

توجه الزبائن نحو الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر ورضاهم عن جودتها: دراسة استقصائية لعينة من زبائن المؤسسة بالجزائر

Customers' orientation towards Algeria Post's electronic services and their satisfaction on its quality

A survey of a sample of the company's customers in Algeria-

نصيرة عليط*

مخبر دراسات وبحوث تسويقية، جامعة عبد الحميد مهري-قسنطينة 2 - الجزائر

nassira.alit@univ-constantine2.dz

تاريخ النشر: 2023/06/07

تاريخ القبول للنشر: 2023/04/12

تاريخ الاستلام: 2022/11/05

ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى توجه الزبائن نحو الخدمات الإلكترونية المقدمة من طرف مؤسسة بريد وقياس أثر جودتها على رضا الزبائن.

توصلت الدراسة إلى أنه يوجد تأثير معنوي لأبعاد جودة الخدمات الإلكترونية على رضا الزبون، عليه اوصت الدراسة بالعمل على مواكبة التطورات التكنولوجية وتحديث الخدمات الإلكترونية المقدمة للزبائن: كما اوصت بضرورة توعية الزبائن باستخدام الخدمات الإلكترونية وبيان أهميتها ومزاياها في سرعة إنجاز المعاملات وتلبية احتياجاتهم. الكلمات المفتاحية: الخدمة الإلكترونية، جودة الخدمة الإلكترونية، الزبون الإلكتروني، رضا الزبائن، مؤسسة إتصالات الجزائر.

تصنيفات JEL: D12, M31.

Abstract:

The study aimed to find out the extent of customers' orientation towards electronic services provided by the Postal Corporation and to measure the impact of its quality on customer satisfaction.

The study found that there is a significant effect of the dimensions of the quality of electronic services on customer satisfaction. Accordingly, the study recommended the need to update the electronic services provided to customers, and also recommended the need to educate customers about the use of electronic services and explain their importance and advantages in speeding up the completion of transactions and meeting their needs.

Keywords: Service quality, E-service quality; Electronic customer; Customer satisfaction; Algeria Post Corporation.

Jel Classification Codes: D12, M31.

* المؤلف المراسل.

لقد انعكس التطور التكنولوجي على تطور الأنشطة الاقتصادية عامة والمؤسسة خاصة، حيث انه يسهل عملية انجاز المعاملات وتسويقها والاتصال السريع بالزبائن وتقليل جهدهم عند التعامل معها، وهذا يحقق رضاهم ويعزز مكانتها في السوق. من جهة اخرى حفزت ازمة كوفيد 19 مؤسسة بريد الجزائر لتسريع التحول نحو تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات حيث عززت وطرحت هذه الاخيرة خدمات الكترونية جديدة رغبة منها لمواكبة هذه التطورات ولتعميم استخدامها ومن أجل تلبية حاجات الزبائن بشكل كفاء وفعال. ومع تزايد تبني حقل الخدمة الإلكترونية تم تشخيص الاهمية المتزايدة لقياس جودتها في العالم الافتراضي. عليه جاءت هذه الورقة البحثية لطرح التساؤل الأتي: ما مدى توجه الزبائن نحو الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر؟ وما مدى تأثير جودة الخدمات الالكترونية على رضا زبائنها؟

1.1. اهداف البحث: يأتي هذا البحث لتحقيق جملة من الأهداف نذكر منها

- إبراز أهمية الخدمات الالكترونية وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع من كفاءة وأداء الخدمات المقدمة للزبائن، وتسهيل المعاملات الالكترونية بأقل جهد ووقت لتحقيق الجودة.
- تشجيع المؤسسات التقليدية على تبني مفهوم التسويق الالكتروني لكسب رضا الزبائن.
- الخروج بنتائج وتوصيات قد تساهم في تبيان مزايا الخدمات الالكترونية للمستهلك، وكذلك تقديم اقتراحات من شأنها مساعدة المؤسسات على تبني مفهوم التسويق الالكتروني لتلبية حاجات الزبائن والتوجه نحو جودة الخدمات الالكترونية من اجل كسب رضاهم.

2.1. أهمية الدراسة:

- توجه بعض المؤسسات عامة و بريد الجزائر خاصة نحو اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصالات بغية تطوير نظم وسائل تقديم الخدمات المالية ورفع كفاءة وأداء الخدمات بما يتماشى والتقدم المتسارع وتسهيل العمليات المالية للأفراد خاصة في ظل الجائحة.
- بيان حاجة المستهلك والمؤسسات المالية الى الخدمات الالكترونية أكثر من أي وقت مضى، وهذا بسبب التحول الرقمي.
- تتميز هذه الدراسة بتناولها لأحدث الوسائل التي يمكن استخدامها لتسويق المنتجات ألا وهو الإنترنت.
- تنامي الاهتمام بجودة الخدمات الالكترونية حيث أصبح ضرورة تتبع الظروف المتغيرة الذي يشهدها العالم الآن وعلى رأسها المنافسة الشرسة خلال السنوات الأخيرة من جانب البنوك والكيانات المالية العالمية، بحيث تعتبر جودة الخدمة هي المعيار لنيل أكبر قدر ممكن من الحصة السوقية.

للإحاطة بالموضوع سيتم التطرق إلى المحاور التالية:

- الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة؛
- الخدمات الالكترونية التي طرحتها مؤسسة بريد الجزائر في الاونة الأخيرة؛
- قراءة احصائية لواقع توجه الزبائن نحو الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر؛
- تحليل نتائج الدراسة الاستقصائية.

2. الإطار المفاهيمي لمتغيرات الدراسة:

نتعرض في هذا الجزء الى مفاهيم متغيرات الدراسة: الخدمة الالكترونية جودة الخدمة الالكترونية مفهوم رضا الزبون الالكتروني

1.2. ماهية الخدمة والخدمة الالكترونية:

عرف kotler وآخرون الخدمة بأنها نشاط أو منفعة يقدمها طرف على طرف آخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترتب عليها أية ملكية، فتقديم الخدمة قد يكون مرتبط بمنتج مادي أو لا يكون، (kotler, Keller, Manceau, & Dubois, 2006, p. 462)، وحسب zithame وآخرون تعرف الخدمة الالكترونية "بأنها عبارة عن أفعال وجهود وأداء باستخدام تكنولوجيا المعلومات، وتشمل خدمة البيع وخدمة الزبائن وخدمات التوصيل" (العضايلة و خالد، 2017، صفحة 310).

أما كل من lemon و rust فعرفاها بأنها: "تقديم خدمة عبر وسائل وشبكات إلكترونية مثل الانترنت"، كما ينظر للخدمات الإلكترونية سواء كانت في شكل تعليم إلكتروني أو بنوك إلكترونية أو حكومة إلكترونية بأنها "تقديم خدمات للجمهور بهدف تيسير الأعمال وحفظ الوقت واستثماره، وتحقيق رضا الجمهور، ومواكبة التطور العلمي والبحث عن القيمة المضافة والجودة العالية. (بوراس، 2017-2018، صفحة 73)،

ومن خلال التعاريف نعرف الخدمة الإلكترونية: على أنها عبارة عن خدمات تقدم عبر شبكات إلكترونية مثل الأنترنت ويتم التعامل بين مقدمي الخدمة ومتلقيها عن بعد بهدف اختصار الوقت والمسافة.

2.2. انواع الخدمات المالية الالكترونية:

تنقسم الخدمات البنكية الى: خدمات بنكية تقليدية، خدمات تقليدية الكترونية، خدمات مالية الكترونية حديثة وتتمثل الخدمات البنكية التقليدية: في كل الخدمات التي يقدمها البنك لزيائنه يمكن ايجازها في الاتي:

- خدمات قبول الودائع؛
- خدمات التحصيل داخلية كتحويل الحوالات او الكمبيالات او خارجية؛
- خدمات بيع وشراء العملات الأجنبية؛
- القروض والسلفيات؛
- خصم الكمبيالات والاوراق التجارية؛
- الكفالات البنكية؛
- الاعتماد المستندي والتحويل المستندي.

1.2.2. الخدمات التقليدية الالكترونية:

تأثرت العديد من الخدمات التقليدية بالتطور الحاصل في ميدان الاتصالات وأصبح تقديمها يتم بعيدا عن الاجراءات اليدوية واستخدام الدعائم الورقية، وأصبح تقديمها بطريقة حديثة، وأهم هذه الخدمات: (لعراي و مزبان، 2021، صفحة 249).

- الشيكات الالكترونية: عبارة عن رسالة الكترونية تحتوي ميع البيانات الموجودة في الشيك الورقي العادي، حيث يقوم أحد طرفي العلاقة بتحريره للطرف لثاني وإرساله له عبر البريد الالكتروني، ولها نفس قوة الشيك الورقي.
- التحويل الالكتروني: هو عملية بنكية يتم بمقتضاها نقل مبلغ من حساب إلى حساب آخر عن طريق تقييده من الجانب المدين للأمر والجانب الدائن للمستفيد.

2.2.2. الخدمات المالية الالكترونية الحديثة:

تمثل في: (لعراي و مزبان، 2021، الصفحات 249-250)

- المعاملات الالكترونية: وهي المعاملات التي تنفذ بوسائل الكترونية، إذ تعد ملفات البيانات النصوص الأشكال والرموز والمعلومات التي يمكن تبادلها الكترونيا، وتشكل المعاملات الإليكترونية مثل القيود التي تدون الكترونيا في سجلات الحاسوب.
 - الخدمات البنكية عن بعد باستخدام الهاتف: ان تطور تكنولوجيا المعلومات واستخدام وسائل الاتصال الحديثة مهد ظهور الخدمات البنكية عن بعد لتلبية احتياجات و زبائن البنك ومن الأنواع المختلفة لهذه الخدمات ما يلي:
 - البنوك الخلوية: تقوم فكرة هذه البنوك على الخدمات البنكية لزبون في اي وقت وفي اي مكان يريد من خلال اقامة قناة اتصال مباشرة بين البنك والزبائن والعمل عن طريق الواب ومن خلال الهاتف النقال يستطيع البنك عرض خدمات معلوماتية لزبائنه.
 - البنك المنزلي: يتم الحصول على الخدمة من خلال الحاسوب الشخصي المرتبط بالانترنت من خلال ادخال رقم سري تعريفى للزبون للحصول على الاستعلام عن ارصدة الحسابات ومعرفة كشف حركة الحسابات.
 - الصراف الالي: ان استعمال هذا الجهاز أصبح على نطاق واسع ويتواجد اما داخل البنك او في الاماكن العمومية
- 3.2 ماهية جودة الخدمة الالكترونية:

أصبحت جودة الخدمة تفريقا هاما وأقوى سلاح تنافسي الذي ترغب جميع مؤسسات الخدمات في امتلاكه، كما يرتبط هذا المفهوم ارتباطا وثيقا بالرضا والولاء، ولكن تبقى الاختلافات الموجودة بين هذه المفاهيم غير مضبوطة بشكل واضح، وخلص Stephanie (2007)-انطلاقا من النموذج المفاهيمي لجودة الخدمة ورضا الخدمة ل Oliver (1997، 1999)- إلى أن هذه المفاهيم مختلفة ولها محددات مختلفة، وان جودة الخدمة لها مساهمة عميقة في رضا الزبائن وولائهم ككل. ويمكن تعريفها بانها "نتيجة للمقارنة التي يقوم بها الزبائن بين توقعاتهم حول الخدمة وإدراكهم للطريقة التي تم بها تنفيذ الخدمة" (Afsar, Rehman, Qureshi, & Shahjehan, 2010, p. 1042)، وعليه تعرف جودة الخدمة بانها "نتيجة لعملية تقييم حيث يقارن الزبائن توقعاتهم عن الخدمة مع إدراكهم للخدمة التي سيتم استلامها." (Hafez & Akther, 2017, p. 142) اقترح بعض الباحثين التعريف الشامل لجودة الخدمة الالكترونية وأكدوا على انها يجب أن تتجاوز المعاملات التجارية لتأخذ في الاعتبار جميع التفاعلات التي تحدث قبل وأثناء وبعد تقديم الخدمات الإلكترونية. وعلى هذا النحو، فإن لجودة الخدمة الالكترونية e-SQ هي الدرجة التي يسهل بها موقع الويب عملية الشراء بكفاءة، وتلبية احتياجات العملاء وتوقعاتهم دون التسبب في مشاكل. (DelÁguila-Obra, Padilla-Melénde, & Al-dweeri, 2013, p. 1116) وعرفتھا Santos (2003) بأنها "التقييم والحكم الشامل للعملاء عن جودة الخدمات الإلكترونية المطروحة في السوق الافتراضي"، بينما عرفتھا Zeithaml وآخرون سنة 2002 بأنها "إلى أي مدى يسهل الموقع على شبكة الانترنت التسوق، الشراء، التسليم بكفاءة وفعالية"، (Santouridis, 2009, p. 19). ومن وجهة نظر Parasuraman وآخرون سنة 2005 تتضمن جودة الخدمة الإلكترونية جميع مراحل تفاعل العميل مع موقع الويب. لزيادة فهم طبيعة الخدمات الإلكترونية. (Ighomereho, Ojo, Omoyele, & Olabode, 2022, p. 03)

4.2 أبعاد جودة الخدمة الالكترونية:

إن الأبعاد التقليدية لمفهوم الجودة التي اقترحها الباحث parasurman وآخرون المتمثلة في الملموسية والموثوقية والاستجابة والضمان والتعاطف تصبح متقدمة وغير مناسبة في السياق الإلكتروني، وهو ما دفع الباحثين في تسويق الخدمات إلى ضرورة تكييف الأبعاد التقليدية وتطوير أداة قياس جديدة مناسبة لسياق العرض الإلكتروني، وإدخال أبعاد خاصة بقناة الانترنت.

من خلال الجدول الآتي سنذكر أبعاد جودة الخدمة الالكترونية مع ما يناسبها من أسلوب قياس:

جدول (01) أبعاد جودة الخدمة الالكترونية

اسم المقياس وكتابه	عدد البنود	الأبعاد	المتغيرات التابعة	العينة
Netqual (bressolles 2006)	18	سهولة الاستخدام/ نوعية وكمية المعلومات/ الاعتمادية/ تصميم الموقع/ الأمن/ السرية	الرضا	803 زبون وكالة السفر الذين قاموا بحجز السفر أو طلب عرض الأسعار على الانترنت
e-s-qual (parasurman et al 2005)	22	الفعالية/ احترام الالتزامات/ توفر النظام / احترام الخصوصية/	القيمة المدركة الولاء	653 من مستخدمي موقع amazon.com و253 من مستخدمي موقع walmart.com الذين قاموا بثلاثة مشتريات على الأقل خلال 3 أشهر الأخيرة
etailQ (wolfinbarger et gilly 2003)	14	تصميم الموقع/ خدمة المستهلكين الموثوقية/ الأمن/ الخصوصية	الرضا/ الموقف اتجاه الموقع/ نية لولاء/ جودة الخدمة الكلية	1013 مجيب من عينة دائمة للمستهلكين
webQual (barnes et vidgen 2001)	22	سهولة استخدام الموقع(التصميم) جودة المعلومات/ الجودة التفاعلية (الثقة والتعاطف)	/	380 استبيان على ثلاثة مواقع مكتبات على الخط، تم تقييمها من قبل الطلبة
Site Qual (yoo et donthu)	9	سهولة الاستخدام/ التصميم/ سرعة المعالجة والأمن	جودة الموقع/ الموقف اتجاه الموقع/ نية الشراء وتكرار الزيارة	47 طالب الذين قاموا بتقييم 4 مواقع انترنت تجارية من اختيارهم

المصدر: بن الشيخ الفقون رشيدة(2018)، دراسة تحليلية للمواقع الالكترونية واستخداماتها في مجال التسويق بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة قسنطينة 2، الجزائر، ص126. (بن الشيخ لفقون، 2018)

سنركز في هذا البحث على مقياس e-s-qual: الذي سوف نعتمده في قياس جودة الخدمة الالكترونية: حيث تم تطوير هذا المقياس من طرف zeithaml و parasurman و malhorta وقد أجريت الدراسة على 653 مستخدم لموقع amazon.com و253 مستخدم لموقع walmart.com ويتضمن هذا المقياس 22 بنداً قسمت إلى أربعة أبعاد وهي:

- فعالية الموقع: قدرة المستهلكين للوصول إلى موقع الانترنت والعثور على منتجات المرغوب فيها أو المعلومات المرتبطة بها، ويجب أن يتحقق هذا الوصول بأدنى جهد ممكن.
- احترام الالتزامات: دقة الخدمة الموعد بها، امتلاك المنتجات في المخازن، تسليم المنتجات في الوقت المحدد.
- إتاحة النظام: أو الموثوقية المرتبطة بالأداء الفني للموقع أي توفره وتشغيله.
- احترام خصوصية المستخدمين: التأكد بأن المعلومات المتعلقة بسلوك الشراء لا تكون مشتركة وأن المعلومات المالية آمنة.

تشكل الأبعاد الأربعة السابقة مقياسا أساسيا لقياس تصورات جودة الخدمة المقدمة عبر الانترنت، مع ملاحظة أنه في الدراسة السابقة التي قدمها الباحثين سنة 2002 حددوا ثلاثة أبعاد أخرى إلى جانب هذه الأبعاد الأربعة، سميت (E-recS-Qual) وهي:

- التفاعل: قدرة البائع على الخط على تقديم معلومات ملائمة للمستهلك لما هناك مشكل معين، التكفل بالسلع المستردة وتوفير الضمانات على الخط.
- التعويض: التسديد، تكاليف النقل والإمداد.
- الاتصال: إمكانية قيام المستهلك بإجراء محادثات مباشرة مع الموظف مزود الخدمة عبر الانترنت أو عبر الهاتف.

حيث أن هذه الأبعاد الثلاثة الأخيرة تمثل جانب حماية الخدمة في حالة حدوث مشكلة معينة (التأخير في التسليم مشكلة الخطأ في التسليم، وخدمة ما بعد البيع... الخ)، حيث أن هذه العناصر غير محددة لقياس تصورات الجودة المدركة إلا في حالة ما إذا كان لدى المستهلكين أمثلة أو يواجهون مشكل معين، وبالتالي تركز الأبعاد الأساسية التي تقيس جودة الخدمة الإلكترونية المدركة في تلك المعايير التي يستخدمها المستهلكون لتقييم مشترياتهم بطريقة روتينية على الويب وعندما يواجهون أي مشاكل في استخدام الموقع.

5.2. مفهوم رضا الزبون الالكتروني:

ينظر إلى رضا الزبون بشكل عام كنتيجة للمقارنة بين توقعات الاستهلاك والخبرة؛ ويتم تحقيق رضا العملاء عندما يلبي المنتج توقعات العميل ويتجاوزها، من المرجح أن يكون لدى الزبائن الراضين نية لإعادة الشراء إذا وصل مزود الخدمة إلى توقعاتهم أو تجاوزها، (HILA LUDIN & CHENG, 2014, p. 463)، كما تم تعريفه بأنه معرفة تنتج عن مقارنة بين التوقعات والأداء المدرك، (Ben Ammar & Belaid, 2016, p. 61)، وحسب Oliver (1997) يمكن رؤية الرضا على أنه استجابة المستهلك العاطفية والمعرفية بخصوص مستوى الاداء. ويعرف كذلك بأنه "تقييم عام لأداء منتج ما (سلعة أو خدمة)" وهو رأي يستند إلى تجربة المستهلك الشخصية مع منتج ما. (Bobâlcă, 2014, p. 997).

اما Kotler يعرف رضا الزبون بأنه "مشاعر تعبر عن السعادة والسرور نتيجة لمقارنة الزبون للخدمة وما يتوقعه منها"، اذ يعتبر الرضا الدالة على الأداء المدرك والتوقعات، ففي حالة عجز الأداء عن مقابلة التوقعات، فان الزبون يكون في حالة استياء وخيبة أمل ويترك التعامل مع المؤسسة في المستقبل، وفي حالة أن يكون الأداء مطابقا للتوقعات أو يزيد فان الزبون يشعر بالارتياح والرضا وهذا الرضا العالي يخلق نوعا من الترابط العاطفي مع المؤسسة الذي يقود إلى الولاء. (البكري و طالب، 2015، صفحة 69).

بينما عرف Sheng and Chunlin سنة 2010 "رضا العملاء" بأنه نية العميل في اختيار المنتج أو الخدمة الأصلية عند إعادة شراء نفس المنتج أو الخدمة، مما يؤدي إلى تكرار الشراء لنفس العلامة التجارية دون أن يتأثر بالبيئة أو نهج التسويق. يتم تحديد مستويات رضا العملاء عبر الإنترنت من خلال الاختلاف بين ما يريدون وما يحصلون عليه، (Mkhize, 2020, p. 1652). لذا يمكن اعتبار الرضا الالكتروني بأنه ذلك الشعور الإيجابي أو السلبي من قبل الزبائن نتيجة تعاملهم بالخدمة الالكترونية.

6.2. علاقة جودة الخدمة الالكترونية برضا الزبون:

أكدت العديد من الدراسات على أهمية جودة الخدمة الالكترونية وتأثيرها مباشر على الزبائن في الحفاظ على علاقة قوية ودائمة بين تجار التجزئة عبر الإنترنت وزبائنهم، حيث يكسب التجار الذين يتمتعون بجودة خدمة ممتازة بميزة التعرف على توقعات عملائهم، وبالتالي تحسين رضاهم.

وعبر Guo وآخرون سنة 2012 عن جودة الخدمة بكونها مستوى المساعدة المقدمة لتجار التجزئة عبر الإنترنت في توفير تسوق وشراء وتسليم المنتجات والخدمات بكفاءة وفعالية. (HILA LUDIN & CHENG, 2014, p. 464).

أكدت دراسة Sheng and Liu سنة 2010 أن بآن جودة الخدمة الإلكترونية بحد ذاتها هي حافز مهم لرضا العملاء وتؤثر عليه بشكل مباشر (مع عدم اهمال تأثير التوقعات، اذا تم تأكيد توقعات العملاء عبر الإنترنت بشكل إيجابي، فمن المرجح أن يثقوا في بائعي التجزئة عبر الإنترنت الذين يشترون المنتجات منهم وأن يعيدوا الشراء من نفس بائعي التجزئة. ومع ذلك، إذا تم تأكيد توقعاتهم بشكل سلبي، فقد لا يشترون المنتجات مرة أخرى من نفس بائع التجزئة). (Mkhize, 2020, p. 1652)

7.2. أهمية منهج Six Sigma في جودة الخدمة وتحقيق رضا الزبون:

لقد نتج عن تطور ادارة الجودة الشاملة ما يطلق عليه سيجما ستة Six Sigma فهو عبارة عن منهج اداري شامل، هدفه تحسين العمليات الصناعية والخدمية لزيادة الانتاجية، وتخفيض التكلفة، وتحقيق الربحية وتعظيم المقدره التنافسية وزيادتها عن طريق تخفيض التكاليف وتقليل احتمالات الأخطاء، والقضاء على العيوب في العمليات والانتاج النهائي، وكسب وتعزيز رضا العملاء (الكبيجي، 2018، صفحة 04)

اثبتت الدراسات ان منهج سيجما ستة Six Sigma له أثر كبير في تحقيق الجودة وتخفيض تكاليفها، كذلك أثبت أنه منهج قد يساعد الشركات على تحسين عائداتها المالية. وهو برنامج مصمم للحد من العيوب لكل عملية لتصل الى أدنى مستوياتها 3.4 عيب من كل مليون فرصة" Defects Per Million Opportunities (DPMO) ، اذ أنه تعبير احصائي يشير إلى (99.99999) دقة الأداء أي ضمن مواصفات العميل. (Pereira, Bento, Ferreira, Sá, & Silva, 2019, p. 1609)

3. الخدمات الالكترونية التي طرحتها مؤسسة بريد الجزائر في الاونة الأخيرة:

مؤسسة بريد الجزائر هي مؤسسة عمومية ذات طابع خدمي، أنشئت سنة 2002 امتدادا لبرنامج إصلاح قطاع البريد والمواصلات، الذي تم سنه بموجب القانون رقم 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000، والرامي إلى عصرنة قطاع البريد، توفر مؤسسة بريد الجزائر قائمة من الخدمات عبر الانترنت حيث تهدف المؤسسة إلى تسهيل مختلف العمليات على زبائنهم، ويمكن للزبون الاستفادة من هذه الخدمات التي توفرها المؤسسة لأجل القيام بالعديد من العمليات عبر الانترنت ودون الحاجة إلى التنقل إلى مكاتب المؤسسة أو بعض الوكالات التجارية أو بعض المحلات، فيمكن للزبون مثلا دفع الفواتير الخاصة بالكهرباء أو الماء كما يمكن الإستفادة من خدمات أخرى وذلك عبر البوابة الإلكترونية المتاحة من طرف المؤسسة وذلك عبر الرابط التالي، baridinet.poste.dz ونتطرق في هذا الجزء إلى الخدمات التي تتيحها المؤسسة عبر الانترنت:

توجه الزبائن نحو الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر ورضاهم عن جودتها: دراسة استقصائية لعينة من

زبائن المؤسسة بالجزائر

جدول رقم (02): الخدمات الالكترونية التي طرحتها مؤسسة بريد الجزائر

الخدمة	الشرح
بطاقة الدفع اللاتلامسية CARDLESS.	تعتبر هذه الخدمة من بين أهم الخدمات التي توفرها المؤسسة حيث تسمح هذه الخدمة للزبائن بسحب الأموال من الموزعات الآلية GAB بدون استخدام البطاقة الذهبية حيث يكفي استخدام تطبيق بريدي موب BaridiMob أو بريدي ويب BaridiWeb ويمكن سحب مبلغ 20,000 دينار جزائري كأقصى قيمة عبر هذه الخدمة التي تقول عنها المؤسسة أنها آمنة ويمكن استعمالها في الحالات الطارئة.
دفع الفواتير عبر الانترنت.	إمكانية دفع فواتيرهم عبر الانترنت ودون عناء التنقل إلى الوكالات التجارية حيث يمكن دفع: فواتير الجزائرية للمياه، فواتير سونلغاز، فواتير شركة المياه والتطهير للجزائر، فواتير متعامل الهاتف النقال موبيليس، فواتير الهاتف لاتصالات الجزائر.
إمكانية طلب البطاقة الذهبية.	يمكن للراغبين في الحصول على البطاقة الذهبية اللوج إلى الرابط) طلب البطاقة الذهبية (لتقديم طلب الحصول على البطاقة، كما يتيح الموقع أيضا إمكانية تتبع حالة البطاقة بعد طلبها.
الاشتراك في تطبيق بريدي موب BaridiMob.	يعتبر تطبيق بريدي موب BaridiMob من أهم الخدمات المتاحة عبر الانترنت من طرف المؤسسة كما تتوفر نسخة ويب من التطبيق تحمل اسم بريدي ويب BaridiWeb وتوفر بدورها العديد من الخدمات أونلاين، ومن بين الخدمات الرئيسية التي يوفرها التطبيق نذكر: الإطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري؛ الإطلاع على الكشف المصغر؛ التحويل من حساب بريدي جاري إلى حساب بريدي آخر؛ تجميد أو إعادة تفعيل البطاقة الذهبية، تحديد الموقع الجغرافي للموزعات الآلية GAB. والإطلاع على العروض والإعلانات.
تتبع البعثات.	توفر المؤسسة إمكانية تتبع البعثات عن طريق توفير موقع إلكتروني مخصص لهذا الأمر حيث يعتبر الموقع أمنا لتتبع جميع شحنات الافراد الدولية.
تحميل المطبوعات.	توفر المؤسسة قائمة من المطبوعات على موقعها الرسمي حيث يمكن استخدام هذه المطبوعات في مكاتب البريد ويمكن تحميل المطبوعات.
تعبئة رصيد الانترنت.	تتيح هذه الخدمة لزبائن اتصالات الجزائر إمكانية دفع فواتيرهم واشتراكاتهم الخاصة بالهاتف الثابت وكذا الانترنت حيث يمكنكم القيام بمختلف العمليات.
فتح الحساب البريدي الجاري أو الإطلاع على الرصيد.	تتيح لكم بريد الجزائر عبر موقعها الإلكتروني إمكانية الإطلاع على رصيد حسابكم البريدي الجاري كما يمكنكم أيضا تقديم طلب لفتح حساب بريدي جاري جديد.
تعبئة رصيد الهاتف النقال.	يمكن لزبائن مؤسسة بريد الجزائر الاستفادة من خدمات تعبئة رصيد الهاتف النقال لمتعاملي الهاتف الثلاثة موبيليس، جازي وأوريدو حيث يكفي اللوج إلى الموقع المخصص لهذه العملية.
شراء تذاكر السفر والتأمينات.	توفر المؤسسة إمكانية حجز تذاكر السفر عبر موقعها الرسمي وذلك بالشراكة مع عديد الشركات المختصة في هذا المجال حيث يمكنكم حجز تذاكر السفر الخاصة بالخطوط الجوية الجزائرية أو شركة طيران طاسيلي مثلا.
خدمة الدفع عن طريق الهاتف النقال "بريد باي Baridi Pay".	"بريد باي" هو عبارة عن وسيلة دفع جديدة، عن طريق الهاتف النقال، من ميزاتنا انها سهلة الاستعمال وغاية في الامان. للعلم فلن هذه الخدمة مبنية على تكنولوجيا تقنية قراءة الرمز الشريطي ثنائي الابعاد، وهي التقنية المعروفة باسم كيوار، كود أي بمعنى (رمز الاجابة السريع)، هذا النوع من طرق الدفع يتم اجراءه دون اي اتصال، اي (بدون بطاقة الذهبية وبدون سيولة) بحيث يتم اجراء عملية مسح ضوئي انطلاقا من تطبيق "بريدي موب" ليتم بعدها منح رمز الاجابة السريع للتاجر او يتولد بموجب اجراء المعاملة المالية، وهو الرمز الذي يسمح للزبون بالقيام بعملية تحويل الاموال من حسابه الى حساب للتاجر بكل امان وفي وقت فوري.
الخدمات عن بعد الخاصة بالصندوق الوطني للتوفير والاحتياط "e-CNEP".	تتوفر خدمة فتح حساب لدى الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط "CNEP" على مستوى معظم مكاتب البريد، وهي موجهة لفائدة الـ طالب أو الغير على حد سواء. يستلم الزبون رمزا سرياً يقممه له بريد الجزائر مجاناً، على مستوى أي مكتب بريد يختاره، وبناء على طلبه للدخول إلى حسابه البريدي عن بعد. يتيح صندوق "CNEP" هذه الخدمة للزبائن الحائزين على حساب لديه، حيث يمكنهم القيام بمجموعة من العمليات المصرفية (البنكية) عبر شبكة الإنترنت، باللوج عبر الموقع الإلكتروني للتالي (https://ecnep.poste.dz/)

المصدر: من اعداد الباحثة استنادا على:

Site internet d'Algérie poste: APS, Service en ligne, voire le site web : <https://www.poste.dz/#servicespart> (2022/04/15) (Site internet d'Algérie poste: APS, 2021) // Site internet d'Algérie poste: APS, Service paiement mobile baridipay, voire le site web : https://www.poste.dz/services/professional/Baridi_pay_pro (Site internet d'Algérie poste: APS, 2021) // Site internet d'Algérie poste: APS, SERVICE D'EPARGNE CNEP, voire le site web : <https://www.poste.dz/services/professional/cnep> (Site internet d'Algérie poste: APS, 2021)

4. قراءة احصائية لو وقع توجه الزبائن نحو الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر:

حفزت أزمة كوفيد 19 مؤسسة بريد الجزائر لتسريع التحول نحو الخدمات الالكترونية واستخدام وسائل الدفع الالكتروني حيث طرحت خدمات جديدة مرتبطة ببطاقة لدفع الالكتروني، من جهة اخرى هناك توجه من طرف الافراد نحو استخدام هذه الخدمات في ظل تداعيات ازمة كورونا -من مكوث الافراد في المنازل وتجنب الاحتكاك – وفيم ياتي اهم الخدمات التي طرحتها المؤسسة ونجاعتها وهذا حسب الارقام المنشورة من طرف المؤسسة بين سنتي 2019 و2020. (Site internet d'Algérie poste: APS, 2021).

جدول رقم(03): قراءة احصائية لو وقع توجه الزبائن نحو الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر

التحويلات من حساب إلى حساب	حققت "انتعاشا"، مسجلة "أكثر من 2.9 مليار دينار خلال سنة 2020، أي بزيادة قدرها 137 في المئة مقارنة بسنة 2019."
الدفع الالكتروني عبر بطاقة الذهبية	هنالك زيادة "كبيرة" في عدد العمليات المرتبطة بخدمات الدفع الإلكتروني عبر بطاقة "الذهبية"، بأكثر من 6.6 مليون بطاقة حيث تم إصدار 3.8 مليون بطاقة مجددة في سنة 2020. كما سجل "الدفع عبر الإنترنت عن طريق بطاقة 'الذهبية' ما يقارب 4 ملايين عملية في 2020، مقارنة بسنة 2019 (حوالي 670 ألف عملية) أي بارتفاع بنسبة 487 % في سنة واحدة."
خدمة Baridi Mob	شهدت الخدمة الجديدة للدفع الذاتي التي أطلقها بريد الجزائر عبر تطبيق الهاتف "بريدي موب Baridi Mob" التي تسمح لحاملي بطاقات "الذهبية" بمرجة تحويل الأموال من حساب بريدي جار CCP إلى حسابات بريرية أخرى، ارتفاعا بنسبة 557٪ التحويلات في سنة واحدة.
محطات الدفع الإلكترونية (TPE) وأجهزة الصراف الآلي (ATMs)	زادت المعاملات على محطات الدفع الإلكترونية (TPE) "بقوة" بمعدل نمو 773٪، وكذلك على أجهزة الصراف الآلي (ATMs)، حيث يتم تسجيل عدد معتبر من عمليات السحب بلغت 956 مليار دينار، بزيادة قدرها 15٪ مقارنة بسنة 2019.

Site internet d'Algérie poste: APS, L'e-paiement "propulsé" par la pandémie du coronavirus en Algérie 21/01/2021, voire le site web : <https://www.aps.dz/economie/115805-l-e-paiement-propulse-par-la-pandemie-du-coronavirus-en-algerie>(consulté le02/10/2021

5. تحليل نتائج الدراسة الاستقصائية:

قبل التفصيل الى تحليل نتائج الدراسة نتطرق الى منهجية الدراسة ونموذجها:

1.5 منهجية البحث:

* نموذج الدراسة ومتغيراتها:

استنادا على ادبيات الموضوع حول جودة الخدمات الالكترونية يمكن بناء نموذج الدراسة في الشكل الآتي:

الشكل رقم-01:- نموذج الدراسة



المصدر: من إعداد الباحثة اعتمادا على دراسات سابقة.

*مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من زبائن مؤسسة بريد الجزائر، نظرا لضخامة حجم مجتمع الدراسة وصعوبة تحديد إطار للمعينة، قد تم الاعتماد على عينة مقصودة، وقد تم توزيع الاستبانة الكترونيا واسترجع منها 164 استبانة صالحة للمعالجة من خلال برنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية SPSS.

*أداة جمع البيانات:

تم خلال هذه الدراسة الاعتماد على الاستبيان كأداة لجمع البيانات الأولية. استخدمنا مقياس e-s-qual لقياس ابعاد جودة الخدمة الالكترونية من خلال مقياس ليكرت الخماسي على العبارات(1-28)، حيث تم الاعتماد على دراستي: Parasuraman واخرون : (2005, Parasuraman , Zeithaml , & Malhotra)، ودراسة القاضي نعيم سلامة سنة 2013 (القاضي، 2013)

✓ بعد الاعتمادية وتقيسه الفقرات من 1-3

✓ بعد الاستجابة وتقيسه الفقرات من 4-7

✓ بعد الاتصال وتقيسه الفقرات من 8-11

✓ بعد سهولة البحث وتقيسه الفقرات من 12-16

✓ بعد التوافق وتقيسه الفقرات من 17-20

✓ بعد الخصوصية وتقيسه الفقرات من 21-25

✓ بعد الفعالية وتقيسه الفقرات من 26-28

كما تم قياس الرضا عن الخدمات الالكترونية (العبارات من 29-32) باستخدام مقياس ليكرت، بالإضافة الى المعلومات الشخصية: السن، الجنس، المستوى التعليمي، الدخل، وتم استخدام مقياس Likert الخماسي في توزيع أوزان إجابات أفراد العينة، والذي يتوزع من أعلى وزن له والذي أعطيت له (5) درجات والذي تمثل في حقل الإجابة (غير موافق بشدة، غير موافق محايد، موافق، موافق بشدة).

2.5. وصف خصائص عينة الدراسة:

نلاحظ من خلال الملحق رقم 01 مايلى: فيما يخص الجنس أن نسبة الذكور بلغت (72.6%) وبلغت نسبة الإناث (27.4%) على التوالي، أما الفئة العمرية فكانت النسبة الأكبر للفئة من 18 إلى 29 سنة وذلك بنسبة (83.5%) وتتبعها الفئة العمرية ما بين 30 الى 41 سنة بنسبة (16.9%) أما باقي الفئتين فكانت نسبتهما معدومة، أما فيما يخص الدخل الشهري كانت النسبة الأكبر للدخل (الأقل من 18000 دج) بنسبة (42.1%) تليها فئة الدخل (من 36000 دج وأقل م 54000 دج) بنسبة (27.4%)، تليها نسبة الدخل (من 18000 دج والأقل من 36000 دج) بنسبة (16.5%)، في حين فئة (أكثر من 54000 دج) بنسبة (14%)، أما فيما يخص المستوى التعليمي كان المستوى المتوسط بنسبة (1.2%) يليه المستوى الثانوي (6.1%) أما المستوى الجامعي استحوذ على النسبة الأكبر ب(73.2%) يليه مستوى الدراسات العليا بنسبة (19.5%) أما المستوى الابتدائي فكانت نسبته معدومة.

3.5 تحليل النتائج:

من خلال إجابات الأفراد وبعد فرزها. نتناول فيما يلي وصفا لإجابات أفراد العينة على أسئلة الدراسة وتحليلا لنتائجها:

1.3.5. تحليل نتائج الاستبيان الخاصة بإبعاد جودة الخدمة الالكترونية: يتبين من نتائج التحليل الاحصائي والمبينة في الملحق رقم 02 ما يلي:

بالنسبة لبعد الاعتمادية أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون للموافقة بالنسبة للمتغير ككل وكذلك بالنسبة لجميع العبارات حيث أن المتوسطات الحسابية التي تراوحت بين 3.48 و3.86 وانحرافات معيارية تراوحت بين 0.896 و1.054.

بالنسبة لبعد الاستجابة أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون للموافقة بالنسبة للمتغير ككل، حيث يميل افراد العينة للموافقة على العبارتين (تتميز الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بريد الجزائر بسرعة التنفيذ والعبارة تساعدني الخدمات البريدية الالكترونية في حل الكثير من المشاكل) حيث أن المتوسطين الحسابيين بلغت على التوالي 3.61 و3.84 وانحرافين معياريين كانت على التوالي 1.122 و0.838 في حين أن العبارة (توفر الخدمات الالكترونية في بريد الجزائر الوقت والجهد) فان أفراد العينة موافقين بشدة حيث بلغ المتوسط الحسابي 4.23 وانحراف معياري قدره 0.811 أما العبارة (يوفر بريد الجزائر خدمات الكترونية دقيقة) فيميل أفراد العينة الى الحياد حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.29 وانحراف معياري 0.997.

بالنسبة لبعد الاتصال أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون للموافقة بالنسبة للمتغير ككل، حيث يميل افراد العينة للموافقة على العبارات التالية (تتميز معلومات الخدمات الالكترونية بالدقة والعبارة يسهل الحصول على الخدمة المطلوبة من خلال الخدمات الإلكترونية المتوفرة في بريد الجزائر والعبارة تتميز الخدمة الالكترونية بسرعة الوصول إلى الخدمات البريدية المرغوب فيها) حيث أن المتوسطات الحسابية تراوحت بين 3.40 و3.57 وانحرافات معيارية تراوحت بين 1.016 و0.972 وفيما يخص العبارة (تسهل الخدمة الالكترونية الاتصال بمؤسسة البريد) "فان أفراد العينة يميلون الى الحياد حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.38 وانحراف معياري 1.053

بالنسبة لبعد سهولة البحث أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون للحياد بالنسبة للمتغير ككل حيث يميل افراد العينة للموافقة على العبارتين: (توفر الخدمات الالكترونية سبل كثيرة للوصول إلى الخدمات البريدية والعبارة يوفر الموقع الالكتروني عدة طرق للبحث عن الخدمة البريدية) بمتوسط حسابيين 3.48 و3.50 وانحراف معياريين 0.981 و0.962. في حين أن العبارات الآتية (يمكنني الكترونيا ايجاد الخدمة البريدية المطلوبة بسهولة والعبارة يوفر محرك البحث الخدمات البريدية الالكترونية المطلوبة والعبارة أستطيع التحرك بسرعة من خلال الموقع الالكتروني لمؤسسة البريد الجزائر) أظهرت النتائج أن أفراد العينة يميلون للحياد بمتوسطات حسابية على التوالي 3.27 و3.36 و3.23 وانحرافات معيارية تراوحت بين 1.093 و1.008 بالنسبة لبعد التوافق أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون للحياد بالنسبة للمتغير ككل، حيث يميل افراد العينة للموافقة على العبارتين (لا تتعارض الخدمات الالكترونية مع حاجاتي والعبارة تلي الخدمات الالكترونية متطلباتي) بمتوسطين حسابيين 3.47 و3.46 بانحرافين معياريين 0.896 و0.929، ويميلون الى الحياد (تنفق الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر مع حاجاتي وتحتوي الخدمات الالكترونية على المعلومات التي احتاجها) بمتوسطين حسابيين 3.27 و3.30 وانحرافين معياريين 1.064 و1.018.

بالنسبة لبعدها الخصوصية أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون للموافقة بالنسبة للمتغير ككل حيث يميل أفراد العينة للموافقة على جميع العبارات بمتوسطات حسابية تراوحت بين 3.41 و3.87 وانحرافات معيارية تراوحت بين 0.790 و0.920.

بالنسبة لبعدها الفعالية أظهرت نتائج التحليل الإحصائي أن أفراد العينة يميلون للحياد بالنسبة للمتغير ككل، حيث يميل أفراد العينة للموافقة بالنسبة للعبارتين (أحصل على الخدمات البريدية الالكترونية بشكل دقيق وعبرة توفر الخدمات البريدية الالكترونية السرعة في الإبلاغ عن العمليات المنجزة) بمتوسط حسابيين 3.43 و3.41 وانحراف معياريين 0.954 و1.079 وأما العبرة (تستجيب الخدمات البريدية الإلكترونية بسرعة لاستفساراتي) فالأفراد يميلون للحياد بمتوسط حسابي 2.96 وانحراف معياري 1.087.

2.3.5 تحليل نتائج الاستبيان الخاصة ببعدها رضا الزبائن: يتبين من نتائج التحليل الإحصائي الخاصة ببعدها رضا الزبائن والمبينة في الملحق رقم 03 ما يلي: أن أفراد العينة يميلون للحياد بالنسبة للمتغير ككل، حيث يميل أفراد العينة إلى الحياد بالنسبة لثلاث عبارات الأولى (أنا راضي عن الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر وعبرة كان قراري في استخدام موقع بريد الجزائر للخدمات الالكترونية حكيمًا وعبرة تسرني تجربتي في استخدام موقع بريد الجزائر) بمتوسطات حسابية تتراوح بين 2.84 و3.37 وانحرافات معيارية تتراوح بين 1.158 و0.959 أما العبرة (سوف استمر في استخدام موقع بريد الجزائر في المستقبل) فالأفراد يميلون للموافقة بمتوسط حسابي 3.54 وانحراف معياري 1.024.

3.3.5 اختبار فرضية أن أبعاد جودة الخدمة الالكترونية مجتمعة تؤثر على رضا الزبائن:

جدول رقم (04) تأثير أبعاد جودة الخدمة الالكترونية مجتمعة تؤثر على رضا الزبائن

البيان	R	R ²	F	Sig	Bêta	T	Sig	VIF
الاعتمادية	0,545	0.297	9.430	0.00	0,174	2.129	0.035	1.483
الاستجابة					-0,001	-0.009	0.993	2.738
الاتصال					0,079	0.592	0.554	3.908
سهولة البحث					0,061	0.590	0.556	2.341
التوافق					0,015	0.155	0.877	2.203
الخصوصية					0,039	0.430	0.668	1.781
الفعالية					0,309	2.843	0.005	2.626

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي spss

يتضح من الجدول قيمة (F) دالة عند مستوى دلالة $\text{sig} = 0.000$ مما يشير إلى المعنوية الكلية لنموذج الانحدار، كما يؤكد المعنوية الجزئية لنموذج الانحدار من خلال اختبار t عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ ، إذ نلاحظ معنوية معاملين جزئيين للنموذج هي (بعد الاعتمادية، وبعد الفعالية) عند مستوى دلالة $(\alpha \leq 0.05)$ وعدم معنوية باقي الأبعاد (بعد الاستجابة وبعد الاتصال وبعد سهولة البحث وبعد التوافق وبعد الخصوصية). تساهم المتغيرات المستقلة بنسبة 29.7% في المتغير التابع (الرضا).

- هذا النموذج لا يعاني من مشكلة الارتباط الذاتي للأخطاء، حسب اختبار Durbin –Waston وهي قريبة من العدد 2.
- لا يعاني النموذج من مشكلة التداخل الخطي حيث تشير معامل تضخم التباين FIV إلى عدم تجاوزه للقيمة (10) وأكبر من 0.3 وهذا يعني أن النموذج لا يعاني من مشكلة التداخل الخطي.

- يؤكد اختبار التوزيع الطبيعي للأخطاء العشوائية أن البواقي تتوزع طبيعياً بمتوسط يساوي الصفر.
- لا يعاني النموذج من مشكلة عدم تجانس تباين الخطأ العشوائي.

4.3.5 اختبار الفرضية الرابعة: لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن عن جودة الخدمات الالكترونية بدلالة المتغيرات الديموغرافية (الجنس، العمر، الدخل): تندرج ضمن هذه الفرضية فرضيات فرعية نختبرها كما يلي:

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة الجنس: بهدف اختبار فرضية مدى وجود فروق لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة الجنس تم استخدام اختبار Whitney Mann- وتوصلنا للنتائج التالية:

الجدول رقم (05): نتائج اختبار مان ويتني (Mann-Whitney) حول فروق لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة

الجنس

الفئة العمرية	العدد	متوسط الرتب	قيمة Mann-Whitney	قيمة Z	مستوى الدلالة Sig
ذكر	119	80,66	2458,000	-0,816	0,415
أنثى	45	87,38			

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS 20

يتضح من الجدول عدم وجود فروق معنوية لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة الجنس ذلك أن قيمة Z بلغت -0.816 وبلغت قيمة Sig 0.415 أكبر من 0.05 أي لا تختلف درجة رضا الزبائن الذكور عن رضا الزبائن الاناث.

- لا توجد فروق ذات دلالة احصائية عند مستوى دلالة $\alpha \leq 0.05$ لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة المستوى الدراسي والدخل: بهدف اختبار فرضية مدى لاختبار مدى وجود فروق لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة العمر والدخل، تم استخدام اختبار Kruskal-Wallis وتوصلنا للنتائج التالية:

الجدول رقم (06): نتائج اختبار كروسكال واليس (Kruskal-Wallis) حول فروق لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة

المستوى الدراسي والدخل

مستوى الدلالة Sig	قيمة square-Chi	متوسط الرتب	العدد	المستويات الدراسية	
0,226	4,352	37,25	2	متوسط	المستوى الدراسي
		80,85	10	ثانوي	
		80,11	120	جامعي	
		94,80	32	دراسلت عليا	
مستوى الدلالة Sig	قيمة square-Chi	متوسط الرتب	العدد	مجالات الدخل	
0,003	14,135	68,25	69	أقل من 18000 دج	الدخل
		87,24	27	من 18000 دج وأقل من 36000 دج	
		88,40	45	من 36000 دج وأقل من 54000 دج	
		108,15	23	من 54000 دج فأكثر	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي SPSS 20

يتضح من الجدول عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة المستوى الدراسي وبلغت قيمة Sig 0.226 أكبر من 0.05 و يتضح من الجدول وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى معنوية ($\alpha \leq 0.05$) لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة الدخل وبلغت قيمة Sig 0.003 اقل من 0.05.

حسب الدراسات ليس السبب الوحيد لنجاح المؤسسات هو التواجد في الواقع الافتراضي وتقديم السلع والخدمات بأقل الأثمان بل بايجاد سبل اخرى لجذب الزبائن والاحتفاظ بهم وهو ما يشكل تحديا كبيرا واجه تلك المؤسسات. ويرى الباحثون ان التوجه نحو جودة الخدمة الالكترونية هو المعيار البديل على المدى الطويل في سوق العصر الرقمي.

ان استخدام مؤسسة بريد الجزائر للخدمات الإلكترونية، يساهم في تجنب الاحتكاك والطواير داخل مكاتب البريد، ويشجع الناس على المكوث في المنازل بإجراء المعاملات عن بعد كدفع الفواتير، تحويل الأموال... إلخ، ويقلل من خطر تداول العملات النقدية التي قد تكون موبوءة، كما انه يسهل المعاملات ويقلل الجهد والوقت للمستهلك ويشجعه على التوجه نحو التسوق الالكتروني. بعد اجراء دراسة استقصائية بهدف قياس رضا الزبائن عن جودة الخدمات الالكترونية في مؤسسة بريد الجزائر، تم التوصل إلى:

- ✓ عبر أفراد العينة على أن الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر ذات جودة بالنسبة لبعدها الاعتمادية حيث أقر أفراد العينة أنهم يحصلون على الخدمة الإلكترونية في الوقت المناسب ويستطيعون الاعتماد عليها بشكل كبير.
- ✓ عبر أفراد العينة على أن الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر ذات جودة بالنسبة لبعدها الاستجابة وخاصة من ناحية سرعة التنفيذ وحل المشاكل.
- ✓ عبر أفراد العينة على أن الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر ذات جودة بالنسبة لبعدها الاتصال حيث أقر أفراد العينة أنها تتميز بالدقة وسرعة الوصول إلى الخدمات البريدية.
- ✓ عبر أفراد العينة على أن الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر ذات جودة متوسطة بالنسبة لبعدها سهولة البحث وذلك بسبب حيادهم اتجاه: ايجادها بسهولة والتحرك بسرعة من خلال الموقع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر.
- ✓ عبر أفراد العينة على أن الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر ذات جودة متوسطة بالنسبة لبعدها التوافق وذلك بسبب حيادهم اتجاه: اتفاق الخدمات الالكترونية مع حاجاتهم واحتوائها على المعلومات التي يحتاجونها.
- ✓ عبر أفراد العينة على أن الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر ذات جودة بالنسبة لبعدها الخصوصية بسبب موافقتهم على صعوبة الحصول على معلوماتهم الشخصية والمالية وحمايتهم ولحفاظ على سريتها.
- ✓ عبر أفراد العينة على أن الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر ذات جودة متوسطة بالنسبة لبعدها الفعالية ذلك بسبب حيادهم اتجاه استجابة المؤسسة بسرعة لاستفساراتهم.
- ✓ عبر أفراد العينة على حيادهم اتجاه الرضا عن الخدمات الإلكترونية لمؤسسة بريد الجزائر لكن اقرروا بالموافقة على استمرارهم في استخدام موقع بريد الجزائر في المستقبل لأنه ليس سهل عليهم تنفيذ العمليات المالية التي يحتاجونها في وقت مناسب دون عناء التنقل.
- ✓ يوجد تأثير معنوي لأبعاد جودة الخدمات الالكترونية مجتمعة (الاعتمادية، الاستجابة، الاتصال، سهولة البحث، التوافق، الخصوصية، الفعالية) على الرضا عن الخدمات الالكترونية لمؤسسة بريد الجزائر عند مستوى دلالة ($\alpha < 0.05$).
- ✓ اكدت نتائج التحليل الاحصائي وجود فروق معنوية لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة الدخل وعدم وجود فروق معنوية لمتوسط الموافقة على رضا الزبائن بدلالة الجنس والمستوى الدراسي عند مستوى دلالة 0.05.

الاقتراحات: من خلال النتائج المتحصل عليها يمكن أن نقدم الاقتراحات التالية:

- ضرورة اهتمام مؤسسة بريد الجزائر بتقديم الخدمات الالكترونية لأنها حتمية فرضتها التطورات التكنولوجية الأخيرة ولكونها تقدم تسهيلات عديدة للزبائن، والعمل على مواكبة التطورات التكنولوجية وتحديث الخدمات الالكترونية المقدمة للزبائن من خلال تطوير قنوات اتصال أو إضافة قنوات الكترونية جديدة للمحافظة على الزبائن الحاليين وجذب زبائن جدد.
- الاهتمام بمعايير جودة الخدمات الالكترونية لما لها من آثار إيجابية على المؤسسات في تحقيق الرضا. ويعتبر منح ستة سيجم (lean six sigma) إستراتيجية إدارة الأعمال التي تعمل على تحسين جودة مخرجات العملية من خلال تحديد وإزالة أسباب العيوب والتقليل من التباين في عمليات الأداء. لذلك نوصي المؤسسة بضرورة تبني إستراتيجية 6 سيجم التي ستمكها من تلبية كامل احتياجات المستخدمين وتقديم خدمات عالية الجودة في بيئة تنافسية لتعظيم رضا المستخدمين وزيادة كفاءة المؤسسة.
- يجب على مؤسسة بريد الجزائر ابرام اتفاقيات مع المؤسسات الاقتصادية التي يتعامل معها الزبائن بكثرة وتقديم خدمات دفع عن طريق الوسائل الالكترونية مباشرة من الحساب البريدي الجاري.
- محاولة كسب رضا الزبائن والحفاظ عليهم، والوقوف على مقترحاتهم والاهتمام بحل مشاكلهم ومعرفة الخدمات التي يرغبون فيها.
- العمل على نشر ثقافة استخدام الخدمات الالكترونية بين الزبائن وبيان أهميتها ومزاياها في سرعة إنجاز المعاملات وتلبية احتياجاتهم.

7. قائمة المراجع:

1. ثامر البكري، و احمد هادي طالب. (2015). إدارة علاقات الزبائن والأداء التسويقي. عمان: دار أمجد للنشر والتوزيع.
2. رشيدة بن الشيخ لفقون. (2018). أطروحة دكتوراه. أطروحة دكتوراه أطروحة دكتوراه دراسة تحليلية للمواقع الالكترونية واستخداماتها في مجال التسويق بالمؤسسات الاقتصادية الجزائرية. جامعة قسنطينة2، الجزائر.
3. علي محمد العضيلة، و نهى خالد. (2017). أثر تطبيق جودة الخدمات الالكترونية وأثرها على رضا طالبات جامعة الأميرة نوره بالمملكة العربية السعودية: دراسة حالة . المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 13 (03).
4. مجدي وائل الكبيجي. (2018). مدى تطبيق منهج Six Sigma كمدخل لتخفيض تكاليف الجودة في الشركات الصناعية المساهمة. المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، 41(1).
5. نادية بوراس . (2017-2018). معايير تقييم جودة خدمات الحكومة الإلكترونية في ظل اقتصاد المعرفة. أطروحة دكتوراه. جامعة قسنطينة، الجزائر.
6. نسيمه لعراي، و ايمان مزبان. (أكتوبر، 2021). الخدمات البنكية المقدمة وتأثيرها على رضى الزبائن -دراسة تطبيقية في بنك التنمية الريفية-. مجلة المنهل الاقتصادي، 04(02)، 245-260.
7. نعيم سلامة القاضي. (2013). اثر جودة الخدمة المصرفية الإلكترونية في البنوك الأردنية على رضا العميل. مجلة رماح للبحوث والدراسات، 2013(11)، 122 - 104.
8. Afsar, B., Rehman, Z., Qureshi, J., & Shahjehan, A. (2010, JUNE). Determinants of customer loyalty in the banking sector: the case of Pakistan . African Journal of Business Management, 04(06), 1040-1047.
9. Ben Ammar, S., & Belaid, A. (2016). Les déterminants de la fidélité de la clientèle «affaires» d'une banque tunisienne. Proceedings of the Marketing Spring Colloquy (URAM), 07, 56-73.
10. Bobâlcă, C. (2014). Determinants of customer loyalty: a theoretical approach. Economy and Business Journal of International Scientific Publications, 8(1), 995-1005.

11. DelÁguila-Obra, A. R., Padilla-Melénde, A., & Al-dweeri, R. M. (2013). The influence of electronic service quality on loyalty in postal services: the mediating role of satisfaction. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24(09-10), 1111-1123.
12. Hafez , M., & Akther, N. (2017). Determinants of Customer Loyalty in Mobile Telecommunication Industry in Bangladesh. *Global Journal of Management and Business Research*, 17(01), 140-148.
13. HILA LUDIN, I., & CHENG, B. (2014). Factors Influencing Customer Satisfaction and E-Loyalty: Online Shopping Environment among the Young Adults . *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 2(3), 462-471.
14. Ighomereho, O., Ojo, A., Omoyele , O., & Olabode, O. (2022). From service quality to e-service quality: measurement, dimensions and model. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 25(1), 1-15.
15. Kotler, P., Keller , K., Manceau , D., & Dubois, B. (2006). *Marketing management*. France: Pearson, Education.
16. Mkhize, N. (2020). Determinants of online customer satisfaction in relation to online shopping: A South African perspective. In D. o. Management (Ed.), *International Business Conference*, (pp. 1651-1659).
17. Parasuraman , A., Zeithaml , V., & Malhotra , A. (2005). E-S-QUAL, A multiple-item scale for assessing electronic service quality. *Journal of Service Research*, 7(3), 213-233.
18. Pereira, M., Bento, M., Ferreira, L., Sá, J., & Silva, F. (2019). Using Six Sigma to analyse Customer Satisfaction at the product design and development stage. *Procedia Manufacturing*(38), 1608–1614.
19. Santos, J. (2003). E-service quality: a model of virtual service quality dimensions. *Managing Service Quality*, 13(03), 233-246.
20. Santouridis, I. (2009). E-Service Quality and its Impact on Customer Satisfaction and Trust: An Empirical Study on Greek Customers of Internet Shops. In A. a. *Proceedings of the 6th international Conference on Enterprise Systems* (Ed.). Greece.
21. Site internet d'Algérie poste: APS. (2021, 01 21). L'e-paiement "propulsé" par la pandémie du coronavirus en Algérie. Consulté le 10 02, 2021, sur <https://www.aps.dz/economie/115805-l-e-paiement-propulse-par-la-pandemie-du-coronavirus-en-algerie>
22. Site internet d'Algérie poste: APS. (2021). SERVICE D'EPARGNE CNEP. Consulté le 04 15, 2022, sur Site internet d'Algérie poste: APS: <https://www.poste.dz/services/professional/cnep>
23. Site internet d'Algérie poste: APS. (2021). Service en ligne. Consulté le 04 15, 2022, sur Site internet d'Algérie poste: <https://www.poste.dz/#servicespart>
24. Site internet d'Algérie poste: APS. (2021). Service paiement mobile baridpay. Consulté le 04 15, 2022, sur Site internet d'Algérie poste: APS: https://www.poste.dz/services/professional/Baridi_pay_pro

الملحق رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب المتغيرات الديموغرافية

النسبة %	التكرار	البيان	
72.6	119	ذكر	الجنس
27.4	45	أنثى	
83.5	137	من 18 إلى 29 سنة	العمر
16.5	27	من 30 إلى 41 سنة	
42.1	69	أقل من 18000 دج	الدخل
16.5	27	من 18000 وأقل من 36000 دج	
27.4	45	من 36000 وأقل من 54000 دج	
14	23	أكثر من 54000 دج	المستوى التعليمي
1.2	2	متوسط	
6.1	10	ثانوي	
73.2	120	جامعي	
19.5	32	دراسات عليا	

المصدر: من إعداد الباحثة بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي spss.

الملحق رقم (02) اجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة ببعدها الاعتمادية

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات	
0.896	3.54	أحصل على الخدمة الالكترونية في الوقت الذي أراه مناسباً	الاعتمادية
0.990	3.86	أحبذ التعامل مع البريد الجزائر من خلال خدماتها المقدمة الكترونياً لأنها متوفرة على مدار اليوم	
1.054	3.48	أعتمد على الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر بشكل كبير	
0.802	3.62	المتغير ككل	
0.811	4.23	توفر الخدمات الالكترونية في بريد الجزائر الوقت والجهد	الاستجابة
1.122	3.61	تتميز الخدمات الالكترونية المقدمة من طرف بريد الجزائر بسرعة التنفيذ	
0.997	3.29	يوفر بريد الجزائر خدمات الالكترونية دقيقة	
0.838	3.84	تساعدني الخدمات البريدية الالكترونية في حل الكثير من المشاكل	
0.707	3.74	المتغير ككل	الاتصال
1.013	3.40	تتميز معلومات الخدمات الالكترونية بالدقة	
0.972	3.57	يسهل الحصول على الخدمة المطلوبة من خلال الخدمات الإلكترونية المتوفرة لبريد الجزائر	
1.016	3.57	تتميز الخدمة الالكترونية بسرعة الوصول إلى الخدمات البريدية المرغوب فيها	
1.053	3.38	تسهل الخدمة الالكترونية الاتصال بمؤسسة البريد	
0.819	3.48	المتغير ككل	سهولة البحث
0.981	3.48	توفر الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر سبل كثيرة للوصول إلى الخدمات البريدية	
0.962	3.50	يوفر الموقع الالكتروني عدة طرق للبحث عن الخدمة البريدية	

توجه الزبائن نحو الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر ورضاهم عن جودتها: دراسة استقصائية لعينة من

زبائن المؤسسة بالجزائر

1.093	3.27	يمكنني الكترونيا ايجاد الخدمة البريدية المطلوبة بسهولة	
1.008	3.36	يوفر محرك البحث الخدمات البريدية الالكترونية المطلوبة	
1.011	3.23	أستطيع التحرك بسرعة من خلال الموقع الالكتروني لمؤسسة بريد الجزائر	
0.796	3.36	المتغير ككل	
1.064	3.27	تتفق الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر مع حاجاتي	التوافق
1.018	3.30	تحتوي الخدمات الالكترونية على المعلومات التي احتاجها	
0.896	3.47	لا تتعارض الخدمات الالكترونية مع حاجاتي	
0.929	3.46	تلي الخدمات الالكترونية متطلباتي	
0.813	3.37	المتغير ككل	
0.852	3.87	أستطيع الحصول على الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر مع الاحتفاظ بالسرية	الخصوصية
0.920	3.42	تتوفر الخدمات الالكترونية على جدران نارية (نظام أمان) لضمان الحماية الأمنية	
0.919	3.41	يصعب الوصول إلى معلوماتي الشخصية والمالية	
0.854	3.51	تتوفر الخدمات الالكترونية على نظام لحماية معلوماتي الخاصة	
0.790	3.76	تبقى معلوماتي سرية بالنسبة للآخرين	
0.642	3.59	المتغير ككل	
0.954	3.43	أحصل على الخدمات البريدية الالكترونية بشكل دقيق	الفعالية
1.087	2.96	تستجيب الخدمات البريدية الإلكترونية بسرعة لاستفساراتي	
1.079	3.41	توفر الخدمات البريدية الإلكترونية السرعة في الإبلاغ عن العمليات المنجزة	
0.857	3.26	المتغير ككل	

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي spss.

الملحق رقم (03) اجابات أفراد العينة على العبارات المتعلقة ببعده الرضا

الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي	العبارات
1.158	2.84	أنا راضي عن الخدمات الالكترونية لبريد الجزائر
0.959	3.37	كان قراري في استخدام موقع بريد الجزائر للخدمات الالكترونية حكيما
1.080	3.27	تسرني تجربتي في استخدام موقع بريد الجزائر
1.024	3.54	سوف استمر في استخدام موقع بريد الجزائر في المستقبل
0.930	3.25	المتغير ككل

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على نتائج البرنامج الإحصائي spss.