مديرية الخطوط الجوية الجزائرية بنسبة 50% مقابل 38.5% رأي بأنه أحيانا يتم التعامل مع المديرية وأحيانا أخرى لا، وهناك ما نسبته 11.5% من رأي أفراد العينة المدروسة بأنه نادرا مما يتعاملون معها، ومنه يمكن إرجاع هذا إلى ريادة المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية في مجال الطيران.

■ جدول رقم 28: يوضح آراء الزبائن حول أسباب التعامل مع المديرية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|-------------------|---------|----------------|
| المعاملة المتميزة | 4 | 7.5% |
| السمعة العالمية | 9 | 17.5% |
| تنوع الخدمات | 16 | 31% |
| أخرى تذكر | 23 | 44% |
| المجموع | 52 | 100% |

يتبين من خلال نتائج الجدول أن 31% من أفراد العينة يعتبرون تنوع الخدمات المقدمة معيار لاختيار المديرية لتليها نسبة معتبرة تتمثل بالسمعة العالمية التي قدرت بـ 17.5% والتي شجعتهم بدورها على التعامل معها، في حين

يختار نسبة ضئيلة والتي قدرت بـ 7.5% المعاملة المتميزة، بينما تعود النسبة الأكبر والمقدرة بـ 44% لأسباب أخرى غير التي ذكرت وتتنوعت ما بين احتكار الخطوط الجوية الجزائرية للسوق وبالتالي عدم وجود بديل عنها.

■ جدول رقم (29): يوضح آراء الزبائن حول الإطلاع عن الخدمات الالكترونية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 40 | 77% |
| لا | 12 | 23% |
| المجموع | 52 | 100% |

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة أجوبة الزبائن حول إطلاعهم الكافي بأهم الخدمات الالكترونية للمديرية بنسبة 77% وهذا راجع إلى تعاملاتهم معها الكترونيا عبر الموقع الالكتروني الخاص بها، أما نسبة 23% تمثل نسبة الزبائن الذين ليس لهم إطلاع بتلك الخدمات.

■ جدول رقم (30): يوضح آراء الزبائن حول طرق التواصل والتعرف على جديد المديرية

| البيانات | التكرار | النسبة المئوية |
|---------------------------|---------|----------------|
| الموقع الالكتروني | 20 | 38.5% |
| البريد الالكتروني | 8 | 15% |
| الاتصال الشخصي | 7 | 13.5% |
| الموقع والبريد الالكتروني | 3 | 6% |
| الموقع والاتصال الشخصي | 14 | 27% |
| المجموع | 52 | 100% |

من خلال النتائج الموضحة في الجدول نلاحظ أن 38% من أفراد عينة الدراسة يعتمدون على الموقع الالكتروني كأداة فعالة للتواصل والتعرف على جديد المديرية مما يفسر أهمية الموقع في تقديم خدمات متطورة ومفيدة باعتباره الوسيط الذي يربط بين المديرية والزبون لتليها نسبة 15% يعتمدون على البريد الالكتروني وهذا راجع إلى كونه اقتصادي يمكن استخدامه فترة أطول بدلا من الاتصالات الهاتفية، ثم ما نسبة 13.5% ممن يتوجهون شخصا للمديرية للتواصل و التعرف على حديدها و 27% تخص الموقع والاتصال الشخصي معا وأخيرا 6% بالنسبة للذين يعتمدون على الموقع والبريد معا.

▪ جدول رقم 31: يوضح آراء الزبائن حول تبنينهم للخدمات الالكترونية كمصدر للاستعلام

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 63.5% | 33 | نعم |
| 25% | 13 | أحيانا |
| 11.5% | 6 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

تدل بيانات الجدول أن الزبائن يتبنون الخدمات الالكترونية كمصدر للاستعلام عن الخدمات المقدمة من طرف المديرية بنسبة 63.5% وهذا راجع لفتح المديرية لعدة نوافذ لزبائنها للاستعلام والاستفسار الكترونيا عن جديد ومدى جاهزية الخدمات، وبطريقة تتسم بالفورية، وأفادت نسبة قليلة بأنهم أحيانا ما يلجؤون إلى الخدمات الالكترونية للاستعلام بنسبة 25% في حين أقر البقية بأنهم ينفون لجوئهم للخدمات الالكترونية بنسبة 11.5%

▪ الجدول رقم 32: آراء الزبائن حول أهم الخدمات الالكترونية التي توفرها المديرية

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------------------------|
| 48% | 25 | حجر تذكرة السفر |
| 9.5% | 5 | الاشتراك في التسجيلات |
| 8% | 4 | الاستفادة من بطاقة الوالد |
| 5.5% | 3 | الدفع الالكتروني |
| 8% | 4 | الحجز والاشتراك بالتسجيلات |
| 9.5% | 5 | الحجز والاستفادة من بطاقة |
| 11.5% | 6 | كل ما سبق |
| 100% | 52 | المجموع |

يتضح لنا من خلال الجدول أن حجز تذكرة السفر هي من أهم الخدمات الالكترونية الأكثر إقبالا من قبل الزبائن ونسبتها قدرت بـ 42% وهذا راجع لإمكانية الزبائن القيام بهذه الخطوة بأقل تكلفة من الوقت والجهد إلى جانب زوال خطر فقدان أو نسيان أو سرقة التذكرة باعتبار أن جميع البيانات تكون محفوظة، لتليها بنسب متتالية الاشتراك في التسجيلات والاستفادة من بطاقة الولاء معا بنسبة 9.5% وفيما يخص الزبائن الذين ادجموا خدمتي الحجز والاشتراك بالتسجيلات بنسبة 8% أما الاستفادة من بطاقة الولاء فنسبتها أيضا 8% وتعود نسب 11.5% إلى المبحوثين الذين استفادوا من كل هذه الخدمات في حين قدرت نسبة المبحوثين الذين يستخدمون خدمة الدفع الالكتروني بأقل نسبة التي قدرت بـ 5.5% وذلك راجع إلى نقص ثقة الزبائن بهذه الخدمة ويفضلون تسديد التذكرة عبر الوكالات.

■ جدول رقم 33: آراء الزبائن حول نوعية الخدمات الالكترونية الخاصة بالمديرية

| النسبة المئوية | التكرارات | البيانات |
|----------------|-----------|----------|
| 23% | 12 | جيدة |
| 71% | 37 | متوسطة |
| 6% | 3 | رديئة |
| 100% | 52 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول حول نوعية الخدمات المقدمة أنها متوسطة بنسبة 71% ونسبة 23% يرون أنها جيدة أما بالنسبة للذين أجابوا بأنها خدمات رديئة قدرت نسبتها 6% وهذا ما يتناقض مع ما تحاول المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية أن تقدمه من خدمات لزبائننا، وعلى ضوء هذا فان مديرية الجوية للخطوط الجوية الجزائرية مجبرة على تحسين خدماتها.

■ جدول رقم 34: يوضح آراء الزبائن حول مساهمة الخدمات الالكترونية في تقليص المسافات

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 54% | 28 | نعم |
| 21% | 11 | أحيانا |
| 25% | 13 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

من خلال الجدول نلاحظ أن نصف الزبائن المستجوبين التي قدرت نسبتهم 54% يرون بان الخدمات الالكترونية وفرت عليهم عناء التنقل شخصيا للمقر لان عصر المعاناة الزبون لحجز التذكرة السفر وتسديدها قد انتهى كون كل هذه الإجراءات أصبحت تتم عبر الموقع الالكتروني الخاص بها، وما نسبتها 25% للذين يرون أنها لم تساهم في عدم الحاجة للذهاب للمديرية وان معاناتهم لم تنتهي بمجرد ظهور الخدمات الالكترونية، ويذهب رأي البقية المقدرة نسبتهم 21% على انه أحيانا ما يتوجب التنقل شخصيا إلى المديرية.

■ جدول رقم 35: يوضح آراء الزبائن حول دقة وسلامة الخدمات الالكترونية

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 25% | 13 | نعم |
| 48% | 25 | أحيانا |
| 27% | 14 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

نلاحظ من خلال نتائج الجدول أن أكبر نسبة من إجابات أفراد العينة تعود إلى أنه أحيانا ما تكون تعاملات الخدمات الإلكترونية دقيقة و خالية من الأخطاء ، مما يدل عل أن الخدمات الإلكترونية عادة ما يصاحبها أخطاء يصعب حلها بنسبة قدرت ب 48% و يقابلها نسبة 27% ممن ينفي ذلك ، و تاليها مباشرة ممن يؤكد على عكس ذلك بنسبة 25% .

▪ جدول رقم 36: يوضح آراء الزبائن حول سهولة وسرعة الخدمات الإلكترونية

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 42.5% | 22 | نعم |
| 42.5% | 22 | أحيانا |
| 15% | 8 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

يبين الجدول إن نسبة 15% من أفراد العينة لا يوافقون على امتياز الخدمات بسهولة الحصول عليها تليها إجابة نعم ، و أحيانا بنفس النسبة حيث قدرت ب 42.5% وهذا ما يفسر قدرة الخدمات الإلكترونية في تخفيض الضغوطات على العاملين من خلال إعادة هيكلة الإجراءات نحو التبسيط والتسهيل وكذا التقليل من الكم الورقي ، و بالتالي تحقق نوع من السهولة و السرعة في الحصول على المعلومة

▪ الجدول رقم 37: يوضح آراء الزبائن حول قدرة الخدمات الإلكترونية لتلبية حاجياتهم

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 27% | 14 | نعم |
| 52% | 27 | أحيانا |
| 21% | 11 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

تدل بيانات الجدول أن أغلبية الزبائن يرون أن الخدمات الإلكترونية أحيانا ما تلي رغبتهم، وذلك بنسبة 52% وهذا ما يفسر تواجد بعض الخدمات التي تتطلب حضور صاحب الخدمة شخصيا وهذا ما يجعلهم مجبرون على الرجوع للخدمات التقليدية في بعض الأحيان ثم نسبة 27% يعتقدون أن الخدمات الإلكترونية قادرة على تلبية رغبتهم في حين أن نسبة 21% تؤكد عكس ذلك.

▪ جدول رقم 38: يوضح آراء الزبائن حول معدل وثوقهم بالخدمات الالكترونية

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 25% | 13 | مرتفع |
| 57.5% | 30 | متوسط |
| 17.5% | 9 | منخفض |
| 100% | 52 | المجموع |

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة لديهم معدل وثوق متوسط بالخدمات الالكترونية المعدمة من طرف المديرية حيث بلغت نسبتهم 57.5% وهذا وما يدل على أن المديرية لا تعتمد وبشكل كبير على شرح الأعمال التي تقوم بها الكترونيا ويمكن أن نعتبره قصورا من جانبها الذي يولد بدوره انخفاض معدل الثقة بزبائنها ثم تليهم الأفراد الذين معدل وثوقهم بالخدمات الالكترونية مرتفعا نسبة 25% ثم الأفراد الذين لديهم ثقة منخفضة نسبة 17.5%

▪ جدول رقم 39: يوضح آراء الزبائن حول امتلاك المديرية لموقع خاص بها

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 100% | 52 | نعم |
| 100% | 52 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول أن جميع أفراد العينة أكدوا على أن المديرية موقع خاص بها والتي قدرت بنسبة

100%

و هذا راجع إلى أن الزبائن ذو تتبع دائم بأخبار و خدمات المديرية

▪ جدول رقم 40: يوضح نسب آراء الزبائن حول معدل استخدام الموقع خاص بالمديرية

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 100% | 52 | نعم |
| 100% | 52 | المجموع |

يتضح من خلال نتائج الجدول أعلاه أن جميع المبحوثين دون استثناء سيق لهم التعامل بالموقع الخاص بالمديرية

والتي قدرت نسبتهم بـ 100% وهذا ما يدل على ان الموقع يتيح مؤشرات لتشجيع الزوار على استخدامه كتوفره على جملة من الروابط الفرعية التابعة له والتي تساهم في تقديم معلومات مهمة لهم وهذا مؤشر مهم لاستخدام الموقع.

■ جدول رقم 41: يوضح آراء الزبائن حول إتاحة الموقع للمعلومات بطريقة منظمة

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 71% | 37 | نعم |
| 28% | 15 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

تظهر النتائج المبيّنة في الجدول أن نسبة كبيرة والتي تقدر بـ 71% يرون أن الموقع يوفر كافة المعلومات بطريقة منظمة وهذا ما يفسر اهتمام المديرية لتوفير كل الخدمات في شكل مرغوب فيه لزبائنهم وفقا لتوقعاتهم، إلا أنه هناك نسبة ضئيلة قدرت بـ 28% ترى بأن المعلومات والخدمات غير كافية ولا ترتقي بمستوى توقعاتهم.

■ جدول رقم 42: يوضح نسب آراء الزبائن حول إتاحة الموقع مكان للاستفسارات

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 34.5% | 18 | نعم |
| 65.5% | 34 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

تدل بيانات الجدول على أن أغلبية الزبائن يجهلون ما إذا كان للموقع مكانا للإجابة عن استفساراتهم ونسبة 65.5% خير دليل على ذلك وهذا راجع لعدم ولائهم الكافي للموقع لان من يستخدمه أكثر تكون لديه معرفة وخبرة أكبر في كافة تفاصيله وعناصره وتقدر نسبة الذين أحابوا بأن لهم علم بوجود مكان للاستفسارات بك 34.5%.

■ جدول رقم 43: يوضح آراء الزبائن حول نجاح المديرية لإدارة علاقاتها بهم إلكترونيا

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 27% | 14 | نعم |
| 56% | 29 | نوعا ما |
| 17% | 9 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

يتضح من إجابات المستجيبين من أفراد العينة أن معظمهم ما يرون أن المديرية الجهوية الجهوية الجهوية الجزائرية قد نجحت في إدارة علاقاتها بزبائنهم عاما بنسبة 56% وهذا ما يفسر على اعتماد المديرية على إستراتيجية كاملة و شاملة مبنية على أساس استخدام تكنولوجيا الانترنت و إدارة العمليات مع الزبون إلكترونيا ليتمكن كل منهم من الالتقاء في الفضاء الإلكتروني لتليها نسبة 27% الذين أكدوا على نجاحها في حين أن هناك نسبة ضئيلة قدرت بـ 17% ترى أنها لم تنجح في إدارة علاقاتها لهم.

▪ جدول 44 يوضح آراء الزبائن حول السبل التي انتهجتها المديرية لإدارة علاقتها بزبائنها

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|-------------------------------------|
| 7% | 1 | الالتزام بتقيد الوعود |
| 28.5% | 4 | الجودة في خدمة عملائها |
| 7% | 1 | الاهتمام بالشكاوي والإسراع في حلّها |
| 57.5% | 8 | تعاون الفريق لتقديم الأفضل |
| 100% | 14 | المجموع |

تبين لنا من خلال نتائج الجدول أن أهم السبل التي اتبعتها المديرية لتوطيد العلاقة مع زبائنها حسب رأي الأغلبية هي تعاون الفريق لتقديم الأفضل بنسبة 57.5% وهذا ما يدل على أن هناك فريق يعمل باستمرار لحل كافة المشاكل التي تواجه المستخدمين والعمل على الحد منها في المستقبل ومتابعتها والتأكد على عدم تكرارها من خلال تقديم خدمات مبتكرة بهدف لإرضائهم وبناء علاقة طويلة الأجل معهم قائمة على الثقة، المصادقية في حين يرى عدد لا بأس به و بنسبة 28.5% في تنحصر الجودة في خدمة عملائها و تليها الالتزام بتنفيذ الوعود والاهتمام بالشكاوي بنسبة ضئيلة قدرت ب 7%.

▪ الجدول رقم 45: يوضح آراء الزبائن حول معدل الاستفادة من الخدمات الالكترونية.

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 42.5% | 22 | نعم |
| 42.5% | 22 | أحيانا |
| 15% | 8 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

ما يمكن ملاحظته من خلال الجدول أن إجابة أفراد العينة بنعم وأحيانا بخصوص استفادتهم من الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف المديرية بنسب متساوية قدرت ب 42.5% وذلك راجع لتنوع خدمات المديرية وسرعة أدائها بالجودة المطلوبة وأصبحت تقدم كل من خدمة الحجز، البيع للتذكر والرد على الاستفسارات الكترونيا وبسهولة وقدر عالي من الدقة ثم تليه نسبة الأفراد الذين لا يستفيدون من الخدمات الالكترونية فيها بنسبة ضئيلة وهي ما يعادل 15%.

■ جدول رقم 46: يوضح آراء الزبائن حول تعرضهم لمشاكل حول الخدمات الالكترونية

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|----------|
| 52% | 27 | نعم |
| 48% | 25 | لا |
| 100% | 52 | المجموع |

يتضح من خلال نتائج الجدول أن نسبة 52% من الزبائن تعرضوا لبعض من المشكلات المتعلقة بالخدمات الالكترونية من طرف المديرية، أما بالنسبة للذين لم يواجهوا أية مشكلة فقد بلغت نسبتهم 48%، والسبب في تباين إجابات أفراد العينة حسب محاولتنا معرفته يعود إلى أن المديرية الجهوية الجوية الجزائرية كغيرها من المؤسسات التي لا تخلو من بعض النقائص التي تسبب لها مشاكل مع الزبائن و لهذا يجب عليها تداركها.

■ جدول رقم 47: يوضح آراء الزبائن حول ابرز المشاكل المتعرض لها

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|--|
| 15% | 4 | مشكلة عدم الثقة المتبادلة بين الزبون والشركة |
| 29.5% | 8 | عدم وجود اتصال فعال و ايجابي بين الزبون والشركة |
| 0% | 0 | الاختراق الأمني لبياناتكم الشخصية |
| 22% | 6 | التعود على الطرق التقليدية في تقديم الخدمات |
| 7.5% | 2 | عدم تجاوبكم و إقناعكم بكل ما هو جديد |
| 7.5% | 2 | مشكلة عدم وجود ثقة + عدم وجود اتصال فعال |
| 7.5% | 2 | عدم وجود اتصال فعال + التعود على الطرق التقليدية |
| 11% | 3 | مشكلة عدم الثقة + التعود على الطرق التقليدية |
| 100% | 27 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة رأي الزبائن حول أبرز المشاكل التي صادفتهم من خلال تعاملاتهم مع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية، هي عدم وجود اتصال فعال وإيجابي بين الزبون والشركة بنسبة 29.5%، في حين تتفاوت الأسباب الأخرى بنسب متقاربة 22% بالنسبة للتعود على الطرق التقليدية في تقديم الخدمات 15% بالنسبة لعدم الثقة المتبادلة بين الزبون والمديرية، في حين اندماج إجابات المبحوثين حول مشكلة عدم الثقة و التعود على الطرق التقليدية بنسبة 11% كما جاءت نسبة ضئيلة ضئيلة جدا لمشكلة عدم التجاوب و الاقتناع بكل ماهر جديد التي قدرت ب7.5%، كما تلتها مشكلة وعدم وجود ثقة و اتصال فعال وكذا عدم اتصال فعال بالإضافة للتعود على الطرق التقليدية بنفس النسبة.

وعلى ضوء ما يرى أفراد العينة من مشاكل فإنه على المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية القيام على تحسين خدماتها وإزالة النقائص حتى لا تروج صورة سيئة عنها مع القيام بالترويج اللازم لهذه التحسينات بالشكل الذي يدركه الزبائن.

▪ جدول رقم 48: يوضح آراء الزبائن حول أهم الاقتراحات التي يرون ضرورة توفرها في المستقبل لتلبية

متطلباتهم

| النسبة المئوية | التكرار | البيانات |
|----------------|---------|--|
| 31% | 10 | الشفافية وحسن التعامل مع الزبون |
| 25.5% | 8 | تحسين الموقع الإلكتروني و تسهيل عملية الاتصال به |
| 43.5% | 14 | إدماج شركات الطيران الأخرى للدخول إلى سوق المنافسة |
| 100% | 32 | المجموع |

يتضح من الجدول ومن خلال إعطاء فرصة للزبائن لاقتراح خدمات الكترونية يرون ضرورة توفرها في المستقبل لتلبية متطلباتهم وكانت نسبة إدماج شركات الطيران الأخرى للدخول إلى سوق المنافسة و التي قدرت ب43.5% وهذا راجع في فتح ما يعرف بالاقتصاد بالمنافسة باعتبار الخطوط الجوية الجزائرية هي المحتكر الوحيد في السوق الجزائري، أما نسبة اللذين اقترحوا الشفافية وحسن التعامل مع الزبون و التي قدرت ب 31%، فهذا يدل على أن الخطوط الجوية الجزائرية تتصف بنوع من التجبر التسلط لمسيرها خاصة فيما يتعلق بتزويدها للمعلومات الصحيحة من أسعار و أوقات السفر و الرحلات المنشورة على الموقع ، وفيما يخص نسبة الذين يرون ضرورة تحسين الموقع الإلكتروني وتسهيل عملية الاتصال به و قدرت ب 25.5% وهذا يدل على أن إخفاق المديرية في الإشهار أثر عن الموقع وكيفية التعامل به.

المبحث الثالث: مناقشة نتائج الدراسة :

المطلب الأول: النتائج الجزئية للدراسة:

كانت التساؤلات المطروحة في هذه الدراسة كالاتي :

1- ما و واقع الخدمة الإلكترونية في المؤسسة محل الدراسة؟

2- كيف يمكن للخدمة الإلكترونية أن تطور من نشاطات المؤسسة محل الدراسة؟

3- هل ستدفع الخدمة الإلكترونية إلى إتاحة معلومات جديدة من شأنها إبقاء التواصل بين المؤسسة محل الدراسة و الزبون؟

4- ما مدى تفاعل الجمهور الخارجي مع الخدمات الجديدة التي أفرزتها البيئة الرقمية؟

5- ما هي التحولات التي طرأت على أداء الموظفين بالمؤسسة جراء تطبيق الخدمة الإلكترونية؟

6- ما هي المعوقات التي تحول دون تفعيل الخدمة الإلكترونية و تقرها من الزبون؟

و بعد عرض البيانات الخاصة بالجمهور الداخلي و الخارجي و تحليلها توصلنا إلى النتائج التالية :

✓ في ضوء التساؤل الأول الذي يتحدث عن واقع الخدمات الإلكترونية في المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية تبين لنا من خلال بيانات الجمهور الخارجي، بان المديرية تنتهج الخدمات الإلكترونية كأسلوب إداري حديث و ذلك بنسبة 62.5% المبين في الجدول (18) و هذا ما يدل على اعتمادها على الأجهزة والبرامج الإلكترونية الحديثة واستخدامها في نقل وتبادل المعلومات بين الموظفين والزبائن.

✓ أما في ما يخص التساؤل الثاني المتمثل في تمكن الخدمات الإلكترونية من أن تطور من نشاطات المديرية فانه من خلال الجدول (16) بنسبة 70% إضافة إلى الجدول (19) من بيانات الجمهور الداخلي تبين لنا بان اغلب الموظفين أكدوا على أن الخدمات الإلكترونية ساهمت في توفير العديد من المزايا على حد سواء من حيث إمكانية و سهولة و كمية المعلومات المتاحة على توفير مساحات واسعة في الإدارة، و كذا الأمر في توفير وقتهم و بالتالي استغلاله في أنجاز وظائف أخرى .

✓ و بالنسبة للسؤال الثالث الذي يبحث عن قدرة الخدمات الإلكترونية في إتاحة معلومات جديدة من شأنها إبقاء التواصل بينها و بين الزبون فتبين لنا من خلال بيانات الجمهور الداخلي أن المديرية تقوم بتحديث برامجها بشكل مستمر و ذلك بنسبة 100% من خلال الجدول رقم(22) كونها تسعى إلى بناء علاقات مع زبائنهم ووضع المصلحة العليا لهم في أولى اهتماماتها بنسبة 100%

✓ و مثل السؤال الرابع مدى تفاعل الجمهور الخارجي مع الخدمات الجديدة التي أفرزتها البيئة الرقمية من خلال الجدول (37) فقد تبين أن أغلبية الزبائن يرون بان المديرية قد نجحت في إدارة علاقتها الكترونيا ، كما يتضح هذا أيضا من خلال الجدول (29) الذي يبين أن 77% لهم اطلاع كافي باهم الخدمات و تردد واسع على الموقع مما يدل على تفاعل الجمهور الخارجي مع الخدمات الإلكترونية الحديثة التي أفرزتها المديرية .

- ✓ أما في ما يخص التساؤل الخامس الذي يدور حول مدى التحولات التي طرأت على أداء الخدمة الالكترونية فالجدول (17) يوضح ذلك بنسبة 22.5% كما يتضح ذلك أيضا من خلال الجدول 20% مما يدل على أن الخدمات الالكترونية ساهمت فعلا في سهولة و مرونة الخدمات الذي أدى بدورها إلى تحديث الشركة و تطويرها.
- ✓ أما بالنسبة للتساؤل السادس المتمثل في المعوقات التي تحول دون تفعيل الخدمة الالكترونية يتضح لنا من خلال الجمهور الخارجي بأنه رغم الجهود التي بذلتها المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية لتبني الخدمات الالكترونية التي تساهم في تقديم خدمات أكثر تطورا وتنوعا، تلبية حاجات ورغبات الزبائن وترقى لتطلعاتهم و نظرا لإجابات الزبائن في الجدول رقم (47) و الذي نسبته 29.5% يتضح أن المديرية تعاني من نقص في الجهود الإعلانية والترويجية المبذولة من قبلها للتعريف بمختلف خدماتها.

المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة:

- وفي ضوء النتائج التي تم التوصل إليها والتي توافقت مع الدراسات السابقة المشار إليها في الفصل المنهجي، نوردها فيما يلي:
- ✓ توصلت الدراسة الراهنة إلى أن الخدمات الالكترونية لدى المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعناية تمثل آلية هامة في بناء وترقية الخدمات العام المديرية مما يحقق النزاهة، الرقابة وسرعة الاستجابة في الخدمات المقدمة للزبائن و ترفع من مستوى وضوح الخدمة وتقريبها له
- حيث اتفقت في هذه النتيجة مع ماجات به دراسة عبد الكريم عاشور التي توصلت إلى أن الإدارة الالكترونية هي بديل جديد يعيد النظر في علاقة الفرد بالمؤسسة والتحول للروابط الافتراضية مما تحسن من سرعة الاستجابة لدى الأجهزة الحكومية أثناء تأدية الخدمات العمومية.
- ✓ كما اتفقت نتائج الدراسة الحالية في أن الخدمات الالكترونية خدمات مكاملة وبديلة للخدمات التقليدية وذلك لأن هناك العديد من الخدمات الإدارية التي تتطلب وجود صاحب العلاقة بنفسه من جهة، ومن جهة أخرى لما لها من سمات لا تتوافر في التقليدية مع ما جاءت به دراسة Jenny Lagsten التي توصلت و بدرجة كبيرة إلى أن الطريقة الالكترونية والتقليدية يكمل كل منهما الآخر و يمكن استخدام كل منهما في ظروف مختلفة.
- ✓ أما فيما يتعلق بقدرة الخدمات الالكترونية على إتاحة وتسهيل سير الوظائف من خلال توفير الوقت والجهد لدى موظفي المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعناية فقد توافقت البيانات الإدارة في الجدول (14) مع ما خلصت إليه موسى عبد الناصر والتي أشارت إلى تطبيق الإدارة الالكترونية يعمل على زيادة فعالية وكفاءة العاملين بدرجة كبيرة.
- أما فيما يتعلق بالنتائج العامة المستخلصة من هذه الدراسة فيمكن الوصول إلى جملة من النقاط يتم ذكرها في الآتي:
- ✓ رغم امتلاك المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية لإمكانات تكنولوجية في عملية تقديم خدماتها الالكترونية إلا أن أغلب زبائنها متوسطي الرضا عن هذه الخدمات وهذا معيار لا يمكن الاستهانة به، وفي حالة دخول منافس ستشهد المديرية تروحا لزبائنها وهذا راجع لعدم تحكمها في تسيير جودة خدماتها.

- ✓ بالرغم من نجاح المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية في استبدال خدماتها التقليدية بالالكترونية إلا أن أهداف المشروع الخدمات الالكترونية لن يتحقق كامل وذلك بالنظر لمجموعة من المعوقات التي تحول دون ذلك من أهمها عدم وجود اتصال فعال وبيجابي بين الزبون والمديرية وهذا ما أدى إلى انخفاض ثقة بها وخاصة فيما يتعلق بعملية الدفع الالكتروني.
- ✓ كما توصلت الدراسة الراهنة إلى أن الدورات التكوينية التي يجريها المديرية لفائدة موظفيها نتيجة مصادر متنوعة ومتعددة للتعليم مما يزيد اليقظة المعلوماتية للعاملين وتدريبهم على عملهم لإكسابهم المهارات اللازمة في الأداء وبالتالي نزيد من قدرتهم على الانجاز وما ينجر عن ذلك من فرص لتقديم ونمو المديرية .
- ✓ كما أن النتيجة المتوصل إليها بخصوص قضية الأمن المعلوماتي من إبراز التحديات التي واجهت المديرية، فان تبيينها لخيار الخدمات الالكترونية تتطلب منها إدارة بنية تحتية تكنولوجية آمنة وذلك من خلال توفير الحماية اللازمة مواقعها ومواردها التكنولوجية التي تشكل قاعدة أساسية لقيام أنشطة أعماله الالكترونية.
- ✓ أن موقع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية قد ترك انطبعا جيدا عنه لدى موظفي المديرية فضلا عن الآخرين خارجها، هذا ما يشكل دافعا قويا نحو استمرار تطوير الموقع والخدمات الالكترونية والعمل على تدليل العقبات التي تواجه مسيرة التطور.
- ✓ رغم الجهود التي بذلتها المديرية لتفعيل دور موقعها على الويب وفي دعم وزيادة قربها من زبائنها من خلال إتاحة مكان خاص للاستفسارات والتعرف أكثر على حاجياتهم إلا أنه نسبة كبيرة من الزبائن لا يعملون بوجود هذه الخاصية.

خلاصة :

بعد فترة البحث التي قضيناها بالمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية ومن خلال دراستنا لواقع الخدمات الالكترونية بها ، توصلنا إلى أن المديرية لها دراية و معرفة تامة بمفهوم تطبيق الخدمات الالكترونية، حيث تعمل و باستمرار على تطوير جل خدماتها لتتلاءم مع متطلبات و حاجات الزبائن و الاستجابة لانشغالاتهم، و بعد القيام بتحليل مجموعة إجابات المبحوثين على عبارات الاستبيان و المقابلة، و من خلال الاستعانة بالملاحظة تم التوصل إلى أن تبني المديرية للخدمات الالكترونية ساعدها و بدرجة كبيرة في التسيير الأحسن لمهامها، و ذلك عن طريق تسيير العمليات الإدارية و الاتصال الداخلي بين العمال، و كذا إسهامها في اتخاذ القرارات السليمة في الأوقات المناسبة كونها تعتبر من المستلزمات الضرورية لمواجهة مختلف التحديات التي تصادف المديرية و خاصة في الوقت الراهن.

خاتمة

الخاتمة:

نستخلص من هذه الدراسة إلى أن واقع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات قد قطع أشواطاً لا يستهان بها لجلب التقنيات الحديثة والتوطين بها فاعتمادها في تسيير أغلب وظائف المؤسسة.

ويشير الواقع العملي إلى أن المؤسسات التي لا تملك أي مبادرة لاستغلال إمكانات تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لدعم أعمالها ستجد نفسها تقف وراء منافسيها، على اعتبار أنه لا يمكن لأي مؤسسة أن تنمو و تتطور بمعزل عما يجري في بيئتها وعدم استجابتها لهذه التطورات يشبه الإبحار ضد التيار، وعلى هذا نجد ان تبني نموذج الإدارة الإلكترونية كآلية تفاعلية داخل المؤسسة تمثل إستراتيجية محورية تمكنها من إضافة نتائج إيجابية.

فمنه تبين لنا أن الخدمات الإلكترونية هي موضوع أثار العديد من التساؤلات النقاشات، الأبحاث والدراسات التي توصلت إلى أنها الوسيلة الأنجح في الإدارة في عصر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الذي نعيشه اليوم، العصر الذي يتسم بالتغيرات السريعة والجدرية في كل لحظة.

وبهذا نستطيع القول أنها أصبحت مطلبا هاما تفرضها التحولات الرقمية والإلكترونية على الإدارات، باعتبارها مدخلا للإصلاح الإداري ومرحلة ضرورية أفرزتها التطورات، ففي ظل اشتداد المنافسة وتنوع البدائل المعروضة أصبح تبني الخدمات الإلكترونية كورقة رابحة والميزة التي تسعى إلى امتلاكها كل المؤسسات، ولن نبالغ إذا ما قلنا أنها صارت ضرورة حتمية لها إذا كانت تود الاستمرار، ووسيلة النجاح من الزوال، فالزبائن أصبحوا أكثر اهتماما بمثل هكذا خدمات، وهذا ما أعطى لهم الحرية في الاختيار ما بين البدائل العديدة المتوفرة أمامهم للحصول على ما يشبع حاجياتهم ويخلصهم من أحكام الزمان والمكان.

و على ضوء ما توصلنا إليه من خلال الدراسة نخرج بمجموعة من التوصيات التي من شأنها أن تساعد المديرية الرقي بجودة خدمتها ولو بشكل بسيط، منها:

- تعزيز الاهتمام بالزبون الحالي بغرض تجنب المديرية تكاليف كسب زبون جديد.
- التركيز على الزبائن الذين يتصلون بالاستعلامات ويزورون مراكز الخدمة للمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية ونشر الوعي بينهم عن ضرورة واستخدام الموقع الإلكتروني للمديرية لتلبية خدماتهم، وخاصة تلك التي تستدعي منهم الوجود شخصيا وذلك عن طريق وضع بروشورات مراكز الخدمة أو جعل موظف الاستعلامات ليعطي لمحة بسيطة عن الموقع الخاص بالمديرية والخدمات المتوفرة فيه.
- الاهتمام بالترويج الإلكتروني، أكثر وخاصة عن الخدمات الجديدة التي تقدمها المديرية بوضع إعلانات على مواقع التواصل الاجتماعي وخاصة عن طريق صفحة الفيسبوك على اعتباره من أهم مواقع التواصل الاجتماعية بين الناس .
- الإهتمام المكثف لكل الزبائن ومن مختلف الفئات وعدم تهميش فئة على حساب فئة أخرى وذلك عن طريق إقامة بحوث الرضا من أجل الإحاطة لحاجات الزبائن والتقليل من الشعور بعدم الرضا مع التي تحديد مستوى

الخدمات المقدمة مقارنة مع المنافسين في الخطوط الخارجية التي تسمح بتحديد الصحاح اللازمة ومنح الزبون إمكانية التعبير عن آرائه اتجاه الخدمة والمديرية .

-تشجيع الموظفين على التقدم للإدارة بمقترحات لتطوير برنامج العمل الإلكتروني وطرح أفكار عمل جديدة بحرية كاملة مع ضمان مناقشتها بسليبتها وإيجابيتها لغرض الوصول إلى حلول تساعد في النهوض بالمديرية.

قائمة المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

المعاجم:

1. حبيب الصباح، معجم الإدارة الموارد البشرية وإدارة العاملين، عربي - انجليزي، لبنان، 2003.

الموسوعات:

1. عبد الرزاق أحمد السنهوري، موسوعة الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الهيئة و الشركة، منشورات الحلبي الحقوقية، ط3، لبنان، 1998.

2. الكتب العربية :

3. احمد بدر، محمد فتحي عبد الهادي، علم المعلومات والتكامل المعرفي، دار قباء للطباعة والنشر، القاهرة، 1998.

4. أحمد جبر الصميد و ردينة عثمان يوسف، إدارة المنتجات، دارالمسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.

5. أحمد محمدغني، الإدارة الإلكترونية آفاق الحاضر وتطلعات المستقبل، مكتبةالعصرية، مصر، 2004.

6. ادريس ثابت عبدالرحمان، نظم المعلومات الادارية في المنظمات المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2008.

7. إيمان فاضل السامرائي ، يسرى أحمد أب وعجمية ، قواعد البيانات ونظم المعلومات في المكتبات ومراكز المعلومات، دارالمسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، ط2، عمان، 2009.

8. بشير العلاق، التسويق الالكتروني، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، 2010.

9. بشير عباس العلاق، الإدارة الرقمية المجالات والتطبيقات، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية، ط1، دولة الإمارات العربية المتحدة، 2005.

10. بوخشة قوي، الاتصالات الإدارية داخل المنظمات المعاصرة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.

11. توفيق عبد الرحمان، الادارة الالكترونية، مركزالخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003.

12. توفيق عبدالرحمان، الادارة الالكترونية و تحديات المستقبل، مركزالخبرات المهنية للإدارة، القاهرة، 2003.

13. جمال الذي نحمد المرسي ،مصطفى محمود أبوبكر، دليل فن خدمة العملاء ومهارات البيع، الدار الجامعية للنشر والتوزيع، مصر، 2006.

14. حميد الطائي وآخرون، الأسس العلمية للتسويق الحديث، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، الأردن، 2007.
15. خالد ممدوح ابراهيم، امن الحكومة الالكترونية، دارالجامعية، الإسكندرية، 2008.
16. خالد ممدوح، ابراهيم، الادارة الالكترونية، الدار، الجامعية، الاسكندرية، 2010.
17. خضر مصباح إسماعيل طيطي، أساسيات إدارة المشاريع وتكنولوجيا المعلومات، دارحامد، ط1، الأردن، 2010.
18. خضر مصباح الطبطبي، ادارة تكنولوجيا المعلومات، دار الحامد، ط1، الأردن، 2012.
19. خضر مصباح الطيطي، التجارة الإلكترونية والأعمال الإلكترونية، دارالحامد، ط1، الأردن، 2008.
20. زكي خليل مساعد، تسويق الخدمات وتطبيقاته، دارالمناهج، ط1، الأردن، 2003.
21. سعد غالب ياسين، أساسيات نظم المعلومات الإدارية وتكنولوجيا المعلومات، دارالمناهج، ط1، الأردن، 2007.
22. صلاح عبدالحميد، الاعلام الجديد، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012.
23. طلال بن عبدالله حسي الشريف، الحكومة الإلكترونية ثورة القرن الحادي والعشرين في تطوير الإدارة العامة تجربة المملكة العربية السعودية، المؤسسة العربية للإستثمارات العلمية وتنمية الموارد البشرية، القاهرة، 2010.
24. طلعت إبراهيم لطفي، إعلام الاجتماع التنظيمي، دار غريب للطباعة، القاهرة، 2007.
25. عادل، الحرحوش، احمد علي صالح، بيداء ستار البياتي، الادارة الالكترونية مرتكزات فكرية ومتطلبات تاسيس عملية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، القاهرة، 2007.
26. عامر إبراهيم قنديلجي، إيمان فاضل السامرائي، حوسبة (أثمنة) المكتبات، استثمار إمكانات الحواسيب في إجراء الخدمات المكتبات والمعلومات، دارالمسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2004.
27. عصام عبد الفتاح مطر، الحكومة الالكترونية بين النظرية والتطبيق، دارالجامعة الجديدة، الاسكندرية، 2008.
28. علاء عبد الرزاق السالمي و خالد ابراهيم السليطي، الادارة الالكترونية، داروائل للتسيير، ط1، عمان، 2008.

29. عبد الرزاق محمد الدليمي، الاعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل، الاردن، 2011.
30. فتن سعيد يامفلح، اساسيات نظم استرجاع المعلومات الالكترونية، مكتبة الملك فهد الالكترونية، الرياض، 2006.
31. فداء حامد، الإدارة الإلكترونية الأسس النظرية و التطبيقية، دارمكتبة الكندي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2015.
32. متولي النقيب، مهارات البحث عن المعلومات واعداد البحوث في البيئة الرسمية، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2008.
33. محفوظ أحمد، جودة إدارة الجودة الشاملة، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2014، ص 71.
34. محمد خليل أبو زلطة، زياد عبد الكريم القاضي، التجارة الإلكترونية، مكتبة المجتمع العربي، ط1، الأردن، 2009.
35. محمد سمير احمد، التسويق الالكتروني، دارالمسيرة للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2009.
36. محمد عبد الحسين الطائي، التجارة الإلكترونية، دارالثقافة، ط1، الأردن، 2010.
37. محمد فتحي عبد الهادي، أسامة السيد محمود، دراسات في تعليم علوم المكتبات والمعلومات، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1995.
38. محمد أمين الرومي، التعاقد الإلكتروني عبر الأنترنت، المطبوعات الجامعية، مصر 2004.
39. محمد سمير أحمد، الإدارة، الإلكترونية، دارالمسيرة، الأردن، 2009.
40. مراد عبد الفتاح، الحكومة الالكترونية بين النظرية و التطبيق، مصر، 2005.
41. مزهر شعبان وشوقي ناجي جواد، الإدارة الإلكترونية، دار الثقافة للنشر، ط1، عمان، 2014.
42. مصطفى ربحي عليا حسن، المكتبات والمعلومات والبحث العلمي، دار الصفاء، عمان، 2009.
43. منيب قطيشات، قواعد البيانات، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان، 2005، ص 23.
44. موسى سعد وحيد، ادارة الجودة الشاملة في المكتبات، دراسة تطبيقية في بعض المكتبات المصرية، مطبوعات الملك، مكتبة فهد الوطنية، ط1، الرياض، 2009.
45. مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة مدخل وعمليات، مطبعة شفيق، بغداد، 1988.

46. ناظم عبدالعزيز شافي، المصارف والنقود الإلكترونية، المؤسسة الحديثة للكتاب، ط1، عمان، 2007.
47. نجم عبودنجم، الإدارة الإلكترونية الاستراتيجية والوظائف والمشكلات، إدارة المريخ للنشر، السعودية، 2004.
48. نورة بنت ناصر الهزاني، الخدمات الإلكترونية في الأجهزة الحكومية، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2008.
49. هيثم حمود الشبلي، محمد النسور مروان، إدارة المنشأة المعاصرة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009.
50. هيثم محمود الشبلي، الحاسوب نماذج وتطبيقات في إدارة الأعمال والتسويق، دارصفاء للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009..
51. وحيد قدورة، الاتصال العلمي والوصول الحر الى المعلومات العلمية، المنظمة العربية للتربية و الثقافة والعلوم ، تونس، 2006.
52. وحيد موسى سعد، إدارة الجودة الشاملة في المكتبات، مكتبة الملك فهد، الرياض، 2009.
53. ياسين سعدغالب، بشير عباس العلاق، الأعمال الإلكترونية، دارالمناهج للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2014.
54. ياسين سعدغالب، الإدارة الإلكترونية، دارالبداية، ناشرون، وموزعون ، ط1، عمان، 2002 .
55. يوسف أحمد أبو فارة، التسويق الإلكتروني (عناصر المزيج التسويقي عبر الانترنت)، دار وائل، ط4، الأردن، 2004.
56. يوسف حجيم سلطان الطائي، هاشم فوزي دباس العبادوي، إدارة علاقات الزبون، الوراق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2009..
57. يونس عمر محمد، الجرائم الناشئة عن استخدام الانترنت، دارالنهضة العربية، مصر، 2004.

الكتب المترجمة :

1. تشيرلغولد، ترجمة عبد المجيد بوعدة، البحث الذكي في شبكة الانترنت ، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2001.
2. ريتشارد ويليمز، أساسيات إدارة الجودة الشاملة، ترجمة ونشر مكتبة جرير، ط1 ، القاهرة، 1999.

3. فيليبكوتلوجار يارمسترونج، أساسيات التسويق، ترجمة علي إبراهيم سرور، دار المريخ للنشر، الرياض، 2007.

المجلات

1. خالد الزغيبي، الأعمال الإلكترونية والتجارة الإلكترونية، مجلة الحاسوب، العدد 46، الاردن، 2000.
2. رولاند سوينت، إدارة علاقة العملاء، مجلة ريكل الأعمال، العدد 225، مصر، 2002.
3. زهير قبس عبد الكريم جعفر، اثر الادارة الالكترونية في ادارة الجودة الشاملة، مجلة لادارة والاقتصاد، العدد 37، بغداد، 2014.
4. سامي ذياب محل، أثر استراتيجية الاستقرار في رضا العميل، مجلة تكريت للعلوم الإدارية والاقتصادية، العدد 7، جامعة تكريت، العراق، 2007.
5. علي كافي حسن، المفهوم الشامل لتطبيق الإدارة الإلكترونية، مجلة آراء الخليج، العدد 23، مركز الخليج للأبحاث، الإمارات العربية المتحدة، 2009..
6. عمار عبد الأمير زوين، قياس العميل باستخدام نموذج كانول تحسين جودة المنتج، مجلة دراسات إدارية، العدد 5، جامعة الكوفة، العراق، 2009.
7. غسان قاسم داود اللامي، حسن هشام عبدالرحمان، تأثير تقييم أداء أعضاء قنوات التوزيع في رضا العميل، مجلة العلوم الاقتصادية والإدارية، العدد 74، العراق، 2011.
8. فائزة احمد دسوقي، سياسات الخصوصية في محركات البحث، مجلة دراسات المعلومات، العدد 05، مصر، 2009.
9. كافية عيدوني، حميد بنحجوبه، الإدارة الإلكترونية في العالم العربي وسبل تطبيقها (واقع وآفاق)، مجلة الأصيل للبحوث الاقتصادية و الإدارية، العدد 2، جامعة عباس لغرور، خنشلة، 2017.
10. محمد خثير، العلاقة التفاعلية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة، مجلة الريادة الاقتصادية للأعمال، العدد 4، جامعة خميس مليانة، الجزائر، 2017.
11. محمد فتحي عبدالهادي، إعداد اختصاصي المكتبات والمعلومات في بيئة الكترونية، رؤية مستقبلية، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات والمعلومات، العدد 18، 2002.
12. موسى عبد الناصر، محمد قريشي، مساهمة الادارة الالكترونية في تطوير العمل الاداري بمؤسسات التعليم العالي، مجلة الباحث، العدد 09، جامعة بسكرة، الجزائر، 2011.

13. ناريمان اسماعيل مثولي، الانترنت والاطر البحثية في استرجاع المعلومات، مجلة الاتجاهات الحديثة في المكتبات و المعلومات، العدد 21، مصر، 2004.

14. نهي صلاح السيد البسيوني، واجهة المستخدم للموقع الالكتروني المتجاوب بين التصميم المسطح و التصميم المادي، مجلة العمارة والفنون، العدد 12، الجمعية العربية للحضارة و الفنون الاسلامية، مصر 2018.

الملتقيات و المؤتمرات :

1. احمد محمد الحسن العوض، الادارة الالكترونية، المفاهيم، السمات، العناصر، المؤتمر العالمي الاول للادارة الالكترونية، طرابلس، من 01 الى 4 جوان 2010.

2. جمانه عبد ربه، الحكومة الإلكترونية والقانون، المؤتمر الفلسطيني للحكومة والخدمات الإلكترونية، جامعة بيرزبن، فلسطين، 2012.

3. رأفت رضوان، الادارة الإلكترونية، الملتقى الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة، مركز المعلومات واتخاذ القرار، القاهرة، 2004.

4. صبرينة مقناي، الواقع المهني لأخصائي المعلومات بالمكتبات الجامعية لجامعتي قسنطينة(1) و(2) في ظل تكنولوجيا المعلومات الحديثة، المؤتمر الرابع والعشرون للاتحاد العربي للمكتبات والمعلومات، الجزائر، 2013.

5. مجموعة خبراء، الادارة الالكترونية مدخل الى المدينة الالكترونية، ملتقى تخطيط المدينة الالكترونية، المنظمة العربية للتنمية الادارية، ط1، القاهرة، 2011.

6. محمد فتحي عبد الهادي، اختصاصي المعلومات العربي و دورها لجديد في إدارة المعرفة، خطط و برامج التأهيل والتدريب اللازمة لاستيعاب الأنشطة المستحدثة، ملتقى المعلومات في عصر الرقمية و حاجات سوق العمل، القاهرة، 2007.

7. نصر الادي نحسن احمد، خدمات المعلومات في البيئة الرقمية، ورقة مؤتم الحاد يوالعشرين للمكتبات والمعلومات، المركز القومي للبحوث الخرطوم بيروت، 2010.

الرسائل علمية:

1. أحمد حسين بكر المصري، أخصائي المكتبات والمعلومات في البيئة الرقمية، تأهيله وتفعيل دوره في المكتبات و مراكز المعلومات المصرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة حلوان، علم المكتبات و المعلومات، مصر، 2010.
2. آسيا سليمان تيشيتش، واقع الادارة الالكترونية بالمؤسسات الاقتصادية ودورها في تطوير العمل الاداري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة 20 اوت 1955 ،سكيكدة، 2014.
3. امل محمد فوزي منصر، مجالات استخدام الشبكة المعلوماتية الانترنت في الانشطة الاتصالية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة القاهرة، 2003 .
4. ايهاب فاروق مصباح العاجز، دور الثقافة التنظيمية في تقليل تطبيق الادارة الالكترونية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2011.
5. حياة طرشي، المكتبات وحق المؤلف في ظلال بيئة الرقمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة المنتوري، قسنطينة، 2012.
6. عبد القادر عبان، تحديات الادارة الالكترونية في الجزائر، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2015.
7. محمد سعداوي، انعكاسات تطبيق نظام الحكومة الإلكترونية على أداء المرافق العمومية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ،جامعة الجزائر3، الجزائر، 2009.
8. محمد كلثم لكبيسي، متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية في مركز نظم المعلومات التابع للحكومة الإلكترونية في دولة قطر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير ،الجامعة الافتراضية الدولية، قطر، 2008.
9. مروان محمد عبد الفتاح أبو زعنونة ، ادارة علاقات العملاء الالكترونية وأثرها في سهولة الاستخدام و الرضا لدى الجامعات الفلسطينية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ،جامعة السودان ،السودان، 2014.
10. مريم عبد ربه احمد السميري، درجة توافر متطلبات تطبيق الادارة الالكترونية في المدارس الثانوية بمحافظات غزة وسبل التطوير، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة، 2009.
11. مؤمن عبد السميع حسن الحلبي، جودة الخدمات الإلكترونية و أثرها على رضا المستخدمين ،رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الإسلامية، غزة، 2017.

12. وسامبن صالح، واقع تطبيق الإدارة الإلكترونية بالقطاع الصحي في الجزائر، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة 20 أوت 1955، سكيكدة 2014

13. يوسف محمد يوسف ابو أمونه، واقع ادارة الموارد البشرية الكترونيا، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، الجامعة الاسلامية، غزة ، 2009.

المراجع باللغة الاجنبية:

1. Abed elmajid bouazza, l'utilisation des source d'information par les chercheurs universitaires, revue tunisienne de communication, n 12, 1987.
2. Anne Christine Et Chantal de moerloose. L'impact sur la gestion de relation client, étude de cas dans le secteur de transport de celis,express2002.
3. Héléne Michel, e-Administration, -e-Gouvernement, e-Governance and the leaving city , A typology of Citizenship management using TCTS, The electronic journal of -e covermment , volume 3, Issue 4,2005
4. Parasurman, A, Marketing Of Research,Addisan Wesley,massachustte,2 rd ed;1991.
5. Scullin Sal,Electronic Customer, Relation Ship Management,Consideration,Pitsalls and Trend, Proceedings of the in one Word Conference, Las Vegas,Nevada,April,2002.

مواقع إلكترونية:

1. حسن بلال، التعاملات الالكترونية الحكومية فوائد مشتركة ورفاهية للمستفيد النهائي، من الموقع

www.aleqt.com. الالكتروني

2. عدنان برنو، قانون التوقيع الإلكتروني، مجلة المعلوماتية، العدد 5، 2006، من الموقع

www.infmag.news.com الإلكتروني

3. محمد يونس مجدي، التحول نحو الإدارة الإلكترونية في المؤسسات التعليمية لمواكبة تحديات العصر الرقمي،

من الموقع الإلكتروني، www.new-educ.com

4. مسفرة بيني دخيل الله الخشعي، مشاريع و تجارب التحويل الرقمي في مؤسسات المعلومات دراسة

الاستراتيجيات المتبعة من الموقع www.webreview.dz

5. من الموقع الإلكتروني www.Scribd.com

6. موقع وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال، مشروع الجزائر الإلكترونية، www.mftic.dz

7. Zbakh abdeAli ,les réseaux informatiques ,document sur la site

[http/www.irisa.fr](http://www.irisa.fr) .

الملاحة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 – قالمة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال

تخصص : إتصال وعلاقات عامة



الموضوع:

إسهامات الخدمة الإلكترونية في تقريب الإدارة من الزبون

دراسة حالة المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية – عنابة -

أخي الكريم / أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد ،

يطيب لنا أن نضع بين أيديكم إستبانة بعنوان "إسهامات الخدمة الإلكترونية في تقريب الإدارة من الزبون" وذلك استكمالا لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر ، لذا نأمل منكم التكرم بقراءة كل عبارات الاستبيان بدقة ومن تم وضع علامة (X) في المربع الذي يمثل رأيك فيه بكل دقة وموضوعية ،حيث أن صحة نتائج الدراسة تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتكم ،كما أن الإجابات التي ستدلون بها ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا بغرض البحث العلمي فقط ، شاكرين لكم صدق تعاونكم .
وتقبوا منا فائق الشكر والتقدير

يمكن اختيار أكثر من إجابة

ملاحظة :

إشراف الأستاذة(ة):

- د/ منية دحدوح

إعداد الطالبين:

- إيمان حمودة

- حنان سقني

ملحق رقم: 06

السنة الجامعية 2018/2019

محور البيانات الشخصية

أنثى

ذكر 1- الجنس :

2- السن : من 25 سنة – 35 سنة

من 36 سنة -46 سنة

من 47 سنة فما فوق

3- المنصب الحالي : مدير عام

نائب مدير

رئيس قسم

غير ذلك

4- الاقدمية المهنية :

- أقل من عام – 5 سنوات

- من 6 إلى 10 سنوات

- من 11 إلى 15 سنة

- من 16 إلى 20 سنة

- من 20 سنة فما فوق

5- المستوى التعليمي

- أقل من ثانوي

- ثانوي

- جامعي

- دراسات عليا

- أخرى تذكر

المحور الأول : واقع الخدمات الإلكترونية بالمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية

1- هل مفهوم الخدمات الإلكترونية شائع التداول بين الموظفين ؟

نعم أحيانا لا

2- هل تلقى الخدمات الإلكترونية الدعم و التأييد من أعلى المستويات الإدارية ؟

نعم أحيانا لا

3- في رأيك هل يمكن اعتبار الخدمات الإلكترونية المتاحة لدى المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية هي عبارة عن:

- خدمات مكملة للخدمات التقليدية
- خدمات بديلة للخدمات التقليدية
- خدمات مكملة و بديلة .

4- هل المعلومات المتوفرة من الخدمات الإلكترونية حديثة ؟

نعم أحيانا لا

5- هل توظف الإدارة التكنولوجيا الحديثة في علاقتها مع موظفيها ؟

نعم لا

6- هل هناك عدد كافي من الكوادر البشرية المؤهلة و المتخصصة في مجال إستخدام الأجهزة والمعدات التكنولوجية الحديثة تعمل في المديرية ؟

نعم لا

1- هل تلقيت دورة تكوينية على طريقة استخدام التكنولوجيا الحديثة للمعلومات ؟

نعم لا

- إذا كانت إجابتك نعم فهل هي :

- دورة تدريبية من طرف المديرية

- من خلال المنتقيات العلمية و التربصات القصيرة

- من خلال الإستعانة بالزملاء

- أخرى تذكر

8- هل يتم تسجيل جميع البيانات المتعلقة بالمديرية الكترونيا ؟

نعم أحيانا لا

9- هل تستخدم إدارتك البرمجيات المضادة للفيروسات لحماية المعلومات و البيانات الإدارية ؟

نعم أحيانا لا

10- هل توجد طرق مختلفة لإستعادة البيانات في حالة تلفها أو تعطيل الحواسيب ؟

نعم أحيانا لا

11- هل يتمتع موظفي المديرية بالمعرفة التامة للإجابة عن أسئلة و إستفسارات الزبائن ؟

نعم أحيانا لا

12- هل يتوفر لدى المديرية موقع إلكتروني خاص بها ؟

نعم لا

13- هل يعتبر موقع المديرية منظما تنظيما مناسباً ؟

نعم لا

14- هل يعجبكم تصميم موقع المديرية ؟

نعم لا

15- هل يبوب موقع المديرية جميع عناوين الخدمات المتاحة من الصفحة الرئيسية للموقع ؟

نعم أحيانا لا

16- هل يقدم الموقع الإلكتروني معلومات ذات مصداقية ؟

نعم أحيانا لا

17- هل يستطيع الزبون التنقل بين صفحات الموقع الإلكتروني بكل سهولة دون صعوبات ؟

نعم أحيانا لا

18- هل يوفر الموقع مكان للإجابة على استفسارات الزبون ؟

نعم أحيانا لا

19 – هل أتاح الموقع الإلكتروني للمديرية حسب رأيك قدر كافي من المعلومات التي يحتاجها الزبون؟

نعم لا

20- برايك هل ساهم الموقع الالكتروني في تفعيل علاقة المديرية بزبائنها؟

نعم أحيانا لا

المحور الثاني : مساهمة الخدمات الإلكترونية في تطوير نشاطات المديرية الجهوية الخطوط الجوية الجزائرية

21 هل ترى بأن الإدارة بشكلها التقليدي قادرة على تلبية إحتياجات المستفيدين ؟

نعم أحيانا لا

22- في رأيك ماهي المزايا التي تقدمها إستخدام الخدمات الالكترونية في مجال تسيير وظائف المؤسسة ؟

ربح الوقت الدقة سهولة الإستعمال

أخرى تذكر

23 – هل تسهل الخدمات الإلكترونية من عملية تمكين الإدارة من تقييم أعمالها الحالية وتوقع المستقبل ؟

نعم لا

24 – هل ساهمت الخدمات الالكترونية في تعزيز الاتصال بين الموظفين داخل المديرية؟

نعم لا

25- هل ساهمت الخدمات الإلكترونية في خفض تكلفة الإستفسار على جاهزية الخدمة ؟

نعم لا

26- هل ساهمت فعلا الخدمات الإلكترونية في زيادة الكفاءة و السرعة في تقديم الخدمات ؟

نعم لا

27- هل ساهمت الخدمة الإلكترونية بالرد الفوري على إستفسارات الزبائن ؟

نعم أحيانا لا

28 هل تعاملات الخدمات الإلكترونية دقيقة وخالية من الأخطاء ؟

نعم لا

29- هل تمتاز الخدمات الإلكترونية بسهولة إجراءات الحصول عليها؟

نعم أحيانا لا

30- هل ترى أن الخدمات الإلكترونية من شأنها أن تساهم في تنسيق و التنظيم بين مختلف المصالح؟

نعم لا

31- حسب رأيك هل تتيح الخدمات الإلكترونية إمكانية توفر المعلومات التي يحتاج لها الزبون في الوقت المناسب؟

نعم لا

32 هل هناك تحديث لبرامج المعاملات الإلكترونية بشكل مستمر؟

نعم أحيانا لا

33- هل تضع المديرية المصلحة العليا للزبون أول اهتماماتها؟

نعم أحيانا لا

34- هل تسعى إدارة المديرية إلى توثيق علاقتها بزبائنها الكترونيا؟

نعم لا

المحور الثالث : التحولات التي طرأت على الاداء الوظيفي بعد تطبيق الخدمات الالكترونية

35- هل تتوافق الخدمات التي تقدمها المديرية مع احتياجات الزبائن و رغباتهم؟

نعم احيانا لا

36- هل تؤخذ اراء الموظفين حول جودة الخدمة المقدمة الكترونيا؟

نعم احيانا لا

37- هل هناك حماية لبيانات الزبون في الخدمات الالكترونية؟

نعم احيانا لا

38- حسب رأيك ماذا أضافت الخدمات الإلكترونية للمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية؟

تحديث الشركة وتطويرها

الجودة في تقديم الخدمات

إدارة العلاقة مع الزبائن بسهولة و مرونة

أخرى تذكر

39 هل يؤدي تقديم الخدمات إلكترونيا إلى زيادة إستغلالية الوظائف؟

نعم لا

40- هل تعتقد أنه من الضروري التحول نحو تقديم كافة خدمات المديرية إلكترونيا؟

نعم لا

41 – هل ينعكس توفير الخدمة الإلكترونية بشكل إيجابي على أداء موظفي المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية؟

نعم لا

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 08 ماي 1945 – قالمة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم : علوم الإعلام والاتصال

تخصص : إتصال وعلاقات عامة



الموضوع:

إسهامات الخدمة الإلكترونية في تقريب الإدارة من الزبون
دراسة حالة المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية - عنابة-

أخي الكريم / أختي الكريمة

السلام عليكم ورحمة الله وبركاته وبعد ،

يطيب لنا أن نضع بين أيديكم إستبانة بعنوان "إسهامات الخدمة الإلكترونية في تقريب الإدارة من الزبون" وذلك استكمالاً لمتطلبات الحصول على شهادة الماستر ، لذا نأمل منكم التكرم بقراءة كل عبارات الاستبيان بدقة ومن تم وضع علامة (X) في المربع الذي يمثل رأيك فيه بكل دقة وموضوعية ،حيث أن صحة نتائج الدراسة تعتمد بدرجة كبيرة على صحة إجاباتكم ،كما أن الإجابات التي ستدلون بها ستعامل بسرية تامة ولن تستخدم إلا بغرض البحث العلمي فقط ، شاكرين لكم صدق تعاونكم .

وتقبوا منا فائق الشكر والتقدير

يمكن اختيار أكثر من إجابة

ملاحظة :

إشراف الأستاذة(ة):

- د/ منية دحدوح

إعداد الطالبين:

- إيمان حمودة

- حنان سقني

ملحق رقم: 07

السنة الجامعية 2019/2018

محور البيانات الشخصية

- 1- الجنس : ذكر أنثى
- 2- السن :
- من 18 سنة – 28 سنة
- من 29 سنة -39 سنة
- من 40 سنة فما فوق
- 3- الحالة الاجتماعية : اعزب (ة) متزوج (ة) ارملة (ة) مطلق (ة)
- 4 الحالة المهنية :
- موظف
- طالب
- اعمال حرة
- بطال
- متقاعد
- 5- القدرة على التعامل مع الكمبيوتر :
- جيدة متوسطة محدودة

المحور الأول : واقع الخدمة الالكترونية بالمديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية

1- هل سبق لك وأن تعاملت مع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية ؟

نعم لا

▪ إذا إجابتك نعم ، فما هي وتيرة تعاملك معها ؟

دائما أحيانا نادرا

2- ماهو أكثر شيء جلبك للتعامل مع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية ؟

- المعاملة المتميزة
- السمعة العالمية
- تنوع الخدمات
- أسباب أخرى تذكر

3- هل تتوجه شخصيا المديرية الجهوية للخطوط الجوية للاستعلام عن الخدمات ؟

نعم احيانا لا

4 هل لديك اطلاع كافي بأهم الخدمات الإلكترونية التي تطرحها ؟

نعم

5 هل تلجأ إلى الخدمات الإلكترونية للإستعلام عن الخدمات المقدمة من قبل المديرية؟

لا

أحيانا

نعم

6 ماهي أهم الخدمات الإلكترونية التي تستفيدون منها في المديرية؟

• حجز تذكرة سفر

• الاشتراك في التسجيلات

• الاستفادة من بطاقة الولاء

• الدفع الإلكتروني

• أخرى تذكر

7 هل نوعية الخدمات المقدمة لك إلكترونيا من طرف المديرية؟

رديئة

متوسطة

جيدة

8 في رأيك هل تعاملات الخدمات الإلكترونية دقيقة؟

لا

أحيانا

نعم

9 هل تعاملات الخدمات الإلكترونية خالية من الأخطاء؟

لا

أحيانا

نعم

10 هل تمتاز الخدمات الإلكترونية بسهولة الحصول عليها؟

لا

أحيانا

نعم

11 هل تمتاز الخدمات الإلكترونية بسرعة الحصول عليها؟

لا

أحيانا

نعم

12 هل الخدمات الإلكترونية تبسط (تسهل) الإجراءات؟

نادرا

أحيانا

دائما

13 هل ساهمت الخدمات الإلكترونية في عدم الحاجة للذهاب للمديرية؟

لا

أحيانا

نعم

14 هل للمديرية الجهوية الخطوط الجوية الجزائرية موقع خاص بها؟

لا

نعم

15 هل سبق لك التعامل به؟

لا

نعم

16 ماهي اللغة المحبذ لك استعمالها أثناء استخدامك للموقع الإلكتروني ؟

عربية فرنسية إنجليزية

• ولماذا اخترت هذه اللغة ؟

- التمكن الجيد من استعمالها
- اللغة التي يفهمها الجميع
- اللغة المستخدمة عالميا
- أخرى تذكر

17 هل تجد صعوبة عند استخدامك لموقع الشركة ؟

نعم أحيانا لا

• إذا كانت نعم ، هل ذلك يعود إلى :

- لا تجيد استخدام الحاسب الآلي بشكل جيد
- نقص المعلومات حول استخدام الموقع
- الغموض في واجهة الموقع
- لغة الموقع غير ملائمة للبحث
- أسباب أخرى تذكر

18 هل يعتبر موقع المديرية منظما تنظيما مناسباً ؟

نعم لا

19 هل يحتوي الموقع عن كل المعلومات التي تحتاجها ؟

نعم أحيانا لا

20 ما رأيك في تصميم الموقع ؟

جيد متوسط سيء

21 كيف تقيم سهولة فهم المعلومات بالموقع ؟

جيد متوسط سيء

22 هل يبوب موقع الشركة جميع عناوين الخدمات المتاحة من الصفحة الرئيسية للموقع ؟

نعم أحيانا لا

23 هل يقدم الموقع معلومات صادقة ؟

نعم أحيانا لا

24 هل يوفر الموقع مكانا للإجابة على الاستفسارات ؟

نعم لا

25 هل تلبى الخدمات الإلكترونية التي حصلت عليها من الموقع الإلكتروني كل احتياجاتك ورغباتك ؟

نعم أحيانا لا

المحور الثاني : إدارة علاقة المؤسسة بالزبون إلكترونيا

26 ماهي طرق تواصلك مع المديرية الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية ؟

- الأترنيت
- البريد الإلكتروني
- الإتصال الشخصي الشفهي
- الإتصال الكتابي
- أسباب أخرى تذكر

27 حسب رأيك ، هل توفر المديرية المعلومات والخدمات والمعطيات التي تحتاجها بشكل ؟

كافي جدا كافي غير كافي

28 هل تعتقد أن شركة الخطوط الجوية الجزائرية تتابع انشغالات الزبائن بدقة ؟

نعم أحيانا لا

29 هل يهتم موظفوا المديرية بكم ويصغون لكم بصورة جيدة ؟

نعم أحيانا لا

30 هل تتسم الخدمات الإلكترونية التي يقدمها لكم موظفوا المديرية بالدقة والجودة ؟

نعم أحيانا لا

31 حسب رأيك هل يتمتع موظفوا شركة المديرية بالمؤهلات اللازمة لأداء الخدمة المطلوبة ؟

نعم أحيانا لا

32 هل يتمتع موظفوا المديرية بالمعرفة التامة للإجابة عن أسئلتكم واستفساراتكم؟

نعم أحيانا لا

33 هل يتم الرد بشكل فوري من طرف موظفي المديرية على شكاويكم ؟

نعم أحيانا لا

34 هل تعتقد أن موظفي المديرية يتعاملون بالعدل مع كل الزبائن ؟

نعم أحيانا لا

35 هل يستجيب الموقع الإلكتروني للمديرية على الخدمات التي تطلبونها كما هو متوقع ؟

نعم أحيانا لا

36 هل يتسم الموقع بأمن المعلومات وسريتها ؟

نعم أحيانا لا

37 هل ترى المديرية قد نجحت في إدارة العلاقة الإلكترونية التي تربطها بكم ؟

نعم نوعا ما لا

● إذا كانت نعم ، فما هي السبل التي انتهجتها الشركة ؟

- الالتزام بتنفيذ الوعود
- الجودة في خدمة عملائها
- الاهتمام بالشكاوى والاسراع في حلها
- تعاون الفريق لتقديم الأفضل
- أسباب أخرى تذكر

المحور الثالث: تفاعل الزبائن مع الخدمات الإلكترونية

38 ما مدى زيارتك للموقع الإلكتروني المديرية ؟

دائما أحيانا أبدا

39 هل توفر الخدمات الإلكترونية إمكانية تلقي الخدمة 24 سا/24 سا ؟

نعم أحيانا لا

40 ما معدل وثوقك في الخدمات الإلكترونية للمديرية ؟

مرتفع متوسط منخفض

41 هل أسهمت الخدمات الإلكترونية في تخفيض تكلفة الاستفسار عن جاهزية الخدمة ؟

نعم أحيانا لا

42 هل تتعرف على جديد الشركة عن طريق ؟

- الموقع الإلكتروني
- البريد الإلكتروني
- الإتصال الشخصي

43 هل تجد أن الخدمات الإلكترونية للشركة إيجابية ؟

نعم أحيانا لا

44 هل تم الاستفادة من الخدمات الإلكترونية المقدمة وبشكل فعال ؟

نعم أحيانا لا

45 هل تؤخذ آراء الزبائن حول جودة الخدمة المقدمة إلكترونيا ؟

نعم أحيانا لا

46 في ظل المنافسة ، هل تود الاستمرار في التعامل مع المديرية الجوية للخطوط الجوية الجزائرية ؟

نعم نوعا ما لا

47 هل سبق لك و ان تعرضت لمشاكل لها فيما يخص الخدمة الإلكترونية المنجزة من طرف المديرية ؟

لا

نعم

■ اذا كانت اجابتك نعم فماهي ابرز هذه المشاكل ؟

- مشكلة عدم الثقة المتبادلة بين الزبون والمديرية الكترونيا
- عدم وجود اتصال فعال وإيجابي بين الزبون والشركة
- الاختراق الأمني لبياناتكم الشخصية
- التعود على الطرق التقليدية في تقديم الخدمات
- عدم تجاوبكم واقتناعكم بكل ما هو جديد
- أسباب أخرى تذكر

48 ماهي أهم الاقتراحات التي ترون ضرورة توفرها في المستقبل لتلبية متطلباتكم من الخدمات الإلكترونية وبالجودة المتوقعة من طرفكم ؟

.....

.....