



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة بلحاج بوشعيب لولاية عين تموشنت
كلية العلوم المالية والاقتصادية وعلوم التسيير
قسم : السنة ثانية ماستر
تخصص : إدارة الموارد البشرية

التحول الرقمي وأثره في تعزيز رضا العميل

-دراسة حالة شركة الجزائري لتوزيع الكهرباء والغاز-سونلغاز-عين تموشنت

إشراف الأستاذ :

د. بو سعد نايت إبراهيم

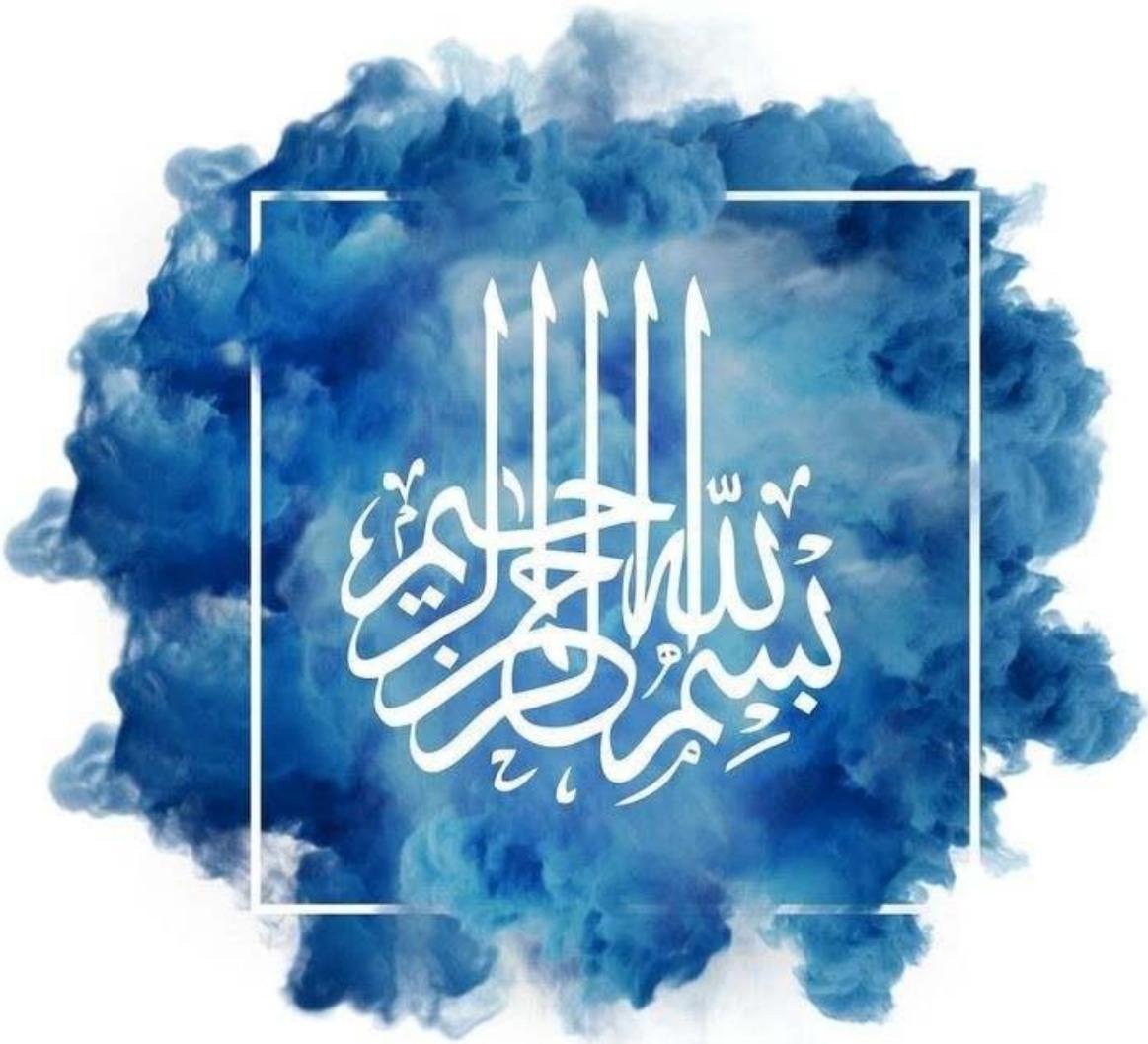
من إعداد الطالبة :

شعبي حليمة

لجنة أعضاء المناقشة:

رئيسا	أ.د. أزموور رشيد
ممتحنا ومناقشا	أ.د. مصاطفي حكيم

السنة الجامعية : 2023 – 2024



حكمة

اللهم لا تجعلنا نصاب بالغرور إذا نجحنا و لا
باليأس إذا أخفقنا و ذكرنا

ذكرنا إن الإخفاق و هو صورة التجربة
الأولى التي تسبق النجاح

اللهم:

إذا أعطيتنا نجاحا فلا تأخذ تواضعنا

إذا أعطيتنا تواضعا فلا تأخذ عزتنا

إذا أعطيتنا مالا فلا تأخذ سعادتنا

إذا أعطيتنا قوة فلا تأخذ عقولنا

شكر وتقدير

وفي بداية كلمتي لا بد لي من أتوجه اولاً بالشكر لله عزّ وجلّ الذي وفقني للوصول الى هذه المرحلة العلمية العالية، ومهد لي الطريق لأن أكون بينكم اليوم لأناقش رسالتي في الماجستير.

كما أنني أتوجه بالشكر و التقدير لكل من:

والدي العزيز ووالدتي الكريمة الذين كانوا السند الأول لي في الوصول إلى ما وصلت اليه.

كما أتوجه بالشكر والتقدير للأستاذ الشرف الدكتور " بو سعد نايت إبراهيم " لما قدمه لي من جهد و توجيه و لم يبخل عليا بنصائحه القيمة طيلة إنجاز هذا البحث حفظه الله ورعاه وأطال في عمره، فقد كان لإشرافه ومنحه الكثير من الوقت لي اليد الأولى في خروج هذه المذكرة بالشكل الذي ظهرت عليه، كما كان لتوجيهاته ونصائحه دور أساسي في إتمام مذكرتي.

والشكر موصول لأعضاء لجنة المناقشة الكرام على تفضلهم بقبول مناقشة مذكرة الماجستير هذه.

بالإضافة الى شكري الكبير لجميع أفراد عينة الدراسة الذين منحوني الكثير من وقتهم، وبذلوا الكثير من الجهود في سبيل خروج الرسالة بأدق النتائج وأكثرها فعالية.

كما أقدم جزيل الشكر إلى كل من ساعدني في إنجاز هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد فندسأل الله أن يعوضهم جزاء هذا الخير هم و من تمنى لي التوفيق.

الإهداء

أولا أهدي ثمرة عملي هذا إلى نفسي التي لطالما واجهت صعوبات إلا أنني على حافة الوصول كما يقال "يولد النجاح من رحم المعاناة".

أردت أن أتوقف لحظة للتعبير عن إمتناني لأمي تلك الجوهرة الغالية التي إن وجدت أضاءت المكان ببريقها و إن إختفت عم الظلام بفقدانها , عبارات الشكر تخجل منك يا مصدر الأمان يا من علمتني كيف يكون البر و الإحسان " حفظك الله".

إلى والدي الذي جد وبدل كل جهده لدعمي ماديا ومعنويا وبكل ما بوسعه ،أنا أشكرك من كل قلبي على كل شيء " حفظك الله".

إلى اخواتي أتمنى لهم دوام الصلة و المحبة و النجاح في دراستهم " حفظكم الله".
إلى الأستاذ المشرف أشكرك جزيل الشكر لكل المعلومات التي قدمتها لي ومن إرشادك لي أتمنى أن يجازيك الله خيرا على كل ما قدمته لي.

حليمة



الفهرس

الإهداء والشكر

ملخص

المقدمة:

.....

Erreur ! Signet non défini.

:

تمهيد

.....

Erreur ! Signet non défini.

الفصل الأول: الأدبيات النظرية والتطبيقية للمتغير التحول الرقمي ورضا العميل

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للتحويل الرقمي و رضا العميل Erreur ! Signet non défini.

المطلب الأول: ماهية التحويل الرقمي الرقمي

.....

Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثاني: ماهية رضا العميل Erreur ! Signet non défini.

المبحث الثاني: الدراسات التطبيقية للمتغير التحول الرقمي و رضا العميل : Erreur ! Signet non défini.

المطلب الأول : الدراسات السابقة العربية Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثاني: الدراسات سابقة أجنبية Erreur ! Signet non défini.

مطلب الثالث : تحليل الدراسات السابقة و الفجوة البحثية Erreur ! Signet non défini.

خلاصة الفصل : Erreur ! Signet non défini.

الفصل الثاني: دراسة حالة الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز-سونالغاز-عين تموشنت

:

تمهيد

.....

Erreur ! Signet non défini.

المبحث الأول : مديرية التوزيع لعين تموشنت Erreur ! Signet non défini.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الأول : منهج وأداة الدراسة Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثاني: صدق أداة الدراسة..... Erreur !

Signet non défini.

المبحث الثالث: تحليل النتائج..... Erreur ! Signet non défini.

الشكل رقم 02: يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس Erreur ! Signet non défini.

المطلب الأول: التحليل الوصفي للمعلومات الشخصية لعينات الدراسة..... Erreur ! Signet non défini.

المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة..... Erreur ! Signet non défini.

خلاصة الفصل :

.....

Erreur ! Signet non défini.

خاتمة عامة

.....

Erreur ! Signet non défini.

قائمة المراجع والملاحق:

.....

Erreur ! Signet non défini.

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم
50	مقياس ليكارت الخماسي	1
50	مستوى الأهمية و درجة الاستجابة للمتوسطات الحسابية	2
52	يوضح صدق الإتساق الداخلي لبعدها التكنولوجيا	3
53	يوضح صدق الإتساق الداخلي لبعدها التقنيات الرقمية	4
54	يوضح صدق الإتساق الداخلي لبعدها ثقافة المنظمة	5
55	يوضح صدق الاتساق الداخلي لمتغير رضا العميل	6
57	اختبار ألفا كرو نباخ لقياس ثبات المحور (التحول الرقمي) و المفور (رضا العميل)	7
58	يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس	11
59	يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	12
61	يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	13

62	يوضح إستجابات أفراد عينة الدراسة لبعء " التكنولوجيا "	14
63	يوضح إستجابات أفراد عينة الدراسة لبعء " التقنيات الرقمية "	15
65	يوضح إستجابات أفراد عينة الدراسة لبعء " ثقافة المنظمة "	16
67	يوضح إستجابات أفراد عينة الدراسة لبعء " رضا العميل "	18
70	نتائج معامل الارتباط وإختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الإنحدار للفرضية الرئيسية	19
71	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط للتحويل الرقمي على رضا العميل	20
73	نتائج معامل الارتباط وإختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الإنحدار للفرضية الفرعية 1	21
73	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط للتكنولوجيا و رضا العميل	22
75	نتائج معامل الارتباط و إختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الإنحدار للفرضية الفرعية 2	23
75	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط للتقنيات الرقمية و رضا العميل	24
77	نتائج معامل الارتباط وإختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الإنحدار للفرضية الفرعية 3	
78	نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط لثقافة المنظمة و رضا العميل	25

قائمة الإشكال

الصفحة	العنوان	رقم
42	الهيكل التنظيمي	1
49	نموذج الدراسة المقترح	2
59	يوضح توزيع أفراد عينة دراسة حسب الجنس	3
60	يوضح توزيع افراد العينة حسب السن	4
61	يوضح توزيع افراد العينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	5
72	يوضح الانحدار المعياري للمتغير المستقل "التحول الرقمي" و التابع "رضا العميل"	6

ملخص :

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على التحول الرقمي ورضا العميل إلى جانب ذلك معرفة واقع تطبيق التحول الرقمي في الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز بعين تموشنت وفيما يؤثر ذلك على رضا العميل.

للإجابة على إشكالية، تم الإعتماد على المنهج التحليلي والمنهج الوصفي، و بالإضافة إلى ذلك تم تصميم إستبانة تم توزيعها على مجتمع الدراسة المكون من 100 عميل ، وقد إعتدنا في تحليلها على برنامج spss من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية بي التحول الرقمي و رضا العميل في المؤسسة.يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد التحول الرقمي و ثقافة المنظمة و التقنيات الرقمية على رضا العميل على مستوى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت و لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التغير رضا العميل والتكنولوجيا على مستوى مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت.

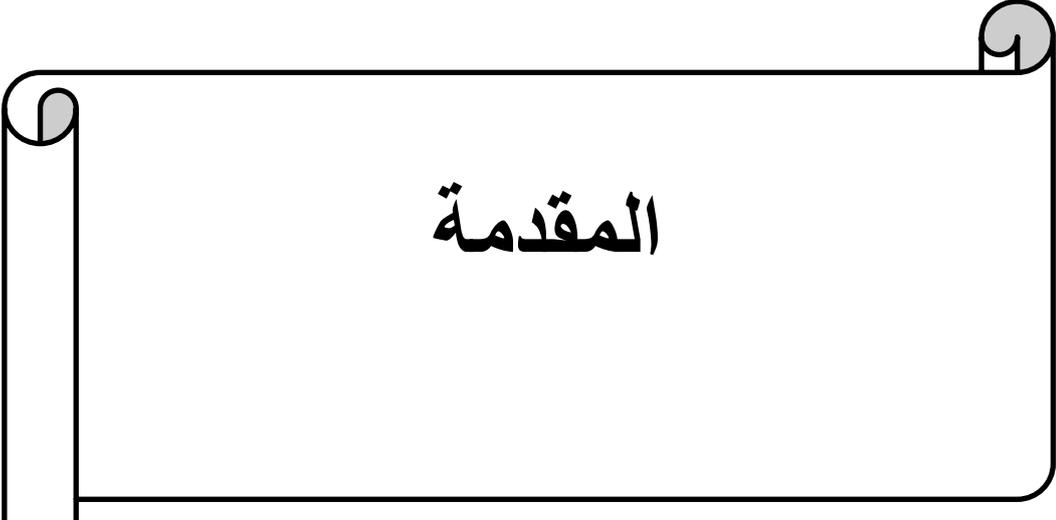
الكلمات المفتاحية : التحول الرقمي - رضا العميل رضا - الخدمة و الأسعار - ثقافة المنظمة- تقنيات رقمية -تكنولوجيا

Abstact

This study aims to recognize the digital transformation and customer satisfaction as well as the reality of the application of digital transformation in the Algerian Electricity and Gas Distribution Company at a time when this affects the customer's satisfaction. To answer a complaint, we have relied on the analytical and descriptive curriculum, in addition to which a questionnaire distributed to the 100-client study community was designed and our analysis relied on the spss program to achieve accurate results.

Finally, the study found a significant statistical impact on digital transformation and client satisfaction in the organization. There is a statistically significant impact between the dimensions of digital transformation and organizational culture and digital technologies on customer satisfaction at the level of Sonlgas Ain Muchent and there is no statistically significant effect between the change in customer satisfaction and the technology at the level of Sonlgas at the level of Muchent.

Keywords: Digital Transformation – Customer Satisfaction – Service & Pricing – Organization– Digital Technologies – Technology



المقدمة

المقدمة:

لقد كان للثورة الرقمية أثرا كبيرا على مختلف المؤسسات الإقتصادية في العالم، إذ ساهمت في بروز ما يسمى بالإدارة الالكترونية، والتي تعتبر من أهم مخرجات التطورات التكنولوجية في مجال الاعلام والاتصال، ولقد أضحت تعد، في نظر الكثير من الفاعلين الإقتصاديين والاجتماعيين والباحثين في مجال إدارة الأعمال، مصدرا مهما للتميز، إلى جانب إعتباره عامل أساسي لضمان جودة الأداء وسرعة التكيف مع التغيرات التي تحدث في محيطها، مما يجعل المؤسسات تسعى جاهدة لتبنيها من أجل الاستفادة من إيجابياتها ومعالجة نقاط ضعف النمط التقليدي للإدارة المؤسسة.

ولأجل هذا، تسعى المنظمات المختلفة في العالم و المؤسسات الإقتصادية إلى إتخاذ إستراتيجية دقيقة من أجل ضمان النجاح في هذا التحول (التحول من الإدارة التقليدية إلى إدارة رقمية)، وهذا ما يسمى بالتحول الرقمي على مستوى المنظمات، والذي يمكن تعريفه على أنه الإجراءات التي تنفذها المنظمة لدمج التكنولوجيا الرقمية في جميع مجالات الأعمال، بحيث أصبح خيارا إستراتيجيا يتيح للمنظمة أفضل الفرص لإستثمار معطيات تكنولوجيا الإتصالات والمعلومات التي تفرضها الإتجاهات العالمية الحديثة، بما يحقق لها ميزات تتفوق بها عن غيرها.

ومن جهة أخرى الهدف الأساسي لتطبيق التحول الرقمي في إدارة المؤسسات الإقتصادية يتمثل في تطوير وتحسين أساليب الإدارة في كل ما يتعلق بنشاطات هذه الأخيرة، تقديم منتجات أو خدمات، وهذا بغية ضمان الحصول على نتائج أكثر فعالية والمساهمة في الارتقاء بأدائها المؤسسي والرفع من جودته، ومنا يؤدي التحول الرقمي إلى تسهيل عمل المؤسسة وسهولة تقديم خدمات و منتجات للعملاء .

يُعد مفهوم رضا العميل من أبرز المفاهيم العصرية التي تسعى إلى تلبية حاجات ومتطلبات العملاء، والرد على كافة إستفساراتهم، وشكاويهم وتأمين متطلباتهم في الوقت قصير، وضمن الشروط المُحددة، بصورة تضمن إستمرار تعاملهم معها، بحيث يتمثل مفهوم رضا العميل في الجهود التي تبذلها المؤسسات الإقتصادية المختلفة لكسب رضا العملاء، وذلك من خلال تقديم سلع إنتاجية مادية أو خدمات مهمة حسب المعايير المناسبة لمتطلباتهم و إحتياجاتهم، وتحول دون الإستحواذ عليهم من قبل الشركات المنافسة الأخرى، وذلك عن طريق بيع المنتجات بأسعار معقولة ضمن صفات ذات جودة مناسبة، ويتم تقديمها في الأوقات المُحددة للتسليم من قبل الطرفين البائع والمشتري ودون أي تأخير. يعتبر رذا الزبائن من المفاهيم

التسويقية التي تقيس مدى مطابقة المنتجات والخدمات لتوقعات المستهلكين من حيث السعر، والكمية، ومواعيد الإستلام والتوزيع في الأسواق، ويتم ذلك بإتباع مجموعة من العمليات الإدارية و التسويقية التي تضمن تحقيق ما يُسمى بالأداء المتوازن، والذي يحافظ على أرباح المنظمة، ويُرضي زبائننا، ويقدم أفضل الخدمات، وبالتالي يرضي جميع الأطراف (المؤسسة و العميل).

إشكالية الدراسة :

يعزز التحول الرقمي قدرة الحكومات على تقديم الخدمات العامة وتوفيرها للمواطنين بجودة أعلى وقدرة على الوصول في كل مكان وعلى مدار الساعة، هذا بدوره يحسن مستوى التفاعل بين المواطنين وحكوماتهم، كما يحقق تأثيرات إيجابية على مستوى الأفراد والحكومات مثل تخفيض الروتين والبيروقراطية، توفير الوقت، تقديم أفضل الخدمات للعميل. و بالتالي عند تحقق هذا التحول الرقمي سينعكس هذا الأمر بتحسين عمل وخدمات المؤسسة مما يؤدي الى رضا العميل عن الخدمات والمنتجات المقدمة له.

بناء على ما سبق فإن مشكلة الدراسة تتمثل بالتساؤل التالي:

مامدى مساهمة التحول الرقمي في تعزيز رضا العملاء لدى المؤسسة الوطنية لتوزيع الغاز و الكهرباء
فرع عين تموشنت ؟

الأسئلة الفرعية :

- ما المقصود بالتحول الرقمي ورضا العميل ؟
- ما هو واقع التحول الرقمي في مديرية الكهرباء والغاز ولاية عين تموشنت ؟
- هل يوجد علاقة بين التحول الرقمي للمؤسسة و رضا العميل ؟

نموذج الدراسة :

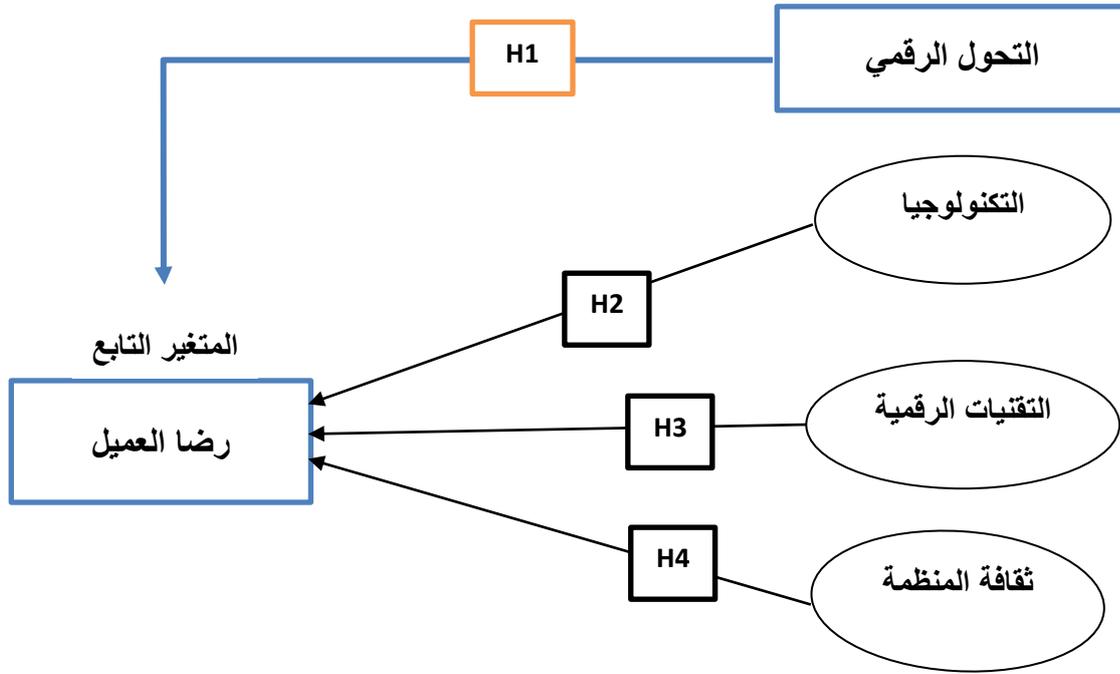
تم وضع نموذج من أجل تحديد أبعاد المتغيرين المتغير المستقل والمتمثل في التحول الرقمي والمتغير التابع والمتمثل في رضا العميل، وتوضيح علاقات الارتباط والتأثير بين هذين المتغيرين لإثبات الفرضيات أو نفيها بغرض الإجابة على الإشكالية محل الدراسة، ويمكن أن نلخص هذه العلاقة في الشكل المعادلة التالية : $Y=f(X)$:حيث أن:

Y : رضا العميل وهو المتغير التابع

X: التحول الرقمي وهو المتغير المستقل

ويمثل الشكل التالي نموذج مقترح لتوضيح متغيرات الدراسة المتمثلة في:

الشكل رقم 01: نموذج الدراسة المقتر
المتغير المستقل



فرضيات الدراسة:

الاشكالية الرئيسية : ما مدى مساهمة التحول الرقمي في تعزيز رضا العملاء لدى المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز فرع عين تموشنت ؟

الفرضية الرئيسية : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد التحول الرقمي و رضا العملاء على مستوى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت

الفرضيات الفرعية:

الفرضية الفرعية الاولى: 2H لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

الفرضية الفرعية الثانية: 3H لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتقنيات الرقمية على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

الفرضية الفرعية الثالثة: 4H لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لثقافة المنظمة على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى:

التعرف على مفهوم التحول الرقمي و تطوره وخطواته وأهدافه و أهميته.

التعرف على متطلبات التحول الرقمي و أبعاده.

التعرف على رضا العميل.

التعرف على محددات رضا العميل و أهميته.

أهمية الدراسة:

يعتبر التحول الرقمي من المواضيع الهامة وحديث في القرن الواحد والعشرين ،التي أصبحت أغلب المؤسسات تعتمد عليها مهما اختلفت طبيعة نشاطها بحيث تسعى إلى إعتماده عليه من أجل التحول من الممارسة التقليدية لمهامها إلى الممارسة الرقمية (التحول الرقمي) نظرا لما يمكن أن يحققه ذلك من زيادة في الأداء وزيادة في نسبة تحقيق الأهداف وتحقيق رضا العميل. ،و إظهار مدى وجود التحول الرقمي والعمل به في المؤسسة محل الدراسة وأثره على رضا العميل، إلى جانب التعرف على الناتج عن متغير التحول الرقمي ومتغير رضا العميل في المؤسسة الاقتصادية.

مجتمع وعينة الدراسة:

تم تطبيق الاستبيان على عينة مكونة من 100 عميل ممن قاموا بالحصول على الخدمات و المنتجات من طرف شركة سونالغاز لتوزيع الغاز والكهرباء.

إستبانة ورقية مع العملاء الخاصين بشركة سونالغاز ، مؤلفة من 21 عبارة مقسمة إلى محورين و هما:

المحور الأول: التحول الرقمي مكون من 12 عبارات.

المحور الثاني: رضا العميل مكون من 9 عبارات.

منهجية الدراسة:

سيتم إعتقاد المنهج الوصفي لوصف الدراسة نظرياً، إضافةً إلى المنهج التحليلي لتحليل البيانات الناتجة عن الإستبيان المُصمَّم.

المنهج الوصفي من خلال القسم النظري الذي تم إعداده بناء على كافة المصادر الثانوية (كتب، مقالات، مجلات، رسائل....) التي كتبت في مجال الدراسة نفسها أو أحد أبعادها.

المنهج التحليلي من خلال الدراسة الميدانية التي قامت بها الباحثة بشقيها الوصفي واختبار الفرضيات

التي تم وضعها ومن ثم إنتهاء بالنتائج التي خلصت إليها الدراسة ووضع التوصيات والمقترحات

لتحقيق أهداف البحث فقد تم إتباع الخطوات المنهجية التالية:

مراجعة الأدبيات والدراسات الحديثة المرتبطة بموضوع البحث (التحول الرقمي وأثره في تعزيز رضا العميل).

تحديد الإطار النظري للبحث بشكل متوافق مع مشكلة البحث وأهدافه وفرضياته وذلك بعد الإطلاع على ما كتب في الدراسات العربية و أجنبية .

الدراسة العملية تضمنت القيام بما يلي:

-تحديد فرضيات البحث التي تعتبر حلول مقدمة للمشكلة البحث.

-تحديد مجتمع الدراسة وعينتها.

-الإعتماد على الاستبيان لجمع بيانات المجيبين.

-التحقق من صحة الفرضيات من خلال القيام بالإختبارات والتحليلات المناسبة عبر إستخدام برنامج SPSS25.

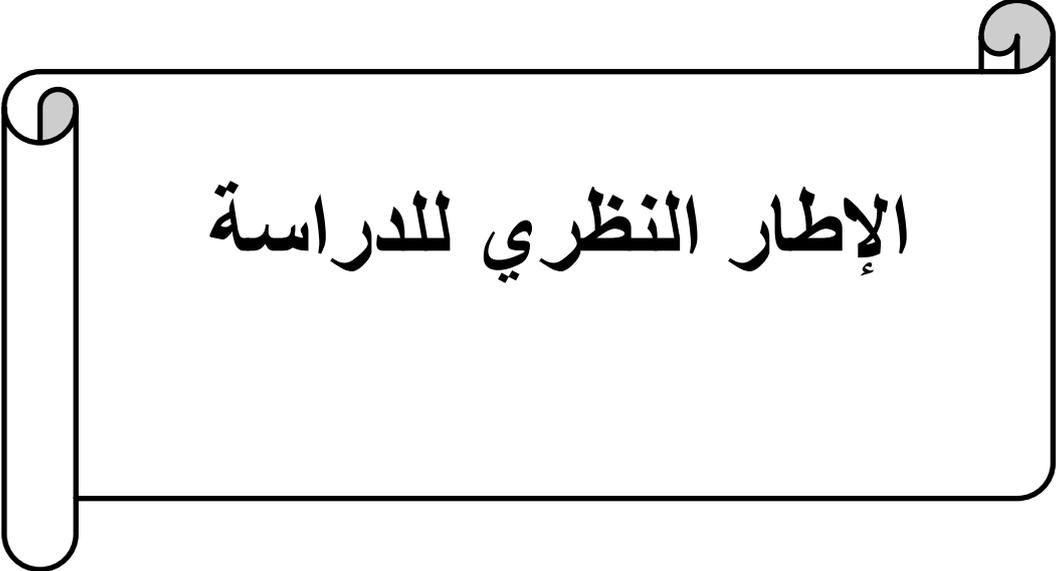
أسباب اختيار الموضوع :

تم إختيار هذا الموضوع لمجموعة من الأسباب نذكر منها:

- الرغبة ذاتية، تتمثل في فضولنا العلمي في معرفة خبايا التحول الرقمي في المنظمات العامة، وفي شركة سونالغاز لتوزيع الكهرباء و الغاز.
- يندرج هذا الموضوع ضمن تخصصنا الجامعي (إدارة الموارد البشرية).
- الموضوع حديث نسبيا.
- الرغبة في معرفة التحول الرقمي بكل أبعاده وخطواته و تطوره، ومدى فعاليته في تحسين جودة الخدمات المقدمة للعميل.
- توفره على العديد من المراجع.

صعوبات الدراسة:

- ضيق الوقت
- عدم وجود دراسات كافية حول الموضوع
- عدم وجود الوسائل المساعدة لإنهاء هذا البحث



الإطار النظري للدراسة

تمهيد :

التحول الرقمي هو عبارة عن عملية تطوير وتحسين العمليات والخدمات التقليدية باستخدام التكنولوجيا الرقمية، بهدف تحسين الكفاءة والفعالية، وزيادة قدرة المؤسسات على التكيف مع هذا التطور من أجل المتطلبات المتغيرة للسوق و إحتياجات العملاء. يعد رضا العميل عنصر أساسي من هذه العملية، حيث يجب على المؤسسات أن تركز على تلبية إحتياجات وتوقعات العملاء بشكل فعال .

وعليه قسمنا هذا المبحث إلى مطلبين وهما كالتالي :

المبحث الأول : ماهية التحول الرقمي

المبحث الثاني : الدراسات السابقة

المبحث الأول: الأدبيات النظرية للتحويل الرقمي و رضا العميل

في هذا المبحث سوف نتناول فيه مفاهيم أساسية حول ماهية التحويل الرقمي كمطلب اول أما المطلب أما الثاني فسوف نتطرق فيه إلى ماهية رضا العميل .

المطلب الأول: ماهية التحويل الرقمي

الفرع الأول: تعريف التحويل الرقمي و تطوره

أولاً: تعريف التحويل الرقمي

التعريف الأول: هو عبارة عن عملية جوهرية داخل سلسلة خلق القيمة المضافة أو الهيكل الداخلي للمؤسسة، والتي تكون إما سبب أو شرط مسبق لإستخدام التكنولوجيا بحيث يتم التأكد أن الفكرة الرئيسية لإستراتيجية الأعمال الرقمية تكمن في طريقة فهم تكنولوجيا المعلومات كشرط أساسي للإبتكار و تحقيق القدرة التنافسية (الثاني، 2023، صفحة 10)

التعريف الثاني: هو عملية التي تقوم على إنتقال الشركات إلى نموذج عمل يعتمد على التكنولوجيا في إبتكار المنتجات و الخدمات ،وتوفير قنوات جديدة من العائدات وفرص تزيد من قيمة منتجها: (د.بوعقلي، 2023، صفحة 93)

التعريف الثالث :يعرف التحويل الرقمي بأنه إستخدام وسائل وأدوات الرقمية الحديثة ، مثل الهاتف المحمول ،و الذكاء الإصطناعي ، و الحوسبة السحابية، وسلسلة الكتل ،وإنترنت الأشياء ، لتمكين التحسينات التجارية الرئيسية ،ولتحسين تجربة العملاء ،وتبسيط العمليات أو إنشاء نماذج تجارية جديدة. (شحاده، 2022، صفحة 34)

مما سبق نستنتج أن التحويل الرقمي يتيح للمؤسسات تحسين كفاءتها وفعاليتها، وزيادة قدرتها على التكيف مع إحتياجات العملاء . كما يمكنه أن يفتح أبواباً للإبتكار والتطوير، ويساهم في تحسين تجارب العملاء وتقديم خدمات متميزة، إلى جانب انه عبء عن عملية شاملة تشمل الجوانب التقنية والثقافية والتنظيمية، ويتطلب التزاماً من طرف المؤسسات بتغيير الطرق التقليدية للتفكير والعمل و ممارسهم ذلك في تسهيل العمل على العمال .

ثانيا :تاريخ التطور التكنولوجي

في سنوات الستينات انتشر وتطورت المعلوماتية في مجال بحوث علم الكيمياء و المواد البترولية من أجل تنمية بعض المعدلات والحسابات. وحسب الأدبيات النظرية هناك خمس ثورات تكنولوجية كبيرة ، المرحلة الأولى من سنة 1785إلى 1845 ظهرت فيها الطاقة المائية والتكستيل و الحديد ، ومن سنة 1845 إلى سنة 1990 عرف بالآلة البخارية و السكك الحديدية ثم مرحلة مابين 1900إلى 1950 وتميزت بظهور الكهرباء وتطور علم و الكيمياء ثم من سنة1950 إلى 1990 وهي مرحلة المواد البيتروكمانية و الالكترونيات وتطور مجال الطيران ، وأخيرا بداية من سنوات التسعينات وتعرف بمرحلة الإعلام الآلي والأنترنترنت والاتصال وتكنولوجيا الاتصال وهذه المرحلة مهدت إلى ظهور الهاتف النقال مواقع الويب التي كان لها الأثر المباشر والملحوظ في ظهور مفهوم التحول الرقمي الذي تعيشه البشرية اليوم .(صدوق، سي الطيب ، و علي ، 2021، صفحة 100)

الفرع الثاني :متطلبات التحول الرقمي

تتمثل متطلبات التحول الرقمي فيما يلي :

- 1- الموارد البشرية :تشكل الموارد البشرية جانبا حيويا يصعب على المؤسسات تطبيق التحول الرقمي بدونها ، إذ يتوجب توفير كوادر مؤهلة قادرة على إستخدام البيانات و تحليلها لإتخاذ قرارات فعالة ، كما يتطلب تخطيط الرؤى وتنفيذها كفاءة بشرية وخبرات علمية و عملية مع إيمان بالتغيير والتطوير .
- 2- العمليات :وهي عبارة عن مجموعة من النشاطات أو المهام المرتبة والمترابطة التي تنتج خدمة معينة أو منتجا معين للمستفيدين يجب على المؤسسات إرساء بناء تقني فعال يسمح بتطوير العمليات على الصعيدين الداخلي و الخارجي في إنجاز العمليات مع وجود رقابة في إنجاز العمليات.
- 3- البيانات :بديفترض أن تقوم المؤسسات بجهود إدارة وتحليل البيانات بشكل منتظم وفعال وتلك توفر معلومات و إجراءات توعية موثوقة و كاملة مع توفير وتطوير أدوات مناسبة للتحليل الإحصائي والبحث عن البيانات والتنبؤ بالمستقبل ، كما يجب متابعة البيانات بشكل مستمر لضمان استمرار تفقها و الإستفادة منها بشكل يتماشى مع أهداف المؤسسة وتوقعاتها.

4- التقنيات :حيث يتم بناء التحول الرقمي بإستخدام منظومة من الأجهزة ، وأنظمة التشغيل ، ووسائط التخزين ، والبرمجيات التي تعمل ضمن بيئات تقنية ومراكز معلومات تسمح باستخدام جميع الأصول بكفاءة تشغيلية غير منقطعة ، كما يستلزم ضمان مستوى خدمة مناسب لأفراد المؤسسة وعملائها ومورديها عبر فرق مهنية مسؤولة عن إدارة المنظومة التقنية و البنية التحتية للشبكة سواء أكانت هذه المنظومة محلية أو سحابية .(قرقط و لعشب ، 2023، صفحة 240)

الفرع الثالث: خطوات التحول الرقمي

أولاً: تحول الرؤية

إن تقنية التحول الرقمي تتطلب رؤية واضحة لنقطة انطلاق نحو هذا التحول ، إذ يتعلق الأمر بإعادة التفكير في المنهج وكيف يمكن للتكنولوجيا الجديدة أن تساعد على تحقيقه ، وفي هذا الصدد نجد الجزائر أطلقت مشروع الجزائر الالكترونية 2013 الذي أعلنت فيه الجزائر عن رؤيتها للتحول الرقمي ، تجسدت رؤيته في البداية إلى تطوير الخدمات الحكومية من خلال عصرنه مختلف القطاعات ، ومؤخراً أصدرت مجموعة من القوانين التي تعزز من الناحية القانونية هذا التحول كقانون التجارة الالكترونية و القانون المتعلق بحماية الأشخاص الطبيعية في مجال المعالجة الآلية للمعطيات وإن كانت هذه القوانين جاءت كخطوة متأخرة مقارنة مع الدول المغربية (تونس و المغرب) التي كانت السبابة في هذا الصدد وكذا الدول العربية بصفة عامة .وبالمقابل مثلاً نجد المملكة السعودية وضعت الخطط الملائمة على المديين القصير والطويل لتطوير إتصالات وتقنية المعلومات وتوسيع إنتشارها وتسهيل الحصول عليها في جميع مناطق المملكة بشكل يلبي إحتياجات التنمية الإقتصادية و الإجتماعية والتعليمية والصحية ، إضافة إلى تشجيع الإستثمار في هذه المجالات وتجلي ذلك بوضوح من خلال معلم رؤية المملكة 2030.

ثانياً: إعتقاد ثقافة التغيير

يقصد بها تحويل الهيكل التنظيمي من التسلسل الهرمي التقليدي إلى فرق أصغر تكون مخولة لإتخاذ القرارات حيث يمكن ترجمة التعاون بين موظفي التطوير والتكنولوجيا المعلومات والوحدات الاستراتيجية إلى خدمات محسنة . ومن ثمت يعتبر التحول في ثقافة المؤسسة وبيئة العمل في المرحلة الأولى من التحول كخطوة إيجابية تساهم في تنفيذ ونجاح التحول الرقمي .

1- العامل البشري يحدث الفرق <le facteur humain faire la différence> : تعتبر نظام

المعلومات عاملاً للتماسك والانتشار لهذه الثقافة الرقمية ، وباعتبارها بناء إجتماعي للشركة فإن

الثقافة تؤثر على الأفراد ومستوى أدائهم وابتكارهم ، كما ترى أن المنظمات ذات الثقافة المؤسسية أكثر كفاءة نسبيا من غيرها خاصة في المجال الرقمي ، وعليه إن العامل البشري عنصر مهم في عملية التحول الرقمي ورفع معدل الذكاء الرقمي للمؤسسة لذا يجب على القائمين بالإدارة تمكين الموظفين داخل المؤسسة التي تمر بمرحلة التحول الرقمي بتطوير مهاراتهم الرقمية. ومن تمت إن نقص الكفاءات والقدرات المتمكنة يعد من أهم العوائق التي تحول دون تنفيذ ناجح لبرنامج التحول و تحقيق أهدافه المرجوة .

2- المؤسسة العضوية بدلا من التسلسل الهرمي *l'entreprise organique plutôt que hiérarchique* من حيث أساليب التشغيل توجد إمكانات غير عادية مع التطوير الميسر للاستقلالية على مستوى الجهات الفاعلة ، وترغب في العمل أكثر في المشاريع العضوية من المؤسسات الهرمية. وبهذا فإن فكرة التسلسل الهرمي تعد بمثابة الروتين المعوق لعملية التحول الرقمي ، خاصة أنها تؤدي إلى صعوبة تطبيق فكرة روح الفريق الواحد .

3- الإدارة بالمعنى والقيم « *le management par le sens et les valeurs* » يتطلب تعقيد المنظمات نماذج تنظيمية جديدة وقادة جدد لاسيما في أوقات الأزمات وفي مواجهة متطلبات الإنتاج المفرط ومتطلبات الأداء على جميع المستويات ، ومن ثم لم تعد الهياكل الهرمية من الأعلى إلى الأسفل قادرة على تحديد وتنفيذ إستراتيجية ناجحة في البيئة الإقتصادية العالمية والمتنوعة والمتعددة الأوجه اليوم ، و عليه من إحدى الطرق الممكنة هي تطوير المنظمات المفتوحة التي تسمح للفرق المستقلة بالنجاح من خلال مشاركة نظام محدد من القيم .وتبرر أهمية الإدارة بالقيم في مجال التحول الرقمي في أنها تهتم بتوظيف الطاقات الكامنة في العامل البشري للوصول إلى درجة عالية من جودة الأداء والتي أساسها العلم، والضمير ، والأخلاق العالية مما يؤدي إلى تقليل الفساد كالاختلاس والرشوة والمحسوبية...إلخ .

ثالثا: تغيير نموذج التكلفة

يمكن للميزانيات المصغرة دفع عجلة الابتكار لأن الفرق ستتخذ خطوات خلاقية لإبتكار عمليات جديدة تساعد على معالجة التحديات ، ويمكن للخدمات السحابية أن تؤثر بشكل إيجابي في التكلفة بسبب قدرتها على تحديث البنى التحتية من دون استثمارات رأسمالية كبيرة ، كما تفادي عمليات الشراء الطويلة والدفع

المقدم يسمح بتنفيذ مزيد من المشاريع من خلال الوصول الفوري إلى موارد الحوسبة في أي وقت وأي مكان وعبر أي جهاز .

رابعاً: بدء الأعمال في سحابة

هناك البعض من المؤسسات والشركات تفضل القيام بنقل التراخيص والمشاريع الفردية إلى السحابة ، وهناك من يفضل بدء الأعمال في السحابة مباشرة . فنجد في هذا الصدد Dévops حيث أنه نظام يتيح للشركات تقديم تحديثات البرامج والأمن على الصعيد الداخلي وللعلاء ، و الهدف النهائي من ذلك هو طرح المنتجات في السوق ، وتقديم تحديثات البرامج ، والأمن بشكل أسرع وجعل العملية كلها أكثر موثوقية.

خامساً: تتبع عملية التقدم

عندما تتم عملية التحول الرقمي الكامل للنشاط التجاري بشكل متقن و باحترام خطوات التحول ، سيساهم بتحسين ورفع الأرباح للشركة التجارية، حيث تم إنشاء مقاييس لتتبع وقياس عملية التقدم المحرز. (جميلة و يوسف ، 2019، صفحة 952)

الفرع الرابع: أبعاد التحول الرقمي

يوجد بعدين رئيسيين للتحول الرقمي وهما:

أ- **التقنيات الرقمية:** يمثل التحول الرقمي تحولاً نتجاً عن تطور التكنولوجيات الجديدة ، فلقد لوحظت في الأدبيات أن التقنيات الرئيسية المذكورة في سياق التحول الرقمي المؤسسات هي التكنولوجيات الإنترنت التحليلية ، ولقد تطورت هذه التقنيات التكميلية الثلاثة هذه السنوات الأخيرة بشكل خاص بفضل التقنيات السحابية.

ب- **تجربة المستخدم:** يضع التحول الرقمي المستخدمين في صميم إستراتيجية المؤسسة ، فالزبائن يطالبون أكثر فأكثر فيما يتعلق بجودة المنتجات والخدمات ، ويتوقعون أن تكون المؤسسة قادرة على التكيف بسرعة وتخصيصها حسب إحتياجاتهم المتغيرة وينطبق الأمر بشكل خاص على الأجيال الرقمية الجديدة ، التي لديها معرفة عميقة بالتكنولوجيات الجديدة وقدرة هامة لمشاركة تجربتها مع الآخرين عبر وسائل الإعلام الإجتماعية. ولمواجهة هذه التوقعات الجديدة ، يتعين على المؤسسات تكييف سلوكياتها للتعامل مع منتجاتها وخدماتها وفقاً لإتجاهات الإستهلاك. هذا هو السبب الذي يجعل التحول الرقمي يبدأ عموماً بتحويل وظيفة التسويق ، ويمر هذا الأخير على وجه الخصوص من خلال أدوات إدارة علاقات

الزبائن (CRM) كأحدث جيل يدمج بعدا إجتماعيا قويا من خلال وحدات التحليل الشبكات الإجتماعية. كما جاءت رقمنة وظيفة الموارد البشرية أيضا مع تنفيذ أدوات إدارة علاقات الموظفين (ERM)، و يعتبر هذا النوع من أدوات أن الموظف زبون داخلي ويهدف إلى ضمان مستوى عالي من الخدمة. (الهام و سارة ، 2019، صفحة 136).

الفرع الخامس: أهمية وأهداف التحول الرقمي

أولا: أهمية التحول الرقمي

تتمثل أهمية التحول الرقمي فيما يلي :

- _ تقديم الخدمات البنكية بشكل أسهل وأسرع دون اللجوء إلى الإنتظار لفترات طويلة
- _ المساهمة في عملية ربط القطاعات الحكومية أو الخاصة ببعضها من خلال التعاون والتنسيق عبر شبكة الإنترنت
- _ ضرورة اتجاه البنوك لمواكبة العصر والاتجاه نحو إستخدام التكنولوجيا لتطبيق التحول الرقمي في تقديم خدماتها البنكية لتحقيق رضا العملاء
- _ التغلب على الضغوط الواقعة من جانب شرائح المجتمع على المؤسسات و الهيئات و الشركات لتحسين خدماتها وإتاحة البرامج التكنولوجية عبر الإنترنت
- _ يعمل التحول الرقمي على تمكين البنوك من المنافسة بهدف التحديث والحفاظ على قدرتها التنافسية وخلق القيمة. (علام، 2021، صفحة 189)

ثانيا : أهداف التحول الرقمي

- _ تعزيز تطوير نظم تكنولوجية وثقافة مالية أكثر إبتكارا و تعاونية على مستوى المؤسسات و المجتمع
- _ تغيير نظام التعليم لتوفير مهارات جديدة و توجيه مستقبلي للأشخاص حتى يتمكنوا من تحقيق التميز في العمل الرقمي والمجتمع
- _ إنشاء وصيانة البيئة التحتية للاتصالات الرقمية و ضمان إدارتها وإمكانية الوصول إليها ، و تحقيق التوازن بين جودة الخدمة و تكاليف تقديمها
- _ تعزيز حماية البيانات الرقمية ، و الشفافية ، و ضمان متطلبات الاستقلالية ، و تعزيز الثقة.

_تحسين إمكانية الوصول إلى الخدمات ، وإرساء ضوابط وآليات وجودة الخدمات الرقمية المقدمة المجتمع.

_ تطبيق نماذج أعمال جديدة ومبتكرة ، وتحسين الإطار التنظيمي و المعايير الفنية .(خيرة و زهرة، 2023، صفحة 19)

المطلب الثاني: ماهية رضا العميل

الفرع الأول: تعريف رضا العميل

التعريف الأول: يعرف رضا العميل على أنه : "الدرجة التي في حدودها ، تنبؤ الزبون لمعاودة شراء منتج أو خدمة ما ، تكون مستجابة أو تفوق تلك التنبؤات. (طويل و نظور، 2011، صفحة 34)

التعريف الثاني: يعرف بأنه أحد الأجزاء الأساسية لإدراك التسويق الحديث ، فالمنظمات لا تستطيع البقاء لمدة طويلة ما لم تتمكن من تلبية إحتياجات العملاء وتوفير القدر الكافي من رضاهم ، من خلال الوفاء بإحتياجاتهم و رغباتهم و توقعاتهم أثناء إستعمال المنتج أو تقديم الخدمة أو تجاوزها ، مما يمهد الطريق أمام الشراء و الإحتفاظ بالعملاء ، كما أن إرضاء العملاء هو تقييم التنبؤات ما قبل عملية الشراء مع النتائج التي تم التوصل إليها بعد عملية الشراء. (هادفي و عمامرة، 2021، صفحة 357)

تعريف الثالث: رضا المستفيد أو العميل : customer satisfaction من الألفاظ المهمة في علم التسويق ، وبحيث يحاول الكثير معرفة رضا العميل عن طريق ملاحظة ردود الأفعال والأقوال عن المنتج أو الخدمة ، وفي تخصص التسويق يمكن قياسها علميا عن طريق مقارنة الفارق بين مستوى جودة المنتج أو الخدمة مع توقعات العميل. (المهيدب، 2017، صفحة 12)

نستنتج من خلال التعاريف السابقة بأن رضا العميل هو يعبر عن مدى تلبية إحتياجات و رغبات العميل إتجاه خدمة أو جودة منتج من أجل تحقيق توفير القدر الكافي من رضاهم.

الفرع الثاني: أبعاد رضا العميل

بعد الإطلاع على دراسات رضا العميل توصلنا إلى أنه مفهوم ثنائي البعد يرتكز على التقييم المعرفية والشعوري لتجربة إستهلاكية معينة ، حيث قام بعض الباحثين بالجمع بين البعد المعرفي و الشعوري ضمن علاقة سببية (الرضا الشعوري ناتج عن رضا المعرفي) ، في حين خلص آخرون إلى أن الرضا الشعوري بمثابة وسيط بين الرضا المعرفي والرضا الإجمالي ، إذ أن تكامل كل من السوابق المعرفية الشعورية يشكل المفهوم الشامل لرضا العميل ، وفيما يلي سنتطرق للمفهومين:

1- البعد المعرفي: كان " Oliver أول من إهتم بدراسة البعد المعرفي لرضا العميل من خلال نمودجه (عدم تأكيد التوقعات) الذي ظهر سنة 1980 والذي يقوم أساسا على مبدأ المقارنة بين التوقعات و التجربة (الأداء الفعلي) ، حيث ساد هذا المفهوم على دراسات الرضا في تلك الفترة إلى أن " ظهرت دراسات حديثة تؤكد وجود تأثير للبعد الشعوري بينها دراسة Vanhamme. التي أكد فيها على وجود " تصورين عن مبدأ (عدم تأكيد التوقعات) الأول يتمثل في عدم تأكيد التوقعات الموضوعي والذي يهتم بالأداء الوظيفي المقدم و المتوقع وهو الذي يقوم عليه البعد المعرفي ، أما الثاني فيتعلق بعدم تأكيد التوقعات النفسية الذي يشمل البعد الشعوري .

2- البعد الشعوري: حسب Vanhamme. فإن هذا البعد جاء لتغطية النقص الذي كان يعاني منه نموذج (عدم تأكيد التوقعات) والذي إستند كليا على البعد المعرفي وأهمل تأثير ردود الفعل الشعورية ، وفي هذا الصدد ظهرت عدة دراسات " إهتموا فيها بالبعد الشعوري لرضا العميل إذ عمل الباحثون فيها على إقتراح بعض المتغيرات ذات طبيعة عاطفية كالتفائل ، السرور ، الإستياء ، ... وغيرها بهدف توسيع رؤية نموذج (عدم تأكيد التوقعات) الذي إقتصر في بادئ الأمر على الجانب المعرفي إذ أن هذه المتغيرات العاطفية تختلف بإختلاف طبيعة الخدمات محل التجربة. (أ.د. عيسى و سيهام، 2017، صفحة 392 صفحة 393)

الفرع الثالث: محددات رضا العميل

هناك مجموعة من المحددات التي تسهم في تشكل حالة رضا ، محددة كما يلي:

التوقعات :هو التصور الذي يكونه الزبون في عقله قبل إقتناء السلعة أو الخدمة ومدى تحقيق المنافع التي يرغب في الحصول عليها ، معتمدا في ذلك على المعلومات التراكمية التي يكونها من تجاربه السابقة حول الخدمة وبما ينقل إليه من أخبار عن تجارب الأصدقاء بشأن أداء السلعة .وتتحدد الجوانب الأساسية للتوقع الذي يكونه الزبون عن الخدمة فيما يلي :

1- التوقعات: حول طبيعة وأداء الخدمة : وهي المنافع التي يتوقع الزبون الحصول عليها من شراء وإستخدام الخدمة نفسها.

وتتحدد الجوانب الأساسية للتوقع الذي يكونه الزبون عن الخدمة فيما يلي :

التكلفة المتوقعة: وهي التكاليف التي يتوقع الزبون أن يتحملها من أجل الحصول على الخدمة.

المنافع الإجتماعية المتوقعة: هو رد الفعل المتوقع للأفراد الآخرين وذلك عند شراء الفرد للخدمة .

2- الأداء المدرك : يعبر الأداء المدرك عن مستوى الأداء الذي يحصل عليه الزبون نتيجة إستهلاكه

للخدمة ، وتكمن الأهمية الأساسية للأداء الفعلي في كونه يعتبر معيارا لتحديد مدى تحقق

التوقعات التي كونها الزبون بخصوص الخدمة التي كانت محل إختيار من بين مجموع البدائل

3- المطابقة : تعرف المطابقة على أنها عملية التي يقوم بها الزبون لإيجاد الفرق بين مستوى الأداء

المتوقع ومستوى الأداء الفعلي للمؤسسة ، وتنتج عن عملية المطابقة ثلاث حالات:

الحالة الأولى : يكون مستوى الأداء الفعلي أكبر من المستوى المتوقع فيكون الزبون راضي جدا

الحالة الثانية: يكون الأداء الفعلي وتوقعات الزبون في نفس المستوى فيكون هذا الأخير في حالة إعتدال

تؤدي إلى نوع من الرضا

الحالة الثالثة: في هذه الحالة يكون الأداء الفعلي أقل من المتوقع ، وهي حالة غير مرغوب فيها، فيكون

الزبون فيها غير راضي. (سامي، 2021، صفحة 273صفحة274)

الفرع الرابع: أهمية رضا العميل

يؤكد Kotler في هذا المجال أن على المؤسسة التي ترغب في النجاح في أسواق المنافسة اليوم أن

تجعل من الزبون النواة التي تدور حولها عملياتها وأن تتباعد عن المفهوم البيعي وترتكز على المفهوم

التسويقي الحديث الذي يبدأ و ينتهي بحاجات ورغبات الزبون وكيفية إشباعها.

يستحوذ رضا الزبون على أهمية كبيرة في سياسة أي مؤسسة وبعد من أكثر المعايير فاعلية للحكم على

أدائها لاسيما عندما يكون توجه هذه المؤسسة نحو الجودة ، وفيما يلي مجموعة من العناصر المعبرة عن

أهمية رضا الزبون:

في هذا الإطار حدد Kotler أربعة حقائق توضح أهمية رضا الزبائن في شكل إحصائيات هي :

أن حصول على زبائن جدد يكلف المؤسسة من 5 إلى 10 أضعاف تكلفة رضا الزبائن الحاليين .

- تقليل معدل فقد الزبائن بنسبة 5 يزيد من الأرباح بنسبة 25_80حسب نوع الصناعة.

- معدل ربح الزبون يزداد مع إمتداد فترة الشراء .

- هذه النتائج تؤكد مدى فعالية تحقيق رضا الزبون في زيادة ربحية المؤسسة .(د.مجد و أ.أسماء، 2017، صفحة 33صفحة34)

المبحث الثاني: الدراسات التطبيقية للمتغير التحول الرقمي و رضا العميل :

تم التطرق في هذا المبحث إلي أهم الدراسات التي توصلنا إليها من بينها العربية والأجنبية كمطلب أول أما في مطلب الثاني فتطرقنا إلي تحليل الدراسات وإبراز الفجوة البحثية .

أولا الدراسات السابقة العربية:

الدراسة	الدراسة
اسم الباحث	تكنولوجيا التحول الرقمي وتأثيرها في تحسين الأداء الاستراتيجي للمصرف دراسة استطلاعية لآراء عينة من مديري المصارف الخاصة في محافظة كربلاء
مجتمع وعينة الدراسة	أ.م.د أحمد كاظم بريس ورود قاسم
اهداف الدراسة	عينة مكونة من (60) فردا يمثلون مديري الأقسام والشعب في ستة مصارف (خاصة) في محافظة كربلاء .(تم اعتماد المصارف العراقية العاملة في القطاع الخاص وضمن نطاق محافظة كربلاء وبعدد ستة مصاريف جارية عراقية خاصة.)
نتائج الدراسة	هدفت هذه الدراسة إلى التعريف بمفهوم تكنولوجيا التحول الرقمي و الأداء الإستراتيجي وقياس مدى تأثير تكنولوجيا التحول الرقمي في تحقيق الأداء الإستراتيجي وتقديم توصيات التي يمكن أن تساعد المصارف عينة الدراسة في مساندة التحولات التكنولوجية وتحسين الأداء الاستراتيجي.
	تبين أن لتكنولوجيا التحول الرقمي تأثير على الأداء الإستراتيجي. أسهم إستخدام التحول الرقمي و مواكبته إلى تحقيق رؤية أعلى وأداء أعلى ومن ثم زيادة توقعات العملاء بشأن جودة الخدمات التي تقدم لهم و عملية التسليم وتقديم العروض ونماذج الأعمال الجديدة بشكل أفضل. أسهم إنتشار التكنولوجيا الرقمية الجديدة في زيادة توسع الأسواق المساعدة بالنسبة المصارف إتضح أن تكنولوجيا التحول الرقمي عملت بشكل فعال على تحسين إنتاجية وتشجيع العاملين والمديرين القيام بأعمال جديدة تعمل رفع وتطوير الكفاءة في

<p>الأداء . (قاسم) وجود دورا مهم و واضح عن طريق تحقيق العلاقة والاثر لمتغيرات الدراسة تكنولوجيا التحول الرقمي والأداء الاستراتيجي.</p>		
<p>"دور استراتيجية التحول الرقمي في تحقيق التميز المؤسسي المستدام: دراسة حالة الشركة القابضة مصر للطيران"</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الثانية</p>
<p>صلاح الدين اسماعيل صلاح الدين وحسام الدين مصطفى حسن</p>	<p>اسم الباحث</p>	
<p>يتمثل مجتمع الدراسة الذي حدده الباحثان في المديرين "الإدارة العليا و الإدارة الوسطى " بالشركة الذين يمتلكون المعرفة الكافية فيما يتعلق بالتحول الرقمي وتم تحديد عينة الدراسة بطريقة عشوائية لعدد (279) إستمارة إستقصاء موزعة على عينة الدراسة كعينة ممثلة.</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>تهدف هذه الدراسة للتعرف على مستوى تطبيق إستراتيجية حول الرقم من وجهة نظر الإدارة العليا والإدارة والوسطى في الشركة القابضة للطيران والتعرف على مستوى تحقق متغيرات التميز ومؤسسة المستدامة من وجهة نظر الإدارة العليا والإدارة الوسطى في الشركة القابضة لمصر للطيران وتحديد درجة علاقة الارتباط بين مستوى تحقق مستوى متغيرات التميز المؤسسي المستدام ومستوى تطبيق إستراتيجي التحول الرقمي وتحليل المتغير التابع الأكثر إرتباطا بإستراتيجية التحول الرقمي وإعتمدت على المنهج الوصفي في هذه الدراسة.</p>	<p>اهداف الدراسة</p>	
<p>إن مستوى تطبيق إستراتيجية التحول الرقمي جاء متوسطا بينما جاء المستوى تحقق متغيرات التميز المؤسس المستدام مرتفعا وأظهرت نتائج هذه الدراسة : أن مستوى تطبيق إستراتيجية التحول الرقمي جاء متوسطا بينما جاء مستوى تحقق متغيرات التميز المؤسس المستدام مرتفعا ،و كذلك وجود علاقه معنويه ذات ذات دلالة احصائية بين إستراتيجية التحول الرقمي والمتغيرات التابعة للتميز المؤسسي المستدام (إشراك المعنيين، بناء قيمه مستدامة ،قيادة الاداء والتحول) كما تشير النتائج أن إستراتيجية التحول الرقمي كان لها ارتباطا طردي قوي مع متغير (قيادة الأداء والتحول) في حين كان لها إرتباط طردي متوسط مع كل من متغير (إشراك المعنيين، بناء قيمة مستدامة) وذلك وفقا لردود عينة البحث. (بدوي، 2023)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	

الدراسة الثالثة	الدراسة	واقع التحول الرقمي في المملكة العربية السعودية
	اسم الباحث	عبد الرحمن حسن محمد أحمد الغيري
	مجتمع وعينة الدراسة	بلغت العينة 340 من أعضاء هيئة تدريس بجامعة الملك عبد العزيز
	اهداف الدراسة	هدفت هذه الدراسة للتعرف على واقع التحول الرقمي بالمملكة العربية السعودية من خلال إبراز أهميته ومبادئه ومراحله ونماذجه وسبل النجاح و الإستفادة من ذلك في تطوير جهد التحول الرقمي بالمملكة العربية السعودية في إدارة تعرف الأسس النظرية التحول الرقمي في الأدبية الفكر الرقمي العربي
	نتائج الدراسة	تبين أن التحول الرقمي بالمملكة العربية السعودية يسير بمعدل زيادة السنوي قدره 5% منذ عام 2011 وحتى 2017 وهي الفترة التي تمثل السلسلة الزمنية لمتغيرات الدراسة وأن المملكة العربية السعودية من ضمن ثلاثة دول بالمنطقة تقع ضمن مجموعة الدول الداعمة للتقنيات على مؤشر إتصالات العالمي لعام 2017 والتي تسعى إلى دعم البنى التحتية لتقنية المعلومات و الإتصالات ورفد عملية التحول الرقمي نحو الرقمنة بكافة المستلزمات التقنية المبتكرة. (الغيري، 2020)
الدراسة الرابعة	الدراسة	أثر التحول الرقمي على كفاءه الاداء الأكاديمي (حالة دراسية لهيئة أعضاء التدريس بجامعة الملك عبد العزيز)
	اسم الباحث	طلق عبد الله الصواط ياسر السايير الحربي
	مجتمع وعينة الدراسة	تكون مجتمع الدراسة من أعضاء هيئة التدريس بجامعة الملك عبد العزيز تم إختيار عينة عشوائية تقدر (599) عضوا.
	اهداف الدراسة	على التعرف على متطلبات التحول الرقمي تحقيق كافة الأداء كفاءة الأداء الاكاديمية لهيئة التدريس جامعي بجامعة الملك عبد العزيز والتعرف على أثر المعوقات التي تحدوا من فاعلية التحول الرقمية على الاداء الأكاديمي بجامعة الملك عبد العزيز إلى جانب التعرف على المعايير الواجب توفرها فيها هذا التدريب بجامعة الملك عبد العزيز لتحقيق كفاءة الأداء الأكاديمي في ظل التحول

	الرقمي بإعتماد على المنهج الوصفي.	
نتائج الدراسة	<p>نتائج أن الغالبية بنسبة 58.5% هم إناث، وأن نسبة 37.9% من في الفئة العمرية من 35 وأقل من 40 سنة وأن من نسبة ،وأن نسبة 51.2% درجتهم الجامعية أستاذ مساعد ،وأن نسبة 41.5% تبلغهم العملية 15 سنة فاكتر ،نجد أن غالبية أفراد العينة نسبة 80.9% تلقوا دورات تدريبية ،وأن نسبة 45.5% من أفراد العينة عن الدورات تلقوها دورتين، غالبية أفراد العينة موافقين بشدة على أنه يوجد أثر للتحول الرقمي في الأداء الأكاديمي لهيئة التدريس الجامعي بجامعة الملك عبد العزيز.</p> <p>وجود أثر دال للتحول الرقمي في متطلبات التحول الرقمي لتحقيق كفاءة الأداء الأكاديمي لهيئة بجامعة الملك عبد العزيز.</p> <p>يوجد اثر دال للمعوقات التي تحد من فاعلية التحول الرقمي لإداء لهيئة التدريس الجامعي بجامعة الملك عبد العزيز. (الحربي، 2022)</p>	
الدراسة الخامسة	أثر التحول الرقمي في تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من اجل الإندماج في الإقتصاد الرقمي": (دراسة تحليلية لمؤشرات قطاع بريد المواصلات السلوكية ولاسلوكية بالجزائر	
إسم الباحث	د عاشوري بدر الدين وعاشوري إبراهيم	
مجتمع وعينة الدراسة	لا يوجد مجتمع للدراسة لأن الدراسة نظرية	
أهداف الدراسة	إلى بناء أساس نظري وتحليلي حول موضوع أثر حول الرقمي على التكنولوجيا المعلومات و الإتصال بصفقتها مصدرا مهما لإقتصاد أي دول وذلك من خلال تحليل وضعية قطاع تكنولوجيا والجزائر وكذلك التعرف على أهم عوامل التحول عليها الجزائر في نجاح مشروع التحول الرقمي	

	<p>نتائج الدراسة</p>	<p>إن التحول الرقمي يساهم في تمكين البنية التحتية التي تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و خدماتها التي تتسم بالكفاءة المناسبة المشاركة في الإقتصاد الرقمي وزيادة رفايتها وقدرتها على المنافسة الاقتصادية، فضعف ثقافة العاملين بتكنولوجيا المعلومات والاتصال يعرقل من التحول الرقمي، ويحد من دعم الإستثمار في البنية التحتية لها ذات الحزمة العريضة، والتوسع في القواعد التنظيمية المتبعة لتشمل مجالات جديدة مثل أنترنت الأشياء، وخدمات نظم اسماء النطاقات، والملصقات التشاركية وغيرها. (د عاشوري بدر الدين، 2023)</p>
<p>رضا العميل</p>		
<p>الدراسة الأولى</p>	<p>الدراسة</p>	<p>بعنوان: أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة ميدانية على مؤسسة إتصالات الجزائر في مدينة العلمة (سطيف)</p>
	<p>اسم الباحث</p>	<p>بوزيان حسان</p>
	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	<p>يتمثل مجتمع الدراسة في جميع زبائن مجمع إتصالات الجزائر بمدينة العلمة و قدرت العينة ب 107 مفردة.</p>
	<p>اهداف الدراسة</p>	<p>على إستخدام نموذج سيرفر على مستوى مؤسسة إتصالات الجزائر من أجل تقلي تقييم جودة الخدمة ورضا الزبائن عن الخدمة المقدمة لهم و دراسة متى تأثير جودة خدمة إتصالات الجزائر على رضا زبائنها ومعرفة كيفية تقديم تقييم الزبائن لجودة الخدمة المقدمة لهم حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي في الجانب النظري والمنهج التحليلي في الجانب التطبيقي</p>
	<p>نتائج الدراسة</p>	<p>أن الإعتمادية، إستجابية، الأمن والتعاطف كان لهم أثر معنوي إيجابي على إتجاهات الزبائن فيما يتعلق برضاهم، في حين كان هناك تأثير بسيط جدا للموسمية على رضا الزبون، حيث أظهرت كذلك نتائج إختبار الاستقلالية t-test أنه لم يكن هناك فروق معنوية بين الخصائص الديموغرافية للزبائن و عملية تقييم الجودة من طرفهم، والذي يعني أن تقييم جودة الخدمة لا يختلف حسب الخصائص الديموغرافية الخاصة بالزبائن. (حسان، 2013)</p>
<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة</p>	<p>بعنوان: دور العلامة التجارية في تحقيق رضا المستهلكين (دراسة مسحية على</p>

الثانية		مستهلكي الأجهزة الكهربائية المنزلية في الساحل السوري)
إسم الباحث		هشام صلاح الدين شتاتحه
مجتمع وعينة الدراسة		يتمثل مجتمع البحث بجميع مستهلكي الأجهزة الكهربائية في الساحل السوري من جميع الأعمار والمستويات الثقافية ومن كلا الجنسيات. عينة الدراسة قدرت ب 500 كملت مستهلكي الأجهزة الكهربائية علامات تجارية
أهداف الدراسة		إلى التعرف على الدور الذي تلعبه بعض مكونات العلامة التجارية كإسم العلامة التجارية جودة المنتج جودة الخدمة والسعر في تحقيق رضا المستهلكين وترتيب هذه المكونات العلامة التجارية (كإسم العلامة التجارية ،جودة المنتج ،جودة الخدمة والسعر)في تحقيق رضا المستهلكين وترتيب هذه المكونات بحسب درجة تأثيرها على مستوى الرضا بحيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي
نتائج الدراسة		توجد علاقة إيجابية بين العلامة التجارية وبين تحقيق رضا المستهلكين بمعنى أن هذا المصطلح التسويقي "العلامة التجارية" يلعب دورا كبيرا في جذب المستهلكين وكسر نظام المستهلكون المستهلكين يرون أن إسم العلامة التجارية يعتبر أداة ترويج هامة بالنسبة لهم وأن جودة منتجات العلامة التجارية تلعب دورا في تحقيق لدى المستهلكين ومن وجهة ونظر المستهلكين تتميز هذه المنتجات عن غيرها من المنتجات من حيث الجودة والشكل. (شاهين، 2014)
الدراسة الثالثة		بعنوان :تحقيق رضا العميل الخارجي من خلال كفاءة المورد البشري الموارد البشرية في المؤسسات الخدمية دراسة حالة إتصالات الجزائر
إسم الباحث		هشام صلاح الدين شتاتحه
مجتمع وعينة الدراسة		عينة الدراسة قدرت ب 545 مفردة من عملاء إتصالات الجزائر لولاية الجلفة.
أهداف الدراسة		قياس مدى تأثير كفاءة الموارد البشرية في رضا العميل الخارجي وذلك من خلال بالتطبيق على مؤسسة خدمية متمثلة في مؤسسة الاتصالات الجزائر وتم الإعتماد على المنهج الإستنباطي في الجانب النظري ومن بالنسبة للجانب التطبيقي فتم الإعتماد على المنهج الإستقرائي
نتائج الدراسة		توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية لكفاءة الموارد البشرية في رضا العميل الخارجي في المؤسسة محل الدراسة وهذا يرجع بالأساس إلى الأبعاد (حل

<p>المشاكل ،سرعة التقديم ،التواصل الشخصي) مع مراعاة الترتيب وكذلك وجود فروق ذات الدلالة الإحصائية في رضا العميل الخارجي تعزى لمتغير (مدى التعامل مع المؤسسة) بينما لم تكن هناك فروق ذات دلالة احصائية بالنسبة للمتغيرات الديموغرافية الاخرى. (شتاتحه، 2022)</p>		
<p>بعنوان :جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن دراسة ميدانية البنك الاسلامي السوداني وبنك الادخار والتنمية الإجتماعية</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الرابعة</p>
<p>نور محي الدين محمد سعد الله</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>عينة الدراسة: موظفي البنك الإسلامي السوداني وبنك الإيداع والتنمية الإجتماعية - فرع شندي</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>الى التعرف على مفهوم جودة الخدمات وأبعادها ورضا الزبائن والتعرف على تقييم الزبائن لمستوى جودة الخدمات المقدمة لهم كما هدفت الى توفير قاعده من المعلومات التي تساعد الإدارة المنظمة في جودة ما تقدمه من خدمات وتحديد أهم الأبعاد التي يوليها الزبائن أهمية نسبية عالية وذلك لمعرفة أولويات التطوير عند الحاجة اليها .</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	
<p>المعدات والاجهزة المستخدمة في اداء الخدمة حديثة و متطورة . يتم الرد الفوري على استفسارات وشكاوي الزبون بالبنك. يضع البنك مصلحة الزبائن في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا. (الله، 2017)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>بعنوان :أثر تفعيل المزيج التسويقي لمؤسسات الطيران على رضا الزبائن مع دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الخامسة</p>
<p>بن شايب محمد</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>حجم العينة 410 زبون</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>إلى التعرف على أبعاد العلاقة بين المزيج التسويقي (جودة الخدمة، السعر،الوزع، الترويج، الجمهور(الناس)، الليل النادي و عملية تقديم الخدمة) ورضا وولاء الزبائن عن مؤسسات الطيران و الخطوط الجوية الجزائرية محل الدراسة و الإحاطة بمختلف المفاهيم المرتبطة بجودة الخدمة وكذا مبادئ تسويق مؤسسات الطيران إلى</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	

<p>جانبا تحديد أهم العوامل المؤثرة والمحددة للسلوك المسافر وإفاده المكتبة والمؤسسات محل الدراسة بتوفير دراسة نظرية وميدانية في حقل التسويق وخاصة سلوك المسافر، حيث تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي في الجانب النظري والاعتماد على دراسة حالة في الجانب التطبيقي .</p>		
<p>تمثلت في: إدراك الباحثين لممارسة تطبيق المزيج التسويقي مع الخطوط الجوية الجزائرية متوسط. أن العامل الأكثر أهمية لرضا الزبائن هو خبرة و كفاءة الطيارين.</p> <p>وجود أثر ذي دلالة احصائية لأبعاد جودة الخدمة، التسعير، التوزيع، الترويج، الجمهور (الناس) الدليل المادي و عملية تقديم الخدمة على رضا الزبائن، عند مستوى دلالة 0.05</p> <p>وجود أثر ذو دلالة الإحصائية لإتجاهات المبحوثين نحو أثر المزيج التسويقي على رضا الزبائن مع الخطوط الجوية الجزائرية تعزى للجنس، الفئة المهنية الإجتماعية والدخل، ولا يوجد أثر ذو دلالة احصائية لإتجاه المبحوثين نحو أثر المزيج التسويقي على الزبائن مع خطوط الجوية الجزائرية تعزى السن. (محمد، 2015)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	

2- دراسات سابقة أجنبية:

<p>Digital Transformation and Strategy in the Banking Sector: Evaluating the Acceptance Rate of E-Services,</p> <p>بعنوان: التحول الرقمي و إستراتيجية القطاع المصرفي - تصنيف معدل قبول الخدمات الالكترونية</p>	<p>الدراسة</p>	
<p>Fotis Kitsios Ioannis Giatsidis ,Maria Kamarioto</p>	<p>إسم الباحث</p>	<p>الدراسة</p>
<p>وشملت عينة الدراسة 161 موظفا في المؤسسات المصرفية العاملة باليونان حيث خصص لجميع المديرين التنفيذيين في المصارف من جميع المستويات ، أما تحليل البيانات فقد تم بإستخدام مقياس,LIKERT</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	<p>الأولى</p>
<p>إلى تحليل درجة قبول موظفي المصارف باليونان للتحول الرقمي ، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي وجمعت البيانات بإستخدام إستبيان على الإنترنت</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	
<p>الرقمنة تتيح القيام بقدر أكبر من العمل في وقت أقصر وبسهولة أكبر. إن أزمة كوفيد -- دفع إلى سرعة تحويل البنوك اليونانية إلى القطاع الرقمي. دعت الدراسة إلى ضرورة إستخدام برامج التدريب والتكنولوجيات الحديثة للموظفين.(Fotis , Ioannis , & Maria, 2021)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>Systematic Review of Digital Transformation Literature (2013 – 2021) and the development of an overarching apriority model to guide future research,</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الثانية</p>
<p>Bart, Abhi Bhattacharya, John Qi Dong, Nicolai Fabian, Michael Haenlein</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>مجتمع الدراسة الدراسات الأدبية حول موضوع التحول الرقمي</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>إلى إقتراح شبكة إسمية مسبقة تكشف عن التحول الرقمي الحالي إتجاهات البحث كإطار عمل المدخلات والعملية والمخرجات ويدعم الأسس النظرية السائدة في</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	

<p>أدب التحول الرقمي المعاصر. إتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وقد تم استخدام الدراسات الأدبية حول موضوع التحول الرقمي.</p>		
<p>لا تزال هناك مجالات أقل تم إستكشافها جيدا في الأدبيات الموجودة مثل خصائص وأنواع الموارد الرقمية، الجهات الفاعلة الجديدة في التكوين الإعتبارات البيئية التي تؤثر على التكوين التأثيرات على الإبتكار وعدم المساواة والخبرة الرقمية والقضايا الأخلاقية المتعلقة بالتحول الرقمي وسياقات فريدة مثل: الشركات الصغيرة والمتوسطة أو البلدان النامية. (Bart, Abhi, John, Nicolai, & Michael, 2022)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>دراسة بعنوان : The impact of digital transformation :A service bases research to explore the effects of digital transformation on organisations تأثير التحول الرقمي "بحث قائم على مسح و الإستكشاف آثار التحول الرقمي على المنظمات .</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الثالثة</p>
<p>irik Talboom</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>حجم العينة 696 مجيب مجتمع الدراسة عمال المنظمات</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>معالجة تأثيرات التحول الرقمي على منظمات الأعمال بطريقة كمية وهذا راجع لعدم وجود أي دراسة أو بحث تناول هذا الموضوع، وكما أنه يوجد العديد من الدراسات التي تستكشف تأثير التقنيات الفردية الأساسية للتحول الرقمي.</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	
<p>توفر نتائج البحث رؤى فريدة حول التغيير المتوقع للمؤسسات في نموذج أعمالها والتي يمكن استخدامها لبناء وإثبات حالات أعمال التحول الرقمي جنبا إلى جنب مع الحجم المتوقع لهذا التغيير، كما يتيح ذلك للمؤسسات إنشاء حالات أعمال أكثر كفاءة ودقة مما يسمح بقرارات إستثمار أكثر موثوقية وواقعية (talboom, 2016)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	

<p>« The underlying factors of a successful organisational digital transformation »</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الرابعة</p>
<p>Ntandoyethu S.M. Mhlungu' Jeff YJ. Chen' Peter 'Alkema</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>حجم العينة: 39 عاملا مجتمع الدراسة عمال المؤسسة</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>تهدف هذه الدراسة إلى تحديد العوامل الداخلية و المؤثرة في نجاح التحول الرقمي المؤسسي و القائمة أساساً على تعزيز الثقافة الرقمية، التركيز على العملاء، تطوير نماذج الأعمال، إضافة إلى الجوانب المتعلقة بالتكنولوجيا بإعتبارها الداعم الأساسي لتحقيق التحول الرقمي بهدف تحسين عمليات المنظمة و خدماتها لإرضاء عملائها (Mhlungu, N.S, & Peter, 2019).</p>	<p>اهداف الدراسة</p>	
<p>- التركيز على العملاء و إبتكار خدمات جديدة بشكل مستمر.. - توفير الموارد اللازمة لتحقيق التحول الرقمي. - وجود تصورات متشابهة بين مديري تكنولوجيا المعلومات و المديرين من غير مديري تكنولوجيا المعلومات حول العوامل الرئيسية التي تؤثر على نجاح مبادرة التطوير التنظيمي المفتوحة بشكل عام .</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>Digital transformation in enhancing knowledge acquisition of public sector employees بعنوان : "التحول الرقمي في تعزيز إكتساب المعرفة لموظفي القطاع العام (2023)</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الخامسة</p>
<p>Adi & others</p>	<p>اسم الباحث</p>	

<p>حجم العينة 198 عاملا مجتمع الدراسة موظفي القطاع العام</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>هدفت هذه الدراسة إلى تحديد إكتساب المعرفة من خلال توظيف التكنولوجيا الرقمية لموظفي القطاع العام. إتمدت هذه الدراسة على جودة النظام وجودة المعلومات ورضا المستخدم وجودة الخدمة وصافي المنفعة كإعتبارات تجريبية.</p>	<p>اهداف الدراسة</p>	
<p>أن جودة الخدمة لها تأثير كبير على رضا المستخدم. لرضا المستخدم تأثير كبير على صافي الفوائد و في الوقت نفسه لم يكن لجودة النظام تأثير كبير على رضا المستخدم. لجودة المعلومات تأثير كبير على رضا المستخدم. أن إستراتيجيات تعزيز تطبيق التعلم الإلكتروني هي زيادة رضا المستخدم . (Adi & Others, 2023)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>رضا العميل</p>		
<p>Assessing Customer relationship marketing practices and its impact on customer satisfaction in Ghanaian Banks :A case study of energy Bank Ghana Limited بعنوان: تقييم ممارسات علاقات العملاء وأثرها على رضا العملاء في البنوك الغانية دراسة حالة بنك الطاقة غانا المحدود</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الأولى</p>
<p>Martin M. Ujakpa , Rajesh Arora , Mame ADwemoh , Samuel k and issac k.Nooni ,</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>عينة الدراسة: 92 عميلا. مجتمع الدراسة: عملاء البنوك الأغنية.</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	

<p>الى دراسة ممارسات علاقات العملاء وأثرها على رضا العملاء في البنوك التجارية وتحديد العلاقة بين تسويق علاقات العملاء ورضا العملاء .</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	
<p>تبين أن كل متغير كان فعال في تحديد تسويق علاقات العملاء وأكثر ممارسات إدارة علاقات العملاء اعتمادا في البنوك التجارية هي التعامل مع النزاعات تليها الموثوقية والتواصل وجودة الخدمة، التعاطف والثقة، والعلاقات مع العملاء وكفاءه الموظفين وكانت الإستجابة هي اقل الممارسات التي تم تبنيها ،وقوة التأثير العام للإلتزام الموظفين على العملاء التي يبررها الإختبار مربع نشي كانت إيجابية وذات إرتباط كبير، قوة التأثير العام للثقة على رضا العميل الذي تبررها إختبار مربع تشيز إيجابية وذات إرتباط أعلى .وأن قوة التأثير العام للتواصل مع البنك على رضا العميل التي يبررها إختبار مربع تشيز إيجابية وذات إرتباط متواضع. (Matin, Ujakpa, Mame, Samuel k, & Issac)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>Influence of service quality on customer satisfaction and loyalty :the case of commercial Bank of Ethiopia shashmen district بعنوان: تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء وولائهم حالة البنك التجاري الايتوبي التجاري منطقة شاشميني</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الثانية</p>
<p>Melaku yilma</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>مجتمع وعينة الدراسة: حجم العينة: 398 مبحوثا.</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>تهدف إلى تقييم تأثير جودة الخدمة على رضا العملاء وولائهم للبنك التجاري الإيتوبي سي بي أي في منطقة شاشميني وتحديد العوامل التي تؤثر على الرضا العميل وإكتشاف العلاقة بين جودة الخدمات ورضا العملاء في البنك المركزي في منطقة الشاشميني وإكتشاف العلاقة بين رضا العملاء وولاء العملاء لسي بي أي شاشميني ديستريت وتقديم بعض الإقتراحات لتحسين الخدمات مركز الشاشمي لتوزيع الخدمات</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	

<p>تشير نتائج الارتباط إلى وجود علاقة إيجابية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء كما اظهرت نتائج اختبار الإنحدار أن تقديم خدمة ذات جودة عالية لها تأثير إيجابي على رضا العملاء بشكل عام وان جودة الخدمة والتواصل مع الموظفين يلعبان دورا أهم في مستوى رضا العملاء يليهما الوصول إلى خدمة الصراف وأخيرا مصداقية البنك كما أن تقديم خدمة عالية الجودة يزيد من رضا العملاء مما يؤدي بدوره إلى ارتفاع مستوى التزام العملاء وولائهم.(yilma, 2013)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>Assessing the role customer satisfaction in Ethiopia Telecom AT South Région : Case Hawassa City بعنوان: تقييم دور جودة الخدمة على رضا العملاء في شركة إيتيو تيليكوم في المنطقة الجنوبية حالة مدينة حوسا .</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الثالثة</p>
<p>cherinet Alemena kuri</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>عينة الدراسة: 380 عميل</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>على تحقيق التحقق من دور جودة الخدمة في رضا العملاء في شركة إيثيو للاتصالات الهاتف الثابت في المنطقة الجنوبية وتحديدًا في مدينة حوسا وتقييم جودة خدمة الهاتف الثابت في شركة Ethio Telecom وتحديد ابعاد جوده الخدمة التي تهتم عملاء الخطوط الثابتة في مدينة حواس</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	
<p>تبين المستهلكين يرون أن جودة الخدمة رديئة في جميع الأبعاد مما يثير أن توقعاتهم كانت أعلى من تصوراتهم لخدمة الهاتف الثابت في شركة إيثيو للاتصالات وفي هذا السبب ثم يمكن المستهلكون راضيين عن أي بعد من أبعاد جودة الخدمة فقط أظهرت جميع الأبعاد درجة فجوة سلبية.(kuri, 2014)</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>دراسة بعنوان :" An Examination of the relationship between customer satisfaction and service quality in telecommunication industry</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الرابعة</p>

<p>in tanzanie :A case study of vodacom tanzanie</p> <p>بعنوان: فحص العلاقة بين رضا العميل وجودة الخدمة في الإتصالات السلكية ولا سلكية للصناعة في تنزانيا دراسة حالة فوداكوم تنزانيا</p>		
<p>Alice Augustion Loshi</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>عينة الدراسة: 375 عميلا مجتمع الدراسة: التركيز على عملاء منطقة كينونونوني.</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>تهدف إلى دراسة العلاقة بين رضا العميل وجودة الخدمة في صناعة الاتصالات السلكية ولاسلكية حيث ركزت الدراسة على منطقة كينونونوني.</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	
<p>المعدات والأجهزة المستخدمة في أداء الخدمة حديثة و متطورة . يتم الرد الفوري على إستفسارات وشكاوي الزبون بالبنك. يضع البنك مصلحة الزبائن في مقدمة اهتمامات الإدارة العليا. كشفت النتائج أن عملاء فوداكوم يساهمون بنسبة 49.1% من رضا العملاء مما يشير إلى العلاقة القوية مع جودة الخدمة كما تم الكشف عن أن رضا العملاء عن خدمات فوداكوم يتأثر بالأبعاد الأربعة (الإستجابة ،الضمان ،الملموسية ،التعاطف).(Loshi, 2016).</p>	<p>نتائج الدراسة</p>	
<p>Assesement of service quality dimension and its impact on customers satisfaction in selected Ethiopian private Banks . بعنوان :أثر تفعيل المزيج التسويقي لمؤسسات الطيران على رضا الزبائن مع دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية</p>	<p>الدراسة</p>	<p>الدراسة الخامسة</p>
<p>Ayecheluhem Addise</p>	<p>إسم الباحث</p>	
<p>عينة الدراسة: 350 عميلا مجتمع الدراسة: عملاء البنوك الخاصة الإيثيوبية.</p>	<p>مجتمع وعينة الدراسة</p>	
<p>تهدف على تقييم بعد الجودة الخدمة وتأثيرها على رضا العملاء في حاله البنك</p>	<p>أهداف الدراسة</p>	

العالمية بنك إنات ش م.م ودييون و دراسة تأثير موثوقية الخدمة المقدمة على مدى رضا العملاء عن الزبائن وتقييم تأثير تعاطف الموظفين على لدى العملاء وتقييم تأثير إستجابة الموظف على مدى رضا الموظفين عن الزبائن.		
أظهرت نتائج الإنحدار بإيجاز أن هناك علاقة قوية إحصائية بين أبعاد جودة الخدمة ورضا العملاء وهو ما تدعمون نتيجة R التي توضح أن المتغير التابع يفسر أكثر من 80% من خلال أبعاد جودة الخدمة الخمسة ويأخذ بعض الضمان الجزء الأكبر فني التأثير على رضا العملاء يليه بعد الموثوقية و الملموسية و إستجابة والتعاطف. (Addisse, 2014)	نتائج الدراسة	

مطلب الثاني تحليل الدراسات السابقة و الفجوة البحثية:

من خلال ما تطرقنا له إلى دراسات سابقة عربية و أجنبية التي لها صلة بالدراسة الحالية التي سعت إلى التعرف على أثر التحول الرقمي وأثره في تعزيز رضا العميل في مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت ، تبين لنا بأنه يوجد أوجه إتفاق وكذلك أوجه إختلاف للدراسة الحالية مع سابقتها في جوانب عديدة ، وفيما يلي إستعراض ذلك:

من حيث المتغيرات: لم تتفق الدراسة الحالية مع أي دراسة سابقة من حيث متغيرات الدراسة سواء كان المتغير مستقل أو متغير تابع ، بحيث قد إتفقت مع البعض منه من حيث المتغير المستقل (التحول الرقمي) كدراسة كل من : أ.م.د أحمد كاظم بريس ورود قاسم ،صلاح الدين اسماعيل صلاح الدين وحسام الدين مصطفى حسن ، عبد الرحمن حسن حسن محمد أحمد الغيري 2020 ، طلق عبد الله الصواط ياسر السابر الحربي 2022، عاشوري بدر الدين وعاشوري إبراهيم 2023، Fotis Kitsios ، Bart, Abhi Bhattacharya, John Qi ،Ioannis Giatsidis ,Maria Kamarioto 2012 Mhlungu, N.S, Chen, Peter ،Dong, Nicolai Fabian, Michael Haenlein 2022 Adi & others2023.،Alkema2019

أما من حيث متغير رضا العميل كمتغير تابع ، فقد إتفقت مع دراسة كل من : بوزيان حسان2013 ،ديما رضوان شاهين 2014 ،هشام صلاح الدين شتاتحه ،نور محي الدين محمد سعد الله ،بن شايب محمد 2015 ، Martin M. Ujakpa , Rajesh Arora , Mame ADwemoh , Samuel k. ،

،cherinet Alemena kuri2014 ، Fianko ، issac k.Nooni, Melaku yilma2013
Ayecheluhem Addise 2014 .

من حيث الزمان : بعض من الدراسات حديثة و بعضها لا بعض منها تم دراستها في حدود (12) سنوات (11) سنوات وأخرى حديثة تم دراستها في حدود (01)سنة و (02) سنتين و (04) سنوات .
من حيث المكان : أما من ناحية مكان إجراء هذه الدراسات ، فلقد اختلفت الدراسة الحالية مجمل الدراسات السابقة من حيث إختيار الحدود المكانية للدراسة.

من حيث العينات: تنوعت عينات الخاصة بالدراسة في الدراسات السابقة ، ومن بينها نجد العملاء ، العمال، المبحوثين .

من حيث المنهج : هنا تشترك الدراسة الحالية في أغلب الدراسات السابقة من حيث إستخدامها للمنهج التحليلي الوصفي ، في حين أن الدراسة الحالية اختلفت مع أخرى دراسة نور محي الدين محمد سعد الله (2017) إستخدم المنهج الوصفي التحليلي و المنهج التاريخي والمنهج الإحصائي ، و دراسة هشام صلاح الدين شتاتحه (2022) إستخدام المنهج الإستنباطي والإستقرائي ، و دراسة صلاح الدين إسماعيل و حسام الدين مصطفى بدوي.

من حيث الإستفادة من الدراسات السابقة: إستفادة الطالبة من الدراسات السابقة في جوانب عديدة منها :
بناء فكرة عن موضوع الدراسة.

تساهم في الإثراء لكيفية أداء الجانب النظري والذي من شأنه تسهيل صياغة وإعداد الجانب التطبيقي .
إختيار المنهج الخاص بالدراسة وهو المنهج الوصفي التحليلي.

الإستفادة من الكتب والمراجع المتعددة (أطروحة ماجستير ،أطروحة دكتوراه ، مقال ، مجلة)التي لها صلة بموضوع هذه الدراسة والتي ساهمت في تسهيل بناء الجانب النظري البحث وإثرائه بمعلومات جديدة والتي لاها أهمية ، وبهذا يوفر الجهد والوقت .

إنشاء الأداة المستخدمة في هذه الدراسة والمتمثلة في الإستبيان.

تحديد الأساليب الإحصائية اللازم لأداء هذه الدراسة.

الفجوة البحثية: من خلال ما تم عرضه من حيث الدراسات السابقة والتي لها علاقة بموضوع الدراسة الحالية ، إلى جانب ذلك أوجه الاختلاف و أوجه التشابه فيما بينها يمكننا تحديد الفجوة البحثية كما هو موضح في الجدول الآتي :

الدراسات السابقة	الدراسة الحالية	الفجوة البحثية
<p>ركزت العديد من الدراسات على دراسة التحول الرقمي وربطه مع متغيرات أخرى (الأداء الإستراتيجي للمصرف ، التميز المؤسسة المستدام ، كفاءة الأداء الأكاديمي ، تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من اجل الاندماج في الاقتصاد الرقمي ، القيادة الاستراتيجية تعزيز اكتساب المعرفة لموظفي القطاع العام).</p> <p>ركزت العديد من الدراسات على دراسة رضا العميل وربطه مع متغيرات أخرى (أثر جودة الخدمة ، دور العلامة التجارية ، المورد البشري الموارد البشرية في المؤسسات الخدمية ، أثر تفعيل المزيج التسويقي للمؤسسات ، تقييم ممارسات علاقات العمال، تأثير جودة الخدمة ،تقييم دور جودة الخدمة ، تقييم بعد جودة الخدمة).</p>	<p>تم دراسة التحول الرقمي وأثره في تعزيز رضا العميل.</p>	<p>على حسب علم الطالبة وفي حدود إطلاعي ، لم تركز أي من الدراسات على التحول الرقمي مع رضا العميل.</p>

<p>لم تتوفر دراسة تناولت هذه المتغيرات بتطبيقها على العاملين في قطاع الكهرباء والغاز.</p>	<p>إقتصرت هذه الدراسة على العملاء شركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز بعين تموشنت _يونالغاز_.</p>	<p>قد طبقت الدراسات السابقة على مجتمعات مختلفة كشركات الإتصالات، المصارف، البنوك، القطاع العام، المنظمات، الشركات الكبيرة، الخطوط الجوية الجزائرية، الجامعات.</p>
<p>على حد علم الطالبة وفي حدود إطلاعي، الدراسة الأولى في مدينة عين تموشنت تربط بين التحول الرقمي ورضا العميل.</p>	<p>هذه الدراسة طبقت بالجزائر بالتحديد مدينة عين تموشنت.</p>	<p>تتوعت أماكن تطبيق الدراسات السابقة ما بين : العربية والتي طبقت في بعض الدول العربية، الجزائر، سوريا، السودان، العراق، المملكة العربية السعودية، مصر. الأجنبية والتي طبقت في بعض الدول كتنزانيا، غانا، إثيوبيا، فنلندا، أستراليا،</p>

خلاصة الفصل :

وخلص هذا المبحث أن التحول الرقمي ورضا العميل لهما دورا كبيرا في تحسين العمليات التقليدية باستخدام التكنولوجيا الرقمية لتلبية إحتياجات العملاء بشكل أفضل. بحيث يتضمن ذلك تبني التقنيات الرقمية الحديثة مثل: الذكاء الاصطناعي والحوسبة السحابية والتطبيقات، وتوجيه الإستثمارات نحو تطوير القدرات التقنية وتعزيز الثقافة التنظيمية للتكنولوجيا والإبتكار. الهدف النهائي هو بناء علاقات قوية مع العملاء مما ينتج عن هذا رضا العميل وتحقيق مزايا تنافسية مستدامة في السوق.

الفصل التطبيقي

دراسة حالة الشركة الجزائرية
للكهرباء والغاز – سونلغاز-عين
تموشنت

تمهيد :

بعد ما تطرقنا في الدراسة النظرية لكل من الإطار المفاهيمي ومختلف الدراسات المتعلقة بمساهمة التحول الرقمي في تعزيز رضا العملاء ، سنتناول في هذا الفصل الجانب التطبيقي للدراسة نحاول فيه إسقاط المفاهيم النظرية تطبيقيا من خلال الدراسة الميدانية في المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز فرع عين تموشنت ، حيث تم الاعتماد على الإستبيان في جمع المعلومات حول أبعاد المتغير المستقل المتمثل في التحول الرقمي ، وكذا أبعاد المتغير التابع المتمثل في رضا العميل. على ضوء مما سبق قسمنا الفصل إلى ثلاثة مباحث :

المبحث الأول : مديرية التوزيع لعين تموشنت :

في هذا المبحث سنقوم بتعريف المديرية ، الهيكل التنظيمي ، مهامها و أهدافها

المطلب الأول : التعريف بمديرية التوزيع لعين تموشنت :

تأسست سنة 1995 بمرسوم إداري ، تقع على طريق بلدية شعبة اللحم ، توظف 315 عون من جميع الفئات مهنية ، مهينة بستة (06) و كالات تجارية، و ثلاثة(03) مصالح تقنية في الكهرباء و ثلاثة(03) مصالح تقنية في الغاز.

تعريف :

تعتبر هذه شركة من أحد فروع مجمع سونلغاز ، و هي شركة مساهمة برأس مال قدره 25 مليار دينار جزائري ، حيث تتشكل من مجموعة وظيفية و تشغيلية تغطي 511 بلدية موزعة على 17 ولاية شمال و غرب البلاد ، حيث يمتد على مساحة 933362 كيلو متر مربع ، بعدد سكان 10044311.

تتشكل من 113 وكالة تجارية :

63 مقاطعة كهرباء .

46 مقاطعة غاز .

19 مقاطعة لاستغلال الغاز .

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

مديرية التوزيع لعين تموشنت تنتمي إلى شركة توزيع الكهرباء و الغاز للغرب (SDO) و هي شركة مكونة بالأسهم حيث تبنت منذ شهر أفريل 2009 ميثاق بياني جديد لتميز هويتها المتكونة من مجموعة من المديريات وظيفية .

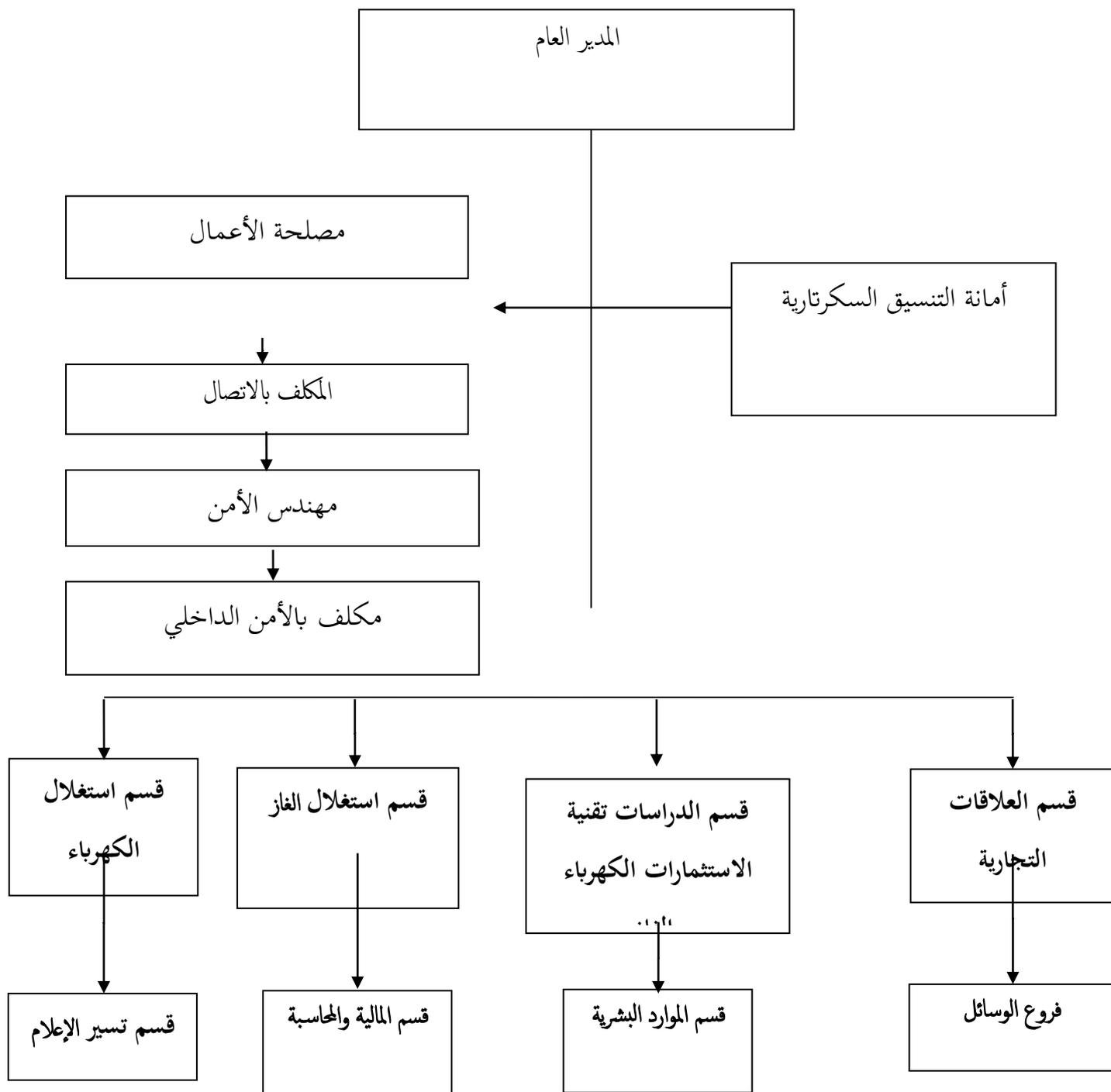
تقع مديرية التوزيع لعين تموشنت على طريق بلدية شعبة اللحم , و بها 315 عامل من كل الفئات الإجتماعية المهنية , تشرف على التسيير التقني و التجاري لشبكتي الكهرباء و الغاز عبر كامل بلديات الولاية .

كما تغطي 08 دوائر وهي (عين تموشنت , المالح , ولهاصة , عين الكيحل , حمام بوحجر , عين الأربعاء , العامرية , بني صاف) .

كما أنها تضمن الاستمرارية و جودة عالية للخدمة في مجال توزيع الكهرباء و الغاز متميزة بمساواة في المعاملة لكل الزبائن على مستوى الولاية .

المطلب الثاني : الهيكل التنظيمي للمديرية

الشكل رقم 01: الهيكل التنظيمي المؤسسة سونالغاز



الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز -سونالغاز- عين تموشنت

شركة سونلغاز هي التي تتحكم في أقسام المديرية والمواظبة وإتخاذ القرارات الخاصة بهذه القسم سواء كانت قرارات في صالحها صنفها في حالة سوء التسيير أو المشاكل التي تنجم عنها كما مهمتها الرئيسية تكمن في التسيير العام للمؤسسة

- المدير العام:

و هو الذي يتحكم في أقسام الشركة والمواظبة وإتخاذ القرارات الخاصة بالأقسام سواء كانت قرارات في مصالحها أو قرارات ضدها، في حالة سوء التسيير أو المشاكل التي تنجم عنها كما إن مهنته الرئيسية في التسيير العام للمؤسسة.

- أمانة التنسيق السكرتارية:

وهي بمثابة القلب النابض للمؤسسة إذ أنها همزة وصل بين المدرسة وكل أقسام المؤسسة وكذا المستثمرين فهي بمثابة العلبة السوداء للشركة.

- قسم العلاقات تجارية:

وهو القسم المكلف بتسيير الزبائن وتوصيلهم بالكهرباء والغاز وفق متطلبات الزبائن والمؤسسات الأخرى كما أنها تضم ستة وكالات تجارية تابعة للمديرين وهي حمام بجرجر بني صاف العامرية عين الكحيل وكالة عين تموشنت الجنوبية وكالة عين تموشنت الشمال.

- قسم استغلال الغاز:

هو قسم مخصص للقيام بكل أشغال والاستثمارات الخاصة بالغاز فقط كما تعمل على صيانة ضمانات الغاز وقياس التوترات الفولاذية.

- قسم استغلال الكهرباء:

وهو اقسام المكلل بتوزيع الكهرباء والعمل عل توسيع الشبكة الكهربائية تسييرها وتوصيلها إلى أبعد الحدود.

- قسم الدراسات:

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

وهو القسم المخصص لدراسة مختلف الإستثمارات في مجال الكهرباء والغاز والقيام بعروض إستثمارية للمقاولين بغرض توسيع الشبكة وإيصالها إلى كل الزبائن.

- قسم المالية والمحاسبة:

يعتبر من أهم الأقسام في المدرسة، حيث يحتوي على عدة مصالح في التسيير المالي للشركة والسهر على تسديد ديون الشركة للبنك وحساب البريد ومراقبة كل عمليات الجرد الفصلية والسنوية وإعدادا لميزانيات ومراقبة الأجور... إلخ.

- قسم المواد البشرية:

يقوم هذا القسم بالسهر على إعداد استغلال الأجور وكل العناصر المتغيرة ومعالجة الشكاوى القيام بمخططات التكوين في كل سنة وكذلك التنسيق ومراقبة مختلف النشاطات الإدارية وتسيير المستخدمين.

مثل: التوظيف، التكوين، تحليل وتقييم حاجيات العامل في التكوين.

- مهندس الأمن:

يقوم بمتابعة حوادث العمل المهنية والأشخاص المدنيين وضع لوحات المعلومات والتقارير للمدرية نشر الملصقات للحوادث النموذجية وممارسة وضمان أمانة لجنة الوقاية والأمن ومتابعة التوجيهات.

- مصلحة الأمن الداخلي:

مساعدة المديرية في تنسيق القرارات والإجراءات المناسبة للأمن الداخلي والسهر مطابقة مخصصات الأمن الداخلي لكل البني التحتية للمدرية والتحقق من وجود الوسائل التقنية للحماية ومراقبة أعوان الأمن.

- مصلحة الاتصالات:

تقوم هذه المصلحة بتمثيل المدرسة العامة على المستوى المحلي وذلك من خلال تنظيم حملات إعلامية وتحسيسية حول المواضيع التي تخص نشاطات المؤسسة تحسين الزبائن مخاطر إستعمال الغاز والكهرباء.

- مصلحة الأعمال القانونية:

تقوم هذه المصلحة بالنظر في المنازعات القانونية التي تكون المديرية طرف منها.

- فرع الوسائل العامة:

هو فرع يتكفل بكراء المحلات لإستعمالها كوكالات تجارية وتوفير النقل للعمال كما أنه يتكفل بشراء الأجهزة والمعدات التعامل مع موردي الشركة.

- قسم تسيير أنظمة الإعلام الآلي:

يعتبر هذا القسم من أهم الأقسام في المديرية فهو يقوم بنقل المعلومات فيما بين الأقسام يقوم بإدخال الإضافات فيما يخص شبكة الإعلام الآلي والمعلوماتية، إصلاح أجهزة الكمبيوتر، والتكفل بكل وسائل الإعلام الآلي.

فرع الاول: مهام المديرية

تقوم المديرية بمجموعة من المهام تتمثل في :

- توزيع أشغال الكهرباء و الغاز .

- إستغلال الكهرباء و الغاز .

- صيانة و تنمية شبكة توزيع الكهرباء و الغاز .

- ضمان الأمن و الوقاية النوعية .

- تصليح و صيانة المولدات الكهربائية

- مواكبة التكنولوجيا الجديدة .

- القيام بالتمويلات الضرورية لتنفيذ المشاريع .

- تحديد المقاييس التي تنطبق على العتاد و التجهيزات .

الفرع الثاني : أهداف المديرية

يمكن تلخيص أهم أهداف المديرية فيما يلي :

- التنمية الإقتصادية و الإجتماعية للبلاد.
- المساهمة في تجسيد السياسة الطاقوية الوطنية التي ترقى إلى مستوى برامج الإنجاز الهامة في مجال الإنارة الريفية و التوزيع العمومي للغاز التي سمحت برفع نسبة التغطية.
- القيام ببرامج إستثمارية للرفع من قدراتها و تعزيز الإنتاجية الخاصة بالكهربائية و تكثيف شبكاتها الناقلة للكهرباء و الغاز.
- تسويق الكهرباء و الغاز.
- تطوير شبكة الكهرباء و الغاز و الربط بزبائن جدد.

المبحث الثاني: الإطار المنهجي للدراسة

حتى تتمكن من الربط المنطقي بين الإطار النظري ولمفاهيمي لدراستنا المتعلقة بالتحول الرقمي واثره في تعزيز رضا العميل في مؤسسة ، يتوجب علينا إتباع منهجية ملائمة، لذلك نحاول من خلال هذه الدراسة توضيح الأسس المنهجية الواجب إتباعها.

المطلب الأول : منهج وأداة الدراسة .

1- منهج الدراسة :

إن منهجية الدراسة تعين مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته من أجل الوصول الى نتيجة معلومة. بحيث إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي الذي يعين الطريقة المنظمة لدراسة حقائق راهنة متعلقة بظاهرة او موقف أو أفراد أو أوضاع معينة بهدف اكتشاف حقيقة جديدة أو التأكد من صحة حقائق قديمة وأثارها والعلاقات المنبثقة عنه .

ويهدف المنهج الوصفي الى وصف طبيعة العلاقة بين متغيرات الدراسة المتمثلة في (التحول الرقمي) - كمتغير مستقل، (رضا العميل)- كمتغير تابع , حيث لا يقتصر هذا المنهج على وصف الظاهرة وانما يشتمل تحليل البيانات وقياسها وتغيريها والتوصل الى وصف دقيق للظاهرة او المشكلة و نتائجها .

2- طرق جمع المعلومات:

الحصول عليها من خلال تصميم إستبيان وتوزيعه على عينة يقدر عددها 100 عينة و ثم إسترجاع 100 إستبانة أي بنسبة 100 % ، صالحة وقابلة للتحليل الإحصائي، وبهدف الوصول إلى النتائج المرجوة ثم إستخدام الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS الإصدار عشرين وذلك من اجل توظيف البيانات لتحقيق أهداف الدراسة.

3- مجتمع وعينة الدراسة :

أ. مجتمع الدراسة:

يقصد به جميع الأفراد أو الأشياء أو الأشخاص الذين يشكلون موضوع مشكلة البحث، وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث ان يعمم عليها نتائج الدراسة . يتمثل

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

مجتمع الدراسة في هذه الدراسة في جميع عملاء المؤسسة الجزائرية لتوزيع الكهرباء و الغاز فرع عين تموشنت.

ب. عينة الدراسة: وتعتبر مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة التي يتم إجراء الدراسة عليها وقمنا في دراستنا بإختيار عينة ملائمة قصدية تتمثل في 100 عميل.

4- حدود الدراسة:

تمثلت حدود الدراسة فيما يلي:

a. الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية للدراسة في المؤسسة محل الدراسة والمتمثلة

في: المؤسسة الوطنية لتوزيع للكهرباء و الغاز فرع عين تموشنت

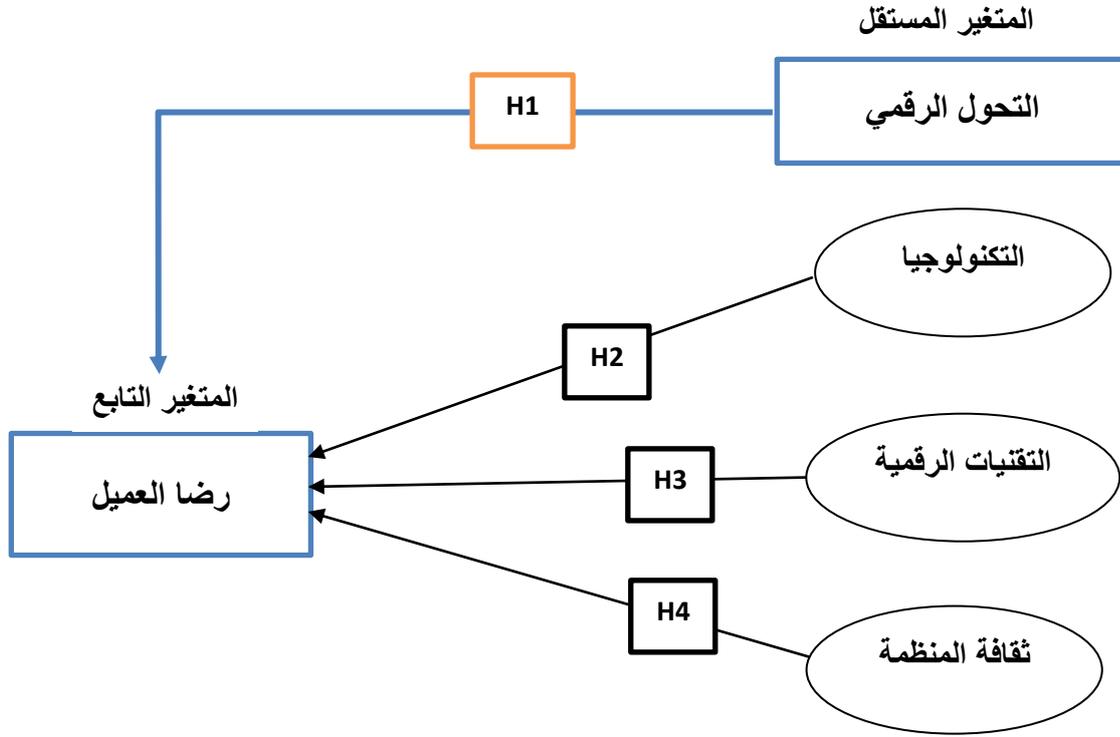
b. الحدود الزمانية: تمت الدراسة في الفترة الممتدة من 27 فيفري إلى غاية 07 مارس.

5- نموذج الدراسة:

تم وضع نموذج من أجل تحديد أبعاد المتغيرين (المتغير المستقل والمتمثل في التحول الرقمي والمتغير التابع والمتمثل في رضا العميل) وأيضا توضيح علاقات الارتباط والتأثير بين هذين المتغيرين لإثبات الفرضيات او نفيها بغرض الإجابة على الإشكالية محل الدراسة، ويمكن أن نلخص هذه العلاقة في الشكل المعادلة التالية: $Y=f(X)$: حيث أن:

- Y : رضا العميل وهو المتغير التابع
- X : التحول الرقمي وهو المتغير المستقل

الشكل رقم 02 : نموذج الدراسة المقترح



6- أداة الدراسة :

بهدف إختبار أثر بين متغيري الدراسة ثم تقسيم الإستبيان إلى قسمين :

1.2 القسم الأول: البيانات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي)

2.2 القسم الثاني: يتكون من محورين حيث مجموع عبارات عدد المحاور 22 موزعة كما يلي :

1.2.2. المحور الأول : المتغير المستقل (التحول الرقمي) يتمثل في ثلاثة أبعاد : التكنولوجيا- التقنيات الرقمية - ثقافة المنظمة , والذي يتكون من 12 عبارة .

2.2.2. المحور الثاني : المتغير التابع (رضا العميل) و الذي يتكون من 10 عبارات.

وتم الإعتماد في الإجابة على فقرات الإستبيان من خلال سلم ليكارت الخماسي حيث ترجمت الإستجابات على النحو التالي:

الجدول رقم 01 : مقياس ليكارت الخماسي:

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

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

حيث تم تحديد مستوى الأهمية بالنسبة للمتوسطات الحسابية التي سوف تصل إليها الدراسة لتفسير البيانات على أساس المعيار التالي:

✓ طول الفئة = (أعلى طول فئة - أدنى طول فئة في المقياس الخماسي) / عدد الفئات

✓ وعليه $0.8 = 5 / (1-5)$ و بعد هذا يتم إضافة هذه القيمة إلى أقل قيمة في المقياس وذلك

لتحديد الحد الأعلى لهذه الخلية , حيث يصبح طول الخلايا كما يلي :

الجدول رقم 02 : مستوى الأهمية و درجة الاستجابة للمتوسطات الحسابية

المتوسط المرجح	المستوى	درجة الاستجابة
$1.8=0.8+1$	غير موافق بشدة	منخفضة جدا
$2.6=0.8+1.8$	غير موافق	منخفضة
$3.4=0.8+2.6$	محايد	متوسطة
$4.2=0.8+3.4$	موافق	مرتفعة
$5=0.8+4.2$	موافق بشدة	مرتفعة جدا

المصدر : من إعداد الطالبة بالإعتماد على سلم ليكارت الخماسي .

يظهر الجدول كل من مستوى الأهمية و درجة الإستجابة للمتوسطات الحسابية للمحورين كل لوحدة التي تم التوصل إليها من خلال المدى وهو عبارة عن الفرق بين القيمة الأكبر و الأصغر المعطاة لخيارات مقياس الاستمارة . و باعتبار أننا قمنا بالإعتماد على مقياس ليكارت الخماسي و الذي يحتوي على خمسة درجات من 1 إلى 5 فقيمة المدى هي $(1-5 = 4)$ والتي يتم قسمتها على الخلايا المقياس $(0.8=5/4)$; حيث يتم إضافة هذه القيمة (0.8) للقيم المعطاة لكل خيار وبالتالي كلما كان الوسط

الحسابي محصور في المجال (1-1.80) فهذا يدل على أن درجة الإستجابة منخفضة جدا، أما اذا كان محصور في المجال (1.80-2.60) فنقول أن درجة الإستجابة منخفضة، ثم المجال الذي يليه (2.60-3.40) درجة الإستجابة تكون متوسطة، و يليه المجال (3.40-4.20) التي تكون فيه درجة الإستجابة مرتفعة، أما بالنسبة للمجال الأخير (4.20-5) فإن درجة الاستجابة تعتبر مرتفعة جدا وأن المتوسط المعياري يساوي 3.

7- المعالجة الإحصائية :

لتحقيق أهداف الدراسة ثم استخدام اختبارات الأساليب الإحصائية لتفريغ وتحليل الاستبانة من خلال الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS لمعالجة البيانات والمعلومات وكانت على النحو التالي:

- ❖ عامل ألفا كرو نباخ: ثم استخدامه للتأكد من درجة ثبات أداة الدراسة المستخدمة .
- ❖ معامل الارتباط بيرسون **Pearson** : ثم استخدامه لقياس قوة الارتباط بين درجات كل فقرة من فقرات الإستبانة والمعدل الكلي للمحور الذي تنتمي إليه أي صدق الإتساق الداخلي.
- ❖ المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: ثم استخدام المتوسطات الحسابية للتعرف على مدى توجه عينة الدراسة نحو الفقرات التي من خلالها يتم قياس المتغيرات، كما استخدمت الانحرافات المعيارية لبيان مدى تشتت وتقارب إجابات عينة الدراسة.
- ❖ التكرارات والنسب المئوية : ثم استخدامه لإظهار نسب إجابات أفراد عينة الدراسة.
- ❖ تحليل التباين **ANOVA** : لاختبار العلاقة بين المتغيرين المستقل و التابع.
- ❖ تحليل الانحدار الخطي البسيط (**Régression**) : لمعرفة العلاقة بين المتغير المستقل والمتغير التابع .

المطلب الثاني: صدق أداة الدراسة:

1 - الصدق الظاهري (صدق المحكمين) : تم التأكد من صحة الأداة ومصداقيتها بعد أن تم عرضها على أربع محكمين والأخذ بملاحظاتهم واقتراحاتهم ومن ثم إجراء تعديلات في ضوء توصياتهم وأراءهم وقد اعتبرنا الأخذ بملاحظات المحكمين وإجراء التعديلات المطلوبة هو بمثابة الصدق الظاهري لأداة الدراسة كما وقد حكم الإستبيان من قبل أساتذة في الإختصاص في جامعة بلحاج بوشعيب.

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

2- صدق المحتوى: تم التأكد من صحة أداة الدراسة و أن مضمون فقرات الدراسة شامل و متسق، وذلك من خلال حساب الاتساق الداخلي وحساب معامل الثبات.

1.2 - صدق الاتساق الداخلي لفقرات الاختبار :

تم التأكد من صدق الإتساق الداخلي من خلال دراسة الإرتباط لكل محور من محاور الدراسة بإستخدام معامل الإرتباط بيرسون كما يبيي الجدول التالي :

أ. دراسة صدق الاتساق الداخلي لأبعاد المحور الأول (التحول الرقمي):

الجدول رقم 03 : يوضح صدق الإتساق الداخلي لبعد التكنولوجيا

الرقم	العبارة	معامل الإرتباط pearson	القيمة الإحتمالية sig
01	تساهم التكنولوجيا الحديثة في خدمة العملاء	0.797	0,000
02	تساعد التكنولوجيا في تسهيل عمل شركة سونلغاز	0.826	0,000
03	تلتزم شركة سونلغاز بقواعد أمن تكنولوجيا معلومات العملاء	0.791	0,000
04	تطور شركة سونلغاز تكنولوجياً بشكل مستمر لتقديم أفضل الخدمات و المنتجات للعملاء	0.857	0,000

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على SPSS25

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الإرتباط البعد الأول "التكنولوجيا" الخاصة بمحور (التحول الرقمي) دالة على وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين عبارات بعد " التكنولوجيا". أي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الإتساق الداخلي لعبارات البعد الأول

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

والذي يوضح معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يعكس درجة الصدق لما وضعت لقياسه.

الجدول رقم 04 : يوضح صدق الاتساق الداخلي لبعدهم التقنيات الرقمية:

الرقم	العبارة	معامل الارتباط pearson	القيمة الإحتمالية sig
05	سونلغاز تستخدم أجهزة حديثة	0.824	0,000
06	التقنيات المستخدمة في مؤسسة سونلغاز تتناسب مع الخدمة التي تقدمها للعميل	0.760	0,000
07	تشارك شركة سونلغاز في منصات إلكترونية للتنبيه وإرشاد العميل حول استخدام منتجاتها و مخاطرها وكيفية تفادي المخاطر.	0.773	0,000

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على SPSS25

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط البعد الثاني "التقنيات الرقمية" الخاصة بمحور (التحول الرقمي) دالة على وجود علاقة إرتباطية إيجابية بين عبارات بعد "التقنيات الرقمية". أي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الإتساق الداخلي لعبارات البعد الثاني والذي يوضح معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يعكس درجة الصدق لما وضعت لقياسه.

الجدول رقم 05 : يوضح صدق الاتساق الداخلي لبعده ثقافة المنظمة:

الرقم	العبرة	معامل الارتباط pearson	القيمة الاحتمالية sig
08	تساهم تقنيات التحول الرقمي في تحسين أداء الجيد لشركة سونلغاز مما يؤدي إلى تقديم أفضل الخدمات للعملاء.	0,498	0,000
09	تستخدم شركة سونلغاز الأجهزة والبرامج الرقمية في الحصول على المعلومات الصحيحة عن العملاء	0,661	0,000
10	سهل التحول الرقمي مهمة الإتصال بين شركة سونلغاز الغاز والعملاء	0,719	0,000
11	تسعى شركة سونلغاز للتخلص من البيروقراطية بالإعتماد على التحول الرقمي (الرقمنة).	0,744	0,000
12	تشارك شركة في أيام تحسيسية وإعلامية بصفة مستمرة ودورية للعملاء والمجتمع لنشر الثقافة الرقمية والتحول الرقمي.	0,644	0,000

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على SPSS. 25

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط البعد الثالث "ثقافة المنظمة" الخاصة بمحور (التحول الرقمي) دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين عبارات بعد "ثقافة المنظمة". أي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الاتساق الداخلي لعبارات البعد الثالث والذي يوضح معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يعكس درجة الصدق لما وضعت لقياسه.

ب. دراسة صدق الاتساق الداخلي للمحور الثاني (رضا العميل):

الجدول رقم 06 : يوضح صدق الاتساق الداخلي لمتغير رضا العميل:

الرقم	العبارة	معامل الارتباط pearson	القيمة الإحتمالية sig
13	يقوم عمال شركة سونلغاز بأداء عملهم بسرعة.	1	0,000
14	أنا راض عن ما تقدمه شركة سونلغاز خدمات	0,615	0,000
15	انا راض عن سهولة تنفيذ عمليات الدفع (الدفع الالكتروني)	0,387	0,000
16	تناسب أسعار المنتجات شركة سونلغاز العميل.	0,276	0,005
	سعر الخدمات المقدمة من طرف شركة سونلغاز مناسبة بالنسبة	0,391	0,000

		العميل	17
0,001	0,320	تقدم شركة خدمات متنوعه تلبية لاحتياجات العميل	18
0,003	0,290	أجد ان الخدمات التي تقدمها شركة سونلغاز تفوق توقعاتي.	19
0,002	0,310	فترة انتظاري للحصول على الخدمة من الشركة تستغرق وقتا قصيرا	20
0,136	0,150	العلاقات الجيدة بين الموظفين و إدارة شركة سونلغاز تساهم في أفضل خدمة للعميل	21

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على SPSS25

يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن معاملات الارتباط لعبارات المحور الثاني "رضا العميل" دالة على وجود علاقة ارتباطية إيجابية بين عبارات هذا المحور أي دالة إحصائية عند مستوى الدلالة 0.01 وهذا يعد مؤشرا على صدق الإتساق الداخلي لعبارات هذا المحور والذي يوضح معاملات الارتباط المبنية دالة عند مستوى المعنوية 0.01 مما يعكس درجة الصدق لما وضعت لقياسه.

ملاحظة: لقد تم الغاء العبارة الأخيرة (بالأحمر في الجدول) من متغير رضا العميل لأنها غير دالة إحصائيا في الارتباط بالبعد الكلي وتم إعادة حساب الإنحدار بدونها.

2.2 - ثبات الاستبيان:

تم استخدام معامل الارتباط ألفا كرو نباخ « ALPHA CRONBACH » لقياس الثبات الكلي للإستبيان وكانت نتائج معامل ألفا كرو نباخ، الذي يحدد مستوى قبول أداة القياس بمستوى 0.00 حيث كانت النتائج كالتالي:

الجدول رقم 07 : إختبار ألفا كرو نباخ لقياس ثبات المحور (التحول الرقمي) و محور (رضا العميل):

العنصر	عدد العبارات	قيمة معامل ألفا كرونباخ
محور التحول الرقمي	12	0.708
محور رضا العميل	10	0.799
محور رضا العميل بعد التعديل	9	0.805
المقياس الكلي	21=9+12	1,507

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مخرجات SPSS.25

- يتضح من الجدول أن ألفا كرو نباخ لمحور "التحول الرقمي" 0,708 أي % 70 وهي قيمة تدل على إرتفاع معدل الثبات وهو ما يؤكد ثبات أداة الدراسة
- كما أن ألفا كرو نباخ الكلي لمحور "رضا العميل" بلغ 0,799 أي % 79 وهي قيمة تدل على إرتفاع معدل الثبات وهو ما يؤكد ثبات أداة الدراسة

ملاحظة: تم حذف العبارة رقم 2 من المتغير التابع رضا العميل من أجل رفع قيمة الثبات ألفا من 0.799 الى 0.805 (وهذا ما يفسر حذفها أيضا اثناء حساب معامل الارتباط بيرسون)

- و بهذا تكون قيمة ألفا كرو نباخ الكلي أي لكل من المحورين محور "التحول الرقمي" و محور "رضا العميل" بلغ 1,507 أي % 15 وهي قيمة تدل على ارتفاع معدل الثبات وهو ما يؤكد ثبات أداة الدراسة

المبحث الثالث: تحليل النتائج

نهدف من خلال هذا المبحث إلى تحليل نتائج المعلومات الشخصية المكونة للإستبيان، إضافة إلى تحليل نتائج أسئلة المحورين ، وأخيرا إختبار صحة الفرضيات من عدمها.

المطلب الأول: التحليل الوصفي للمعلومات الشخصية لعينات الدراسة

سنتطرق وفق هذا المطلب إلى تحليل المعلومات الشخصية لأفراد عينة الدراسة و وفق متغيرات: الجنس، السن، المستوى التعليمي.

- أولا : توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس :

ومما يلي يتم توضيح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب الجنس كالتالي :

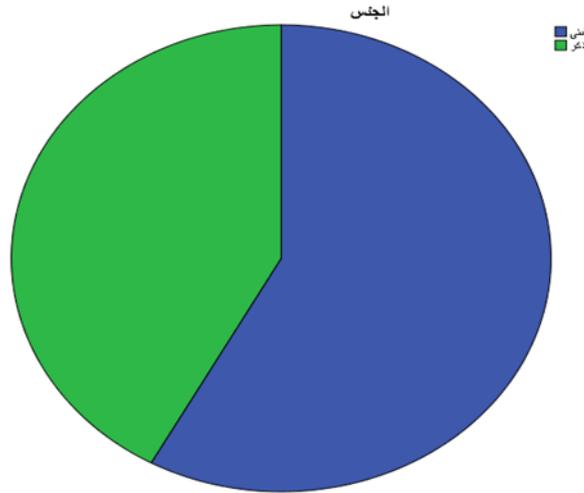
الجدول رقم 08: يوضح توزيع افراد العينة حسب الجنس :

الجنس	التكرار	النسبة
الذكر	42	%42,0
الانثى	58	% 58,0
المجموع	40	% 100

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات SPSS25 .

ويمكن توضيح توزيع افراد العينة الجنس من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم 3: يوضح توزيع افراد عينة دراسة حسب الجنس:



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على برنامج SPSS 25

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أكثر الأفراد المبحوثين ينتمون الى فئة الاناث حيث بلغ عددهم 58 زبونة أي بنسبة 58 % بينما بلغت فئة الذكور بعدد يقدر 42 زبون أي بنسبة 42 % وبالتالي فإن نسبة الاناث أعلى من نسبة الذكور بمعدل 58 % بمعنى أنه يغلب على العينة المدروسة بالمؤسسة

ثانيا: توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السن :

الجدول التالي يوضح توزيع افراد عينة الدراسة حسب السن كالتالي :

الجدول رقم 09: يوضح توزيع افراد العينة حسب السن :

النسبة	التكرار	السن
42,0%	23	21 سنة أو أقل
44,0%	44	22 الى 32 سنة
24,0%	24	32 الى 41 سنة
6,0%	6	42 الى 51 سنة
3,0%	3	52

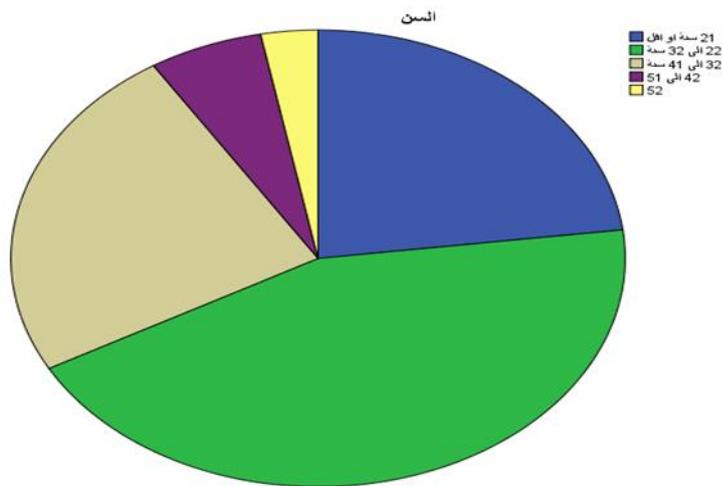
المجموع	100	% 100,0
---------	-----	---------

المصدر: من إعداد الطالبة إعتقادا على مخرجات المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتقاد على مخرجات

SPSS 25

ويمكن توضيح توزيع افراد العينة السن من خلال الشكل التالي:

الشكل رقم 03: يوضح توزيع افراد العينة حسب السن



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتقاد على برنامج SPSS 25

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن أكثر الأفراد المبحوثين ينتمون الى فئة العملاء الذين يتراوح سنهم بين 22 و 32 سنة حيث بلغ عددهم 44 زبون أي بنسبة 44% بينما بلغت فئة العملاء الذين يتراوح سنهم بين 32 و 41 سنة 24 زبون أي بنسبة 24%، تليها فئة العملاء الذين يقل سنهم عن 21 سنة 23 زبون بنسبة 23%، و أخيرا فئة العملاء الذين يبلغ سنهم 52 سنة او اكثر ب 3 زبائن و الذين شكلو نسبة 3% من مجموع المبحوثين، و بذلك فإن فئة العملاء الذين يتراوح سنهم بين 22 و 32 سنة هي الفئة الغالبة على العينة المدروسة بالمؤسسة

ثالثا: توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي :

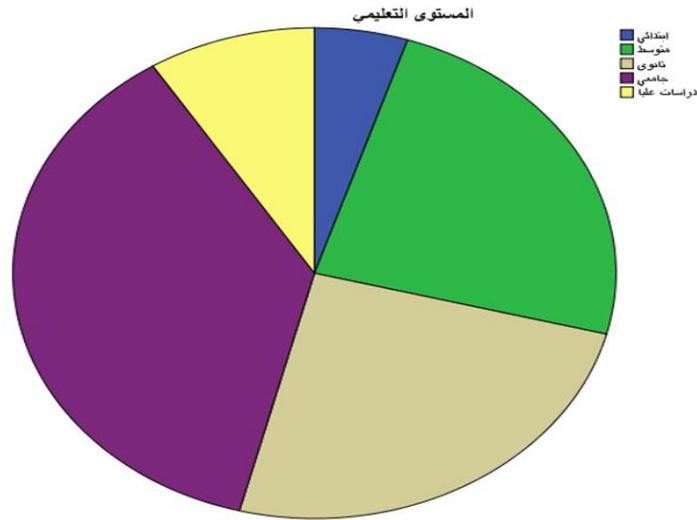
الجدول رقم 10: يوضح توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
5,0 %	5	ابتدائي
24,0 %	24	متوسط
25,0 %	25	ثانوي
37,0 %	37	جامعي
9,0 %	9	دراسات عليا
100 %	40	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على برنامج SPSS25

و يمكن توضيح توزيع أفراد عينة المستوى التعليمي من خلال الشكل التالي :

الشكل رقم 04 : يوضح توزيع أفراد العينة الدراسة حسب المستوى التعليمي :



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على برنامج SPSS 25

نلاحظ من خلال الشكل أعلاه أن أغلب أفراد العينة زبائن ذوي مستوى تعليمي جامعي وعددهم 37 فرد و نسبتهم المقدره ب 37,0% وتليها فئة ذوي مستوى التعليم المتوسط وعددهم 25 فرد المقدره نسبتهم ب 25,0%. أما أفراد العينة ذو المستوى المتوسط المقدر عددهم 24 بلغت نسبتهم 24% و أخيرا فئة ذوي المستوى الإبتدائي و عددهم 5 أفراد و نسبتهم 5,0 % ومنه نستنتج أن نسبة كبيرة من أفراد

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

عينة الدراسة ذو المستوى الجامعي مؤهلين وذو كفاءة والقدرة على الإجابة على أسئلة الإستبيان بدقة عالية.

المطلب الثاني: عرض وتحليل نتائج محاور الدراسة

سنتطرق في هذا المطلب إلى تحليل نتائج محاور الدراسة المتمثلة في محور "التحول الرقمي" والذي يتكون من ثلاثة أبعاد: التكنولوجيا- التقنيات الرقمية- ثقافة المنظمة، و المحور الثاني والمتمثل في رضا

العميل وقمنا بالتحليل عن طريق إستخدام التوزيع التكراري والوسط الحسابي والانحراف المعياري

بالإستعانة ببرنامج SPSS .

الرقم	العبارات	استجابات أفراد العينة (تكرارات-نسب مئوية)					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الإستجابة
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة				
		1	2	3	4	5				
01	بعد " التكنولوجيا "	0	0	7	79	14	4,07	04	عالية	
	تساهم التكنولوجيا الحديثة في خدمة العملاء .	0,0%	0,0%	7,0%	79,0%	14,0%				
02	تساعد التكنولوجيا في تسهيل عمل شركة سونلغاز	0	0	6	73	21	4,15	02	عالية	
		0,0%	0,0%	6,0%	73,0%	21,0%				
03	تلتزم شركة سونلغاز بقواعد أمن تكنولوجيا معلومات العملاء	0	0	8	74	18	4,10	03	عالية	
		0,0%	0,0%	8,0%	74,0%	18,0%				
04	تطور شركة سونلغاز تكنولوجيا بشكل مستمر لتقديم أفضل الخدمات و المنتجات للعملاء	0	1	4	72	23	4,17	01	عالية	
		0,0%	1,0%	4,0%	72,0%	23,0%				
		المتوسط الحسابي العام/ الانحراف المعياري العام					4,122	0,497	/	عالية

الجدول رقم 11: يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة لبعدها " التكنولوجيا "

المصدر: من إعداد طالبة بالإعتماد على مخرجات SPSS 25

من خلال الجدول أعلاه يتضح ان المتوسط الحسابي الاجمالي قد بلغ 4,122 بأهمية نسبية مرتفعة وانحراف معياري قدر ب 0,497. وجاءت النتائج كما يلي :

بالنسبة للعبارات من 01 الى 04 فهي تمثل البعد الأول والذي يتعلق ببعدها " التكنولوجيا "، وبعدها

تحليل النتائج استجابات افراد العينة تبين أن قيم المتوسط الحسابي للعبارات يتراوح ما بين (4,07-

(4,17)، و الانحراف المعياري (0,455-0,533) ، وهذا يدل على ان استجابات افراد العينة في

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

المؤسسة تميل الى قيمة مرتفعة، أي يتجه نحو الموافقة، وهذا ما يدل على أن المؤسسة محل الدراسة تولى اهتمام للتكنولوجيا و تسعى الى تطويرها لتقديم أفضل الخدمات التي من شأنها المساهمة في خدمة الزبون بشكل أفضل و أسرع.

الرقم	العبارات	إستجابات أفراد العينة (تكرارات - نسب مئوية)					المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الاستجابة
		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة				
	بعد " التقنيات الرقمية "	1	2	3	4	5				
05	سونلغاز تستخدم أجهزة حديثة	0	5	2	68	25	4,13	0,677	03	عالية
		0%	5%	2%	%	25,0				
		0	0	0	68,0					
06	التقنيات المستخدمة في مؤسسة سونلغاز تتناسب مع الخدمة التي تقدمها للعميل	0	1	5	66	28	4,21	0,574	01	عالية جدا
		0%	1%	5%	%	28,0				
		0	0	0	66,0					
07	تشارك شركة سونلغاز في منصات إلكترونية للتنبيه وإرشاد العميل حول استخدام منتجاتها ومخاطرها وكيفية تفادي المخاطر.	0	1	8	64	27	4,16	0,647	02	عالية
		0%	1%	8%	%	27,0				
		0	0	0	64,0					
										عالية
										المتوسط الحسابي العام / الانحراف المعياري العام

	/	0,632	4,166	
--	---	-------	-------	--

ثانيا: تحليل نتائج بعد "التقنيات الرقمية" الخاصة بمحور «التحول الرقمي»:

الجدول رقم 12: يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة لبعء " التقنيات الرقمية"

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات SPSS 25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المتوسط الحسابي الاجمالي قد بلغ 4,166 بأهمية نسبية مرتفعة وبانحراف معياري قدر ب0,632. وجاءت النتائج كما يلي :

بالنسبة للعبارات من 05 الى 07 فهي تمثل البعد الثاني والذي يتعلق ببعء "التقنيات الرقمية" ،وبعد تحليل نتائج استجابات افراد العينة تبين أن قيم المتوسط الحسابي للعبارات يتراوح ما بين (4,13-4,21) ، و الانحراف المعياري (0,574-0,677) ، وهذا يدل على ان استجابات افراد العينة في المؤسسة تميل الى قيمة مرتفعة ،أي يتجه نحو الموافقة ،وهذا ما يدل على أن المؤسسة محل الدراسة تولى إهتمام للتقنيات الرقمية التي تتناسب مع الزبائن والعملاء وذلك قصد تحسين أداءها لتقديم أفضل الخدمات .

ثالثا: تحليل نتائج بعد "ثقافة المنظمة" الخاصة بمحور "التحول الرقمي":

وكانت نتائج إستجابات أفراد العينة لبعء التحفيز كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 13: يوضح إستجابات أفراد عينة الدراسة لبعء " ثقافة المنظمة"

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الإستجابة
	بعد " ثقافة المنظمة "	1	2	3	4	5				
08	تساهم تقنيات التحول الرقمي في تحسين أداء الحيد لشركة سونلغاز مما يؤدي إلى تقديم أفضل الخدمات للعملاء.	0	0	6	68	26	4,20	0,532	01	عالية جدا
		%0,0	%0,0	%6,0	%68,0	%26,0				
09	تستخدم شركة سونلغاز الأجهزة والبرامج الرقمية في الحصول على المعلومات الصحيحة عن العملاء	0	1	5	67	27	4,20	0,569	02	عالية جدا
		%0,0	%1,0	%5,0	%67,0	%27,0				
10	سهل التحول الرقمي مهمة الإتصال بين شركة سونلغاز للغاز والعملاء	1	0	16	61	22	4,03	0,688	03	عالية
		%1,0	%0,0	%16,0	%61,0	%22,0				
11	تسعى شركة سونلغاز للتخلص من البيروقراطية بالإعتماد على التحول الرقمي (الرقمنة).	1	5	23	48	23	3,87	0,861	05	عالية
		%1,0	%5,0	%23,0	%48,0	%23,0				
12	تشارك الشركة في أيام تحسيسية وإعلامية بصفة مستمرة ودورية للعملاء والمجتمع لنشر الثقافة الرقمية والتحول الرقمي.	0	5	22	54	19	3,87	0,774	04	عالية
		%0,0	%5,0	%22,0	%54,0	%19,0				
		المتوسط الحسابي العام/ الانحراف المعياري العام					4,034	0,684	/	عالية

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات SPSS 25

ن خلال الجدول أعلاه يتضح أن المتوسط الحسابي الإجمالي قد بلغ 4,034 بأهمية نسبية مرتفعة وبانحراف معياري قدر ب0,684. وجاءت النتائج كما يلي :

بالنسبة للعبارات من 08 الى 12 فهي تمثل البعد الثالث والذي يتعلق ببعد "ثقافة المنظمة"، وبعد تحليل نتائج إستجابات أفراد العينة تبين أن قيم المتوسط الحسابي للعبارات يتراوح ما بين (3,87-4,20) ، و الانحراف المعياري (0,532-0,861) ، وهذا يدل على أن إستجابات أفراد العينة في المؤسسة تميل الى قيمة مرتفعة ،أي يتجه نحو الموافقة ،مما يدل على حرص الشركة على نشر ثقافة التحول الرقمي والثقافة الرقمية بغية توطيد التواصل مع زبائنها و القضاء على البيروقراطية في التعاملات الذي من شأنه الرفع من جودة خدمة الزبون.

رابعاً: تحليل نتائج محور "رضا العميل":

وكانت نتائج استجابات أفراد العينة لبعد التحفيز كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم 14: يوضح استجابات أفراد عينة الدراسة لبعد "رضا العميل"

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

الرقم	العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الترتيب حسب الأهمية	درجة الإستجابة	بعد " رضا العميل "				
											1	2	3	4	5
13	يقوم عمال شركة سونلغاز بأداء عملهم بسرعة.	1	1	8	65	25	4,12	0,671	04	عالية	1	1	8	65	25
		%1,0	%1,0	%8,0	%65,0	%25,0									
14	أنا راض عن ما تقدمه شركة سونلغاز من خدمات	0	1	6	63	30	4,22	0,596	02	عالية جدا	0	1	6	63	30
		%0,0	%1,0	%6,0	%63,0	%30,0									
15	انا راض عن سهولة تنفيذ عمليات الدفع (الدفع الالكتروني)	0	5	18	49	28	4,00	0,816	09	عالية	0	5	18	49	28
		%0,0	%5,0	%18,0	%49,0	%28,0									
16	تناسب أسعار المنتجات شركة سونلغاز العميل.	0	5	11	60	24	4,03	0,751	07	عالية	0	5	11	60	24
		%0,0	%5,0	%11,0	%60,0	%24,0									
17	سعر الخدمات المقدمة من طرف شركة سونلغاز مناسبة بالنسبة للعميل	1	3	11	61	24	4,04	0,751	06	عالية	1	3	11	61	24
		%3,0	%3,0	%11,0	%61,0	%24,0									
18	تقدم شركة خدمات متنوعه تلبية لاحتياجات العميل	0	4	10	61	25	4,07	0,714	05	عالية	0	4	10	61	25
		%0,0	%4,0	%10,0	%61,0	%25,0									
19	أجد ان الخدمات التي تقدمها شركة سونلغاز تفوق توقعاتي.	1	5	9	63	22	4,00	0,778	08	عالية	1	5	9	63	22
		%1,0	%5,0	%9,0	%63,0	%22,0									
20	فترة انتظاري للحصول على الخدمة من الشركة تستغرق وقتا قصيرا	0	4	6	62	28	4,14	0,697	03	عالية	0	4	6	62	28
		%0,0	%4,0	%6,0	%62,0	%28,0									

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

عالية جدا	01	0,541	4,30	33	65	1	1	0	العلاقات الجيدة بين الموظفين و إدارة شركة سونلغاز تساهم في أفضل خدمة للعميل	21
				%33,0	%65,0	%1,0	%1,0	%0,0		
عالية	/	0,701	4,01	المتوسط الحسابي العام / الانحراف المعياري العام						

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات SPSS 25

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المتوسط الحسابي الإجمالي قد بلغ 4,01 بأهمية نسبية مرتفعة وبانحراف معياري قدر ب0,701. وجاءت النتائج كما يلي :

بالنسبة للعبارات من 13 الى 21 فهي تمثل البعد الرابع والذي يتعلق ببعد "رضا العميل"، وبعد تحليل نتائج إستجابات أفراد العينة تبين أن قيم المتوسط الحسابي للعبارات يتراوح ما بين (4,00-4,30) ، و الانحراف المعياري (0,751-0,816) ، وهذا يدل على أن إستجابات أفراد العينة في المؤسسة تميل إلى قيمة مرتفعة، أي يتجه نحو الموافقة، مما يدل الزبون راض عما تقدمه المؤسسة من خدمات.

المطلب الثالث: إختبار فرضيات الدراسة :

في هذا المبحث سنناقش فروض الدراسة بعد تحليل البيانات وفقا لهدف موضوع الدراسة بمدى مساهمة التحول الرقمي في تعزيز رضا العملاء لدى المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز فرع عين تموشنت، وجاءت الفروض على النحو التالي:

✓ **فرضيات الدراسة:** لتحقيق هذا الغرض تم استخراج معامل الارتباط و معامل التحديد و معامل الانحدار، و كذلك إظهار نتائج جميع العبارات المستخدمة لقياس كل فرضية من فرضيات الدراسة و فيما يلي تفصيلا لذلك :

الإشكالية الرئيسية : ما مدى مساهمة التحول الرقمي في تعزيز رضا العملاء لدى المؤسسة الوطنية لتوزيع الكهرباء والغاز فرع عين تموشنت ؟

الفرضية الرئيسية : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد التحول الرقمي و رضا العملاء على مستوى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت

الفرضيات الفرعية:

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونلغاز - عين تموشنت

1- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

2- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتقنيات الرقمية على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

3- لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لثقافة المنظمة على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

• إختبار الفرضية الرئيسية:

لمعرفة أثر أبعاد التحول الرقمي على رضا العملاء ، تم اختبار الفرضية التالية من خلال قبول أو رفض إحدى الفرضيتين المساعدةتين الآتيتين:

H_0 : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد التحول الرقمي و رضا العملاء على مستوى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

H_1 : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد التحول الرقمي و رضا العملاء على مستوى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت

للإجابة على الفرضيات نستخدم نموذج الانحدار الخطي البسيط للتأكد من التأثير:

$$Y = a_0 + a_1 X_1$$

حيث:

Y : المتغير التابع (رضا العميل).

X_1 : المتغير المستقل (التحول الرقمي).

a_0 : الثابت وتمثل قيمة المتغير التابع عندما تكون قيم المتغيرات المستقلة تساوي الصفر.

a_1 : معامل الانحدار للمتغير المستقل.

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

الجدول رقم (15): نتائج معامل الارتباط واختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الانحدار للفرضية الرئيسية

مستوى الدلالة sig	F قيمة	درجة الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	معدل التباين	معامل R^2	قيمة الارتباط R
0.000	1,480	54	0,200	10,813	بين المجموعات	,189	,435
		45	0,135	6,088	داخل المجموعات		
		99		16,901	المجموع		

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج برنامج SPSS 25

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط والتي تقيس درجة الارتباط بين المتغير التابع "رضا العميل" والمتغير المستقل "التحول الرقمي"، حيث تشير R إلى نسبة الارتباط بين المتغيرين والتي تساوي 43% وهي درجة ارتباط متوسطة، كما أن معامل التحديد R^2 تشير إلى أن المتغير المستقل التحول الرقمي يفسر 18,9% من التباين الحاصل في المتغير التابع رضا العميل.

تشير نتائج تحليل التباين الأحادي إلى أن مستوى الدلالة **sig 0.000** أقل من 0.05 وعليه نقول أنه يوجد دلالة معنوية كلية للنموذج.

الجدول رقم(16): نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط للتحويل الرقمي على رضا العميل

المتغير التابع	النموذج	معاملات المعادلة	معامل Bêta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig
رضا العميل	الجزء الثابت	1,496		3,040	0,003
	التحول الرقمي	0,634	0,473	5,308	0,000

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج برنامج SPSS 25

يبين الجدول أعلاه أن نتائج نموذج الإنحدار إيجابية من خلال المعادلة والذي يعني وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين للتحويل الرقمي على رضا العميل حيث بلغ معامل الإنحدار للتحويل الرقمي 0,634 الذي يعني التغيير في قيمة المتغير المستقل للتحويل الرقمي بوحدة واحدة يقابله التغيير بمقدار 0,634 من المتغير التابع رضا العميل.

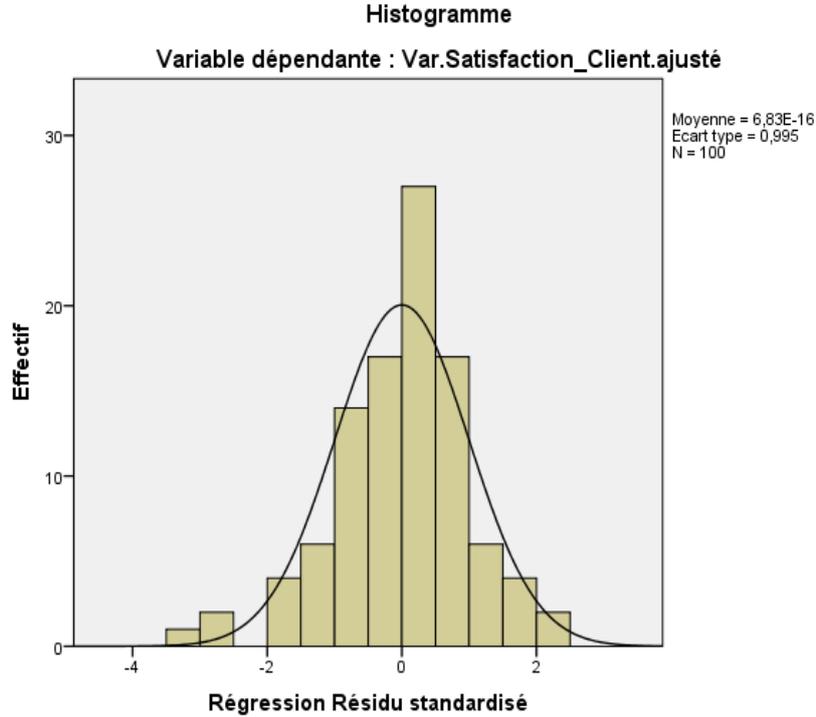
كما أن قيمة t المحسوبة تساوي 5,308 وهي موجبة وكما بلغت القيمة الإحتمالية 0.000 sig وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على أن التحويل الرقمي هو متغير مفسر لرضا العميل وبالتالي نقول أنه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية للتحويل الرقمي على رضا العميل على مستوى مؤسسة سونلغاز مما يعني رفض الفرضية العدمية H0 وقبول الفرضية البديلة H1 والمتمثلة فيما يلي:

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد التحويل الرقمي و رضا العملاء على مستوى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت

والمعادلة التالية توضح العلاقة:

$$y = 1.496 + (التحول الرقمي) 0.634$$

الشكل 05: يوضح الإنحدار المعياري للمتغير المستقل "التحول الرقمي" و التابع "رضا العميل"



المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على نتائج برنامج SPSS 25

يتم قياس التغير في المتغير التابع بناءً على تغير المتغير المستقل. إذا كنت ترغب في إجراء تحليل الإنحدار المعياري بين المتغير المستقل "التحول الرقمي" والمتغير التابع "رضا العميل" النموذج الناتج يمكن استخدامه للتنبؤ بمستوى رضا العميل بناءً على مستوى التحول الرقمي. المعامل الثابت والمعامل يعكسان العلاقة بين التحول الرقمي ورضا العميل، حيث يمكن تفسير المعامل على أنه لكل وحدة زيادة في التحول الرقمي، هناك زيادة مقدارها في رضا العميل حسب قيمة المعامل.

• إختبار الفرضيات الفرعية:

تم استخدام نتائج تحليل التباين للإنحدار (variance of Analyses) للتأكد من صلاحية النموذج الإختبار الفرضيات الفرعية.

الفرضية الفرعية 1 : لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

الجدول رقم (17): نتائج معامل الارتباط و إختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الإنحدار للفرضية الفرعية 1:

قيمة الارتباط R	معامل R^2	معدل التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	F قيمة	مستوى الدلالة sig
0,167	0,028	بين المجموعات	2,054	0,228	1	1,383	0.096
		داخل المجموعات	14,848	0,165	98		
		المجموع	16,901		99		

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج SPSS 25

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط و التي تقيس درجة الارتباط بين المتغير التابع "رضا العميل" و المتغير المستقل " التكنولوجيا " حيث تشير R الى قوة الارتباط بين المتغيرين والتي تساوي 16% وهي درجة إرتباط منخفضة جدا ، كما أن معامل التحديد R^2 يشير إلى أن المتغير المستقل " التكنولوجيا" يفسر 02% من التباين الحاصل في المتغير التابع رضا العميل.

تشير نتائج تحليل التباين الأحادي إلى أن مستوى الدلالة sig 0,096 أكبر من 0.05 وعليه نقول أنه لا يوجد دلالة معنوية بين المتغيرين.

الجدول رقم(18): نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط للتكنولوجيا و رضا العميل

المتغير التابع	النموذج	معاملات المعادلة	معامل $B\hat{e}t\alpha$	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig
رضا العميل	الجزء الثابت	3,404		8,136	0,000

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

0,098	1,672	0,166	0.169	التكنولوجيا
-------	-------	-------	-------	-------------

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج SPSS 25

يبين الجدول أعلاه أن نتائج نموذج الانحدار إيجابية من خلال المعادلة والذي يعني وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين للتكنولوجيا ورضا العميل حيث بلغ معامل الانحدار للتكنولوجيا 0,169 الذي يعني التغيير في قيمة المتغير المستقل "التكنولوجيا" بوحدة واحدة يقابله التغيير بمقدار 0,169 من المتغير التابع "رضا العميل".

كما أن قيمة t المحسوبة تساوي 8,136 وهي موجبة وكما بلغت القيمة الاحتمالية sig 0,098 وهي أكبر من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على أن التكنولوجيا هو متغير غير مفسر لرضا العميل وبالتالي نقول أنه لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتكنولوجيا على رضا العميل على مستوى المؤسسة سونلغاز، إذ أن توفر التكنولوجيا وحدها ليس كاف لإرضاء الزبون بل يتحكم في ذلك عوامل أخرى . مما يعني رفض الفرضية البديلة H_1 وقبول الفرضية العدمية H_0 والمتمثلة فيما يلي:

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد التكنولوجيا و رضا العميل على مستوى مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت.

الفرضية الفرعية 2 :

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية للتقنيات الرقمية على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

الجدول رقم (19): نتائج معامل الارتباط واختبار فيشر للمعنوية الكلية لنموذج الانحدار للفرضية الفرعية 2:

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

قيمة الارتباط R	معامل R^2	معدل التباين	مجموع المربعات	متوسط المربعات	درجة الحرية	F قيمة	مستوى الدلالة sig
0,361	0,130	بين المجموعات	3,337	0,477	7	3,234	0,000
		داخل المجموعات	13,564	0,147	92		
		المجموع	16,901		99		

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج SPSS 25

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط و التي تقيس درجة الارتباط بين المتغير التابع "رضا العميل" و المتغير المستقل "التقنية الرقمية" حيث تشير R الى قوة الارتباط بين المتغيرين والتي تساوي 36% وهي درجة ارتباط منخفضة نوعا ما، كما أن معامل التحديد R^2 يشير إلى أن المتغير المستقل "التقنية الرقمية" يفسر 13% من التباين الحاصل في المتغير التابع رضا العميل.

تشير نتائج تحليل التباين الأحادي إلى أن مستوى الدلالة sig 0,000 أقل من 0.05 وعليه نقول أنه يوجد دلالة معنوية بين المتغيرين.

الجدول رقم(20): نتائج تحليل الإنحدار الخطي البسيط للتقنيات الرقمية و رضا العميل

المتغير التابع	النموذج	معاملات المعادلة	معامل Bêta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig
رضا العميل	الجزء الثابت	2,912		8,819	0,000
	التقنيات الرقمية	0,285	0,344	3,622	0,000

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج SPSS 25

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

يبين الجدول أعلاه أن نتائج نموذج الانحدار إيجابية من خلال المعادلة والذي يعني وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين التقنيات الرقمية ورضا العميل حيث بلغ معامل الانحدار للتقنيات الرقمية 0,285

الذي يعني التغيير في قيمة المتغير المستقل "التقنيات الرقمية" بوحدة واحدة يقابله التغير بمقدار 0,285 من المتغير التابع "رضا العميل".

كما أن قيمة t المحسوبة تساوي 3,622 وهي موجبة وكما بلغت القيمة الإحصائية sig 0,000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على أن التقنيات الرقمية هو متغير مفسر لرضا العميل وبالتالي نقول أنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للتقنيات الرقمية على رضا العميل على مستوى المؤسسة سونلغاز، إذ تؤدي التقنيات الرقمية دورا هاما في تحسين أداء المؤسسة وتنظيمه و بالتالي حسن خدمة الزبون وسهولة إرضاءه. مما يعني رفض الفرضية العدمية H_0 وقبول الفرضية البديلة H_1 والمتمثلة فيما يلي:

يوجد أثر ذو دلالة احصائية بين بعد التقنيات الرقمية و رضا العميل على مستوى مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت.

والمعادلة التالية توضح العلاقة :

$$y = 2,912 + (التقنيات الرقمية) 0,285$$

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

الفرضية الفرعية 3:

لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لثقافة المنظمة على رضا العملاء لدى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

الجدول رقم (21): نتائج معامل الارتباط وإختبار فيشر للمغوية الكلية لنموذج الانحدار للفرضية الفرعية 3:

مستوى الدلالة sig	F قيمة	درجة الحرية	متوسط المربعات	مجموع المربعات	معدل التباين	معامل R^2	قيمة الارتباط R
0,000	3,495	10	0,477	4,765	بين المجموعات	0,120	0,347
		89	0,136	12,136	داخل المجموعات		
		99		16,901	المجموع		

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج SPSS 25

يبين الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط و التي تقيس درجة الارتباط بين المتغير التابع "رضا العميل" و المتغير المستقل "ثقافة المنظمة" حيث تشير R الى قوة الارتباط بين المتغيرين والتي تساوي 34% وهي درجة ارتباط منخفضة نوعا ما، كما ان معامل التحديد R^2 يشير إلى أن المتغير المستقل "ثقافة المنظمة" يفسر 12% من التباين الحاصل في المتغير التابع رضا العميل. تشير نتائج تحليل التباين الأحادي إلى أن مستوى الدلالة sig 0,000 أقل من 0.05 وعليه نقول أنه يوجد دلالة مغوية كلية بين المتغيرين.

الفصل الثاني دراسة حالة الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز - سونالغاز - عين تموشنت

الجدول رقم(22): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لثقافة المنظمة و رضا العميل

المتغير التابع	النموذج	معاملات المعادلة	معامل Bêta	قيمة t المحسوبة	مستوى الدلالة sig
رضا العميل	الجزء الثابت	2,508		7,477	0,000
	ثقافة المنظمة	0,395	0,434	4,774	0,000

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على مخرجات البرنامج SPSS25 .

يبين الجدول أعلاه أن نتائج نموذج الانحدار إيجابية من خلال المعادلة والذي يعني وجود علاقة إيجابية بين المتغيرين "ثقافة المنظمة" و"رضا العميل" حيث بلغ معامل الانحدار لثقافة المنظمة 0,395 الذي يعني التغيير في قيمة المتغير المستقل "ثقافة المنظمة" بوحدة واحدة يقابله التغيير بمقدار 0,395 من المتغير التابع "رضا العميل".

كما أن قيمة t المحسوبة تساوي 0,434 وهي موجبة وكما بلغت القيمة الاحتمالية sig 0,000 وهي أقل من مستوى المعنوية 0.05 مما يدل على أن ثقافة المنظمة هو متغير مفسر لرضا العميل وبالتالي نقول أنه يوجد اثر ذو دلالة إحصائية لثقافة المنظمة على رضا العميل على مستوى المؤسسة سونلغاز، إذ أن قيام الشركة بنشر ثقافة التحول الرقمي والثقافة الرقمية من شأنه توطيد التواصل مع زبائننا والرفع من جودة خدمة الزبون.

. مما يعني رفض الفرضية العدمية H_0 وقبول الفرضية البديلة H_1 والمتمثلة فيما يلي:

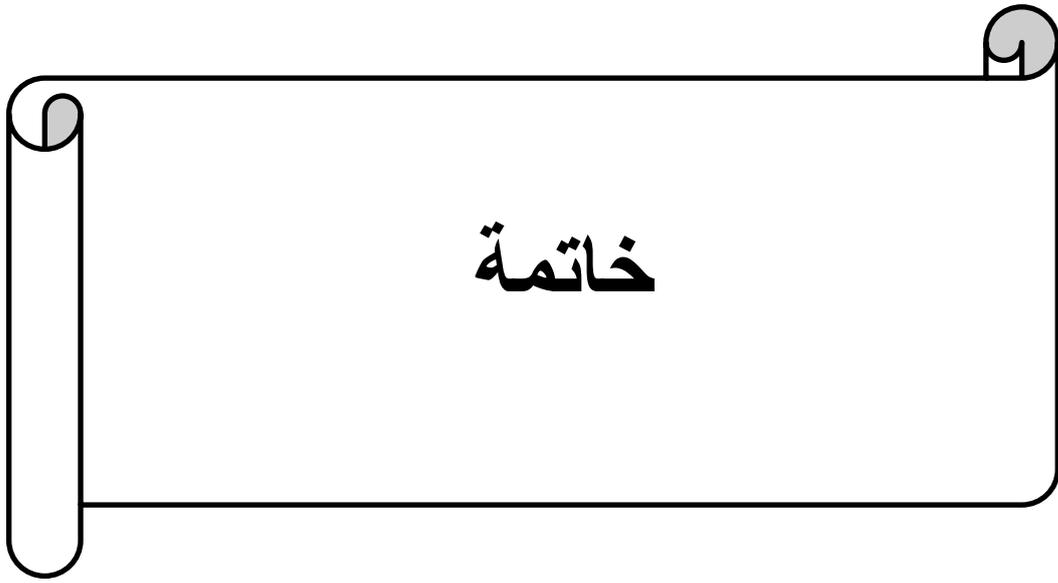
يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد ثقافة المنظمة و رضا العميل على مستوى مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت

المعادلة التالية توضح العلاقة:

$$0,395 (\text{ثقافة المنظمة}) + 2,508 = y$$

خلاصة الفصل :

تم في هذا الفصل بدراسة التحول الرقمي وأثره في تعزيز رضا العميل في مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت بحيث تم التعرف على المؤسسة وهيكلاها التنظيمي ،ومن بعد ذلك تم توزيع الإستبيان على عملاء المؤسسة ثم جميعها ومعالجتها بإستخدام برنامج SPSS ، وعد ذلك تم تحليل وإختبار الفرضيات عن طريق إستعمال المنهج الوصفي التحليلي وتبين لنا بأنه يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التحول الرقمي و رضا العميل في مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت.



خاتمة عامة

لقد إنتشرت التكنولوجيا في مختلف الجوانب منها جانب الإداري للمؤسسات ، بحيث قليلا ما نجد مؤسسات لا يوجد بها الرقمنة ، فأصبحت الرقمنة الحديثة من الضروريات الاساسية للمؤسسة المعاصرة ، وبدون الرقمنة لا تستطيع المؤسسات الإستمرار بالعمل ، ومع زيادة التطور التكنولوجي اصبح من الضروري تحويل الإدارات التقليدية إلى إدارات تقوم بالعمل إلكترونيا ، مما سوف يساهم ذلك في رفع الكفاءة فعالية العمل داخل المؤسسات.

ومن خلال دراستنا الميدانية بشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز_سونالغاز_ ولاية عين تموشنت توصلنا إلى أهم النتائج تحلى في ما يلي: بعد دراسة بحث النحول الرقمي وأثره في تعزيز رضا العميل

تبين ما يلي:

إنعكس التحول الرقمي بشكل إيجابي كبير جداً على تحسين رضا العميل .

حيث تبين أن التحول الرقمي يوفر الوقت علي العمال من أجل تقديم خدمات ومنتجات في وقت قصير للعملاء .

سهل التحول الرقمي طرق الدفع كونه يتم عن طريق البريد أو تطبيقات الهاتف.

حيث استطاع المتغير المستقل أن يفسر 0.634 من تغيرات رضا العميل.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين أبعاد التحول الرقمي و رضا العميل على مستوى مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين التغير رضا العميل والتكنولوجيا على مستوى مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد التقنيات الرقمية و رضا العميل على مستوى مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت.

يوجد أثر ذو دلالة إحصائية بين بعد ثقافة المنظمة و رضا العميل على مستوى مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت.

ألفا كرونباخ للمتغيرين التحول الرقمي و رضا العميل بلغ 1,507 هذا يدل على إرتفاع معامل الصبات مما يؤدي إلى ثبات أداة الدراسة.

تعتمد التفسيرات العملية على النتائج الإحصائية ويمكن تلخيصها كما يلي:

- **قوة العلاقة:** معامل التحديد (R^2) مرتفعاً، فإن التحول الرقمي يفسر نسبة كبيرة من التغير في رضا العميل.

توصيات الدراسة:

- 1- زيادة الدعم المادي المقدم لأنشطة التطوير الرقمي وتوفير الإمكانيات المادية والمالية لزيادة بيئة العمل الإلكترونية، للإسراع في تقديم الخدمات المختلفة.
- 2- البحث عن موظفين ذو مهارات رقمية.
- 3- ضرورة إجراء دورات وتدريبات للعاملين بمرور القاهرة من أجل إعلامهم بهذا التحول، وأهمية ذلك التحول التكنولوجي في تحسين مستوى أداء الخدمة المقدمة، بالإضافة إلى عمل الإدارة الإلكترونية التي تسهل تحقيق الرقمنة.
- 4- عمل حملات إعلامية تمان المواطنين من معرفة كيفية الإستفادة من التحول الرقمي في الخدمات المرورية المقدمة.



المراجع و الملاحق

قائمة المراجع والملاحق:
المراجع باللغة الإنجليزية :

Addisse, A. (2014). *Assesement of service quality dimension and its impact on customers satisfaction in selected Ethiopian private Banks . A thesis presented in partial fulfillment of the requirements for the Master of business Administration in ST. Marry University. School of Graduate studies.Ethiopia.*

Adi, & Others. (2023). Digital transformation in enhancing knowledge acquisition of public sector employees. *international journal of data and network science* 7, 117-124.

Bart, Abhi, B., John, Q., Nicolai, F., & Michael, H. (2022). systemic review of digital transformation literature (2013-2021) and the development of an overarching apriority model to guide future research. *scientific journal.School of business, Law and the Arts .Southern cross University.Austalia.*

Fotis , k., Ioannis , G., & Maria, K. (2021). digital transformation and strategy in the banking sector :Evaluating the accetance rate of e-services. *Journal of open innovation.Greece.*

kuri, C. A. (2014). *Assessing the role customer satisfaction in Ethiopia Telecom AT South Région : Case Hawassa City.* A thesis submitted to school of Graduate studies AT Dilla university in partial fulfillment of the requirements for the degree in master of business administration.school of Graduate studies.master of business Administration (MBA).DILLA University.Ethiopia.

Loshi, A. A. (2016). *An Examination of the relationship between customer satisfaction and service quality in telecommunication industry in tanzanie :A case study of vodacom tanzania.* tanzania.

Matin, M., Ujakpa, A., Mame, A., Samuel k, F., & Issac, k. (s.d.). *Assessing Customer relationship marketing practices and its impact on customer satisifaction in Ghanaian Banks :A case study of energy Bank Ghana Limited.* Ghana.

Mhlongu, N.S, C., & Peter, A. (2019). « The underlying factors of a successful organisational digital transformation ». *South African journal of information management* 1.

talboom, i. (2016). *The impact of digital transformation :A service bases research to explore the effects of digital transformation on organisations.* master thesise report, Holland.

yilma, m. (2013). *Influence of service quality on customer satisfaction and loyalty :the case of commercial Bank of Ethiopia shashmen district.* Ethiopia.

الحربي, ط. ع. (2022). أثر التحول الرقمي على كفاءه الاداء الأكاديمي (حالة دراسية لهيئة أعضاء التدريس بجامعة الملك عبد العزيز. "المجلة العربية للنشر العلمي.

الغيري, ع. ا. (2020). واقع التحول الرقمي في المملكة العربية السعودية. *مجلة العلوم الإدارية* ، المجلد 04، العدد 03.

بن شايب محمد. (2015). أثر تفعيل المزيج التسويقي لمؤسسات الطيران على رضا الزبائن مع دراسة حالة الخطوط الجوية الجزائرية . الجزائر.

بوزيان حسان. (2013). أثر جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة ميدانية على مؤسسة إتصالات الجزائر في مدين العلمة (سطيف). سطيف.

تركية هادفي ، و ياسمين عمامرة. (2021). دور أدوات التسويقية في تحقيق رضا العملاء خلال جائحة كورونا (COVID19) دراسة حالة متعاملي بنك الفلاحة والتنمية الريفية (BADR) وكالة تبسة. *مجلة إقتصاد المال والأعمال*، المجلد 06، العدد 01. جامعة الشهيد لخضر الوادي. ص357.

جميلة سلايمي ،يوسف بوشي،(2019) سبتمبر ،التحول الرقمي بين الضرورة والمخاطر. *مجلة العلوم القانونية و السياسية*، العدد 02، جامعة تيارت ،الجزائر ،ص954

محمد خثير ، و أسماء مرايمي . (2017). العلاقة بين أبعاد جودة الخدمة ورضا الزبون بالمؤسسة. *مجلة الريادة لإقتصاديات الأعمال*، المجلد 03 ، العدد 04، ص33-ص34.

عاشوري بدر الدين, ع. إ. (2023, 2023). أثر التحول الرقمي في تطوير قطاع تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أجل الاندماج في الإقتصاد الرقمي (: "دراسة تحليلية لمؤشرات قطاع بريد المواصلات السلكية ولاسلكية بالجزائر. *مجلة التمويل والإستثمار والتنمية المستدامة.*

بوعقلي. (2023). تنمية الحكومة الرقمية كعامل اساسي لتحقيق التحول الرقمي في الدول العربية: دراسة حالة تحليلية وتصنيفية باستخدام تقنية التحليل الهرمي خلال سنة 2022. مجلة المنتدى للدراسات والابحاث الاقتصادية، المجلد 07 / العدد 20، ص93.

عمري سامي. (جوان، 2021). أثر محددات جودة الخدمة على رضا الزبون دراسة حالة متعامل الهاتف النقال موبيليس -وكالة تبسة-. مجلة دراسات في الإقتصاد وإدارة الأعمال، المجلد 04، العدد 01، ص273 ص247.

والد كامل محمدين كامل علام. (2021). التحول الرقمي وتأثيره علي تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة النظر مسؤولي خدمة العملاء: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد. مجلة العلمية للاقتصاد والتجارة، 189.

رائد بن عبد العزيز المهيدب. (2017). رضا العملاء و المستفيدينالطبعة الأولى 1438-2017م.

شاهين، د. ر. (2014). دور العلامة التجارية في تحقيق رضا المستهلكين (دراسة مسحية على مستهلكي الأجهزة الكهربائية المنزلية في الساحل السوري) سوريا.

شاوشى خيرة، و خلود زهرة. (2023). التحول الرقمي في الجزائر. مجلة المحاسبة والتدقيق والمالية، المجلد 05، العدد 01، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، الجزائر، ص19.

شنتاحه، ه. ص. (2022). تحقيق رضا العميل الخارجي من خلال كفاءة المورد البشري الموارد البشرية في المؤسسات الخدمية دراسة حالة إتصالات الجزائر. شلف الجزائر.

صدوق، غريسي، سي الطيب الهشمي رضا، علي العيسي، (2021). واقع واهمية التحول الرقمي واتمة مجلة اراء للدراسات الاقتصاديةوالإدارية، ص100 .

صلاح الدين اسماعيل صلاح الدين، حسام الدين مصطفى حسن بدوي. (2023). إستراتيجية التحول الرقمي في تحقيق التميز المؤسسي المستدام: دراسة حالة الشركة القابضة مصر للطيران. المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية.

قاسم، أ. أ. " (s.d.). للمصرف دراسة استطلاعية لأراء عينة من مديري المصارف الخاصة في محافظة كربلاء . "المجلة العراقية العلوم الإدارية .

د. عيسى مرزقي ، مخلوف سيهام. (2017). أهمية جودة الخدمة في تحقيق الرضا لدى العميل. مجلة الإقتصاد الصناعي، العدد12، ص392 ص393.

مريم عبد العزيز جاسم علي آل الثاني. (2023). دور النمط القيادي في إنجاح عملية التحول الرقمي: إطار نظري للتحول الرقمي بإرادات التدقيق الداخلي في القطاع العام بدولة قطر. قدمت هذه الرسالة إستكمالاً لمتطلبات الحصول على ماجستير التنفيذ القيادي ، قطر.

- مها خليل شحاده. (2022). التحول الرقمي والتكنولوجيا المالية في المصاريف الاسلامية - دراسة في المصالح والمفاسد. مجلة البيت المشورة، العدد 17، ص34.
- قرقظ ناصر ، لعشيب سهام . (أبريل، 2023). التحول الرقمي وأثره على اداء الموارد البشرية:دراسة حالة مؤسسة الاتصالات. مجلة الاقتصاد والبيئة،المجلد 06 ،العدد01،الجزائر، ص240.
- نور محي الدين محمد سعد الله. (2017). جودة الخدمات وأثرها في تحقيق رضا الزبائن دراسة ميدانية البنك الاسلامي السوداني وبنك الادخار والتنمية الإجتماعية. السودان.
- ياسمينه طويل ، و بلال نطور. (جوان , 2011). دور المزيج التسويقي المصرفي في كسب رضا الزبون دراسة ميدانية :بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة 751 سكيكدة. مجلة الباحث الاقتصادي، 34.
- الهام يحياوي ، و قرايصي سارة . (ديسمبر , 2019). التسوق الرقمي :كيفية تطبيق التحول الرقمي في مجال التسويق. مجلة التنمية الاقتصادية،02،باتنة ،الجزائر، ص136.



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة بلعاج بوشعيب - عين تموشنت -



كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير

سنة ثانية ماستر ادارة الموارد البشرية

السادة:

في إطار إعداد مذكرة لنيل شهادة الماستر في إدارة الموارد البشرية بعنوان **تحول الرقمي و أثره في تعزيز رضا العاملين** ، نقدم لكم هذا الاستبيان، ونرجو منكم التكرم بمساعدتنا فيه عن طريق الإجابة عن الأسئلة بوضع علامة (X) في الخانة التي ترونها مناسبة ابتداءا من البيانات الشخصية من الصفحة الأولى إلى آخر صفحة.

كما نعلمكم أن هذه المعلومات التي تتضمنها الاستمارة ستحظى بالسرية التامة ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

تحت إشراف الأستاذ:

من إعداد الطالبة:

أ.بو سعد نايت إبراهيم

شعبي حليمة

لبيانات الشخصية:

*الجنس: أنثى ذكر

*السن: 21 أو اقل سنة 22-31 سنة

32-41 سنة 42-51 سنة 52 سنة

مستوى التعليمي :

إبتدائي

متوسط

ثانوي

جامعي

المحور الاول : التحول الرقمي

لا أوافق تماما	لا أوافق	محايد	أوافق	أوافق تماما	العبارات
البعد التكنولوجي					
					تساهم التكنولوجيا الحديثة في خدمة العملاء.
					تساعد تكنولوجيا في تسهيل عمل شركة سونالغاز
					تلتزم شركة سونالغاز بقواعد أمن تكنولوجيا المعلومات العملاء.
					تطور شركة سونالغاز تكنولوجيا بشكل مستمر لتقديم أفضل خدمات و المنتجات للعملاء
البعد التقنيات الرقمية					
					شركة سونلغاز تستخدم اجهزة حديثة تساهم في خدمة العميل.
					التقنيات المستخدمة في مؤسسة سونلغاز تتناسب مع الخدمة التي تقدمها للعميل.
					تشارك شركة سونالغاز في منصات إلكترونية للتنبيه وإرشاد العميل حول استخدام منتجاتها ومخاطرها وكيفية تفادي المخاطر.

البعد ثقافة المنظمة					
					تساهم تقنيات التحول الرقمي في تحسين أداء الجيد لشركة سونلغاز مما يؤدي إلى تقديم أفضل الخدمات للعملاء.
					تستخدم شركة سونلغاز الاجهزة والبرامج الرقمية في الحصول على المعلومات الصحيحة عن العملاء
					سهل التحول الرقمي مهمة الاتصال بين شركة سونالغاز الغاز والعملاء .
					تسعى شركة سونلغاز للتخلص من البيروقراطية بالإعتماد على التحول الرقمي(الرقمنة).

					تشارك شركة في أيام تحسيسية وإعلامية بصفة مستمرة ودورية للعملاء والمجتمع لنشر الثقافة الرقمية والتحول الرقمي
--	--	--	--	--	---

محور الثاني: رضا العميل

بعد الرضا					
					يقوم عمال شركة سونالغاز بتلبية طلبات العميل
					يقوم عمال شركة سونالغاز بأداء عملهم بسرعة
					أنا راض عن ما تقدمه شركة سونالغاز خدمات.
					أنا راض عن سهولة تنفيذ عمليات الدفع (الدفع الإلكتروني).
بعد الأسعار					
					تناسب أسعار المنتجات شركة سونالغاز العميل.
					سعر الخدمات المقدمة من طرف شركة سونالغاز مناسبة بالنسبة للعميل
بعد الخدمات					
					تقدم شركة سونالغاز خدمات متنوعة تلبي احتياجات العميل
					أجد ان الخدمات التي تقدمها شركة سونالغاز تفوق توقعاتي.
					فترة انتظاري للحصول على الخدم من شركه تستغرق وقتا قصيرا
					العلاقات الجيدة بين الموظفين و إدارة شركة سونالغاز تساهم في أفضل خدمة للعامل

Echelle : Fiabilité Transformation numérique

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	100	100,0
	Exclus ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,708	12

Echelle : Fiabilité Satisfaction clientèle

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	100	100,0
	Exclus ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,799	10

Echelle : Fiabilité Satisfaction clientèle (Révisée)

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,805	9

Echelle : Fiabilité du modèle globale

Récapitulatif de traitement des observations

		N	%
Observations	Valide	100	100,0
	Exclus ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

Statistiques de fiabilité

Alpha de Cronbach	Nombre d'éléments
,827	21

Récapitulatif des modèles^b

Modèle	R	R-deux	R-deux ajusté	Erreur standard de l'estimation
1	,167 ^a	,028	,018	,46639

a. Valeurs prédites : (constantes), Technologie

b. Variable dépendante : Var.Satisfaction_Client.ajusté

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Moyenne des carrés	D	Sig.
1 Régression	,614	1	,614	2,821	,096 ^b
1 Résidu	21,317	98	,218		
Total	21,931	99			

a. Variable dépendante : Var.Satisfaction_Client.ajusté

b. Valeurs prédites : (constantes), Technologie

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	1,496	,492		3,040	,003
1 الرقمي_التحول	,634	,119	,473	5,308	,000

a. Variable dépendante : العميل_رضا

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	3,404	,418		8,136	,000
التكنولوجيا	,169	,101	,166	1,672	,098

a. Variable dépendante : العميل_رضا

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	A	Erreur standard	Bêta		
1 (Constante)	2,912	,330		8,819	,000
الرقمية_التقنية	,285	,079	,344	3,622	,000