المقدمـــــــــة العامـــــــــة

إن سياسة الإنفتاح الإقتصادي التي إنتهجتها الجزائر استجابة للمتغيرات الإقتصادية العالمية من خلال مختلف الإجراءات التي قامت وتقوم بها للإندماج في الإقتصاد العالمي، جعلت المؤسسات الإقتصادية الجزائرية تعمل في مناخ إقتصادي مغاير لما كان سائدا في عهد الإقتصاد المخطط، سمته الأساسية إزدياد شدة المنافسة، بحيث بقاء المؤسسات فيه أصبح مرهونا بقدرتها على خلق ميزات تنافسية، حيث أيقنت هذه في الوقت الحاضر، وكنتيجة مباشرة للمتغيرات المتسارعة التي تعمل في ظلها عدم إمكانية الإستمرار في المنافسة دون تبني إستراتيجية فعالة تجاه جودة منتجاتها، حيث أصبحت كل المؤسسات تسعى إلى تقديم منتجات ذات جودة عالية لأنها وحدها التي تحقق لها ميزة تنافسية في السوق المحلية والدولية وتضمن لها البقاء؛ وإذا كان الإهتمام بجودة السلع المادية وتقديمها بالمواصفات التي تلبي إحتياجات المستهلك ليس بالأمر السهل، فإن الإهتمام بجودة الخدمات أمرا أكثر صعوبة وتعقيدا لما تتصف به هذه الخدمات من خصائص وما ينتج عن هذه الخصائص من مشاكل حيث أصبحت جودة الخدمة هي الوظيفة الأولى لأي مؤسسة وفلسفة إدارية تمكنها من الحصول على ميزة تنافسية للتكيف والبقاء والإستمرار في ظل المتغيرات البيئية المتلاحقة وتزايد طلبات المستهلكين للجودة وهذا ما يؤدي إلى القول أن الجودة أصبحت سلاحا إستراتيجيا للحصول على ميزة تنافسية وضمان رضا الزبائن.

1- أهمية البحث:

تكمن أهمية هذا البحث في الإعتبارات التالية:

- كيفية تحسين الميزة التنافسية للمؤسسة وذلك من أجل مواكبة التطورات الحاصلة في عالم الأعمال.
- إبراز الدور الفعال الذي يمكن أن تلعبه جودة الخدمة في تحقيق الميزة التنافسية.
- تحسيس مسيري المؤسسات بأهمية جودة الخدمة في نجاح المؤسسة.

2- دوافع إختيار الموضوع:

تتمثل دوافع اختيار هذا الموضوع في مجموعة العوامل الذاتية المرتبطة بالميول اتجاه دراسة هذه المواضيع كونها من مواضيع الساعة ،أما الدوافع الموضوعية فتلخص فيما يلي :

- مجال التخصص المدروس.
- الأهمية القصوى التي يكتسبها هذا الموضوع وفي ظل إشتداد المنافسة بين المنظمات؛
- الشعور بأهمية وقيمة سوق النقال في الجزائر
- نقص الوعي لدى المؤسسات الجزائرية بأهمية الجودة في تقديم الخدمات في تحقيق الميزة التنافسية.

3- أهداف البحث:

يهدف البحث بصفة عامة إلى:

- التوضيح الدقيق للميزة التنافسية بإعتبارها مفهوم متعدد الأبعاد وكذا التعرف على أنواعها ومصادرها.
- التعرف على ماهية الخدمة وجودتها، مع التعرض لمعايير تقييمها من طرف العملاء.
- تطبيق نموذج لتقييم جودة الخدمة.
- التوصل إلى بعض النتائج والإقتراحات التي يمكن أن تساهم في تطور جودة الخدمة في مؤسسة موبيليس.

4- إشكالية البحث:

من خلال ما سبق تتبين إشكالية البحث التي يمكن طرحها في التساؤل الرئيسي التالي:

إلى أي مدى يمكن إعتبار جودة الخدمات كركيزة أساسية للتأثير على الميزة التنافسية للمؤسسة بصورة عامة وعلى مؤسسة إتصالات الجزائر بصورة خاصة ؟

5- التساؤلات الفرعية:

من خلال الإشكالية تندرج التساؤلات التالية:

- ما المقصود بالمنافسة والتنافسية والميزة التنافسية، وماالمغزى من تحليل بيئة التنافسية للمؤسسة؟
- ما المقصود بجودة الخدمة، وما هي خطوات تحقيقها؟
- كيف يقيم العملاء جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة؟
- هل توجد علاقة بين جودة الخدمة ورضا المستفيد؟
- ما هو أثر جودة الخدمة على الميزة التنافسية لمؤسسة موبيليس؟

6- فرضيات البحث:

لمحاولة الإجابة على التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية السابقة، تم وضع عدة فرضيات سيتم إختبار مدى صلاحيتها من خلال هذ البحث:

- المؤسسة بحاجة إلى إكتساب ميزة تنافسية وتطويرها من أجل النجاح والإستمرار في بيئة شديدة التنافسية والديناميكية.
- يقيم العملاء جودة الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة على أساس الإستفادة من الخدمة المقدمة.
- لا توجد علاقة بين جودة الخدمة ورضا العميل.

- توجد علاقة بين جودة الخدمة وأرباح المؤسسة.
- تعتبر جودة الخدمة كوسيلة لتحقيق الميزة التنافسية.

7- منهج البحث:

ومن أجل دراسة المشكلة موضوع البحث وتحليل أبعادها وإختبار صحة الفرضيات المطروحة تم الإعتماد على المنهج الوصفي التحليلي بغية إستيعاب الإطار النظري للموضوع وفهم مكوناته، كما تم إعتماد منهج دراسة الحالة في الجانب التطبيقي، ومن أجل إسقاط الدراسة النظرية على الجانب التطبيقي، إتخذنا مؤسسة إتصالات الجزائر - فرع موبيليس- نموذجا لذلك.

8- خطة البحث وهيكله:

بناءا على الأهداف والفرضيات الموضوعة سابقا في حدود الإشكالية المطروحة، كان الإختيار على تقسيم البحث إلى ثلاثة فصول على النحو التالي:

- الفصل الأول: يتضمن ثلاث مباحث، سيعتني أساسا بالخدمات وتصنيفاتها المختلفة، وأيضا بالتطرق إلى المفاهيم المتعلقة بالمنافسة والتنافسية وكذا تحليل البيئة التنافسية بالإضافة إلى التركيز على الميزة التنافسية والمفاهيم المرتبطة بها؛
- الفصل الثاني: يتضمن دراسة مختلف المفاهيم المتعلقة بجودة الخدمة ومؤشرات تقييمها، هذا في المبحث الأول، أما المبحث الثاني فسوف يتكلم عن نماذج تقييم جودة الخدمة وأساليب تحسينها، والمبحث الأخير سيتم تخصيصه للتحدث عن صلب الموضوع وهو جودة الخدمة وتحقيق الميزة التنافسية؛
- الفصل الثالث: ينقسم بدوره إلى ثلاثة مباحث، حيث يمثل دراسة سنحاول من خلالها إسقاط الجزء النظري على التطبيقي حبث سيتم التطرق فيه إلى نظرة شاملة عن مؤسسة إتصالات الجزائر بصفة عامة وعلى فرع موبيليس بصفة خاصة وتحليل الميزات التنافسية لها، بالإضافة إلى دراسة إستبيان تبين من خلالها علاقة جودة الخدمة بالرضا وكذلك مدى تأثيرها على الميزة التنافسية.