

دور تطبيق الإدارة الإلكترونية في تحسين نظام تقديم الخدمات

أ/ العمودي مينة

جامعة بسكرة

Abstract :

This study aims to investigate the contribution of applying e-management in improving the system of service delivery, through providing the requirements (physical, human, financial, legal, and administrative) and adopting e-management methods. The theoretical analytical approach was used to identify the degree of ICT use and the necessity of customer participation in service delivery which contributed in the emergence of an improved, integrated and new service delivery systems that provides in its turn new services (self-service, digital services). The findings of the study show that new services emerge as a result of applying e-administration such as self-service, digital services, and the level of ICT use in firms has a significant impact on the level of manufacturing service.

Keywords: e-management, service delivery system, information and communication technology

الملخص :

تهدف هذه الدراسة لمعرفة مساهمة تطبيق الإدارة الإلكترونية من خلال توفر متطلبات (المادية، البشرية، المالية، القانونية، الإدارية) والاعتماد على أساليب الإدارة الإلكترونية في تحسين نظام تقديم الخدمات. بحيث تم استخدام المنهج النظري التحليلي عن درجة استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومدى إلزامية مشاركة العميل في تقديم الخدمة، اللذان ساهم في ظهور أنظمة تقديم الخدمات محسنة ومكاملة وجديدة، التي بدورها تقدم خدمات جديدة (خدمات ذاتية، خدمات رقمية). كما توصلت الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها:

- ظهور خدمات جديدة نتيجة لتطبيق الإدارة الإلكترونية مثل (الخدمات الذاتية، خدمات الرقمية...).
- إن مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمؤسسة له أثر كبير على مستوى تصنيع لقاء الخدمة . **الكلمات المفتاحية :** الإدارة الإلكترونية، نظام تقديم الخدمة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

تمهيد

عرفت العقود الأخيرة تطورات تقنية متسارعة أثرت على ميادين الحياة المتعددة، بحيث كان لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحظ الأوفر فيها، وظهر في علم الاقتصاد ما يسمى بالاقتصاد الرقمي الذي بدوره أثر على تطور مؤسسات الأعمال، كما أن هذه التطورات غيرت كثيرا بالمقابل من وجه المؤسسات الخدمية باختلاف تخصصاتها أحدثت تواصل بين المؤسسة وعمالها ضمن نسق إلكتروني مميز الاستخدامات تسمى في الأدبيات المعاصرة بالإدارة الإلكترونية، وهي الوجه الآخر للإدارة التقليدية وتؤدي ذات المهام لكن تعيش في الشبكات الإلكترونية وأنظمة معلوماتية وتتميز بتبادل الوثائق والإجراءات مختلف التعاملات إلكترونيا بدلا من الإدارة التقليدية، وفي هذا السياق فإن تطبيق الإدارة الإلكترونية بالمؤسسات الخدمية ساهم في تطوير أساليب التعامل مع العملاء، وهذا حسب الخدمة المقدمة من طرف المؤسسة لأن توفر متطلبات الإدارة الإلكترونية يساهم بشكل كبير في تصنيع اللقاء الخدمي وشكله ومستوى التكنولوجيا التي يجب استخدامها وبالتالي فإن تطبيق الإدارة الإلكترونية تمكنها من رفع فرص الاختيار ومرونة الخدمات المتاحة للعملاء وبالتالي زيادة إنتاجية الخدمات.

منهجية الدراسة :**1. إشكالية الدراسة :**

ما مدى مساهمة تطبيق الإدارة الإلكترونية في تحسين نظام تقديم الخدمة ؟

2. أهداف الدراسة :

- محاولة التعريف أكثر بالإدارة الإلكترونية التي تعد من المفاهيم الحديثة وإبراز خصائصها وأهميتها والوقوف عند متطلبات تطبيقها.
- محاولة الإحاطة بالإطار العام لتصنيع لقاء الخدمات ودورها في المؤسسة.
- التعرف على أشكال تصنيع الخدمات في ظل تطبيق الإدارة الإلكترونية .

3. أهمية الدراسة :

- إن التحول نحو الاقتصاد الرقمي من خلال إلزامية تبني تطبيق الإدارة الإلكترونية بات مطلباً في ظل التغيرات الراهنة، يعمل على تخفيض التكاليف والجهد خاصة في المؤسسات الخدمية.
- يعد تطبيق الإدارة الإلكترونية نموذجاً لتدعيم فعالية وأداء نظام تقديم الخدمات بالمؤسسة التي ثبتت تميز في نشاطها بنجاح .

4. منهج الدراسة : اعتمدنا لمعالجة إشكالية هذا الموضوع

المنهج النظري التحليلي من خلال تغطية المحاور التالية :

المحور الأول : الإطار المفاهيمي والتطبيقي للإدارة الإلكترونية

1. مفهوم الإدارة الإلكترونية :

يعرف الإدارة الإلكترونية (محمد أحمد سمير) على هذا الأساس بأنها : "هي استخدام خليط من التكنولوجيا لأداء الأعمال والإسراع بهذا الأداء وإيجاد آلية متقدمة لتبادل المعلومات داخل المؤسسة وبينها وبين المؤسسات الأخرى والعملاء"¹. في حين يعرفها أيضاً (حسين محمد الحسن) بأنها هي: "أداء العمليات بين مجموعة من الشركاء من خلال استخدام تقنية معلومات متقدمة من أجل زيادة كفاءة وفعالية في الأداء"². أما بالنسبة (Huthiafa) يعرفها على أنها تتمثل في : " إعادة تشكيل الوظائف والأنظمة والأنشطة التي تعتمد عملياتها على الانترنت والشبكات لتحقيق الأهداف"³.

وفي ضوء التعاريف السابقة نخلص إلى أن هناك خصائص مشتركة مما بينها تتمثل في⁴:

- استعمال تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصالات في أداء الأعمال وتقديم الخدمات.
 - تأكيد رفع الكفاءة في الأداء وتحقيق فاعلية في التعامل .
 - القضاء على الهرمية والبيروقراطية في التنظيم .
 - تبسيط إجراءات العمل ووضوحها وتقليل الاستعمال الورقي.
 - الاستجابة السريعة لمتطلبات العملاء من خلال التفاعل فيما بينهم وانخفاض وأوقات انجاز الأعمال.
 - تتجاوز الحدود الزمانية والمكانية التي تقيد حركة التعاملات.
 - اعتماد مبدأ التكامل لاستثمار الجهد والوقت.
2. أهداف الإدارة الإلكترونية :

تهدف الإدارة الإلكترونية إلى تحقيق مجموعة التحسينات وتطوير تقديم الخدمات من خلال ادماج تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى الإدارة وفي مايلي نلقي الضوء على أهمها⁵:

- تقديم خدمات للمستفيد وللمؤسسة بمستويات قياسية عالية
- الجودة والدقة في ظل وجود بنية أساسية متطورة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- تبسيط الإجراءات الإدارية بشكل يسمح بتقديمها إلكترونياً.
- تحسين الأداء في مرافق الخدمات الإدارية بشكل عام.

3. أهمية الإدارة الإلكترونية :

يمكن تحديد أهمية الإدارة الإلكترونية للمؤسسات من خلال العديد من الفرص والمزايا التي توفرها الإدارة الإلكترونية لها، والتي تتمثل بصفة أساسية في⁶:

- اتساع نطاق الأسواق التي تتعامل فيها المؤسسة.
- توجيه الإنتاج وفقاً لاحتياجات ورغبات العملاء .
- تحسين جودة المنتجات والخدمات وزيادة درجة التنافسية.
- الاستفادة من الفرص المتاحة في أسواق التكنولوجيا المتقدمة.

4. متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية : يتطلب تطبيق الإدارة

الإلكترونية توفير مجموعة من المتطلبات نلخص أهمها في الجدول التالي:

جدول رقم (01) متطلبات الإدارة الإلكترونية

المتطلبات	التعريف
المكونات المادية	توافر المكونات المادية للحاسوب ونظمه وشبكاته وملحقاته حسب طبيعة عمل المؤسسة و قدرتها المالية .
البرامج	تعتبر البرامج عنصراً أساسياً فهي إحدى وسائل الإدارة لتنفيذ خططها وممارستها الإدارية عبر حواسيبها وشبكاتها الإلكترونية، وعليه فإن قائمة البرامج التي تعتمد عليها الإدارات تنقسم إلى قسمين (برامج عامة وبرامج خاصة).
الشبكة الإلكترونية	هي تلك الحزم من الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي لشبكات الانترنت والانترانت والاكسترنات، وعلى شبكة الاتصال الخاصة بالإدارة تحمل قاعدة البيانات والمعلومات التي يقوم عليها عمل الإدارة من قوانين وقرارات وبيانات أفراد ومشروعات، وملفات شخصية ومعاملات وغيرها من البيانات والمعلومات التي

يتعامل معها موظفو الإدارة ⁷	
تضم القوى البشرية صناعات المعرفة من القيادات الرقمية والمديرون والمحللون للموارد المعرفية، ورأس المال الفكري في المؤسسة، ويتولى صناعات المعرفة وإدارة التعاقد الاستراتيجي لعناصر الإدارة الإلكترونية من جهة وتغيير طرق التفكير السائدة للوصول لثقافة المعرفة.	القوى البشرية
ينبغي أن تراعي الإدارة حتى تكون عملية التحول قائمة على أسس صحيحة، مما يضمن لها الاستمرارية والتطور، ويجنبها كثيرا من العوائق والعثرات، من خلال مراعاة ضوابط المجتمع وثوابته.	المجتمع
تضمن أنظمة الإدارة وتشريعاتها التي ترسيها الإدارة والاحتراز من وقوع التجاوزات غير مرغوب فيها والسيطرة عليها .	الأنظمة والتشريعات
تشمل الأنظمة القاعدية، الأنظمة السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية وتعد بمثابة محددات لنمط الإدارة وطبيعتها وأساليب عملها وجمعها .	الأنظمة الداعمة

المصدر : من إعداد الباحثة: سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية، معهد الإدارة الإلكترونية العامة للطباعة والنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية. 2005، ص 24.

المحور الثاني: الإطار العام لنظام تقديم الخدمات .

1. الإطار المفاهيمي لنظام تقديم الخدمات.

1.1 تعريف الخدمة :

اختلف الكثير من الباحثين في تعريف الخدمة ووضع المعايير المختلفة لها وسماتها وفيما يلي سنتطرق لها بشيء من التفصيل.

أولا : تعريف الخدمات :نعرض مجموعة من تعاريف الخدمة لأشهر الباحثين في مايلي : كما يعرفها (Jochen Wirtz, Christophe Lovelock) على أنها : " منفعة مدركة بالحواس قائمة بحد ذاتها أو متصلة بشيء مادي وقد تكون قابلة للتبادل ولا يترتب عليها ملكية وهي في الغالب غير محسوسة"⁸ .

1.2 تعريف عملية الخدمة :إن إنتاج الخدمات يتطلب قدرا معينا من مشاركة لمستفيدين، فإن الضرورة تقضي أن يكون المسوقون ملمين إلماما تاما بطبيعة العمليات التي قد يتعرض لها المنتفعون من الخدمة، والتعرف على كيفية تسييرها وتسويقها.

تعرف عملية الخدمة بأنها: " عبارة عن سلسلة من الإجراءات التي غالبا ما تتضمن خطوات متعددة لأداء عمل ما خلال فترة زمنية محددة. حيث تتراوح العمليات ما بين الإجراءات البسيطة التي تنطوي على خطوات قليلة (مثل تعبئة خزان السيارة بالوقود) وبين العمليات

المعقدة والمتشابكة التي تحتاج إلى إتباع خطوات تفصيلية دقيقة (مثل نقل المسافرين جوا حول العالم). وببساطة تتطوي العملية على تحويل المدخلات إلى مخرجات⁹.

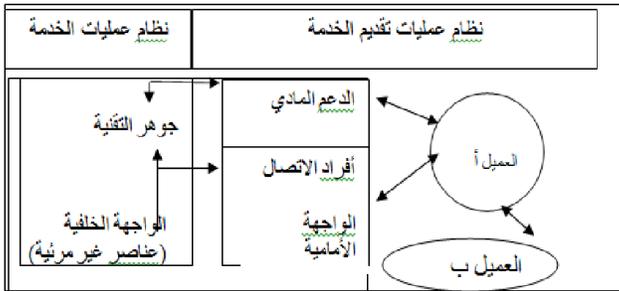
1.3 مفهوم نظام تقديم الخدمة :

إن عبارة نظام تقديم الخدمة (SERVUCTION) اقترح من طرف الباحثين (Eigliet et Eric Langear)، حيث عبارة نظام تقديم الخدمة (SERVUCTION) تتمثل في دمج كل من عبارتي (production et service) والتي تعني عمليات إنتاج الخدمة.

يعرف (Eigliet,P Et Langard ,E) نظام تقديم الخدمة على أنه "هي عملية تنسيق جميع العناصر المادية والبشرية اللازمة لكل من العميل والمؤسسة لتقديم خدمة وفق خصائص التجارية ومستويات جودة المحددة"¹⁰. كما يعرف (Stéphane et autres) نظام تقديم الخدمة على أنه : " عبارة عن عمليات الحصول على الخدمة"¹¹. أما بالنسبة ل (Lendrevie ,J Et Levy J Et Lindon) يعرفه على أنه : "يتمثل في مجموعة من الوسائل المادية والبشرية اللازمة لتقديم الخدمة"¹².

مما سبق يتبين بأن نظام تقديم الخدمة يتمثل في مجموعة عمليات للحصول على الخدمة، بحيث تعمل المؤسسة الخدمية بمعالجة المدخلات للحصول على عناصر الخدمة، وتقديم الخدمة أو إيصالها، وهو ما يمثل المخرجات بالنسبة لمؤسسة الخدمة ، والشكل التالي نظام تقديم الخدمة بالمؤسسة الخدمية كالتالي:

الشكل رقم (1) : مؤسسة الخدمة كنظام



Source : Christophe Lovelock ,Jochen Wirtz, SERVICES MARKETING, collage of management, UWMAS, ,canada ,2007 ,P 3

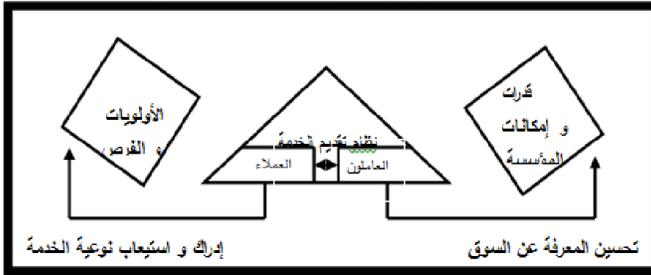
يتضح من الشكل السابق بأن الأجزاء المكونة للنظام لتقديم الخدمات منها مرئية أو واضحة للمستفيد، بينما توجد أجزاء أخرى غير مرئية (بمعنى أن المستفيد لا يعرفها). ويلجأ بعض الباحثين إلى استخدام مصطلحات مثل المكتب الأمامي (Front office) للإشارة

إلى الأجزاء المرئية نظام عمليات تقديم الخدمة والمكتب الخلفي (Back office) للإشارة إلى الأجزاء غير مرئية لنظام عملية الخدمية. ويلخص (حميد الطائي وبشير العلق) بأن نظام تقديم الخدمة الشامل لمؤسسة الخدمة يتألف من ثلاثة أنظمة فرعية متداخلة هي¹³: نظام عمليات الخدمة، نظام عمليات تقديم الخدمة، نظام تسويق الخدمة.

2.3 دور نظام تقديم الخدمات في المؤسسة :

يتمثل نظام تقديم الخدمة بأين، ومتى يتم تقديم الخدمة للمستفيد، غير أن هذا النظام لا يتضمن فقط العناصر المرئية لنظام تشغيل الخدمة (مثل : الدعم المادي والأفراد)، وإنما يستلزم أيضا التعرض للمستفيدين آخرين¹⁴. و الشكل التالي يبين دور نظام تقديم الخدمة في المؤسسة :

الشكل(2): توضيح دور نظام تقديم الخدمات في المؤسسة



المصدر: سليمان خالد عبيدات، مقدمة في إدارة الإنتاج والعمليات. دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة، الطبعة الأولى ، عمان، الأردن، 2008، ص،119.

يتضح من الشكل السابق الدور الكبير الذي يلعبه نظام تقديم الخدمة في المؤسسة بحيث يمثل مجموعة العمليات التي يترتب عليها تقديم الخدمة مع أخذ بعين الاعتبار إمكانات وقدرات المؤسسة وفق ما يحتاجه سوق الخدمة.

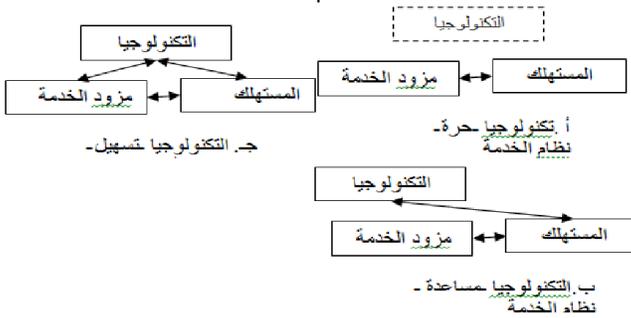
المحور الثالث: إسهامات تطبيق الإدارة الإلكترونية في تطوير نظام تقديم الخدمات

1. أثر استخدام التكنولوجيات الحديثة على تصنيع لقاء الخدمات.

إن التقدم التكنولوجي له تأثير كبير نظام تقديم الخدمة للعملاء ،وذلك من خلال مساهمة التكنولوجيا في ظهور أنماط لتقديم الخدمة وفق أسلوبيين يحددها كل من (Kenneth c and Carol Guercio Traver) كالتالي :

1.1 أساليب اتصال وجه لوجه : ويشمل هذا الأسلوب مجموعة من أنماط تقديم الخدمة موضحة أثر التكنولوجيا على عملية تقديمها موضحة في الشكل التالي :

الشكل رقم (3) : أساليب اتصال وجه لوجه



Source : Kenneth. C and Carol Guercio Traver, E-commerce

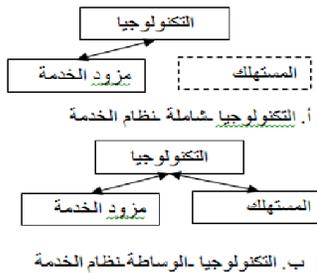
013, business.technology.society. Pearson ,Ninth Edition.canada,2013.p1062

يوضح الشكل السابق مستوى استخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة بحيث يصل الشكل أ عدم الاعتماد التام على التكنولوجيا في تقديم الخدمة. أما الشكل ب فإن دور التكنولوجيا يساعد في تقديم الخدمة للعميل ،بينما شكل ج فإن مستوى استخدام التكنولوجيا في تقديم الخدمة يتمثل في تسهيل تقديمها فقط.

2. أساليب اتصال وجه لوجه بشاشة : ويشمل هذا الأسلوب مجموعة من أنماط تقديم

الخدمة موضحة أثر التكنولوجيا على عملية تقديمها موضحة في الشكل التالي :

الشكل رقم (04) : . أساليب اتصال وجه لوجه بشاشة.



Source : Kenneth. C and Carol Guercio Traver, E-commerce

2013, business.technology.society. Pearson ,Ninth Edition.canada,2013.p106

يتضح من خلال الشكل السابق بأن ضمن هذا الأسلوب فإن مستوى استخدام التكنولوجيا عالي جدا بحيث تظهر بدور الوسيط في تقديم الخدمة في الشكل ب أما الشكل أ يظهر الاعتماد التام على التكنولوجيا في تقديم الخدمة بدون مشاركة العميل.

2. أشكال نظام تقديم الخدمات في ظل تطبيق الإدارة

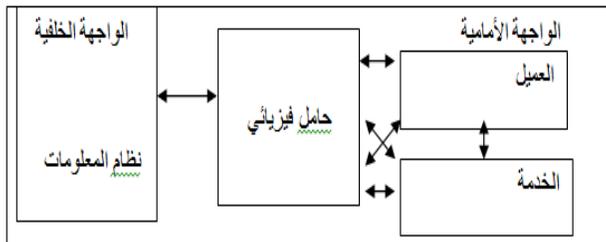
الإلكترونية .

إن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال من طرف المؤسسات الخدمية نتج عنه تغيير على مستوى بنية نظام الخدمات من خلال مكوناته وتنظيمه، مما أدى إلى ظهور عدة نماذج لتصنيع الخدمة .بحيث يقوم نظام الخدمة على عدد من المبادئ الرئيسية¹⁵:

- تقديم الخدمة هو اتصال شخصي مباشر وجه لوجه بين العميل ومقدم الخدمة ،وتستخدم من قبل العميل ومقدم الخدمة (مؤسسة الخدمة).
- تعتبر كل من (وسائط المادية ، والاتصال الشخصي) من مدخلات نظام الخدمة يتم تسييرها داخل مؤسسة الخدمة .
- يتم دمج العناصر المكونة للنظام تقديم الخدمة في مؤسسة الخدمة (وسائط مادية ،الاتصال الشخصي وخدمة العملاء).
- تم دمج المكتب الخلفي بمؤسسة الخدمة .
- لا يتم استخدام المكاتب الخلفية من قبل العميل
- نظام تقديم الخدمات المدمجة والمتكاملة في حقل مكان واحد تحت مسؤولية مقدم الخدمة. .
- إن نظام تقديم الخدمات المتخصصة مكرس لخدمة خاصة.
- تشير (Annie MUNOS) بأن إدخال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في نظام الخدمات غير بشكل كبير من شكله العادي، وتقدم مجموعة من الأنواع لأنظمة تقديم الخدمات المختلفة الشكل والمكونات (نظام الخدمات الآلي، ونظام الخدمات الإلكتروني(عن بعد)) كل منها يستجيب لمتطلبات التسويق بشكل مختلف وهذا حسب مستوى استخدام متطلبات الإدارة الإلكترونية بالمؤسسة. وفيمايلي نقدم تعريفا لكل نوع على حدى .
- أولا : نظام تقديم الخدمة الآلي ،التكامل الكلي أو الجزئي لنظام تقديم الخدمة والتحكم المباشر أو الجزئي للمدخلات من طرف مزود الخدمة :

يعرف نظام تقديم الخدمة الآلي على أنه: " يتمثل في تقديم الخدمة دون اتصال شخصي بعمال المؤسسة أو تنقل الزبون للمؤسسة، بحيث يتم استخدام أجهزة الصراف الآلي، أجهزة الرد الأوتوماتيكي للمكالمات والتي تسمى بتقنيات الخدمات الذاتية .

شكل رقم (5) نظام تقديم الخدمات الآلي



مكان تقديم الخدمة = مؤسسة الخدمة

Source : Annie MUNOS, Servuction, marketing des services et technologies , papiers de recherche , working papers , SPR\WPS00-04 , hal-00460757 ?VERSION 1 - 2MARS 2010 , p06

- يتضح من الشكل السابق بأن هذا النوع من النظام يقوم على الركائز التالية :
- يتكون نظام تقديم الخدمة من ثلاث عناصر فقط ، (وسائط مادية، العميل، الخدمة).
 - ليس هناك اتصال شخصي ، المواجهة تكون مباشرة مع الوسائط المادية .
 - يمكن أن يكون تقديم الخدمات متكامل أو لا مع مؤسسة الخدمة (داخل الموقع، خارج الموقع)، بحيث يكون التحكم أكثر سهولة عندما يكون نظام تقديم الخدمة آلي ومتواجد داخل مؤسسة الخدمة.
 - يمكن للخدمة أن تقدم خارج مؤسسة الخدمة في حالة أن نظام تقديم الخدمة لا يكون بداخل مؤسسة الخدمة.
 - تعود ملكية الوسائط المادية للمؤسسة الخدمة.
- يشير Wael Touzi بأن هناك نوعين لهذا النوع من نظام تقديم الخدمة وهذا حسب الوظيفة والتفاعل والطبيعة وهذا يتوافق مع ما قدمه من مبادئ وأساسيات لنظام الخدمة لكل من (E, P et LANGARD ,Eiglier) والتي تطرقنا لها في السابق والجدول التالي يوضح هذين النوعين :

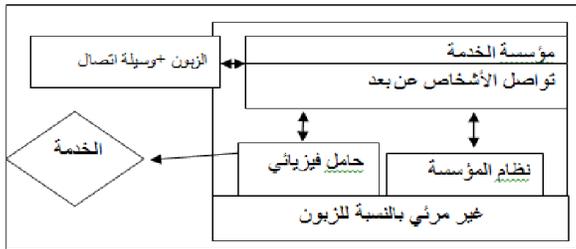
جدول رقم(2) : توضيح نظام تقديم الخدمة الآلي

تفاعل عن بعد	اتصال فيزيائي مباشر	طبيعة التفاعل بين العميل ومقدم الخدمة
نظام تقديم الخدمة عن بعد مع شخص.	نظام تقديم الخدمة وجه لوجه مع شخص (شباك في بنك)	اتصال بشري (اتصال شخصي).
نظام تقديم الخدمة عن بعد آلي.	نظام تقديم الخدمة الآلي (شباك الآلي بالبنك)	اتصال آلي (عدم الاتصال الشخصي).

Source : Wael Touzi, Conceptualisation et modélisations de la production de service, Application aux Domaine de la sante et de l enseignement, université de bordeaux ,P862011un ,

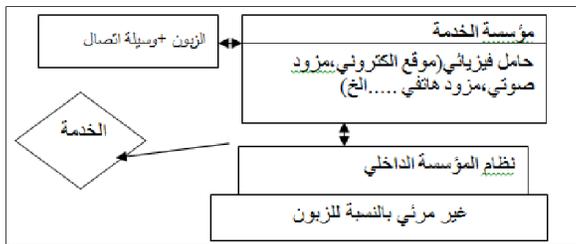
يتضح من الجدول بأن نظام تقديم الخدمة الآلي يتفرع إلى نوعين كالتالي : نظام تقديم الخدمة عن بعد مع اتصال شخصي، والثاني نظام تقديم الخدمة عن بعد آلي. وفمايلي نوضح كليهما بشكل يوضح طريقة تقديم الخدمة بكل نظام.

الشكل رقم (5): نظام تقديم الخدمة عن بعد مع اتصال شخصي



Source : Wael Touzi, Conceptualisation et modélisations de la production de service, Application aux Domaine de la sante et de l enseignement, université de bordeaux 1,2011,P87

الشكل رقم (6) نظام تقديم الخدمة عن بعد مع اتصال غير شخصي

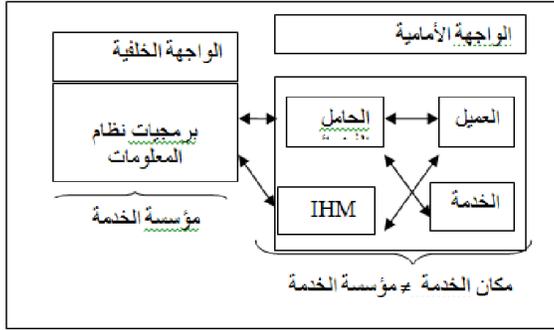


Source : Wael Touzi, Conceptualisation et modélisations de la production de service, 1Application aux Domaine de la sante et de l enseignement, université de bordeaux ,P872011,

ثانيا: نظام تقديم الخدمات الإلكتروني : ليس هناك تكامل ولا تحكم في المدخلات من طرف مزود الخدمة .

تشير MOUNOS بأن نظام تقديم الخدمة الإلكتروني أو عن بعد : لا يتطلب اتصال شخصي ويتكون من ثلاثة عناصر أساسية (الزبون،الخدمة،حامل فيزيائي).والشكل التالي يوضح آلية عمله :

شكل رقم (7) : نظام تقديم الخدمة الإلكتروني



source :Annie MUNOS, Servuction, marketing des services et technologies ,papiers de recherche ,working papers ,SPR\WPS00-04 ,hal-00460757 ?VERSION - 2MARS 2010 ,p07

من الشكل السابق يتضح بأنه يقوم على مايلي لتقديم الخدمة :

- نظام تقديم الخدمة لديه ثلاث عناصر فقط (الوسائط المادية،العميل،الخدمة).IHM
- لا يتكامل نظام تقديم الخدمة مع كيان الخدمة ولكن في منزل العميل أو مكان العمل .
- ليس هناك اتصال شخصي ، المواجهة تكون،مباشرة مع وسائط المادية .
- لا يتحكم كيان الخدمة في عناصر نظام تقديم الخدمة.
- تقديم الخدمة خارج كيان الخدمة .
- تعود ملكية وسائط المادية للعميل وليس لكيان الخدمة.

المحور الرابع: النتائج والتوصيات :

وفي نهاية هذا الموضوع وعقب هذا التحليل يمكننا التطرق إلى جملة من الإستنتاجات والتوصيات التي نراها ضرورية ومفيدة في هذا الشأن.

1. النتائج : نستنتج من خلال هذه الدراسة النتائج التالية :

- إن تطبيق الإدارة الإلكترونية تأثير كبير في تصنيع الخدمة ويتضح ذلك جليا في مستويات الاتصال بالعميل ومزود الخدمة وشكل الخدمة المقدمة (خدمة ذاتية، خدمة آلية ،خدمة إلكتروني بحتة...).
- إن مستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال بالمؤسسة له أثر كبير على مستوى تصنيع لقاء الخدمة .
- تحسين نظام تقديم الخدمات من خلال ما توفره متطلبات تطبيق الإدارة الإلكترونية وظهور أنظمة محسنة كالتالي(نظام تقديم خدمات آلي ، نظام تقديم خدمات الكتروني)
- ظهور خدمات جديدة نتيجة لتطبيق الإدارة الإلكترونية مثل (الخدمات الذاتية،خدمات الرقمية ،..)

2. التوصيات : نقدم من خلال هذه الدراسة التوصيات التالية :

- زيادة اهتمام المؤسسات باستخدام تكنولوجيا المعلومات عند تصنيع الخدمة.
- ضرورة تعزيز البنية التحتية للإدارة الإلكترونية ومحاولة الاستفادة من تطبيقاتها في استغلال تقديم خدماتها لتحسين أداء المؤسسة بشكل عام.تحديث نظام تقديم الخدمات تماشيا مع التطورات التكنولوجية الحديثة وذلك بشكل دوري ودائم.

الهوامش:

¹ محمد أحمد سمير، الإدارة الإلكترونية ،دار المسيرة للنشر والتوزيع،عمان، 2009،ص43.

² حسين محمد الحسن ، الإدارة الإلكترونية ،(المفاهيم،الخصائص المتطلبات)،دار الوراق للنشر والتوزيع،عمان،2011،ص40.

³ Huthiafa Abdelkarim & al ,E-management :configuration ,function and role en improving performace of Arab Institutions and organization ,International , journal of computer Applictions (0975-8887)Volume 80- N°6 ,Octobre,2013 ,P33

⁴ عادل حرشوش، المفرجي،أحمد علي صالح،بيداء ستار البياتي،الإدارة الإلكترونية (مركزات فكرية ومتطلبات تأسيس عملية)،المنظمة العربية للتنمية الإدارية (بحوث ودراسات)، الطبعة الثانية ، القاهرة ، 2010 ،ص13-14.

⁵ ربحي مصطفى عليان، الإدارة الإلكترونية: متطلباتها ومشكلاتها من وجهة نظر المتخصصين في الإدارة العامة وإدارة الأعمال ونظم المعلومات الإدارية في جامعة البلقاء التقليدية(الأردن)،مجلة مكتبة الملك فهد الوطنية،المجلد السابع عشر،العدد الثاني،السعودية ،الأردن،نوفمبر 2011، ص202-203 .

⁶ أحمد محمد غنيم، الإدارة الإلكترونية (بين النظرية والتطبيق)،المكتبة العصرية للنشر والتوزيع،2009، مصر ، ص39-42.

8 Christophe Lovelock, Jochen Wirtz, SERVICES MARKETING, People, Technology, Strategy, PEARSON Printice Hall, FIFTH EDITION, Canada, 2003, P9

9 بشير عباس العلق، تطبيقات تكنولوجيا المعلومات في الأعمال ،دار الوراق للنشر والتوزيع،عمان ،الأردن،2012، ص 160 .

¹⁰ Eiglier, P et LANGARD, E, La Servuction, Le Marketing Des Services, edition Mc Graw Hill, paris, 1981, p.15

¹¹ Lendrevie, J Et Levy J Et Lindon, Mercator Et Pratique De Marketing, 7eme edition, Dalloz, Paris, 2003, p1013 .

¹² Lendrevie, J Et Levy J Et Lindon, Mercator Et Pratique De Marketing, 7eme edition, Dalloz, Paris, 2003, p1013 .

¹³ حميد الطائي، بشير العلق ، إدارة عمليات الخدمة، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان ،2009، ص 79 .

¹⁴ حميد الطائي، بشير العلق ، مرجع سابق، ص 79 .

¹⁵ Annie MUNOS, Servuction, marketing des services et technologies, papiers de recherche , working papers , SPR\WPS00-04 , hal-00460757/VERSION 1 -2MARS 2010 , p04.