



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عين تموشنت بلحاج بوشعيب



كلية العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص إدارة أعمال

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي - طور ثاني ل.م.د

بعنوان:

أثر الخدمات الرقمية على تحسين جودة الخدمة

دراسة حالة مؤسسة سونلغاز - عين تموشنت -

الأستاذ المشرف:

بن يحيى حسين

إعداد الطالبة:

زوايري رميساء

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2026/06/15

مقدمة أمام لجنة المناقشة المكونة من

رئيسا	أستاذ محاضر ب	الأستاذة: مداوي ايمان
مشرفا	أستاذ محاضر أ	الأستاذ: بن يحيى حسين
ممتحنا	أستاذ التعليم العالي	الأستاذ: اسماعيل مراد

السنة الجامعية: 2026/2025

شكر وتقدير

أولاً، أحمد الله وأشكره على توفيقه لي في إنجاز هذه المذكرة

اتقدم بشكر خاص لأستاذي المشرف "بن يحيى حسين"، على ما قدمه لي من توجيهات ونصائح ومتابعة طيلة فترة إنجاز هذا العمل.

كما أتوجه بخالص الشكر إلى أعضاء لجنة المناقشة المحترمين، لتفضلهم بقبول تقييم ومناقشة هذه المذكرة وإثرائها بملاحظاتهم العلمية القيمة.

ولا يفوتني أن أشكر جامعتي جامعة بلحاج بوشعيب وكلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وكافة أساتذتي الذين تعلمت منهم طوال سنوات دراستي الخمس.

وفي الأخير، أتوجه بجزيل الشكر إلى مسؤولي وعمال مديرية توزيع الكهرباء والغاز لولاية عين تموشنت على حسن استقبالهم لي وتسهيل فترة تربصي.

إهداء

إلى أبي وأمي؛

تقديرا لجهودهما المخلصة ودعمهما لي طوال سنوات دراستي، واعترافا بدورهما الأساسي في تشجيعي، وتوفير الظروف الملائمة لإتمام هذا المسار الأكاديمي، سائلة الله أن يحفظهما لي ويجزيهما عني خير الجزاء.

إلى إخوتي؛

تقديرا لوجودهم الدائم بجانبني، وما قدموه لي من تشجيع ومساندة طوال مراحل إنجاز هذا العمل.

إلى نفسي؛ تقديرا للمجهود الشخصي المبذول في إنجاز هذه المذكرة.

وإلى كل من دعموني بكلمة طيبة، أو دعوة صادقة، أهدي هذا العمل تقديرا لنبل مشاعرهم.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

i.....	فهرس المحتويات
iv.....	فهرس الجداول
vii.....	فهرس الأشكال
ix.....	فهرس الملاحق
xi.....	الملخص
- 1 -	مقدمة عامة
- 6 -	الفصل الأول: الإطار النظري للخدمات الرقمية وجودة الخدمة
- 7 -	المبحث الأول: عموميات حول الخدمات الرقمية
- 7 -	المطلب الأول: مفاهيم حول الخدمات الرقمية
- 8 -	المطلب الثاني: خصائص وتصنيفات الخدمات الرقمية
- 10 -	المطلب الثالث: أهمية الخدمات الرقمية ومتطلبات تقديمها
- 13 -	المبحث الثاني: جودة الخدمة
- 13 -	المطلب الأول: مفاهيم حول جودة الخدمة
- 14 -	المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمة
- 14 -	المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمة وطرق قياسها
- 17 -	المبحث الثالث: الدراسات السابقة
- 17 -	المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بالمتغير المستقل للخدمات الرقمية
- 19 -	المطلب الثاني: الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع لجودة الخدمة
- 22 -	المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة
- 25 -	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للخدمات الرقمية وجودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة	26 -
المطلب الأول: التعريف بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت	26 -
المطلب الثاني: منهجية الدراسة	27 -
المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات والمعالجة الإحصائية	28 -
المطلب الرابع: اختبار ثبات وصدق أداة الدراسة	31 -
المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة	35 -
المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة	38 -
المطلب الثالث: اختبار الفرضيات	42 -
خاتمة عامة	57 -
قائمة المراجع	61 -
الملاحق	68 -

فهرس الجداول

فهرس الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
(1-1)	مقارنة منهجية بين نموذجي SERVQUAL و SERVPERF لقياس جودة الخدمة	16
(2-1)	ملخص المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة	23
(1-2)	سلم ليكرت الخماسي	29
(2-2)	تحديد مستويات الإجابة وفق مقياس ليكرت الخماسي	29
(3-2)	توزيع أفراد العينة حسب طريقة الإجابة على الاستبيان	30
(4-2)	قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ لثبات محاور وأبعاد أداة الدراسة	31
(5-2)	معاملات ارتباط بيرسون لصدق الاتساق الداخلي لمحور الخدمات الرقمية	32
(6-2)	معاملات ارتباط بيرسون لصدق الاتساق الداخلي لمحور جودة الخدمة وأبعاده	33
(7-2)	نتائج معامل ارتباط بيرسون بين الخدمات الرقمية وأبعاد جودة الخدمة	34
(8-2)	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	34
(9-2)	توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر	35
(10-2)	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	36
(11-2)	توزيع أفراد العينة حسب متغير وتيرة الاستخدام	37
(12-2)	نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور الخدمات الرقمية	38
(13-2)	نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور جودة الخدمة وأبعاده	39
(14-2)	نتائج اختبار F لصلاحية نموذج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسية	41
(15-2)	معاملات الارتباط والتحديد بين الخدمات الرقمية وجودة الخدمة	42
(16-2)	معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسية	42
(17-2)	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد الملموسية	43
(18-2)	معاملات الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الأولى	44
(19-2)	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد الاعتمادية	45
(20-2)	معاملات الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الثانية	45
(21-2)	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد الاستجابة	46
(22-2)	معاملات الانحدار الخطي البسيط للفرضية الثالثة	47
(23-2)	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد الأمان	47
(24-2)	معاملات الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرابعة	48
(25-2)	نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد التعاطف	49
(26-2)	معاملات الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الخامسة	49
(27-2)	نتائج اختبار (T-Test) للفروق حسب متغير الجنس	50

51	نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفروق حسب العمر	(28-2)
52	نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفروق حسب المستوى التعليمي	(29-2)
53	نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفروق حسب وتيرة الاستخدام	(30-2)

فهرس الأشكال

فهرس الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
(1-2)	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	35
(2-2)	توزيع أفراد العينة حسب متغير الفئة العمرية	36
(3-2)	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	37
(4-2)	توزيع أفراد العينة حسب متغير وتيرة الاستخدام	38

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق

الصفحة	العنوان	الرقم
68	استمارة الاستبيان	1
71	وثيقة مقدمة من طرف المؤسسة محل الدراسة	2
71	استمارة جمع بيانات زبائن مديرية الكهرباء والغاز عين تموشنت	3

الملخص

هدفت هذه الدراسة إلى البحث في أثر الخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمديرية توزيع الكهرباء والغاز (سونلغاز) لولاية عين تموشنت. ولتحقيق هذا الهدف، تم الاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة مكونة من (60) زبونا، تمت معالجتها إحصائيا باستخدام برنامج SPSS.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي للخدمات الرقمية على جودة الخدمة، كما أظهرت النتائج ارتفاع مستوى تقييم الزبائن لجودة الخدمة بشكل عام، مع تباين في تقييم بعض الأبعاد، حيث سجل بعدا الاعتمادية والاستجابة أعلى المستويات، في حين سجل بعدا الأمان والتعاطف مستويات أقل نسبيا. كما كشفت الدراسة عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية في تقييم جودة الخدمة تعزى لمتغيرات العمر والمستوى التعليمي ووتيرة الاستخدام. واختتمت الدراسة بتقديم مجموعة من التوصيات للمؤسسة محل الدراسة بهدف تحسين خدماتها الرقمية ومعالجة بعض الجوانب التقنية والبشرية بما يساهم في تعزيز رضا الزبائن.

الكلمات المفتاحية: الخدمات الرقمية، جودة الخدمة، الجودة، الخدمة، سونلغاز.

Abstract :

This study aimed to investigate the impact of digital services on service quality at the Electricity and Gas Distribution Directorate (Sonelgaz) in the province of ain temouchent. To achieve this objective ,a descriptive-analytical approach was adopted, using a questionnaire as the primary tool for data collection from a sample of (60) customers, and the data were processed statistically using SPSS software.

The study findings revealed a positive impact of digital services on service quality. The results also showed a high level of customers evaluation of service quality in general, with some variation across its dimensions , The dimensions of reliability and responsiveness recorded the highest levels, whereas the dimensions of security and empathy showed relatively lower levels . The study also revealed the existence of statistically significant differences in quality perception attributable to the variables of age , educational level, and frequency of use. The study concluded with a set of recommendation addressed to the institution under study aiming to improve digital services and address certain technical and human-related aspects in a way that contributes to enhancing customer satisfaction.

Keywords : Digital Services, Service Quality, Service, Quality, Sonelgaz.

مقدمة عامة

توطئة

يعيش العالم اليوم ثورة تكنولوجية غيرت طريقة تسيير الإدارة والخدمات، حيث لم يعد التحول الرقمي مجرد خيار تقني ثانوي، بل أصبح ضرورة لا غنى عنها لبقاء المؤسسات وتطورها. ومن هذا المنطلق بدأت المؤسسات الخدمية تتخلى تدريجيا عن الأساليب التقليدية وتتجه نحو الحلول الرقمية، بهدف تسهيل المعاملات وتعزيز رضا الزبائن.

والجزائر ليست بعيده عن هذا المسار، إذ تبنت الدولة توجهات وطنية تهدف إلى رقمنة المؤسسات العمومية وتحسين خدماتها، وتعد مؤسسة سونلغاز من بين المؤسسات التي انخرطت في هذا المسار، من خلال إطلاق مجموعة من الخدمات الرقمية لتحسين تجربة زبائنها وتواصلهم معها.

وفي ظل هذا التوجه، تبرز أهمية دراسة أثر هذه الخدمات الرقمية على جودة الخدمة من وجهة نظر الزبائن، وذلك من خلال طرح الاشكالية الرئيسية التالية:

ما أثر الخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت ؟

ولمعالجة هذه الإشكالية والإحاطة بكل جوانبها، تم صياغة التساؤلات الفرعية التالية:

➤ الأسئلة الفرعية:

- ما مستوى الخدمات الرقمية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت؟
- ما مستوى جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت؟
- ما طبيعة أثر الخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت؟
- هل يختلف تقييم الزبائن لجودة الخدمة المقدمة باختلاف خصائصهم الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، وتيرة الاستخدام)؟

➤ فرضيات الدراسة

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.
- يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة حسب المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، وتيرة استخدام الخدمات الرقمية).

➤ الفرضيات الفرعية

- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الملموسية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الاعتمادية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الاستجابة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الأمان بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.
- يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد التعاطف بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

➤ أهمية الدراسة

تتمثل أهمية الدراسة في توضيح المفاهيم المرتبطة بالخدمات الرقمية وجودة الخدمة من الناحية النظرية، كما تكمن أهميتها التطبيقية في مساعد مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت على تقييم خدماتها الرقمية وتطويرها بما يساهم في تحسين تجربة الزبون ورفع مستوى جودة الخدمة المقدمة.

➤ أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف يمكن تلخيصها في مايلي:

- التعرف على واقع الخدمات الرقمية المقدمة من طرف مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.
- تحديد طبيعة واتجاه الأثر الذي تحدثه الخدمات الرقمية في جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.
- معرفة مدى وجود فروق في تقييم الزبائن لجودة الخدمة المقدمة باختلاف متغيراتهم الشخصية.
- الخروج بتوصيات عملية لمؤسسة سونلغاز، من أجل تحسين "تجربة الزبون الرقمية"، بناء على نتائج الدراسة الميدانية.

➤ منهج الدراسة

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث استخدم الجانب الوصفي لتوصيف واقع الخدمات الرقمية وجودة الخدمة بالمؤسسة، في حين استخدم الجانب التحليلي لمعالجة البيانات الميدانية، واختبار الفرضيات باستخدام برنامج SPSS.

➤ أسباب اختيار الموضوع

تكمن دوافع اختيار هذا الموضوع، في مجموعة من الأسباب الموضوعية والذاتية تتمثل في:

- ارتباط الموضوع بالتخصص الدراسي.
- محدودية الدراسات التي تناولت الخدمات الرقمية وعلاقتها بجودة الخدمة المدركة، باعتبارها الواجهة المباشرة التي يتعامل من خلالها الزبون مع المؤسسة.
- أهمية هذا الموضوع في السياق الجزائري الحالي، خاصة في ظل التوجه الحكومي نحو رقمنة وتحسين جودة الخدمات العمومية.
- الاهتمام الشخصي بدراسة هذا النوع من المواضيع، وفهم تجربة الزبون في البيئة الرقمية.

➤ حدود الدراسة

لضمان دقة النتائج وتركيز موضوع البحث، تم حصر الدراسة في الحدود التالية:

• الحدود المكانية

أجريت الدراسة بمديرية توزيع الكهرباء والغاز (سونلغاز) لولاية عين تموشنت.

• الحدود الزمانية

تم إجراء الدراسة الميدانية خلال الفترة الممتدة من 22 إلى 28 مارس 2026.

• الحدود البشرية

تم إجراء الدراسة على عينة من زبائن مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

• الحدود الموضوعية

اقتصرت الدراسة موضوعيا على دراسة الخدمات الرقمية كمتغير مستقل، وجودة الخدمة كمتغير تابع، من خلال الأبعاد الخمسة لنموذج الأداء الفعلي والمتمثلة في: الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف.

➤ هيكل الدراسة

من أجل الإحاطة بموضوع الدراسة والإجابة على الإشكالية المطروحة، تم تقسيم البحث إلى فصلين أساسيين، خصص الفصل الأول للجانب النظري، واشتمل على ثلاث مباحث، تناول الأول منها عموميات حول الخدمات الرقمية، بينما خصص المبحث الثاني للإطار المفاهيمي لجودة الخدمة، ليختتم الفصل بمبحث ثالث استعرض أهم الدراسات ذات الصلة بموضوع البحث.

أما الفصل الثاني، فقد خصص للجانب التطبيقي، وانقسم إلى مبحثين، تناول المبحث الأول الإطار المنهجي للدراسة والتعريف بالمؤسسة محل الدراسة، في حين خصص المبحث الثاني لعرض وتحليل النتائج الميدانية واختبار الفرضيات، وصولاً إلى خاتمة تتضمن أهم التوصيات والاقتراحات.

الفصل الأول:

الإطار النظري للخدمات الرقمية وجودة الخدمة

تمهيد

يتمحور هذا الفصل حول بناء الإطار المفاهيمي للدراسة، من خلال معالجة متغيراتها الأساسية وتحليل الأدبيات المرتبطة بها، وذلك بهدف الوصول إلى رؤية علمية شاملة تجمع بين الجانب النظري وما توصلت إليه الدراسات السابقة. ففي ظل التحولات التكنولوجية الراهنة، أصبحت الخدمات الرقمية من الركائز الأساسية التي تبني عليها المؤسسات الخدمية استراتيجياتها لتحسين مستوى جودة الخدمات ونيل رضا الزبون.

وعليه تم تقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث أساسية على النحو التالي:

المبحث الأول: عموميات حول الخدمات الرقمية

المبحث الثاني: جودة الخدمة

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

المبحث الأول: عموميات حول الخدمات الرقمية

في الوقت الحالي، أصبحت الخدمات الرقمية ، جزءاً أساسياً من حياتنا اليومية، حيث تتجاوز حدود الوقت والمكان وتسمح للأفراد والمؤسسات الوصول إلى المعلومات والمنتجات والخدمات التي يحتاجونها بسرعة وسهولة، فلا بد من فهم طبيعتها وخصائصها لمعرفة تأثيرها على جودة الخدمات المقدمة.

المطلب الأول: مفاهيم حول الخدمات الرقمية

قبل التطرق إلى مفهوم الخدمات الرقمية، لا بد من التوقف عند مفهوم الخدمة والرقمية بإعتباره الأساس الذي يبنى عليه مفهوم الخدمات الرقمية.

أولاً: مفهوم الخدمة

عرف **kotler** الخدمة على أنها نشاط أو منفعة يقدمها طرف لطرف آخر، تتميز بكونها غير ملموسة في أساسها، ولا يترتب عنها انتقال للملكية، كما يمكن أن يكون إنتاجها وتقديمها مرتبطاً بمنتج مادي ملموس أو مستقراً عنه (Kotler & Keller, 2006, p. 372).

عرفت الجمعية الأمريكية للتسويق **AMA** الخدمة على أنها منتجات غير ملموسة في جوهرها، ورغم أن ما يحيط بها قد يكون ملموساً، إلا أنها تعد في حقيقتها غير قابلة للنقل والتخزين، إذ يتم تبادلها مباشرة بين المقدم والمستخدم، كما أنها تنتج وتستهلك في الوقت نفسه، مما يجعل من الصعب تحديدها بدقة ولا يترتب عنها شعور بالملكية (النجي، 2020، صفحة 12).

ثانياً: مفهوم الرقمية

يشير مصطلح الرقمية وفقاً لـ **Cambridge Dictionary** إلى أنه "تسجيل أو تخزين المعلومات كسلسلة من الأرقام بين 1 و 0، لإظهار أن الإشارة موجودة أو غالبة رقمية"، أو "كل ما هو مرتبط بالإشارات الرقمية وتكنولوجيا الكمبيوتر"، أو "إظهار المعلومات على شكل صورة إلكترونية"، أو "إستخدام نظام بواسطة الكمبيوتر والأجهزة الإلكترونية الأخرى، حيث يتم إرسال المعلومات و إستلامها في شكل إلكتروني كسلسلة من الأرقام 1 و 0" (بوكرش و زويدي، 2023، صفحة 32).

ثالثاً: مفهوم الخدمات الرقمية

تعددت مفاهيم الخدمات الرقمية ، وفيما يلي سنعرض أهم التعريفات والأفكار المرتبطة بها:

تعرف الخدمات الرقمية على أنها عروض وخدمات يتم تقديمها في بيئات رقمية تعتمد على التكنولوجيا، وتتميز بعدة خصائص، غير ملموسة، قابلة للتوسع كما يمكن توحيد جودتها وإدارتها دون الحاجة لتدخل بشري مباشر، وهذا ما يميزها عن الخدمات التقليدية ويسمح بالاستفادة من مزايا التكنولوجيا الحديثة في التسويق والإنتاج (Gummerus, 2010, p. 426).

تعد الخدمات الرقمية من الخدمات التي تعتمد على المنصات والتكنولوجيا الرقمية، حيث تهدف إلى تقديم قيمة من خلال التفاعل القائم بين مقدمي الخدمة والمستفيدين منها داخل البيئة الرقمية (Lusch & Nambisan, 2015, p. 162).

تشير الخدمات الرقمية إلى تلك الخدمات التي تقدم بإستخدام بنية تكنولوجيا رقمية، حيث تدمج التكنولوجيا مع موارد المؤسسة لتلبية إحتياجات العملاء بشكل تفاعلي ومرن، ما يتيح تحسين جودة الخدمة وإبتكار أساليب تقديمها مقارنة بالطرق التقليدية (Scupola & Mergel, 2022, p. 2).

إنطلاقاً مما سبق يمكن القول أن الخدمات الرقمية هي خدمات تقدم عبر الإنترنت والوسائط الرقمية دون الحاجة إلى إتصال مباشر، مما يسهل الإستفادة منها بطريقة حديثة، ويمنح المستخدم قيمة عملية حقيقية.

المطلب الثاني: خصائص وتصنيفات الخدمات الرقمية

أولاً: خصائص الخدمات الرقمية

تتميز الخدمات الرقمية بمجموعة من الخصائص الأساسية التي تجعلها أكثر فاعلية مقارنة بالخدمات التقليدية ومن أبرزها:

أ- **عدم الملموسية:** الخدمات الرقمية لا تعتمد على عناصر مادية ملموسة، لكنها تظهر من خلال عناصر الواجهة الرقمية مثل المحتوى المرئي ومؤشرات الجودة، والتي يمكنها أن تؤثر على إدراك المستخدم وتجربته.

ب- **التكنولوجيا العالية:** الخدمات الرقمية تعتمد في أساسها على التكنولوجيا الرقمية مثل الإنترنت، البرمجيات، والأنظمة الرقمية بحيث التفاعل مع المستخدمين يكون عبر واجهات رقمية لا مباشر.

ت- **الثبات أو عدم التغير:** يمكن تقديم الخدمات الرقمية بمستوى أداء موحد نسبياً، مثل سرعة تحميل الموقع أو قواعد البيانات نفسها، على عكس الخدمات التقليدية التي تعتمد في تقديمها على العنصر البشري.

ث- **القابلية للتوسع:** تستطيع الخدمات الرقمية خدمة عدد كبير من المستخدمين دون الحاجة إلى زيادة العنصر البشري (Salminen, 2014, p. 3).

- أ- **التوافر وسهولة الوصول:** يمكن للمستخدم الوصول للخدمات الرقمية عبر الوسائط الرقمية المختلفة والاستفادة منها في أي وقت و مكان.
- ب- **الأمان والموثوقية:** تعتمد الخدمات الرقمية على تقنيات متقدمة للتشفير والأمان، من أجل حماية بيانات المستخدمين والمعاملات التي يقومون بها وضمان ثقتهم وولائهم.
- ت- **السرعة والكفاءة:** تتيح الخدمات الرقمية للمستخدمين من إنجاز العمليات بسرعة عالية وكفاءة أكبر مقارنة بالأساليب التقليدية.
- ث- **التكلفة المنخفضة:** عادة ما تكون الخدمات المقدمة عبر الإنترنت أقل تكلفة من الخدمات التقليدية، مما يسهم في تحسين كفاءة العمل (محفوظ، 2022، الصفحات 253-254).
- ج- **التخصيص:** القدرة على تكييف الخدمة والواجهة وفق إحتياجات المستخدمين وتفضيلاتهم الفردية، بما يعزز تجربة الاستخدام ويرفع من قيمة الخدمة المقدمة (Khavidaki, Rezaei Sharifabadi, & Ghaebi, 2023, p. 40).

ثانيا: تصنيفات وأنواع الخدمات الرقمية

1. التصنيف حسب القطاع

تمتد الخدمات الرقمية لتشمل مختلف القطاعات الاقتصادية والاجتماعية، حيث تعمل المؤسسات على تكييف تقنياتها بما يتناسب مع طبيعة كل قطاع والمستخدمين من خدماتها، ومن أبرز هذه القطاعات نجد:

- أ- **الخدمات الحكومية الرقمية:** تشير إلى إستخدام الهيئات الحكومية لتقنيات المعلومات مثل الإنترنت والشبكات الرقمية بهدف تحسين جودة الخدمات المقدمة للمواطنين. تساعد هذه الخدمات على تعزيز الشفافية، تقليل البيروقراطية، وتحسين التفاعل بين الحكومة وقطاع الأعمال، مما يزيد من ثقة المواطنين في أداء المؤسسات الحكومية (نوي، بودوشن، و غري، 2018، صفحة 134).
- ب- **الخدمات المصرفية الرقمية:** تشمل الخدمات البنكية المقدمة عبر قنوات إلكترونية مثل الحسابات عبر الإنترنت، التحويلات، الدفع الإلكتروني. تتيح هذه الخدمات للعملاء إجراء العمليات بسهولة وأمان، مع تقييد الوصول للمسجلين فقط وفق شروط البنوك، وتهدف لتسهيل التعاملات وتحسين تجربة العملاء (ديدوش و حريري، 2022، صفحة 23).
- ت- **التجارة الرقمية:** هي عملية بيع وشراء السلع والخدمات بإستخدام الوسائل الرقمية، وتشمل التجارة الموجهة رقميا والتجارة المسلمة رقميا، سواء كان ذلك على المستوى المحلي أو الدولي (Bank, 2022).

2. التصنيف حسب الوظيفة

بعد إستعراض الخدمات الرقمية حسب القطاع، يمكن أيضا تصنيفها وفقا لوظيفتها وطبيعة الخدمة التي تقدمها (De Rore, 2023)، وتتمثل هذه الأنواع فيما يلي:

- أ- **خدمات المعلومات والاتصالات:** تسهل التفاعل بين الأفراد أو بين الأفراد والمؤسسات، مثل البريد الإلكتروني، تطبيقات المراسلة الفورية، منصات مؤتمرات الفيديو، شبكات التواصل الاجتماعي، وخدمات الصوت عبر الإنترنت (VoIP).
- ب- **خدمات الأمان والخصوصية:** تهدف إلى حماية بيانات المستخدمين من خلال تقنيات التشفير، المصادقة متعددة العوامل، والخوادم الآمنة، بما يضمن سلامة المعلومات الحساسة.
- ت- **خدمات التحليلات الرقمية:** تقدم مؤشرات حول سلوك المستخدمين وأدائهم، مثل لوحات المعلومات التي تعرض مقاييس التفاعل على وسائل التواصل الاجتماعي، أداء الحملات الإعلانية، ونتائج الإستطلاعات المختلفة.

المطلب الثالث: أهمية الخدمات الرقمية ومتطلبات تقديمها

أولا: أهمية الخدمات الرقمية

أصبحت الخدمات الرقمية عنصرا أساسيا في المؤسسات، سواء في القطاع العام أو الخاص، لما لها من أهمية كبيرة، وتتمثل في:

- 1- تمكن المؤسسات من تقديم خدمات أسرع وأسهل، وتحسين جودة الخدمات المقدمة للمستخدمين (صيفي، 2020، صفحة 102).
- 2- تستبدل العمليات التقليدية بالرقمية، مما يوفر الوقت ويسمح للموظفين بالتركيز على الابتكار والتطوير (الهادي، 2021، الصفحات 19-25).
- 3- تعزز كفاءة سير العمل وتقليل الأخطاء من خلال إستخدام الأتمتة والتكنولوجيا.
- 4- تساعد على تقليل التكاليف والوقت المرتبط بإجراءات العمل، وتحسين إستغلال الموارد (المصدر و نصر الله، 2020، الصفحات 2-6).
- 5- تعزز الشفافية والمساءلة من خلال تتبع الأداء وتقييم جودة الخدمات.
- 6- تتيح الوصول إلى الخدمات في أي وقت ومن أي مكان، ما يقلل الحاجة للتنقل و الإزدحام ويزيد التفاعل مع المستفيدين (الحساوي، إبراهيم، و الطائي، 2023، الصفحات 9-10).

7- تساهم في توسيع النشاط التجاري والقدرة التنافسية للمؤسسات على المستوى المحلي والدولي (جودي، 2022، الصفحات 12-18).

ثانيا: متطلبات تطبيق الخدمات الرقمية

لتقديم الخدمات الرقمية بشكل فعال وآمن، لا بد من توفر مجموعة من المتطلبات الأساسية داخل المؤسسة، وقد لخصتها دراسة (فنوح و بوشناق، 2019، صفحة 14) في:

1- البنية التحتية

يستلزم تطبيق الخدمات الرقمية توفر بنية تحتية تقنية مناسبة تقوم على شبكات إتصال حديثة تضمن سهولة التواصل ونقل البيانات والمعلومات بين المؤسسات والمستخدمين، بما يسمح بإستمرارية تقديم هذه الخدمات وتحسين فعاليتها.

2- توافر الوسائل اللازمة

يفترض نجاح الخدمات الرقمية توفر الوسائل التكنولوجية الأساسية، مثل أجهزة الحاسوب، الهواتف الذكية، ووسائل الإتصال المختلفة، بما يتيح للمستخدمين الوصول إليها عبر الشبكات المحلية أو العالمية بطريقة سهلة وميسرة.

3- إنتشار مزودي خدمات الإنترنت

يتطلب تطبيق الخدمات الرقمية توفر خدمات الإنترنت بجودة وأسعار مناسبة، بما يسمح بوصول شريحة واسعة من الأفراد إلى المنصات الرقمية، ويساهم في تقليص الفجوة الرقمية وتعزيز إستفادة مختلف الفئات من هذه الخدمات.

4- الدعم الإداري

يعد دعم الإدارة العليا من العوامل الأساسية في إنجاح الخدمات الرقمية، من خلال تبني التوجه الرقمي داخل المؤسسة، وتوفير الموارد الضرورية، وتشجيع اعتماد الحلول الرقمية في مختلف الأنشطة والخدمات.

5- الأمن والخصوصية

تحتاج الخدمات الرقمية إلى إجراءات واضحة لحماية البيانات والمعلومات، من خلال تأمين الأنظمة الرقمية، وحماية الخصوصية والحد من مخاطر الإختراق أو التلاعب بالمعلومات، بما يعزز ثقة المستخدمين في إستخدام هذه الخدمات.

6- التمويل المناسب

يتطلب تطبيق الخدمات الرقمية توفير موارد مالية كافية لضمان صيانة الأنظمة الرقمية وتحديثها المستمر، وتطوير البنية التقنية وتكوين الموارد البشرية، بما يضمن إستمرارية الخدمات ومواكبتها للتطورات التكنولوجية.

7- القوانين والتشريعات

تحتاج الخدمات الرقمية إلى إطار قانوني وتنظيمي واضح ينظم إستخدامها، ويضبط التعاملات الرقمية، بما يضمن الإستخدام الآمن والمنظم لهذه الخدمات داخل المؤسسات والمجتمع. وعلاوة على ما سبق، أشارت دراسة (علام، 2022، الصفحات 189-190) إلى متطلبات أخرى تمثلت في:

8- متطلبات بشرية

نجاح الخدمات الرقمية يستلزم موظفين مؤهلين ولديهم خبرة في التعامل مع التكنولوجيا والبرمجيات المستخدمة. حيث يجب أن يكونوا قادرين على إدارة البيانات والمعلومات بطريقة صحيحة، مع إدراكهم لأهمية هذه الخدمات وكيفية تقديمها للمستفيدين بسهولة ووضوح.

9- متطلبات ثقافية

نجاح الخدمات الرقمية يعتمد على ثقافة تنظيمية قوية تشجع إستخدام التقنيات الرقمية بشكل فعال، وتحافظ على أخلاقيات التعامل مع البيانات والمعلومات. كما تدعم تعلم مهارات جديدة، ومشاركة المعرفة، وتحسين الممارسات اليومية، مما يعزز جودة تقديمها للمستخدمين.

المبحث الثاني: جودة الخدمة

مع تزايد المنافسة وتطور توقعات العملاء، أصبحت جودة الخدمة عنصراً أساسياً لنجاح المؤسسات، وفي هذا المبحث سنستعرض مفهومها، أهميتها، أبعادها وطرق قياسها.

المطلب الأول: مفاهيم حول جودة الخدمة

سنتناول في هذا المطلب مفهوم الجودة بشكل عام، ثم ننتقل للتركيز على جودة الخدمة تحديداً لشرح ماهيتها.

أولاً: مفهوم الجودة

تعرف الجودة حسب سلسلة مواصفات **ISO 9000** بأنها الدرجة التي تلبى فيها الحاجات والتوقعات الظاهرة والضمنية من خلال مجموعة الخصائص الرئيسية المحددة مسبقاً للمنتج أو الخدمة أو النظام أو المنظمة (Zahra, Osman, & Baker, 2018, p. 539).

الجودة عند **FISHER** تعني التميز في المنتج أو الخدمة، بحيث تكون خصائصها متوافقة أو متفوقة عند مقارنتها بالمعايير الموضوعية، سواء من منظور المؤسسة أو من منظور العميل (Boudaoud, Bouziane, & Boulekroune, 2023, p. 40).

الجودة تعبر عن مدى قدرة المؤسسة على تلبية إحتياجات العملاء، سواء كانت صريحة أو ضمنية، بما يضمن تحقيق توقعاتهم بشكل فعال (Ali, et al., 2021, p. 17).

ثانياً: مفهوم جودة الخدمة

تختلف جودة الخدمة عن الجودة العامة لإرتباطها بعناصر غير ملموسة، ومن هنا جاء هذا المصطلح ليعكس خصوصية قطاع الخدمات (Prentice, Dominique Lopes, & Wang, 2020, p. 742).

يمكن تعريف جودة الخدمة بأنها مدى توافقها مع توقعات الزبائن، حيث تقاس بقدرة الخدمة على تلبية إحتياجاتهم الفعلية، و ليس فقط وفق رؤية الإدارة. يعكس هذا التعريف أهمية تجربة الزبون كمحدد أساسي لمستوى جودة الخدمة (Ahmed, 2022, p. 107).

تتمثل جودة الخدمة في القيمة والمنافع التي يجنيها الزبون، سواء كانت ملموسة أو غير ملموسة. وفي هذا الإطار، يصبح تقييم الزبون و رضاه هما المعيار الحقيقي للحكم على جودة الخدمة و مدى نجاحها (Handrinos, Folinas, & Rotsios, 2015, p. 63).

من خلال إستعراض هذه المفاهيم، يتضح أن جودة الخدمة ليست مجرد مطابقة للمواصفات الفنية، بل هي مزيج بين القيمة التي يحصل عليها الزبون ومدى ملائمة هذه الخدمة لتوقعاته الشخصية. وهذا ما يجعل تجربة الزبون هي الحكم النهائي والمعيار الأهم في قياس جودة أي خدمة.

المطلب الثاني: أهمية جودة الخدمة

تستمد جودة الخدمة أهميتها من كونها عاملاً رئيسياً في تميز المؤسسة وتحقيق أهدافها الإستراتيجية، ويمكن تلخيص هذه الأهمية حسب دراسة (Halim, Salem, Tawfik, & Maree, 2025, p. 3) فيما يلي:

- 1- تحقيق رضا العملاء ورفع ولائهم: يساهم تحسين جودة الخدمة في رفع مستوى رضا المستفيدين وزيادة ولائهم للمؤسسة، وهو ما يضمن إستمرارية التعامل معها وتكراره مستقبلاً.
- 2- تعزيز التنافسية المؤسسية: تمنح جودة الخدمة المؤسسة ميزة حقيقية تمكنها من التميز عن المنافسين، الأمر الذي يرفع من قدرتها التنافسية داخل سوق الخدمات.
- 3- رفع التفاعل ومشاركة العملاء: تشجع الخدمات عالية الجودة المستفيدين على التفاعل الإيجابي والمشاركة، مما يقوي العلاقة بين المؤسسة وعملائها.
- 4- تحسين الصورة الذهنية والسمعة: جودة الخدمة تساهم في بناء سمعة إيجابية للمؤسسة وتعطي انطباعاً إيجابياً لدى المستخدمين.

كما أشارت دراسة (خثير و بن جروة، 2019، صفحة 135) إلى أهمية أخرى تتمثل في:

- 5- تحسين الكفاءة التشغيلية وتقليل التكاليف: تطبيق جودة الخدمة يساعد المؤسسة على تنظيم عملياتها، تقليل الأخطاء، وتحسين الأداء الداخلي، مما يساهم في خفض التكاليف وتحقيق مردودية أفضل.
- 6- حماية المستفيد والإمتثال للمعايير: جودة الخدمة تساهم في إحترام المعايير المعتمدة وحماية حقوق المستفيدين، مما يقلل من النزاعات والمشكلات القانونية، ويعزز الثقة بين المؤسسة والعملاء.

المطلب الثالث: أبعاد جودة الخدمة وطرق قياسها

أولاً: أبعاد جودة الخدمة

بعد أن قام Parasuraman وزملاؤه بدراسة جودة الخدمات، حددوا في البداية عشرة أبعاد في نموذج SERVQUAL إلا أنهم لاحقاً، عام 1988، رأوا أن بعض الأبعاد متقاربة أو صعبة القياس، فقاموا بتبسيط النموذج ودمج هذه الأبعاد في خمسة محاور رئيسية، وهي:

- 1- **المللموسية (Tangibility)**: تشير إلى كل العناصر المادية المرتبطة بتقديم الخدمة، مثل الأجهزة، المعدات، الديكور الداخلي، المظهر الخارجي وحتى مواقف السيارات. هذه الجوانب تساعد الزبون على تكوين الانطباع الأول عن جودة المؤسسة، فالبيئة المادية والوسائل المستخدمة تؤثر بشكل كبير على تقييمه العام للخدمة (أوسليمان، 2022، الصفحات 39-40).
- 2- **الإعتمادية (Reliability)**: تشير إلى مدى قدرة المنظمة على الوفاء بالتزاماتها، اتجاه العملاء. وتعكس مصداقيتها في تقديم ما وعدت به من خدمات و ضمانات، مما يزيد من ثقتهم وجودة الخدمة (Zhou, et al., 2021, p. 4).
- 3- **الاستجابة (Responsiveness)**: تعني قدرة مقدم الخدمة على التفاعل بسرعة مع إحتياجات الزبائن. وتشمل تلبية الطلبات، الإجابة على الإستفسارات، ومتابعة ملاحظاتهم بعناية. كل هذا يعكس إهتمام مقدم الخدمة بالزبائن ويقوي العلاقة الإيجابية معهم (Alhosani & Tariq, 2020, p. 2134).
- 4- **الأمان (Security)**: يعني هذا البعد قدرة مقدم الخدمة على حماية معلومات العملاء الشخصية والمالية، ويشمل ذلك توفير بيئة آمنة للمعاملات والتأكد من عدم وصول أي شخص غير مخول لهذه المعلومات. الأمان هنا يمنح العملاء شعوراً بالثقة والإطمئنان أثناء إستخدام الخدمة (Jyoti & Kesharwani, 2020, p. 114).
- 5- **التعاطف (Empathy)**: يقيس هذا البعد مدى إهتمام المؤسسة بكل زبون بشكل فردي وفهم إحتياجاته وحل مشاكله بطريقة إنسانية، مما يزيد من رضاه ورغبته في العودة للتعامل معها (عطا الله، 2021، صفحة 287).

ثانيا: طرق قياس جودة الخدمة

بناء على الأبعاد التي تم تناولها في المطلب السابق، تبرز نماذج أساسية لتحويل هذه الأبعاد إلى مقاييس كمية، بما يسمح بقياس جودة الخدمة بشكل علمي وموضوعي، وهما:

جدول (1-1): مقارنة منهجية بين نموذجي SERVQUAL و SERVPERF لقياس جودة الخدمة

وجه المقارنة	نموذج الفجوة (SERVQUAL)	نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF)
المؤلفون	باراسورامان، زيتامل وبيري (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1988)	كرونين وتايلور (Cronin & Taylor, 1992)
المبدأ الأساسي	يعتمد على قياس "الفجوة" بين توقعات الزبون والأداء الفعلي المحقق.	يعتمد على قياس "الأداء الفعلي" المدرك فقط دون الالتفات للتوقعات
قاعدة القياس	الجودة = الأداء الفعلي - التوقعات	الجودة = الأداء الفعلي
الأبعاد المستخدمة	خمسة أبعاد (المللموسية، الاعتمادية، الإستجابة، الأمان، التعاطف)	نفس الأبعاد الخمسة لنموذج SERVQUAL
طريقة التطبيق	يتطلب استبياناً مزدوجاً (قبل وبعد الخدمة)، مما يجعله طويلاً	يتطلب استبياناً واحداً فقط (بعد الخدمة)، مما يجعله أكثر سهولة وسرعة
الانتقادات	صعوبة قياس التوقعات بدقة وتأثيرها بالحالة النفسية للزبون	يراه البعض أقل دقة في فهم تطلعات الزبون المستقبلية

المصدر: من إعداد الطالبة بالاعتماد على الأدبيات النظرية لدراسة

(EL Idrissi & Chegri, 2023, pp. 32-41)

يستخلص من خلال المقارنة السابقة أن كلا النموذجين يعتمدان على الأبعاد الخمسة الأساسية لجودة الخدمة، إلا أنهما يختلفان في طريقة القياس. فبينما يركز نموذج SERVQUAL على قياس الفجوة بين توقعات الزبائن والأداء الفعلي، يتجه نموذج SERVPERF نحو قياس الأداء المباشر كما يدركه المستفيدون، مما يجعله أسهل في التطبيق الميداني.

وبناء على ماسبق، ستعتمد هذه الدراسة في جانبها التطبيقي على نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF) بعد تكييفه رقمياً، نظراً لقدرته على قياس جودة الخدمة بشكل مباشر من وجهة نظر الزبائن، وملائمته لطبيعة مجتمع الدراسة في مؤسسة سونلغاز (عين تموشنت)، خاصة فيما يتعلق بالخدمات الرقمية المقدمة، مما يتيح تقديم صورة واضحة عن مستوى جودة الخدمة المدركة.

المبحث الثالث: الدراسات السابقة

يعد عرض الدراسات السابقة خطوة منهجية بالغة الأهمية تهدف إلى وضع الدراسة الحالية في سياقها العلمي الصحيح. وبناء عليه، تم تقسيم هذا المبحث إلى ثلاثة مطالب أساسية، حيث خصص المطلبان الأول والثاني لعرض المتغيرات كل على حدة، بينما خصص المطلب الثالث لبيان موقع الدراسة الحالية من الدراسة السابقة.

المطلب الأول: الدراسات المتعلقة بالمتغير المستقل الخدمات الرقمية

أولاً: الدراسات المحلية

1. دراسة عرقوب خديجة و بن محمد إيمان (2025)

تناولت دراسة (عرقوب و بن محمد، 2025)، موضوع "واقع تصدير الخدمات الرقمية في الجزائر وعالميا"، حيث هدفت إلى تسليط الضوء على الإطار المفاهيمي للخدمات الرقمية وتحديد أنواعها القابلة للتداول، مع تشخيص الحواجز التي تعيق إنتشارها وتطور صادراتها في الجزائر خلال الفترة الممتدة بين (2005-2023). إعتمدت الباحثتان على المنهج الوصفي التحليلي، بالإستناد إلى أداة تحليل المحتوى **Content Analysis** للتقارير والإحصائيات الرسمية الصادرة عن الهيئات الوطنية والدولية. وقد خلصت الدراسة إلى نتائج جوهرية أبرزها: أن تجارة الخدمات الرقمية في الجزائر تعد قطاعا إستراتيجيا واعدة ينمو تماشيا مع التوجهات العالمية، إلا أن تحليل المعطيات كشف عن وجود حواجز تقنية وبيروقراطية تحد من فاعلية هذا الإنتشار، كما أكدت الباحثتان على ضرورة توفير بيئة آمنة قانونيا وتقنيا لضمان جودة الأداء العام.

2. دراسة مسلوب وبوخديمي (2024)

جاءت هذه الدراسة (Mesloub, Arrouche, & Boukhedimi, 2025) بعنوان "تصدير الخدمات الرقمية كرافعة للتنويع الإقتصادي في الجزائر: دراسة حالة مؤسسة Yassir"، حيث هدفت إلى تحليل دور الخدمات الرقمية في تنويع الإقتصاد الجزائري وإبراز إمكانيات المؤسسات الناشئة في ولوج الأسواق الدولية، اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي مدعوما بأسلوب دراسة الحالة **Case Study** لمؤسسة يسير كنموذج رائد في البيئة الرقمية الجزائرية. مع الاعتماد على تحليل الوثائق والتقارير الرسمية والبيانات الإحصائية الخاصة بأداء المؤسسة ومنصاتها الرقمية، وتمت معالجتها باستخدام أساليب التحليل الكيفي والكمي. خلصت الدراسة إلى أن الخدمات الرقمية المبتكرة تساهم بفعالية في تقديم قيمة مضافة وتجاوز إيرادات المحروقات، مع التأكيد على ضرورة توفير بيئة قانونية وتقنية محفزة للمؤسسات الرقمية الناشئة.

3. دراسة مازيغي (2023)

ركزت دراسة (مازيغي، 2023)، على موضوع "الخدمات الرقمية كآلية لضمان إستمرارية المرافق العامة في ظل جائحة كورونا"، حيث استهدفت تبين دور هذه الوسائط كضمانة قانونية وإدارية تكفل سير المرافق العامة بانتظام وتفاذي انقطاعها اثناء الأزمات، واعتمدت في ذلك على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المحتوى للقوانين والمنصات الرقمية المستحدثة في قطاعات الصحة والتعليم والقضاء. وقد خلصت النتائج إلى: أن الإعتماد على الخدمات الرقمية مكن الدولة من الحفاظ على مبدأ استمرارية المرفق العام رغم توقف القنوات التقليدية، مما ساهم في توفير بيئة آمنة للموظفين والمرتكبين على حد سواء، كما أكدت الدراسة أن الجائحة كانت مسرعا لتبني الرقمنة في الإدارة الجزائرية.

ثانيا: الدراسات العربية

1. دراسة نشوى أسامة الحسن مُجد عمران (2025)

بحثت دراسة (عمران، 2025)، في موضوع "أثر الخدمات الرقمية على رضا المواطنين بجمهورية مصر العربية"، حيث هدفت إلى قياس أثر الخدمات الرقمية المقدمة عبر بوابة مصر العربية على رضا المواطنين، إعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي، بالتطبيق على عينة بلغ عددها 384 مستخدما للبوابة، وقد خلصت الدراسة إلى وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية في تحقيق رضا المواطنين، حيث أظهرت المعالجة الإحصائية أن أبعاد الفائدة والمرونة والإعتمادية كانت الأكثر تأثيرا في تعزيز مستويات الرضا، مقابل تسجيل قصور في بعدي الكفاءة والتخصيص، مما استوجب تحسين الميزات التقنية للبوابة وتطوير واجهات المستخدم لتلبية الإحتياجات الفردية، بما يضمن الإرتقاء بجودة الخدمة الرقمية الشاملة.

2. دراسة بن حكومة و آخرون (2025)

جاءت دراسة (بن حكومة، أعرج، زنداح، جربوع، و الخطاب، 2025) بعنوان "الخدمات الرقمية كمدخل لتعزيز الشفافية والاستدامة في الإدارة المحلية: دراسة ميدانية لعينات مختارة من البلديات الليبية"، وهدفت إلى تحديد دور الخدمات الرقمية في تعزيز الشفافية وتحقيق الاستدامة في الإدارة المحلية، معتمدة على المنهج الوصفي التحليلي، وباستخدام استبانة مكونة من 40 فقرة وزعت على عينة قوامها 598 فردا، وعولجت البيانات إحصائيا ببرنامج SPSS. من خلال تحليل إجابات أفراد العينة خلصت النتائج إلى: وجود علاقة إرتباطية موجبة قوية بين مستوى تطبيق الخدمات الرقمية وتعزيز الشفافية، مقابل وجود علاقة متوسطة القوة مع تحقيق الإستدامة بأبعادها الإقتصادية والإجتماعية والبيئية. إلا أن المعالجة الإحصائية كشفت أن المستوى

الفعلي للتطبيق لا يزال منخفضا جدا، بوزن نسبي قدره (35.2%) ومتوسط حسابي (1.76)، نتيجة وجود عوائق تقنية وتنظيمية وبشرية سجلت متوسطا مرتفعاً بلغ (4.17) بوزن نسبي (83.4%).

ثالثا: الدراسات الأجنبية

1. دراسة (Berardi 2022)

ركزت أطروحة الدكتوراه للباحثة (Berardi, 2022)، بعنوان "تأثير الجودة المدركة للخدمات الرقمية على الرضا: حالة تجربة الطالب غير الأكاديمية في مدارس التجارة الفرنسية"، إلى تحليل العلاقة بين الخدمات الرقمية الإدارية ورضا المستخدمين، إنطلقت الباحثة من منهج كمي؛ حيث طبق استبيان إلكتروني على عينة عددها 2779 طالبا موزعين على 8 مدارس كبرى للتجارة في فرنسا، وعولجت البيانات إحصائيا باستخدام برنامج SPSS و AMOS. وقد خلصت الدراسة إلى: وجود أثر إيجابي مباشر وقوي لـ الجودة المدركة للخدمات الرقمية على مستويات رضا الطلاب، مع الكشف عن الدور الوسيط للمهارات الرقمية، حيث تبين أن مستوى تمكن المستخدم من الأدوات التكنولوجية يؤثر بشكل مباشر في تقييمه لمعايير الجودة. و أبرزت الدراسة وجود انحياز التقدير الذاتي لدى المستخدمين، مما يؤدي إلى تباين في إدراك الجودة الفعلية للخدمة.

المطلب الثاني: الدراسات السابقة المتعلقة بالمتغير التابع جودة الخدمة

أولا: الدراسات المحلية

1. دراسة دهيمي (2026)

ركزت دراسة (دهيمي، 2026)، بعنوان "تقييم جودة الخدمات وأثرها على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على زبائن مؤسسة يسير بولاية البويرة". على قياس مدى مساهمة أبعاد جودة الخدمة الخمسة (الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف، والملموسية) في تحقيق رضا الزبائن. انطلق الباحث من المنهج الوصفي التحليلي، حيث طبق استبيان ميداني على عينة قوامها 112 زبونا، وعولجت بياناتهم إحصائيا باستخدام برنامج SPSS. خلصت الدراسة إلى وجود علاقة ارتباطية قوية وموجبة بين أبعاد الجودة و رضا الزبائن خاصة بعدي الاستجابة و التعاطف. كما كشفت النتائج أن مستوى جودة الخدمات قيم بشكل متوسط مع تميز بعد الملموسة ، مع وجود أثر معنوي لمتغير تكرار التعامل مع المؤسسة على إدراك الزبائن لعنصر الأمان.

2. دراسة بن عياش وبولكواس (2023)

تناولت دراسة (Benayache & Boulekouas, 2023)، "بعنوان تقييم جودة الخدمة باستخدام نموذج SERVPERF في شركة سونلغاز - وحدة تلمنراست"، تحليل مدى تطبيق معايير الجودة في المؤسسة العمومية بناء على مدخل الأداء الفعلي. اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، حيث طبق استبيان ميداني على عينة قوامها 60 فردا من زبائن الوحدة، لقياس الجودة عبر أبعاد (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، والتعاطف). وخلصت الدراسة إلى نتائج جوهرية، كشفت عن محدودية تطبيق معايير الجودة على مستوى الوحدة محل الدراسة، مع وجود تباين في إدراك الزبائن لهذه الأبعاد وعدم تلبية تطلعاتهم بشكل كامل.

3. دراسة بن يامين (2020)

جاءت دراسة (بن يامين، 2020) بعنوان "الإدارة الإلكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمة: دراسة حالة شركة توزيع الكهرباء والغاز - بشار"، و التي هدفت إلى إبراز دور آليات الإدارة الإلكترونية في الرفع من من مستويات جودة الخدمات المقدمة بشركة سونلغاز. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، و استخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة مكونة من 43 فردا من إطارات وموظفي (قسم العلاقات التجارية)، تمت معالجتها إحصائيا عبر برنامج SPSS. خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، تمثلت في وجود أثر إيجابي ذو دلالة إحصائية للإدارة الإلكترونية في تحسين جودة الخدمات المقدمة، كما أثبتت أن استخدام الوسائط التكنولوجية ساهم بشكل مباشر في تحسين كفاءة العمليات الإدارية والحد من الأخطاء البشرية مع سرعة الاستجابة لطلبات الزبائن.

ثانيا: الدراسات العربية

1. دراسة عمارة وآخرون (2025)

تناولت دراسة (عمارة، بربار، و نجاد، 2025)، موضوع "تأثير التحول الرقمي على جودة الخدمة المصرفية المقدمة للعميل: دراسة تطبيقية على البنوك التجارية بمصر"، حيث سعى الباحثون من خلالها إلى قياس وتحليل انعكاسات التطور الرقمي على مستوى الجودة المدركة. وقد اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، من خلال توزيع استبانة شملت عينة مكونة من 362 عميلا. وأظهرت نتائج التحليل الإحصائي وجود أثر ذو دلالة إحصائية للتحول الرقمي على أبعاد جودة الخدمة، حيث أثبتت الدراسة أن الرقمنة ساهمت مباشرة في تحسين بعدي الاستجابة والاعتمادية عبر تقليص زمن إنجاز المعاملات وضمان دقة البيانات. كما توصلت إلى أن الاستثمار في الأمان الرقمي هو المحرك الأول لتعزيز ثقة العملاء.

2. دراسة معمر (2023)

دراسة (معمر، 2023)، جاءت بعنوان "دور التطوير التنظيمي في تحسين جودة الخدمات من وجهة نظر العاملين في شركة توزيع الكهرباء بمحافظة غزة"، وهدفت إلى التعرف على مدى مساهمة أبعاد التطوير التنظيمي في الرفع من مستويات جودة الخدمات المقدمة في قطاع الطاقة. اعتمد الباحث على المنهج الوصفي التحليلي، واستخدم الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة مكونة من 256 موظفاً في الوظائف الإشرافية. توصلت الدراسة إلى وجود درجة تقدير مرتفعة لجودة الخدمات بوزن نسبي 74.6%، كما أثبتت وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين أبعاد التطوير وتحسين جودة الخدمات.

الفرع ثالثاً: الدراسات الأجنبية

1. دراسة (Silalahi & Wahyudi, 2025)

استهدفت دراسة (Silalahi & Wahyudi, 2025)، بعنوان "أثر جودة الخدمة، المرافق والثقة على رضا الزبائن"، التعرف على مدى مساهمة جودة الخدمات المقدمة في تحسين مستويات رضا الزبائن في شركة توزيع الغاز (LPG) بإندونيسيا. اعتمد الباحثان على المنهج الوصفي التحليلي، مع استخدام الاستبيان كأداة لجمع البيانات من عينة عددها 100 زبون من مستخدمي خدمات الشركة، وتمت معالجتها إحصائياً. خلصت الدراسة إلى وجود تأثير إيجابي ومعنوي لجودة الخدمة على رضا الزبائن، وأكدت أن أبعاد الجودة هي المحرك الأساسي لولاء المستهلك في قطاع الطاقة.

المطلب الثالث: موقع الدراسة الحالية من الدراسات السابقة

استكمالاً لعرض الدراسات السابقة، تستوجب المعالجة المنهجية إجراء مقارنة بينها وبين الدراسة الحالية، بغرض تبيان القيمة المضافة لهذه الأخيرة وتحديد الفجوة البحثية التي تسعى لسدها.

أولاً: المقارنة المنهجية

جدول (1-2): ملخص المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

وجه المقارنة	الدراسة الحالية	الدراسات السابقة
الزمان والمكان	مؤسسة سونلغاز عين تموشنت (2026/2025).	أنجزت الدراسات في فترات متفاوتة (2026/2020) شملت بيئات متنوعة (البويرة، تمنراست، غزة، مصر، إندونيسيا، فرنسا).
المتغيرات	تمحورت حول الخدمات الرقمية (مستقل) وجودة الخدمة (تابع).	تناولت متغيرات مثل: تصدير الخدمات، الشفافية، الإدارة الإلكترونية، التطوير التنظيمي، التحول الرقمي، الرضا.
القطاع	قطاع طاقوي عمومي ذو طابع صناعي تجاري.	تنوعت بين قطاع الطاقة، النقل، البنوك، التعليم العالي، القطاع العام الإداري.
المنهج	الوصفي التحليلي.	الوصفي التحليلي لأغلب الدراسات، الكمي (دراسة Berardi 2022).
العينة	60 زبون	تراوحت بين زبائن وموظفين، طلاب.
أدوات جمع البيانات	الاستبيان كأداة رئيسية للدراسة الميدانية.	تنوعت بين الاستبيان في الدراسات الميدانية، وأداة تحليل المحتوى في الدراسات الوصفية (دراسة مازيغي 2023).
أدوات التحليل	برنامج SPSS لمعالجة البيانات الإحصائية.	تنوعت بين برنامج SPSS (دراسة دهيمي 2026 وبين يامين 2020)، برنامج AMOS (دراسة Berardi 2022)، والتحليل الكيفي والكمي (دراسة Mesloub 2025).

المصدر: من إعداد الطالبة اعتماداً على الدراسات السابقة

ثانيا: ما يميز الدراسة الحالية (الفجوة البحثية)

من خلال عرض ومقارنة الدراسات السابقة، يمكن تحديد ملامح تميز دراستنا في النقاط التالية:

1. **من حيث السياق المكاني والزمني:** على الرغم من وجود دراسات وطنية سابقة تناولت مؤسسة سونلغاز (مثل دراسة بن عياش و بولكواس 2023)، إلا أنها ركزت على بيئة جغرافية واجتماعية مختلفة (تمنراست)، وأجريت خلال فترات زمنية سابقة. في حين ركزت هذه الدراسة على واقع الخدمات الرقمية بولاية عين تموشنت خلال سنة 2026، وهي فترة تزامنت مع اهتمام المؤسسة بتحسين بيانات الزبائن وتوسيع استخدام الخدمات الرقمية، مما يمنح الدراسة بعدا زمنيا وميدانيا مختلف نسبيا عن باقي الدراسات السابقة.
2. **من حيث طبيعة المتغيرات:** يتضح أن معظم الدراسات السابقة، سواء على المستوى الوطني أو العربي أو الأجنبي، ركزت على موضوع الخدمات الرقمية من حيث دورها في التنوع الاقتصادي وتحسين الشفافية واستمرارية المرافق، إضافة إلى تأثيرها على الرضا (مثل دراسة عرقوب وبن محمد 2025، عمران 2022، 2025، Berardi)، دون التطرق بشكل مباشر إلى العلاقة بينها وبين جودة الخدمة داخل المؤسسات العمومية الطاقوية. في المقابل تناولت دراسات أخرى موضوع جودة الخدمة من حيث قياسها وأثرها على رضا الزبائن في قطاعات مختلفة، مثل البنوك والمؤسسات الخدمية، دون الربط بشكل مباشر بين الخدمات الرقمية وجودة الخدمة كمتغير مستقل ونتيجة داخل نفس الإطار المؤسسي، خاصة في القطاع الطاقوي.
3. **من حيث الأداة المنهجية:** اعتمدت هذه الدراسة على نموذج الأداء الفعلي بعد تكييفه رقميا، فبدلا من التركيز على الابعاد المادية التقليدية كما في دراسة (بن عياش وبولكواس، 2023)، تم تعديل فقرات الاستبيان لتقيس الابعاد المرتبطة بالخدمات الرقمية، بما يسمح بقياس جودة الخدمة المدركة في البيئة الرقمية.
4. **من حيث المنظور (الزبائن مقابل الموظفين):** ركزت بعض الدراسات السابقة كدراسة (بن يامين، 2020) ودراسة (معمر، 2023)، على آراء الموظفين في تقييم الأداء وجودة الخدمة، بينما توجهت الدراسة الحالية إلى تبني منظور الزبائن بإعتبارهم الطرف المستفيد والمدرّك الفعلي لجودة الخدمات الرقمية المقدمة.

خلاصة الفصل الأول:

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل يتضح أن الخدمات الرقمية أصبحت عنصراً أساسياً في تحسين أداء المؤسسات وتطوير طرق تقديم خدماتها، خاصة في ظل التحول الرقمي المتسارع الذي يشهده العالم. كما تبين أن الجودة تتمثل في أحد أهم المؤشرات التي يعتمد عليها الزبائن في تقييم مستوى الخدمات المقدمة.

وقد تم التطرق في هذا الفصل إلى أهم المفاهيم المرتبطة بالخدمات الرقمية وخصائصها وأهميتها، إضافة إلى عرض مفهوم جودة الخدمة وأبعادها وطرق قياسها، مع استعراض مجموعة من الدراسات السابقة التي تناولت هذه المتغيرات في سياقات مختلفة.

وتشكل هذه الأسس النظرية قاعدة علمية يعتمد عليها في الجانب التطبيقي من الدراسة، والذي سيتم من خلاله تحليل أثر الخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

الفصل الثاني:

الإطار التطبيقي للخدمات الرقمية وجودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز
عين تموشنت

تمهيد

بعد الإحاطة بالجانب النظري للدراسة، والذي تناول المفاهيم المتعلقة بالخدمات وجودة الخدمة وأبعادها، يأتي هذا الفصل التطبيقي كخطوة أساسية لاختبار تلك المفاهيم على أرض الواقع.

حيث يهدف هذا الفصل إلى إسقاط الجوانب النظرية على مؤسسة سونلغاز عين تموشنت، وذلك من خلال اختبار الفرضيات المطروحة وتشخيص واقع تبنيتها للخدمات الرقمية وقياس مدى تأثيرها على جودة الخدمة من وجهة نظر الزبائن.

ولتحقيق هذا الهدف تم تقسيم هذا الفصل إلى مبحثين رئيسيين:

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج الميدانية واختبار الفرضيات

المبحث الأول: الإطار المنهجي للدراسة

يتناول هذا المبحث تقديمًا للمؤسسة محل الدراسة، مع عرض المنهج المتبع، أدوات جمع البيانات، وأساليب المعالجة الإحصائية وصولاً إلى اختبار ثبات وصدق أداة الدراسة.

المطلب الأول: التعريف بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت

تعد مديرية التوزيع لولاية عين تموشنت وحدة عملياتية أساسية تابعة لشركة "مجمع سونلغاز"، وهي مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي قدره 64 مليار دج، تقع المديرية في طريق شعبة اللحم بولاية عين تموشنت، وتخضع إدارياً وتنظيمياً لإشراف ناحية التوزيع بوهران.

أولاً: المهام الأساسية والدور الاقتصادي للمديرية:

تتولى المديرية دور الوسيط الحيوي بين شركات الانتاج والنقل والزبون النهائي، وتتمحور مهامها الجوهرية حول:

- توزيع وبيع الطاقة: شراء الكهرباء والغاز وتأمين وصولها للزبائن وفق التسعيرات المعتمدة من سلطة ضبط الكهرباء والغاز.
- الإشراف التقني: تسيير شبكات التوزيع وضمان تحويل الجهد الكهربائي من المتوسط إلى المنخفض لضمان استهلاك آمن وفعال.
- ضمان الخدمة العمومية: السهر على استمرارية التزويد بالطاقة، وصيانة الشبكات، وتوسيعها لتلبية الاحتياجات المتزايدة بالولاية.

ثانياً: الهيكل التنظيمي للمديرية:

تعتمد مديرية عين تموشنت الهيكل الموحد الخاص بمديريات التوزيع من الصنف الأول، والذي يهدف إلى تحقيق تسيير عقلاني من خلال المستويات التالية:

- المديرية: التي تشرف على التخطيط الاستراتيجي وتنسيق عمل الأقسام
- الاقسام المركزية: وتضم المصالح الإدارية والمالية والموارد البشرية التي تضمن الدعم الوجستي للعمليات.

- الامتداد الجغرافي (الوكالات): تتوزع الخدمات تجاريا وتقنيا لتغطية إقليم الولاية عبر وكالات كبرى وقواعد تقنية في كل من: (عين تموشنت، بني صاف، حمام بوحجر، العامرية).

ثالثا: التوجه الرقمي وتعزيز جودة الخدمة.

انسجاما مع استراتيجية مجمع سونلغاز الرامية للتحويل الرقمي، تعتمد مديرية التوزيع على آليات رقمية لرفع مستوى جودة الخدمة من خلال الأقسام التالية:

- القسم التجاري: المشرف الأول على العلاقة مع الزبون عبر القنوات الرقمية (كالوكالة الافتراضية، الدفع الالكتروني عبر "بريدي موب" و الموقع الرسمي للمؤسسة). ولضمان فعالية هذه الخدمات، أطلقت المديرية حملة واسعة لتحسين بيانات الزبائن (كما هو موضح في الملحق رقم 2 و 3) تهدف إلى ضمان دقة التواصل وسرعة معالجة الملفات رقميا.
- قسم استغلال أنظمة المعلومات: وهو المحرك التقني الذي يضمن تدفق البيانات وتسيير قاعدة بيانات الزبائن وتأمين المعاملات الرقمية.
- مراكز الاتصال: التي تمثل الواجهة التفاعلية الرقمية لاستقبال الشكاوى وتوجيه الفرق التقنية للتدخل الفوري.

المطلب الثاني: منهجية الدراسة

أولا: المنهج المعتمد في الدراسة

يعد المنهج المسار العلمي الذي يسلكه الباحث للإحاطة بالظاهرة المدروسة وتحليلها. وفي هذه الدراسة تم الاعتماد على:

المنهج الوصفي التحليلي:

يعد هذا المنهج الأنسب لطبيعة الدراسة، حيث استخدم الجانب الوصفي لتأصيل المفاهيم النظرية المرتبطة بمتغيرات الدراسة وتوصيف واقع الخدمات الرقمية بالمؤسسة، في حين استخدم الجانب التحليلي لمعالجة البيانات الميدانية واختبار فرضيات الدراسة باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

ثانيا: مجتمع وعينة الدراسة

يتكون مجتمع الدراسة من زبائن مديرية التوزيع للكهرباء والغاز لولاية عين تموشنت، وتم اختيار عينة عشوائية من الزبائن الوافدين إلى الوكالة خلال فترة الدراسة الميدانية، حيث استقرت العينة النهائية عند 60 زبونا.

المطلب الثالث: أدوات جمع البيانات والمعالجة الإحصائية

يتضمن هذا المطلب عرضا للأدوات المنهجية المستخدمة في جمع البيانات الأولية من الميدان، بالإضافة إلى تحديد الأساليب الإحصائية المعتمدة في معالجتها وتحليلها.

أولا: أداة الدراسة

➤ الاستبيان

يعد الاستبيان الأداة الرئيسية التي اعتمدنا عليها في جمع البيانات الميدانية، نظرا لملاءمته لطبيعة المنهج الوصفي التحليلي المتبع في هذه الدراسة. حيث تم إعداد وصياغة عباراته بالاستناد إلى الموقع الرسمي للمؤسسة ومتابعة نشاطها الاعلامي، وذلك لضمان واقعية الأسئلة وموضوعية إجابات المبحوثين.

➤ وصف محاور الاستبيان

تضمن الاستبيان في صورته النهائية 29 سؤالا وعبارة، موزعة على على ثلاثة محاور أساسية كما يلي، أنظر للملحق رقم (1):

المحور الأول: البيانات الشخصية: ويتضمن 4 أسئلة حول المعلومات العامة للمبحوثين (الجنس، الفئة العمرية، المستوى التعليمي، ووتيرة استخدام الخدمات الرقمية).

المحور الثاني: الخدمات الرقمية (المتغير المستقل): ويحتوي على 10 عبارات (من العبارة 1 إلى 10) تهدف إلى توصيف واقع الخدمات الرقمية المتوفرة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت، من خلال رصد مدى اطلاع الزبائن عليها واستخدامهم الفعلي لها.

المحور الثالث: جودة الخدمة (المتغير التابع): ويحتوي على 15 عبارة تهدف إلى قياس مستوى جودة الخدمة، وذلك بالاعتماد على نموذج الأداء الفعلي (SERVPERF)، بأبعاده الخمسة، وهي مقسمة كالتالي:

- الملموسية (من العبارة 11 إلى 13).
- الاعتمادية (من العبارة 14 على 16).
- الاستجابة (من العبارة 17 إلى 19).
- الأمان (من العبارة 20 إلى 22).
- التعاطف (من العبارة 23 إلى 25).

للإجابة على عبارات المحور الثاني والثالث، تم الاعتماد على "مقياس ليكرت الخماسي"، حيث يتطلب من الزبون تحديد درجة موافقته على كل عبارة من العبارات الواردة في الاستبيان كما يلي:

الجدول (1-2): سلم ليكرت الخماسي

الدرجة	خيارات الإجابة
1	غير موافق بشدة
2	غير موافق
3	محايد
4	موافق
5	موافق بشدة

المصدر: من إعداد الطالبة

ولغرض تحديد مستويات الإجابة وفق مقياس ليكرت الخماسي، تم حساب طول الفئة باستخدام معادلة المدى، وذلك بقسمة الفرق بين أعلى وأدنى قيمة على عدد الفئات.

$$\text{طول الفئة} = 5 / (1-5) = 0.8$$

الجدول (2-2): تحديد مستويات الإجابة وفق مقياس ليكرت الخماسي

مجال المتوسط الحسابي	من 1.00 إلى 1.80	من 1.81 إلى 2.60	من 2.61 إلى 3.40	من 3.41 إلى 4.20	من 4.21 إلى 5.00
مستوى الموافقة	منخفض جدا	منخفض	متوسط	مرتفع	مرتفع جدا

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على مقياس ليكرت الخماسي

➤ آلية توزيع أداة الدراسة

تمت عملية جمع البيانات ميدانيا على مستوى الوكالة التجارية التابعة للمديرية، ولضمان أعلى استجابة وتسهلا على زبائن المؤسسة، تم الاعتماد على استبيان مزدوج الوسيلة، حيث تضمنت النسخة الورقية رمز استجابة سريعة (QR Code) يتيح للزبائن خيار الإجابة إلكترونيا. وقد أسفرت العملية عن جمع 60 استمارة صالحة للتحليل (38 ورقية و22 إلكترونية).

الجدول (3-2): توزيع أفراد العينة حسب طريقة الإجابة على الاستبيان

طريقة الإجابة	العدد	النسبة المئوية
اجابات ورقية	38	63.33%
اجابات إلكترونية	22	36.67%
المجموع	60	100%

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على المعطيات الميدانية

ثانيا: البرامج والأساليب الإحصائية المستخدمة

من أجل معالجة البيانات الميدانية واختبار فرضيات الدراسة، تم الاعتماد على برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية (SPSS V.20)، حيث استخدمت الأساليب الإحصائية التالية:

1. معامل ألفا كرونباخ: لقياس ثبات أداة الدراسة (الاستبيان).
2. معامل ارتباط بيرسون: للتأكد من صدق الاتساق الداخلي للأداة، وقياس قوة واتجاه العلاقة بين متغيرات الدراسة.
3. الإحصاء الوصفي (التكرارات، النسب المئوية، المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية): لوصف خصائص العينة وتحليل إجابات أفرادها.

4. تحليل الانحدار الخطي البسيط: لاختبار أثر الخدمات الرقمية على جودة الخدمة المدركة واستخراج معادلة الانحدار.

5. إختبار (T-Test) للعينة المستقلة: لاختبار الفروق حسب متغير الجنس.

6. إختبار التباين الأحادي (One-Way ANOVA): لاختبار الفروق حسب متغير الفئة العمرية، المستوى التعليمي، وتيرة الاستخدام.

7. الاختبارات البعدية (Games-Howell و Tukey): لتحديد اتجاه الفروق بين الفئات.

المطلب الرابع: اختبار ثبات وصدق أداة الدراسة

يعد التأكد من ثبات أداة الدراسة وصدق اتساقها من الخطوات الأساسية في البحث العلمي، لما له من أهمية في ضمان دقة النتائج ومصادقيتها، وعليه تم إخضاع الاستبيان لمجموعة من الاختبارات للتحقق من صلاحيته للقياس.

أولاً: ثبات أداة الدراسة

يقصد بثبات أداة الدراسة مدى استقرار نتائج الاستبيان عند إعادة تطبيقه في ظروف مماثلة، وللتحقق من ذلك تم الاعتماد على معامل ألفا كرونباخ.

الجدول (2-4): قيم معامل الثبات ألفا كرونباخ لثبات محاور وأبعاد أداة الدراسة

المحور / البعد	عدد العبارات	معامل ألفا كرونباخ
الاستبيان ككل	29	0.969
المحور الثاني: الخدمات الرقمية	10	0.950
المحور الثالث: جودة الخدمة	15	0.954
بعد الملموسية	3	0.862
بعد الاعتمادية	3	0.873
بعد الاستجابة	3	0.801
بعد الأمان	3	0.847
بعد التعاطف	3	0.884

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن قيم معامل ألفا كرونباخ لقياس ثبات أداة الدراسة، جاءت مرتفعة في جميع المحاور والأبعاد، حيث بلغت في المحور الثاني (0.950)، وفي المحور الثالث (0.954)، بينما تراوحت قيم الأبعاد بين (0.801) و (0.884). كما سجل معامل الثبات للاستبيان ككل قيمة مرتفعة بلغت (0.969).

وبناء على هذه النتائج يمكن القول أن أداة الدراسة تتمتع بدرجة عالية من الثبات، مما يجعلها صالحة للاستخدام في التحليل الإحصائي.

الفرع الثاني: صدق أداة الدراسة

أولاً: الصدق الظاهري

بعد تصميم الاستبيان في صورته الأولية تم عرضه على الأستاذ المشرف، الذي قام بمراجعته وتقديم التوجيهات والملاحظات اللازمة، وبناء عليها تم ضبط الصيغة النهائية للاستبيان واعتمادها للتوزيع الميداني.

ثانياً: صدق الاتساق الداخلي

يهدف صدق الاتساق الداخلي إلى قياس مدى ترابط عبارات الاستبيان مع بعضها البعض وارتباطها بالمحور الذي تنتمي إليه، وذلك للتأكد من صلاحية الأداة لقياس ما وضعت من أجله.

يبين الجدول التالي نتائج صدق الاتساق الداخلي لمحور الخدمات الرقمية.

الجدول (2-5): معاملات ارتباط بيرسون لصدق الاتساق الداخلي لمحور الخدمات الرقمية

رقم العبارة	معامل ارتباط بيرسون
01	0.885**
02	0.852**
03	0.805**
04	0.853**
05	0.767**
06	0.721**

0.851**	07
0.852**	08
0.868**	09
0.881**	10

** الارتباط دال عند مستوى الدلالة 0.01.

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه، أن معاملات ارتباط بيرسون لعبارات محور الخدمات الرقمية موجبة ودالة إحصائياً عند مستوى (0.01)، حيث تراوحت قيمها بين (0.721) كأدنى حد و(0.885) كأعلى حد. مما يدل على وجود اتساق داخلي قوي بين عبارات المحور.

يبين الجدول التالي نتائج صدق الاتساق الداخلي لمحور جودة الخدمة.

الجدول (2-6): معاملات ارتباط بيرسون لصدق الاتساق الداخلي لمحور جودة الخدمة وأبعاده

البعاد	رقم العبارة	معامل ارتباط العبارة بالبعد	معامل ارتباط البعد بالمحور
الملموسية	11	0.876**	0.912**
	12	0.900**	
	13	0.892**	
الاعتمادية	14	0.945**	0.891**
	15	0.907**	
	16	0.824**	
الاستجابة	17	0.883**	0.907**
	18	0.826**	
	19	0.843**	
الأمان	20	0.895**	0.881**
	21	0.912**	
	22	0.826**	
التعاطف	23	0.898**	0.861**
	24	0.890**	
	25	0.933**	

** الارتباط دال عند مستوى الدلالة 0.01.

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه، أن جميع معاملات الارتباط بيرسون لعبارات محور جودة الخدمة بأبعاده الفرعية، وكذلك ارتباط الأبعاد بالمحور ككل، جاءت دالة إحصائياً عند مستوى دلالة (0.01)، حيث تراوحت قيم ارتباط العبارات بالأبعاد بين (0.824 و 0.945)، بينما تراوحت قيم ارتباط الأبعاد بالمحور ككل بين (0.861 و 0.912). وهذا ما يدل على تمتع أداة الدراسة بدرجة عالية من صدق الاتساق الداخلي.

ثالثاً: الصدق البنائي لمحاور الاستبيان

للتحقق من الصدق البنائي للمحاور، تم حساب معامل ارتباط بيرسون بين الخدمات الرقمية والأبعاد الفرعية لجودة الخدمة، بهدف قياس مدى ترابط المتغير المستقل مع المتغير التابع في النموذج التطبيقي.

الجدول (2-7): نتائج معامل ارتباط بيرسون بين الخدمات الرقمية وأبعاد جودة الخدمة

الخدمات الرقمية	0.880**	0.907**	0.844**	0.827**	0.813**
جودة الخدمة	بعد الملموسية	بعد الاعتمادية	بعد الاستجابة	بعد الأمان	بعد التعاطف

** الارتباط دال عند مستوى الدلالة 0.01

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

أظهرت نتائج معامل ارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية موجبة وقوية ودالة إحصائياً بين المحور الأول (الخدمات الرقمية) وجميع أبعاد المحور الثاني (جودة الخدمة)، حيث تراوحت معاملات الارتباط بين 0.813 و 0.907، مما يدل على وجود ترابط قوي بين المتغيرين.

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج الميدانية واختبار الفرضيات

يهدف هذا المبحث إلى عرض نتائج الدراسة الميدانية وتحليلها، واختبار الفرضيات، وصولاً إلى تحليل الفروق بين أفراد العينة وفق المتغيرات الشخصية.

المطلب الأول: عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة

يهدف هذا المطلب إلى عرض وتحليل خصائص عينة الدراسة، من خلال تقديم توزيع أفرادها حسب المتغيرات الشخصية المعتمدة في الدراسة.

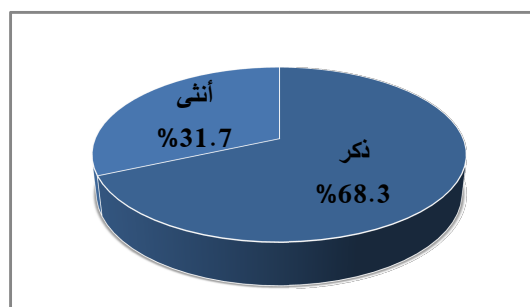
أولاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

يوضح الجدول والشكل التالي، توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.

الجدول: (2-8): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الشكل (2-1): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	41	68.3%
أنثى	19	31.7%
المجموع	60	100%



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه، أن فئة الذكور هي الغالبة في عينة الدراسة بتكرار قدره (41) ونسبة (68.3%)، مقابل (19) أنثى بنسبة (31.7%).

وقد يفسر ذلك، لكون أغلب عقود الاشتراك مسجلة بأسماء أرباب الأسر (الذكور)، إضافة إلى كونهم الفئة الأكثر تردداً على الوكالات التجارية للقيام بالمعاملات الإدارية والاستفادة من الخدمات الرقمية، وهو ما يتوافق مع الخصائص الاجتماعية للمنطقة محل الدراسة.

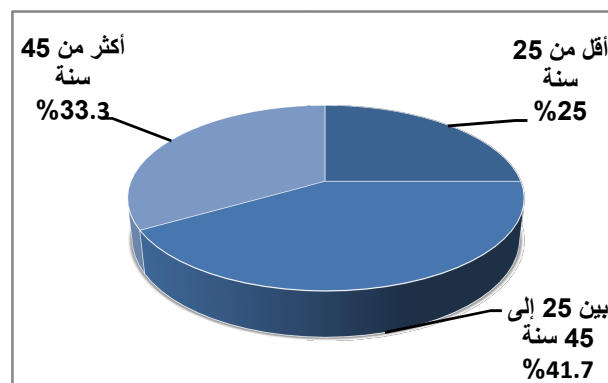
ثانيا: توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

يوضح الجدول والشكل التالي، توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير العمر.

الشكل (2-2): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

الجدول (2-9): توزيع أفراد العينة حسب متغير العمر

النسبة المئوية	التكرار	العمر
%25	15	أقل من 25 سنة
%41.7	25	بين 25 إلى 45 سنة
%33.3	20	أكثر من 45 سنة
%100	60	المجموع



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن الفئة العمرية (بين 25 إلى 45 سنة) هي الأكثر تمثيلا في العينة، بتكرار قدره (25) ونسبة (%41.7)، تليها فئة (أكثر من 45 سنة) بنسبة (%33.3)، وأخيرا فئة (أقل من 25 سنة) بنسبة (%25).

وقد يفسر ذلك بكون الفئة العمرية المتوسطة (25-45 سنة) تمثل الشريحة الأكثر نشاطا ومسؤولية في التعامل مع المؤسسات الخدمية وإدارة الالتزامات المنزلية، كما أنها تجمع بين القدرة على استخدام الوسائل التقنية والحاجة الفعلية للاستفادة من الخدمات الرقمية لتوفير الوقت والجهد.

كما قد يشير تمثيل الفئات الأخرى بنسب معتبرة إلى اتساع الوعي باستخدام هذه الخدمات لدى مختلف شرائح زبائن مؤسسة سونلغاز بعين تموشنت.

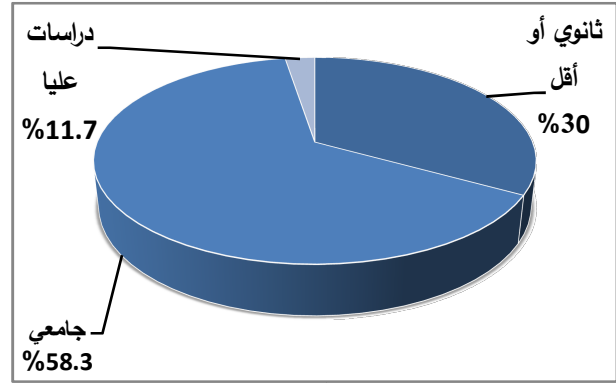
ثالثا: توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

يوضح الجدول والشكل التالي، توزيع عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

الشكل (2-3): توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

الجدول (2-10): توزيع افراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
30%	18	ثانوي أو أقل
58.3%	35	جامعي
11.7%	7	دراسات عليا
100%	60	المجموع



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يبين الجدول أعلاه أن الفئة الجامعية هي الأكثر تمثيلا في عينة الدراسة بتكرار (35) ونسبة (58.3%)، تليها فئة (ثانوي أو أقل) بتكرار (18) ونسبة (30%)، ثم فئة (دراسات عليا) بتكرار (7) ونسبة (11.7%).

وقد تفسر هذه النتائج، بكون أغلب متعاملي الخدمات الرقمية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت من ذوي المستوى التعليمي العالي، نظرا لكونهم الأكثر احتكاكا واستخداما للوسائل التكنولوجية الحديثة، مما يسهل عليهم التفاعل مع هذه الخدمات وتقديم تقييم أكثر دقة وموضوعية.

أما تمثيل الفئة ذات المستوى التعليمي ثانوي أو أقل بنسبة معتبرة، فيعكس توسع استخدام الخدمات الرقمية ليشمل مختلف المستويات التعليمية، وليس اقتصره على فئة معينة فقط.

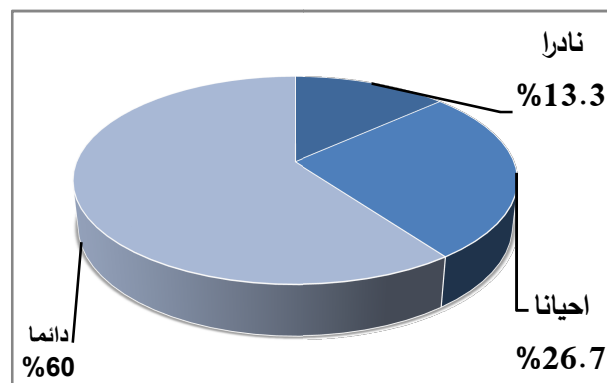
رابعاً: توزيع أفراد العينة حسب متغير وتيرة الاستخدام

يوضح الجدول والشكل التالي، توزيع أفراد العينة حسب متغير وتيرة استخدام الخدمات الرقمية.

الشكل (2-4): توزيع أفراد العينة حسب متغير وتيرة الاستخدام.

الجدول (2-11): توزيع أفراد العينة حسب متغير وتيرة الاستخدام.

وتيرة الاستخدام	التكرار	النسبة المئوية
نادرا	8	13.3%
أحيانا	16	26.7%
دائما	36	60%
المجموع	60	100%



المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات SPSS

يشير الجدول أعلاه إلى أن فئة الاستخدام (دائما) هي الأكثر تمثيلا في عينة الدراسة بتكرار قدره (36) ونسبة (60%)، تليها فئة الاستخدام (أحيانا) بتكرار (16) ونسبة (26.7%)، بينما جاءت فئة الاستخدام (نادرا) في المرتبة الأخيرة بتكرار (8) ونسبة (13.3%).

ويمكن تفسير هذه النتائج، بوجود تحول فعلي في سلوك الزبائن نحو الاعتماد على الحلول الرقمية كبديل للأساليب التقليدية، مع بقاء شريحة محدودة في طور الانتقال التدريجي نحو هذه الخدمات.

المطلب الثاني: تحليل محاور الدراسة

يهدف هذا المطلب إلى تحليل محاور الدراسة، من خلال عرض نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، قصد تحديد مستوى استجابات أفراد العينة.

أولاً: تحليل محور الخدمات الرقمية

يبين الجدول الموالي نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول واقع الخدمات الرقمية المقدمة من طرف مؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

الجدول (2-12): نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لحوار الخدمات الرقمية

الرقم	العبارة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الموافقة
01	توفر منصات رقمية	4.28	0.846	مرتفع جدا
02	تحسين البيانات الشخصية	4.03	0.938	مرتفع
03	الاطلاع على الاستهلاك	4.52	0.892	مرتفع جدا
04	الرفع الآلي للعداد	3.88	1.059	مرتفع
05	توفر الدفع الإلكتروني	4.48	0.813	مرتفع جدا
06	الإشعارات النصية	4.43	0.745	مرتفع جدا
07	تدابير أمنية لحماية البيانات	3.78	1.043	مرتفع
08	الوكالة الافتراضية	4.35	0.988	مرتفع جدا
09	قنوات الشكاوى الرقمية	3.80	1.022	مرتفع
10	شمولية منصة E-services	4.10	0.775	مرتفع
--	الخدمات الرقمية	4.16	0.762	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول أعلاه أن المتوسط الحسابي العام للمحور بلغ (4.16)، وهو ما يقع ضمن مستوى موافقة (مرتفع) حسب مقياس ليكرت المستخدم، مما يشير إلى انطباق إيجابي عام لدى الزبائن اتجاه الخدمات الرقمية المقدمة، كما بلغت قيمة الانحراف المعياري الإجمالي (0.762)، وهي قيمة أقل الواحد الصحيح، مما يعكس وجود تجانس نسبي في آراء أفراد العينة.

ومن خلال القراءة التحليلية للبيانات، يتضح أن عبارة "الاطلاع على الاستهلاك" تصدرت المرتبة الأولى بمتوسط حسابي (4.52) وانحراف معياري (0.892)، تليها خدمة "الدفع الإلكتروني" بمتوسط (4.48) وانحراف (0.813)، تليها خدمة "الإشعارات النصية" بمتوسط (4.43) وانحراف (0.745). وقد يفسر ذلك بكون هذه الخدمات تلي بعض المعاملات اليومية والأساسية للزبائن، حيث تجنبهم عناء التنقل والانتظار في الوكالات التجارية.

في المقابل، سجلت بعض العبارات متوسطات أقل نسبيا وانحرافات معيارية أعلى من الواحد، منها عبارتا "قنوات الشكاوى الرقمية" و"تدابير أمنية لحماية البيانات" بمتوسط (3.78) و(3.80) وانحراف معياري (1.043) و(1.022)، وهو ما قد يفسر بتفضيل بعض الزبائن للتواصل المباشر عند تقديم

الشكاوى لضمان سرعة الاستجابة، إضافة إلى وجود بعض التخوفات المتعلقة بأمن المعاملات الرقمية (المالية والشخصية).

ثانيا: تحليل محور جودة الخدمة وأبعاده

يبين الجدول التالي نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لإجابات أفراد العينة حول مستوى جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت.

الجدول (2-13): نتائج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لمحور جودة الخدمة وأبعاده

الرقم	الأبعاد والعبارات	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	مستوى الموافقة
--	بعد الملموسية	4.02	0.742	مرتفع
11	تنظيم واجهة الموقع	4.07	0.710	مرتفع
12	التوافق مع الأجهزة الذكية	4.05	0.928	مرتفع
13	وضوح الإرشادات البصرية	3.97	0.863	مرتفع
--	بعد الاعتمادية	4.18	0.879	مرتفع
14	دقة تنفيذ المعاملات	4.10	1.085	مرتفع
15	دقة حساب الاستهلاك	4.33	1.003	مرتفع جدا
16	استمرارية الخدمة	4.13	0.853	مرتفع
--	بعد الاستجابة	4.22	0.849	مرتفع جدا
17	سرعة المعاملات الرقمية	4.48	0.965	مرتفع جدا
18	التأكيد الفوري للعمليات	4.50	0.873	مرتفع جدا
19	استجابة الدعم الفني	3.70	1.154	مرتفع
--	بعد الأمان	3.71	0.954	مرتفع
20	أمان الدفع الإلكتروني	3.73	1.233	مرتفع
21	حماية خصوصية البيانات	3.70	1.030	مرتفع
22	حماية الحقوق المالية	3.72	0.993	مرتفع
--	بعد التعاطف	3.70	0.976	مرتفع
23	سهولة الاستخدام لكل الفئات	3.42	1.109	مرتفع
24	الإرشادات والنصائح التوعوية	4.03	0.882	مرتفع
25	الاهتمام بانشغالات الزبائن	3.67	1.230	مرتفع
--	جودة الخدمة	3.97	0.782	مرتفع

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من نتائج الجدول أعلاه، أن المعدل العام للمحور سجل متوسطا حسابيا قدره (3.97) وانحرافا معياريا (0.782)، مما يعكس تقييما مرتفعا لجودة الخدمة، مع وجود تجانس نسبي في آراء أفراد العينة بشكل عام، رغم تسجيل تباين في بعض العبارات.

وبتحليل أبعاد هذا المحور وبالاستناد إلى العبارات المفسرة له، يمكن استنتاج مايلي:

1. بعد الملموسية (الرتبة الثالثة بمتوسط 4.02):

تتسم آراء الزبائن هنا بالانسجام (انحرافات أقل من 1)، حيث يظهر قبولا عاما من طرف الزبائن لشكل الواجهة الرقمية وتوافقها مع الأجهزة، وهو مايدل على استقرار الجانب البصري للمنصات الرقمية ورضا نسبي عنه.

2. بعد الاعتمادية (الرتبة الثانية بمتوسط 4.18):

حقق هذا البعد توافقا جيدا، خاصة في عبارة "دقة حساب الاستهلاك" بمتوسط قدره (4.33)، غير أنه تم تسجيل تشتت نسبي في الإجابات حول عبارة "دقة تنفيذ المعاملات" بانحراف معياري بلغ (1.085)، وهو ما يمكن تفسيره بارتباط هذه العملية بأنظمة برمجية آلية دقيقة، مما يعزز ثقة الزبائن في حساباتها، مقابل تباين آرائهم حول عملية التنفيذ نتيجة التخوف من وقوع أعطال تقنية مفاجئة أثناء الاستخدام.

3. بعد الاستجابة (الرتبة الأولى بمتوسط 4.22):

يعد هذا البعد الأكثر تقديرا من وجهة نظر الزبائن، خاصة في عبارة "التأكيد الفوري للعمليات" التي سجلت متوسطا قدره (4.50). ومع ذلك، نلاحظ تباينا في الآراء حول عبارة "استجابة الدعم الفني" بانحراف معياري قدره (1.154)، مما يشير إلى أن الزبائن يلمسون سرعة في الأنظمة الآلية، غير أن تجاربهم تختلف عندما يتعلق الأمر بالتدخل البشري، حيث ترتبط جودة الاستجابة هنا بمدى تعقيد المشكلة التقنية من جهة، وبكفاءة وسرعة الموظف المكلف بالدعم الفني من جهة أخرى.

4. بعدي الأمان والتعاطف (الرتب الأخيرة بمتوسط 3.71 و 3.70):

بالرغم من وقوع هذه القيم في مستوى موافقة (مرتفع)، إلا أن تسجيل بعض عباراتهما لانحرافات معيارية تجاوزت الواحد، مثل عبارة "امان الدفع الإلكتروني" بانحراف (1.233) وعبارة "سهولة الاستخدام لكل الفئات" بانحراف (1.109)، يعكس تباينا وتحفظا في آراء أفراد العينة. ويمكن إرجاع ذلك إلى استمرار التخوف التقليدي من التهديدات السيبرانية أو تسريب البيانات الشخصية، إضافة إلى طبيعة الخدمات الرقمية التي تفتقر للتفاعل الإنساني المباشر، فضلا عن وجود فجوة تقنية لدى بعض الفئات ككبار السن.

المطلب الثالث: اختبار الفرضيات

تم في هذا المطلب اختبار صحة الفرضيات التي قامت عليها الدراسة، باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

أولا: اختبار الفرضية الرئيسية الأولى

لاختبار أثر الخدمات الرقمية على جودة الخدمة بالمؤسسة محل الدراسة، تم صياغة الفرضيتين التاليتين إحصائيا:

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

وللفصل في قبول أو رفض إحدى الفرضيتين، تم الاعتماد على تحليل الانحدار الخطي البسيط

1. اختبار صلاحية نموذج الانحدار للفرضية الرئيسية

الجدول (2-14): نتائج اختبار F لصلاحية نموذج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسية

قيمة F المحسوبة	مستوى الدلالة Sig
659.131	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

للتأكد من صلاحية النموذج ككل لاختبار العلاقة بين المتغيرين، تم الاعتماد على تحليل التباين (ANOVA)، وتحديدًا قيمة F المحسوبة. ومن خلال الجدول نلاحظ أن قيمة F بلغت (631.131)، كما بلغت قيمة مستوى الدلالة (Sig = 0.000)، وهي أقل من مستوى الدلالة المعتمد في الدراسة (0.05)، مما يؤكد صلاحية النموذج إحصائياً وملاءمته لاختبار الفرضية وقياس الأثر.

2. تحليل درجة الارتباط والتفسير (R^2 و R)

الجدول (2-15): معاملات الارتباط والتحديد بين الخدمات الرقمية وجودة الخدمة المدركة

معامل التحديد المعدل R^2	معامل الارتباط R
0.919	0.959

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بلغت ($R = 0.959$)، وهي قيمة تشير إلى وجود علاقة طردية قوية بين الخدمات الرقمية وجودة الخدمة، مما يعني أن المتغيرين يسيران في نفس الاتجاه. كما بلغت قيمة معامل التحديد المعدل ($R^2 = 0.919$)، وهذا يعني أن الخدمات الرقمية تفسر ما نسبته (91.9%) من التغيرات التي تحدث في جودة الخدمة من وجهة نظر زبائن المؤسسة، بينما تعود (8.1%) إلى عوامل أخرى خارج نطاق الدراسة.

3. تقدير النموذج واتخاذ القرار النهائي للفرضية

الجدول (2-16): معاملات نموذج الانحدار الخطي البسيط للفرضية الرئيسية

المتغيرات	المعامل (B)	قيمة (t)	مستوى الدلالة (Sig)
الثابت	0.124	0.763	0.449
الخدمات الرقمية	0.983	25.674	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

معادلة النموذج:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0.124 + 0.983X$$

يلاحظ من الجدول والمعادلة أعلاه، أن معامل الانحدار للمتغير المستقل (B) بلغ قيمة قدرها (0.983)، وهي قيمة دالة إحصائيا بالنظر إلى قيمة (t) المحسوبة (25.674) ومستوى الدلالة (Sig = 0.000)، وهذا يوضح أن كلما تحسن مستوى الخدمات الرقمية بوحدة واحدة، ارتفع مستوى جودة الخدمة بمقدار (0.983).

أما الثابت ($a = 0.124$) فيمثل قيمة جودة الخدمة في حالة انعدام الخدمات الرقمية، وهو غير دال إحصائيا نظرا لأن مستوى دلالاته (Sig = 0.449) وهو أكبر من مستوى المعنوية (0.05).

وبناء على هذه النتائج، يتم رفض الفرضية الصفرية (H_0) وقبول الفرضية البديلة (H_1)، التي تنص على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

ثانيا: اختبار الفرضيات الفرعية

بعد اختبار الفرضية الرئيسية للدراسة، ومن أجل قياس أثر الخدمات الرقمية على مختلف أبعاد جودة الخدمة، تم صياغة الفرضيات الفرعية التالية:

1. اختبار أثر الخدمات الرقمية على بعد الملموسية

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الملموسية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الملموسية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول (2-17): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لاختبار أثر الخدمات الرقمية على بعد الملموسية

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد المعدل R^2	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الخدمات الرقمية	بعد الملموسية	0.880	0.770	198.440	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يشير الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.880)، مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين الخدمات الرقمية وبعد الملموسية. كما بلغت قيمة معامل التحديد المصحح (0.770)، وهذا يعني أن الخدمات الرقمية تفسر ما نسبته (77%) من التغيرات الحاصلة في بعد الملموسية، بينما تعود النسبة المتبقية (23%) إلى عوامل أخرى لم يتم التطرق إليها.

كما بلغت قيمة F المحسوبة (198.440) عند مستوى دلالة (Sig = 0.000)، وهو أقل من مستوى معنوية (0.05). مما يؤكد معنوية النموذج وصلاحيته الإحصائية.

جدول (2-18): معاملات الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الأولى

المتغيرات	المعامل (B)	قيمة (t)	مستوى الدلالة SIG
الثابت	0.461	1.792	0.078
الخدمات الرقمية	0.856	14.087	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من جدول المعاملات، أن قيمة معامل الانحدار بلغت (B = 0.856)، وهي دالة إحصائية عند مستوى دلالة (Sig = 0.000)، وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05)، كما بلغت قيمة (t) المحسوبة (14.087).

كما نلاحظ أن قيمة الثابت (a = 0.461)، غير دالة إحصائية بما أن (0.078) أكبر من (0.05). مما يعني أن بعد الملموسية يعتمد بشكل أساسي على الخدمات الرقمية في هذا النموذج.

وبناء على ذلك، يتم رفض الفرضية (H₀) وقبول الفرضية (H₁)، مما يؤكد وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الملموسية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

معادلة النموذج:

$$Y = 0.461 + 0.856X$$

2. اختبار أثر الخدمات الرقمية على بعد الاعتمادية

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الاعتمادية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الاعتمادية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول (2-19): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد الاعتمادية

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد المعدل R^2	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الخدمات الرقمية	بعد الاعتمادية	0.907	0.820	269.769	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تشير النتائج الموضحة أعلاه، أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.907)، مما يدل على وجود علاقة طردية قوية بين الخدمات الرقمية وبعد الاعتمادية. كما بلغت قيمة معامل التحديد المصحح (0.820)، وهو ما يعني أن الخدمات الرقمية تساهم في تفسير (82%) من التغيرات الحاصلة في بعد الاعتمادية، بينما تعود النسبة المتبقية (18%) إلى عوامل أخرى خارج نطاق الدراسة.

كما بلغت قيمة F المحسوبة (269.769) عند مستوى دلالة (Sig = 0.000)، وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد (0.05). مما يؤكد معنوية النموذج الإحصائي.

جدول (2-20): معاملات الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الثانية

المتغيرات	المعامل (B)	قيمة (t)	مستوى الدلالة SIG
الثابت	0.169	0.628	0.533
الخدمات الرقمية	1.046	16.425	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل الانحدار، سجل قيمة موجبة بلغت ($B = 1.046$)، مما يدل على وجود أثر طردي للخدمات الرقمية على بعد الاعتمادية، كما بلغت قيمة (t) المحسوبة (16.425)، عند مستوى معنوية ($Sig = 0.000$)، وهو أقل من مستوى المعنوية المعتمد (0.05) .

وبناء على ذلك، يتم رفض الفرضية (H_0) وقبول الفرضية (H_1)، مما يؤكد وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الاعتمادية بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05) .

معادلة النموذج:

$$Y = 0.169 + 1.046X$$

3. اختبار أثر الخدمات الرقمية على بعد الاستجابة

الفرضية الصفرية (H_0): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الاستجابة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05) .

الفرضية البديلة (H_1): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الاستجابة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05) .

الجدول (21-2): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد الاستجابة

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد المعدل R^2	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الخدمات الرقمية	بعد الاستجابة	0.844	0.707	143.476	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تبين نتائج الجدول أعلاه، أن معامل الارتباط بلغ (0.844)، وهو يعكس وجود علاقة طردية قوية بين الخدمات الرقمية وبعد الاستجابة. كما يشير معامل التحديد المصحح (0.707) إلى أن الخدمات الرقمية تساهم في تفسير مانسبته (70.7%) من التغيرات المسجلة في بعد الاستجابة، في حين تعود النسبة المتبقية (29.3%) إلى عوامل أخرى غير مدروسة. وتؤكد قيمة (F) المحسوبة البالغة (143.476) معنوية وصلاحية النموذج إحصائياً، كون مستوى الدلالة أقل من (0.05) .

الجدول (2-22): معاملات الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الثالثة

المتغيرات	المعامل (B)	قيمة (t)	مستوى الدلالة SIG
الثابت	0.313	0.943	0.350
الخدمات الرقمية	0.939	11.978	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه، أن معامل الانحدار بلغ قيمة موجبة قدرها $(B = 0.939)$ ، مما يعكس أثرا طرديا للخدمات الرقمية على بعد الاستجابة، وتعززت هذه النتيجة بقيمة (t) المحسوبة البالغة (11.978)، وهي قيمة دالة إحصائية عند مستوى $(Sig = 0.000)$ ، وهو أقل من مستوى المعنوية (0.05).

وبناء عليه، يتم رفض الفرضية (H_0) وقبول الفرضية (H_1) ، وهو ما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الاستجابة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

معادلة النموذج:

$$Y = 0.313 + 0.939X$$

4. اختبار أثر الخدمات الرقمية على بعد الأمان

الفرضية الصفرية (H_0) : لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الأمان بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H_1) : يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الأمان بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول (2-23): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد الأمان

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد المعدل R^2	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الحماة الرقمية	بعد الأمان	0.827	0.679	125.738	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

توضح نتائج الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.827)، مما يعكس وجود علاقة طردية قوية بين الخدمات الرقمية وبعد الأمان. كما بلغ معامل التحديد المصحح (0.679)، وهو ما يدل على أن الخدمات الرقمية تفسر مانسبته (67.9%) من التغيرات في بعد الأمان، بينما تعود النسبة المتبقية (32.1%) إلى عوامل أخرى لم يتم تناولها ضمن هذه الدراسة.

وبالنظر إلى قيمة F المحسوبة (125.738)، ومستوى الدلالة (Sig = 0.00)، والذي هو أقل من مستوى المعنوية (0.05). فإن نموذج الانحدار دال إحصائياً.

جدول (2-24): معاملات الانحدار الخطي البسيط لاختبار الفرضية الرابعة

المتغيرات	المعامل (B)	قيمة (t)	مستوى الدلالة Sig
الثابت	0.596	1.524	0.133
الخدمات الرقمية	1.053	11.213	0.000

المصدر: المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من الجدول أعلاه، أن معامل الانحدار للخدمات الرقمية بلغ (B = 1.053)، عند مستوى دلالة (Sig = 0.000)، وهو أثر دال إحصائياً تدعمه قيمة (t) المحسوبة والبالغة (11.213).

وبناء على هذه النتائج يتم رفض الفرضية (H₀) وقبول الفرضية (H₁)، مما يثبت وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد الأمان بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

معادلة النموذج:

$$Y = 0.596 + 1.053X$$

5. اختبار أثر الخدمات الرقمية على بعد التعاطف

الفرضية الصفرية (H₀): لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد التعاطف بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H₁): يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد التعاطف بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول (2-25): نتائج تحليل الانحدار الخطي البسيط لأثر الخدمات الرقمية على بعد التعاطف

المتغير المستقل	المتغير التابع	معامل الارتباط R	معامل التحديد المعدل R ²	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
الخدمات الرقمية	بعد التعاطف	0.813	0.655	112.803	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تبين معطيات الجدول أعلاه أن قيمة معامل الارتباط بلغت (0.813)، وهو ما يشير إلى وجود علاقة طردية قوية بين الخدمات الرقمية وبعد التعاطف. كما بلغ معامل التحديد المصحح (0.655)، مما يفيد بأن الخدمات الرقمية تفسر ما نسبته (65.5%) من التغيرات الحاصلة في بعد التعاطف، في حين تعود النسبة المتبقية (34.5%) إلى عوامل أخرى لم تدرج ضمن نطاق الدراسة.

وبالاستناد إلى قيمة F المحسوبة (112.803)، ومستوى الدلالة (Sig = 0.000)، فإن نموذج الانحدار يتمتع بدلالة إحصائية.

الجدول: (2-26): معاملات الانحدار الخطي البسيط للفرضية الخامسة

المتغيرات	المعامل (B)	قيمة (t)	مستوى الدلالة SIG
الثابت	0.628	1.515	0.135
الخدمات الرقمية	1.040	10.621	0.000

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يظهر الجدول أن معامل الانحدار للخدمات الرقمية للخدمات الرقمية بلغ (B = 1.040) بمستوى دلالة (Sig = 0.000)، وهو أثر دال إحصائياً تؤكد قيمة (t) المحسوبة البالغة (10.621).

وبناء على هذه النتائج فإنه يتم رفض الفرضية (H₀) وقبول الفرضية (H₁)، مما يدل على وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على بعد التعاطف بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت عند مستوى معنوية (0.05).

معادلة النموذج:

$$Y = 0.628 + 1.040X$$

ثالثا: اختبار الفرضية الرئيسية الثانية

بعد اختبار أثر الخدمات الرقمية على جودة الخدمة، وللتحقق ما ان كان إدراك الزبائن لجودة الخدمة يختلف باختلاف خصائصهم الشخصية، تم صياغة الفرضية الرئيسية الثانية كما يلي:

يوجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة حسب المتغيرات الشخصية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي، وتيرة استخدام الخدمات الرقمية).

والتي بدورها تتفرع إلى أربع فرضيات فرعية:

➤ لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير الجنس عند مستوى معنوية (0.05).

➤ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية (0.05).

➤ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى معنوية (0.05).

➤ توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير وتيرة الاستخدام عند مستوى معنوية (0.05).

1. اختبار الفروق وفق متغير الجنس:

للكشف عن وجود فروق حسب متغير الجنس، تم الاعتماد على اختبار صياغة الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير الجنس عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير الجنس عند مستوى معنوية (0.05).

جدول (2-27): نتائج اختبار (T-Test) للفروق حسب متغير الجنس

الجنس	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة T	مستوى الدلالة Sig
ذكر	41	3.87	0.841	1.692	0.97
أنثى	19	4.19	0.597		

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يتضح من الجدول أعلاه أن قيمة مستوى الدلالة (Sig) بلغت (0.97)، وهي قيمة أكبر من مستوى المعنوية المعتمد (0.05)، وبناء عليه نقبل الفرضية الصفرية (H_0) و نرفض الفرضية البديلة (H_1). مما يعني عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير الجنس.

ويمكن تفسير هذه النتيجة بأن الخدمات الرقمية للمؤسسة توفر نفس تجربة الاستخدام لكلا الجنسين، مما أدى إلى تقارب مستوى تقييم جودة الخدمة لديهم.

2. اختبار الفروق وفق متغير العمر

للكشف عن وجود فروق حسب العمر، تم وضع الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير العمر عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول (2-28): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفروق حسب العمر

العمر	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
أقل من 25 سنة	15	4.40	0.599	5.690	0.006
بين 25 إلى 45 سنة	25	4.02	0.673		
أكثر من 45 سنة	20	3.58	0.864		
المجموع	60	3.97	0.782	--	--

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

يلاحظ من نتائج الجدول أعلاه أن قيمة (Sig) بلغت (0.006)، وهي أقل من مستوى المعنوية المعتمد (0.05)، مما يستوجب رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة تعزى لمتغير العمر.

وقبل تحديد اتجاه هذه الفروق، تم التأكد من تجانس التباين باستخدام اختبار **Levene**، حيث بلغت قيمة دلالاته (0.094) وهي أكبر من (0.05). مما يدل على تحقق شرط التجانس، وبالاعتماد على اختبار **Tukey** للمقارنات البعدية، تبين وجود فروق لصالح الفئة العمرية (أقل من 25 سنة) بمتوسط حسابي (4.40) مقارنة بالفئة العمرية (أكثر من 45 سنة) بمتوسط (3.58)، بينما لم تسجل فروق دالة إحصائية بين الفئة (بين 25 سنة إلى 45 سنة) وباقي الفئات.

ويمكن تفسير هذه النتائج، بوجود فجوة رقمية بين الجيلين، حيث يظهر الزبائن الشباب أكثر تفاعلا وتمكنا من استخدام الخدمات الرقمية، بينما قد تواجه الفئات الأكبر سنا بعض الصعوبات في التأقلم معها ويفضلون أساليب التعامل التقليدية، مما أدى إلى انخفاض مستوى تقييمهم لجودة هذه الخدمات مقارنة بالفئات الشابة.

3. اختبار الفروق وفق متغير المستوى التعليمي

للكشف عن وجود فروق حسب المستوى التعليمي، تم صياغة الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير المستوى التعليمي عند مستوى معنوية (0.05).

الجدول (2-29): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفروق حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
ثانوي أو أقل	18	3.47	0.928	6.211	0.004
جامعي	35	4.17	0.660		
دراسات عليا	7	4.26	0.158		
المجموع	60	3.97	0.782	--	--

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تظهر نتائج الجدول أعلاه، أن قيمة (Sig) بلغت (0.004)، وهي أقل من الحد المعتمد للدلالة الإحصائية (0.05)، مما يستوجب رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير المستوى التعليمي.

وبعد التأكد من عدم تحقق شرط تجانس التباين باستخدام اختبار **Levene** ($Sig = 0.007 < 0.05$)، تم الاعتماد على اختبار **Games-Howell**، والذي أظهر وجود فروق لصالح فئتي "الجامعي" و"الدراسات عليا" بمتوسطات حسابية (4.17) و(4.26)، مقارنة بفئة "ثانوي أو أقل" بمتوسط (3.47)، في حين لم تسجل فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي "الجامعي" و"الدراسات العليا".

ويمكن تفسير ذلك بأن ارتفاع المستوى التعليمي يعزز قدرة الزبائن على فهم واستخدام الخدمات الرقمية، مما ينعكس إيجاباً على تقييمهم لجودتها مقارنة بالمستويات التعليمية أقل.

4. اختبار الفروق وفق متغير وتيرة استخدام الخدمات الرقمية

للكشف عن وجود فروق ذات دلالة إحصائية حسب وتيرة الاستخدام، تم صياغة الفرضيتين التاليتين:

الفرضية الصفرية (H_0): لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير وتيرة الاستخدام عند مستوى معنوية (0.05).

الفرضية البديلة (H_1): توجد فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير وتيرة الاستخدام عند مستوى معنوية (0.05).

جدول (2-30): نتائج تحليل التباين (ANOVA) لاختبار الفروق حسب وتيرة الاستخدام

وتيرة الاستخدام	العدد	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة F	مستوى الدلالة Sig
نادرا	8	2.77	0.786	29.782	0.000
أحيانا	16	3.68	0.751		
دائما	36	4.36	0.372		
المجموع	60	3.97	0.782	--	--

المصدر: من إعداد الطالبة بناء على مخرجات برنامج SPSS

تشير النتائج الموضحة في الجدول إلى أن مستوى الدلالة (Sig) سجل قيمة قدرها (0.000)، وهي قيمة دالة إحصائية لكونها أقل من (0.05)، مما يؤدي إلى رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة، التي تنص على وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمات الرقمية المقدمة تعزى لمتغير وتيرة الاستخدام.

ونظرا لعدم تحقق شرط تجانس التباين، حسب اختبار **Levene** ($\text{Sig} = 0.000 < 0.05$)، تمت الاستعانة باختبار **Games-Howell** للمقارنات البعدية. والذي أظهر وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين جميع الفئات. غير أن الفجوة الأكبر كانت لصالح فئة "دائما" بمتوسط (4.36) مقارنة بفئة "نادرا" التي سجلت أدنى متوسط قدره (2.77).

ويمكن تفسير هذا التباين بعامل الوقت والتجربة، حيث يؤدي الاستخدام المستمر للخدمات الرقمية إلى تعزيز خبرة الزبون وثقته في التعامل معها، بينما يكون المستخدمون الجدد أو غير المنتظمين أكثر تحفظا وأقل تكيفا مع هذه الخدمات، مما ينعكس على تقييمهم المنخفض لجودتها.

خلاصة الفصل

تم في هذا الفصل تطبيق الدراسة الميدانية من خلال مبحثين متكاملين، حيث تناول المبحث الأول الإطار المنهجي للدراسة والتعريف بمديرية التوزيع للكهرباء والغاز بعين تموشنت، بينما خصص المبحث الثاني لعرض وتحليل النتائج الميدانية واختبار الفرضيات. بالاعتماد على بيانات تم جمعها من عينة مكونة من 60 زبونا، ومعالجتها إحصائيا بواسطة برنامج SPSS.

وقد توصلت الدراسة إلى وجود أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية ال على جودة الخدمة عند مستوى معنوية (0.05)، مع تسجيل أثر ذو دلالة إحصائية للخدمات الرقمية على مختلف أبعاد جودة الخدمة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف) عند مستوى معنوية (0.05).

كما أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى لمتغير العمر، المستوى التعليمي، وتيرة الاستخدام، في حين لم تسجل فروق دالة إحصائية حسب متغير الجنس.

كما كشفت التجربة الميدانية عن مجموعة من الفرص والتحديات التي يمكن الاستفادة منها في تحسين مستوى الخدمات الرقمية المقدمة، مما يشكل أسسا علميا لصياغة التوصيات في ختام هذه الدراسة.

خاتمة عامة

في ختام هذه الدراسة، التي سعت إلى تحليل أثر الخدمات الرقمية المقدمة من طرف مؤسسة سونلغاز عين تموشنت على جودة الخدمة المدركة لدى زبائنهم، تم التوصل إلى مجموعة من النتائج التي أسهمت في الإجابة على الإشكالية المطروحة، ويمكن عرضها في مايلي:

النتائج النظرية :

- أصبح تبني الخدمات الرقمية، ضرورة استراتيجية للمؤسسات الخدمية خاصة في ظل التحول الرقمي الشامل.
- تساهم الخدمات الرقمية في تحسين جودة الخدمة من خلال السرعة، السهولة، تقليل الجهد، مما ينعكس إيجاباً على رضا الزبائن.
- تعتمد جودة الخدمة على إدراك الزبون، حيث يعد رضاه المعيار الأساسي لتقييمها.
- تقاس جودة الخدمة من خلال أبعاد رئيسية تتمثل في الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف.
- يرتبط نجاح الخدمات الرقمية بتوفر متطلبات أساسية أهمها: البنية التحتية التكنولوجية، دعم الإدارة العليا، وتوفر موارد بشرية مؤهلة.

النتائج الميدانية:

1. النتائج الوصفية:

- أظهرت النتائج وجود انطباع عام إيجابي لدى الزبائن حول الخدمات الرقمية المقدمة (4.16)، وجودة الخدمة (3.97)، مع تجانس نسبي في آراء أفراد العينة.
- بينت النتائج أن أكثر الخدمات استخداماً ونجاحاً تتمثل في: الإطلاع الفوري على الاستهلاك، الدفع الإلكتروني والإشعارات النصية.
- أما فيما يخص الأبعاد، احتل بعد الاستجابة المرتبة الأولى من حيث التقييم بمتوسط (4.22)، يليه بعد الاعتمادية بمتوسط (4.18)، في المقابل سجل بعدا الأمان والتعاطف مستويات أقل نسبياً، مع تسجيل تحفظ وتشتت نسبي في آراء الزبائن، خاصة حول استجابة الدعم الفني، أمان الدفع الإلكتروني، وسهولة الاستخدام لكل الفئات.

2. نتائج تحليل الانحدار واختبار الفرضيات

- أثبت التحليل الإحصائي وجود أثر إيجابي للخدمات الرقمية على جودة الخدمة بمؤسسة سونلغاز عين تموشنت، مما أدى إلى قبول الفرضية الرئيسية.
- أكدت النتائج وجود أثر إيجابي للخدمات الرقمية على جميع الأبعاد الخمسة لجودة الخدمة (الملموسية، الاعتمادية، الاستجابة، الأمان، التعاطف)، وهو ما أدى إلى قبول الفرضيات الفرعية الخمس.

3. نتائج الفروق الإحصائية

- أظهرت النتائج وجود فروق ذات دلالة إحصائية في إدراك الزبائن لجودة الخدمة المقدمة تعزى إلى متغيرات: العمر، المستوى التعليمي، ووتيرة الاستخدام. بينما لم تسجل فروق تعزى لمتغير الجنس
- تبين أن الفئات الأصغر سناً، والأعلى تعليماً والأكثر استخداماً للخدمات الرقمية، هي الأكثر إيجابية في تقييم جودتها مقارنة بالفئات الأخرى.

توصيات الدراسة:

بناءً على هذه النتائج المتوصل إليها، تم اقتراح على مؤسسة سونلغاز (عين تموشنت) مجموعة من التوصيات تتمثل في:

- تبسيط واجهة الموقع الإلكتروني، من خلال تقليل الخطوات واستخدام أيقونات واضحة ولغة بسيطة بما يتناسب مع الفئات الأقل تمكناً من التكنولوجيا.
- تخصيص فضاءات رقمية داخل الوكالات التجارية، يشرف عليها أعوان مختصون بمرافقة وتدريب الزبائن، خاصة الفئات الأكبر سناً والسن وذوي المستوى التعليمي المحدود، بهدف تسهيل انتقائهم التدريجي من النمط التقليدي نحو الاستخدام الرقمي.
- تنشيط حملات توعوية عبر وسائل التواصل الاجتماعي والملصقات داخل الوكالات، تحت شعارات توعوية مثل "معاملاتك آمنة"، لتعزيز ثقة الزبائن في أمن معلوماتهم الشخصية والمالية.
- توفير خدمات دعم رقمي فوري، مثل المساعد الرقمي الآلي أو الدردشة الحية، بهدف تحسين التفاعل مع الزبائن، وضمان استجابة سريعة لمشاكلهم التقنية.

- اعتماد استراتيجيات تحفيز رقمية، مثل منح نقاط مكافأة أو تخفيضات رمزية للزبائن الذين يعتمدون على الدفع الإلكتروني بصفة منتظمة، بهدف تشجيع الاستخدام المتكرر ورفع مستوى الثقة والخبرة الرقمية.
- تحديث وتطوير المنصات الرقمية بشكل مستمر، لضمان استقرارها وتقليل الأعطال التقنية المحتملة.
- اعتماد آليات دورية لتقييم جودة الخدمات الرقمية، مثل استبيانات رضا الزبائن، بهدف تحسين الأداء ومعالجة النقائص بشكل مستمر.

آفاق الدراسة:

- إجراء دراسات مستقبلية على عينات أكبر وأكثر تنوعاً، خاصة في المناطق الريفية أو في سياقات زمنية مختلفة، بهدف مقارنة النتائج وتعميمها بشكل أوسع.
- محددات تبني الخدمات الرقمية لدى الفئات الأقل تمكناً رقمياً (كبار السن نموذجاً).
- دور الخدمات الرقمية في تعزيز الثقة الرقمية.
- أثر الخدمات الرقمية على الصورة الذهنية للمؤسسة.

قائمة المراجع

أولا: المراجع العربية

➤ الكتب

1. رانيا المجني. (2020). تسويق الخدمات. دمشق: الجامعة الافتراضية السورية.
2. مُجَدُّ مُجَدُّ الهادي. (2021). الذكاء الاصطناعي معمله و تطبيقاته و تأثيراته التنموية و المجتمعية (الإصدار الطبعة الأولى). القاهرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

➤ المذكرات الجامعية

1. أحلام فنوح، و مريم بوشناق. (2019). تقييم جودة الخدمة الإلكترونية من وجهة نظر الزبون: دراسة حالة مؤسسة موبيليس جيجل. جيجل، قسم العلوم التجارية، الجزائر: جامعة مُجَدُّ الصديق بن يحيى.
2. بسمة جحودي. (2022). الخدمات المصرفية الإلكترونية و دورها في كسب ولاء الزبون: دراسة ميدانية في بنك الخليج الجزائر. قالمة، قسم العلوم التجارية، الجزائر: جامعة 8 ماي 1945.
3. رونق بوكروش، و إلهام زويدي. (2023). فعالية القيادة عن بعد في إدارة فرق العمل الافتراضية خلال جائحة كوفيد 19. قالمة، قسم علوم الإعلام و الإتصال، الجزائر: جامعة 8 ماي 1945.
4. سمية أوسليمان. (2022). إستراتيجية جودة الخدمات و أثرها على تحقيق و تنمية الميزة التنافسية لشركات التأمين في الجزائر: دراسة حاة شركة أكسا للتأمينات. الجزائر ، قسم التنظيم السياسي و الإداري، الجزائر: كلية العلوم السياسية و العلاقات الدولية، جامعة الجزائر 3.

➤ المقالات والدوريات العلمية

1. حسنية صبيحي. (2020). الإدارة الإلكترونية للخدمات الصحية و تحديات التحول الرقمي في الدول العربية: دراسة حالة مملكة البحرين. مجلة كلية الإقتصاد للبحوث العلمية ، 4 (1)، 97-116.

2. خالد بن يامين. (2020). الإدارة الإلكترونية وأثرها في تحسين جودة الخدمة: دراسة حالة شركة توزيع الكهرباء و الغاز- بشار. مجلة البشائر الاقتصادية ، 6 (2)، 543-527.
3. خديجة عرقوب، و إيمان بن مُجّد. (2025). واقع تصدير الخدمات الرقمية في الجزائر و عالميا. مجلة معهد العلوم الإقتصادية ، 28 (2)، 295-277.
4. طه حسين نوي، ياقوتة بودوشن، و يسين سي لخضر غربي. (2018). دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحسين جودة الخدمة العمومية: الحكومة الذكية في الإمارات العربية المتحدة نموذجاً. مجلة الدراسات الإقتصادية المعاصرة ، 3 (5)، 147-130.
5. عبير عثمان عبد العزيز عطا الله. (2021). العلاقة بين جودة الخدمة المدركة و سلوكيات مواطنة العميل: دراسة مقارنة على البنوك التجارية العامة و الخاصة. مجلة البحوث التجارية ، 43 (4)، 311-277.
6. عمر دهيمي. (2026). تقييم جودة الخدمات وأثرها على رضا الزبائن: دراسة ميدانية على زبائن مؤسسة يسير بولاية البويرة. مجلة الاستراتيجية و التنمية ، 16 (1)، 166-137.
7. فاطمة محفوظ. (2022). الخدمات المالية الرقمية كآلية لتعزيز الشمول المالي في الجزائر. مجلة دفاتر البحوث العلمية ، 10 (2)، 264-249.
8. مصطفى بن حكومة، يحيى أحمد أعرج، مصطفى علي زنداح، عائشة فرج جربوع، و سيف الله شيباني الخطاب. (2025). الخدمات الرقمية كمدخل لتعزيز الشفافية و تحقيق الاستدامة في الإدارة المحلية: دراسة ميدانية لعينة مختارة من البلديات الليبية. مجلة أكاديمية درنة للعلوم التطبيقية ، 3 (2)، 215-233.
9. معاذ الحساوي، خليل إبراهيم، و أمال الطائي. (2023). مهارات الموارد البشرية و دورها في تحقيق جودة الخدمة الرقمية دراسة تحليلية لآراء عينة من العاملين في شركة آسيا سيل للاتصالات. مجلة أبحاث في العلوم الإنسانية و الإجتماعية ، 2 (5)، 19-1.

10. مهند سليمان حسين معمر. (2023). دور التطوير التنظيمي في تحسين جودة الخدمات من وجهة نظر العاملين في شركة توزيع الكهرباء بمحافظة غزة. المجلة الإفريقية للدراسات المتقدمة في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، 2 (2)، 119-141.
11. نشوى أسامة الحسن محمد عمران. (2025). تأثير الخدمات الرقمية على رضا المواطنين بجمهورية مصر العربية. مجلة إبداع في الآداب و الدراسات الإنسانية و الاجتماعية ، 1 (4)، 106-1106.
12. نوال مازيغي. (2023). الخدمات الرقمية كآلية لضمان إستمرارية المرافق العامة في ظل جائحة كورونا. مجلة دفاتر البحوث العلمية ، 11 (1)، 915-938.
13. هاجرة ديدوش، و عبد الغني حريري. (2022). واقع الخدمات المصرفية الإلكترونية بالبنوك الجزائرية. مجلة إستراتيجيات التحقيقات الإقتصادية و المالية ، 4 (1)، 21-40.
14. هوليد كامل محمد علام. (2022). التحول الرقمي و تأثيره على تعزيز الميزة التنافسية للخدمات المصرفية من وجهة نظر مسؤولي خدمة العملاء: دراسة ميدانية بالتطبيق على قطاع البنوك بجنوب الصعيد. المجلة العلمية للإقتصاد و التجارة ، 52 (1)، 15-220.

➤ الملتيقيات والمؤتمرات العلمية

1. هيثم المصدر، و عبد الفتاح نصر الله. (2020). دور التحول الرقمي في تحسين الخدمات الحكومية في فلسطين. المؤتمر الدولي الأول في تكنولوجيا المعلومات و الأعمال (ICITB)، 1-27. غزة: جامعة غزة.

ثانيا: المراجع الأجنبية

➤ الكتب

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). Marketing Management (éd. 12e édition). Etat-Unis, Etats-Unis: Pearson Prentice Hall.

➤ الرسائل الجامعية

1. Berardi, J. (2022). L'influence de la qualité perçue des services numeriques sur la satisfaction: le cas de l'experience étudiante non-académique dans les écoles de commerce francaïes. Paris, LIRSA, France: Le Conservatoire National des Arts et Métiers.

➤ التقارير والوثائق الرسمية

1. Bank, A. D. (2022). Asian Economic Integration Report 2022: Advancing Digital Services Trade in Asia and the pacific. dx.doi.org. Rapport annuel, Asian Developement Bank, Manila.

➤ المقالات والدوريات العلمية

1. Ahmed, M. A. (2022). The Impact of the Quality of Electronic Banking Services in Achieving Customer Satisfaction from the Point of View of Al Rajhi Bank. International Journal of Business and Management , 17 (1), 105-116.
2. Ali, B. J., Gardi, B., Othman, B. J., Ahmed, S. A., IsmaeL, N. B., Hamza, P. A., et al. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. International Journal of Engineering Business and Management (IJEEM) , 5 (3), 14-28.
3. Benayache, A., & Boulekouas, Z. (2023). Evaluation of Service Quality using the "servperf" Model in SONALGAZ Company - Tamanrasset Unit. مجلة علوم الإنسان و المجتمع , 12 (4), 189-221.
4. Boudaoud, H., Bouziane, H., & Boulekroune, R. (2023). Internal Marketing as an Entrance to Building Quality of Services (Study the mobile phone market in Algeria. Economic Notebooks Magazine , 14 (1), 35-52.

5. EL Idrissi, M., & Chegri, B. (2023). Revue sur les modèles de mesure de la qualité de service : le modèle nordique, le modèle SERQUAL et le modèle SERVPERF. *Alternatives Managériales et Economiques (AME)* , 5 (1), 23-44.
6. Gummerus, J. (2010). E-services as resources in customer value creation: A service logic approach. *Managing Service Quality* , 20 (5), 425-439.
7. Halim, Y., Salem, K., Tawfik, H., & Maree, A. (2025). Service quality as a driver of customer satisfaction and purchase intentions: A mixed-methods longitudinal study of the Egyptian Post Office (2013-2023). *Future Business Journal* , 11 (1), pp. 1-21.
8. Handrinos, M. C., Folinas, D., & Rotsios, K. (2015). Using the SERVQUAL model to evaluate the quality of services for a farm school store. *Journal of Marketing and Consumer Behaviour in Emerging Markets* , 1 (1), 62-74.
9. Jyoti, J., & Kesharwani, S. (2020). E-service Quality in Banking Industry-A Review. *Global Journal of Enterprise Information System (GJEIS)* , 12 (2), 118-111.
10. Khavidaki, S., Rezaei Sharifabadi, S., & Ghaebi, A. (2023). Service personalisation in digital academic libraries: A Delphi study. *Digital Library Perspectives* , 39 (1), 39-61.
11. Lusch, R. F., & Nambisan, S. (2015). Service Innovation: A Service-Dominant Logic Perspective. *MIS Quarterly* , 39 (4), 155-175.
12. Mesloub, S., Arrouche, N., & Boukhedimi, C. E. (2025). L'exportation des services numériques comme levier de diversification économique en Algérie: illustration par le cas de Yassir. *The Responsible Manager's Journal* , 3 (1), 66-77.
13. Prentice, C., Dominique Lopes, S., & Wang, X. (2020). The impact of artificial intelligence and employee service quality on customer satisfaction and loyalty. *Journal of Hospitality Marketing & Management* , 29 (7), 739-756.
14. Scupola, A., & Mergel, I. (2022). Co-production in digital transformation of public administration and public value creation: The case of Denmark. *Government Information Quarterly* , 39 (1), 101650.
15. Silalahi, J. M., & Wahyudi, S. (2025). The Influence of Service Quality, Facilities and Trust on Customer Satisfaction. *Journal of Business Management and Accounting* , 9 (2), 175-188.
16. Zahra, A. A., Osman, J. C., & Baker, H. (2018). Study the Impact of Quality Management System ISO 9001 on Machinery Breakdowns. *Al-Nahriain Journal for Engineering Sciences* , 21 (4), 539-548.

17. Zhou, Q., Lim, F. J., Yu, H., Xu, G., Ren, X., Liu, D., et al. (2021). A study on factors affecting service quality and loyalty intention in mobile banking. Journal of Retailing and Consumer Services , 60 (102424).

➤ الملتقيات والمؤتمرات العلمية

1. Salminen, J. (2014). Digital services: How are they different ? Proceedings of the International Conference on Business, Information and Cultural Industry (ICBICI 2014),1-10 Taipei, Taiwan.

➤ مواقع الإنترنت

1. De Rore, J. (2023, 3 6). 3 examples of successful digital services by non-digital native companies. Consulté le 10, 2, 2026, sur Pointerpro: <http://pointerpro.com/blog/3-examples-of-digital-services-by-non-digital-native-companies/>

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عين تموشنت _ بلحاج بوشعيب _

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

تخصص إدارة أعمال



استبيان

سيدي، سيديتي.. تحية طيبة وبعد؛

تقوم الطالبة بإجراء دراسة ميدانية بعنوان:

"أثر الخدمات الرقمية على تحسين جودة الخدمة: دراسة حالة مؤسسة سونلغاز - عين تموشنت"

وذلك كمتطلب تكميلي لنيل شهادة الماستر في تخصص إدارة أعمال، نظرا لتعاملكم مع الخدمات الرقمية التي توفرها المؤسسة، أنتم الأقدر على تزويدها بالبيانات الدقيقة. نرجو منكم التكرم بملء هذا الاستبيان بموضوعية، علما أن إجاباتكم ستحاط بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي فقط.

شاكرين لكم جهودكم وحسن تعاونكم

الرجاء وضع الإشارة (x) أمام الإجابة التي ترون أنها تناسبكم.

المحور الأول: المعلومات الشخصية

الجنس	ذكر		أنثى
الفئة العمرية	أقل من 25 سنة		بين 25 إلى 45 سنة
			أكثر من 45 سنة
المستوى التعليمي	ثانوي أو أقل		جامعي
			دراسات عليا
وتيرة استخدام الخدمات الرقمية	نادرا		أحيانا
			دائما

المحور الثاني: الخدمات الرقمية

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
01	تتوفر المؤسسة على منصات رقمية متكاملة.					
02	تتيح عملية تحيين البيانات الشخصية للزبون الاستفادة من الخدمات عن بعد.					
03	تسمح المنصات الرقمية بالاطلاع الفوري على تفاصيل الاستهلاك والفواتير.					
04	تعتمد المؤسسة خدمة الرفع الآلي للعداد لتحديد الاستهلاك الفعلي.					
05	توفر المؤسسة أنظمة دفع إلكتروني لتسديد المستحقات بسهولة.					
06	تصل الإشعارات النصية (SMS) بانتظام لتنبيه وإعلام الزبائن.					
07	تعتمد المنصات الرقمية تدابير أمنية لحماية البيانات الشخصية والمالية.					
08	توفر المؤسسة وكالة افتراضية تتيح القيام بالمعاملات الإدارية عن بعد.					
09	تخصص المؤسسة قنوات رقمية وتفاعلية لاستقبال الشكاوى ومعالجتها.					
10	تجمع منصة (E-services) كافة الخدمات الأساسية في واجهة رقمية موحدة.					

المحور الثالث: جودة الخدمة

الرقم	العبارة	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
بعد الملموسية						
11	تميز واجهات الموقع بمظهر عصري ومنظم يسهل عملية التصفح.					
12	تتوافق المنصات الرقمية مع مختلف الأجهزة الذكية لضمان سهولة الوصول.					
13	توفر المنصات الرقمية إرشادات بصرية واضحة تساعد على استخدام الخدمة.					
بعد الاعتمادية						
14	تنفذ الأنظمة الرقمية المعاملات المطلوبة بدقة ومن المرة الأولى دون أخطاء تقنية.					
15	تساهم الخدمات الرقمية في ضمان دقة احتساب الاستهلاك الفعلي وتفادي الأخطاء.					
16	تتوفر الخدمات الرقمية باستمرار على مدار الساعة دون انقطاعات مفاجئة.					
بعد الاستجابة						
17	تنجز المعاملات عبر الوكالة الافتراضية بسرعة تفوق الطرق التقليدية.					
18	يقدم النظام الآلي تأكيدات فورية عند نجاح العمليات الرقمية.					
19	يقدم موظفو الدعم الفني استجابة فعالة لحل مشكلات الزبائن الرقمية.					
بعد الأمان						
20	يشعر الزبون بالأمان التام عند إجراء عمليات الدفع الإلكتروني.					
21	تضمن الأنظمة حماية عالية لخصوصية بيانات المستخدمين.					
22	تضمن المؤسسة حماية الحقوق المالية للزبون عند حدوث أي أعطال تقنية.					

بعد التعاطف					
23	تراعي المنصات الرقمية سهولة الاستخدام لمختلف فئات الزبائن.				
24	تظهر المؤسسة اهتماما بزيائنها عبر إرسال نصائح توعوية وإرشادات دورية.				
25	تولي المؤسسة اهتماما خاصا بانشغالات الزبائن عبر قنواتها الرقمية.				

لراحتكم..

يمكنكم مسح الرمز أدناه للإجابة إلكترونيا.

(لن تستغرق أكثر من 5 دقائق)

يرجى اختيار طريقة واحدة فقط للإجابة.



<https://forms.gle/aYnw2AcqeFWecFmX9>

"تقبلو منا فائق التقدير والاحترام لمساهمتم في هذا البحث العلمي"


الشركة الجزائرية لتوزيع الكهرباء والغاز
Société Algérienne de Distribution de l'Électricité et du Gaz

في إطار تحسين الخدمة والتواصل مع زبائننا وإلتزام الملف الإداري ندعوكم للتقرب من الوكالة التجارية مع ملئ
البيانات التالية

4	6	2													
---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

المرجع :

رقم الهاتف :

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

رقم التعريف الوطني (18 رقم) :

نشكر تفهمكم وتعاونكم الدائم

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur et de La Recherche
Scientifique

Université Ain Témouchent-Belhadj Bouchaïb

Faculté des Sciences Economiques Commerciales et Gestion

Département
Sciences
Gestion



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عين تموشنت - بلحاج بوشعيب

كلية العلوم الاقتصادية، التجارية و علوم التسيير

قسم
المسئولية

عين تموشنت في:

إذن بالإيداع من أجل المناقشة (دورة جوان 2026)

نحن الأستاذ (ة): الرتبة:
المشرف على الطلبة الآتية أسماؤهم:

الطالب (ة): رقم التسجيل: 73279

الطالب (ة): رقم التسجيل:

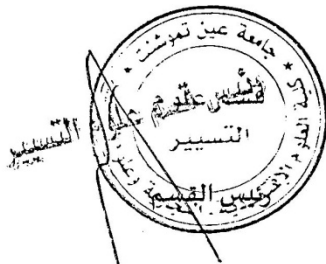
على مذكرة ماستر في شعبة تخصص:
الموسومة بعنوان:

.....
.....

نصرح لهم بإيداع المذكرة على الرابط الإلكتروني المخصص للعملية، حيث يتكون ملف الإيداع من الوثائق التالية:

- مذكرة الماستر.

- إذن بالإيداع.



الأستاذ (ة) المشرف (ة)

.....

جامعة عين تموشنت - بلحاج بوشعيب
علية البريد 284، طريق سيدي بلعاس ولاية عين تموشنت (46000) - الجزائر -
هاتف/فاكس أمانة مدير الجامعة: +213 43 79 84 31 - هاتف مركزي: +213 43 79 84 49