



جامعة مولود معمري تيزي وزو



كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الانسانية

فرع علوم الإعلام والاتصال

**فعالية استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في
ادارة المؤسسة الخدمائية**

دراسة حالة . وحدة بريد الجزائر- بولاية تيزي وزو

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

إشراف الأستاذة:

فايزة تمساوت

اعداد الطلبة:

صونية كولوقلي

حميد شابوب

السنة الدراسية: 2021/2020

" كلمة شكر واهداء "

" بعد بسم الله الرحمن الرحيم، نحمد الله الذي وفقنا بنعمته علينا في انجاز هذا العمل العلمي لأن من لا يشكر الله لا يشكر الناس، أما بعد نتقدم بالشكر لكل الأشخاص الذين ساعدونا سواء من قريب أو من بعيد، بدءا بالأستاذة المشرفة المحترمة التي ساهمت بإنجاز هذه المذكرة " تمساوت " حيث نكن لها كل الاحترام والتقدير لتقديمها التوجيه والمعلومات القيمة حيث لم تبخل علينا بتسخير وقتها وجهدها لإتمام هذه المذكرة، كذلك نشكر كل أساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية لجامعة مولود معمري بتيزي وزو، وبالأخص أساتذة علوم الاعلام والاتصال الذين أشرفوا علينا طوال مسارنا الجامعي الذي تكفل بشهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال دون أن ننسى أيضا زملائنا الطلبة الجامعيين الذين كانوا سندا معنويا وعلميا في المسار الجامعي بالإضافة لكل هذا نشكر كل عمال وموظفين وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو من المدير الى أبسط عامل في هذه المؤسسة الذين سهلوا لنا المأمورية في القيام بالدراسة الميدانية حول موضوع الدراسة.

فيما يخص الإهداء، نهدي هذا الإنجاز العلمي لعائلتنا الكريمتين " شابوب و كولوقلي" والى كل فرد من افراد هذه العائلتين بالأخص أمهاتنا حفظهما الله، فالجنة تحت أقدام الأمهات، والى أبويننا أطال الله في عمرهما فهما السند في الحياة والى زوجي الكريم الذي أعانني وساندني ومهد لي الطريق لإنجاز هذه المذكرة."

خطة الدراسة

ملخص الدراسة

الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة

1. إشكالية الدراسة
2. الفرضيات
3. أسباب الدراسة
4. أهداف وأهمية الدراسة
5. الحدود الزمانية للدراسة
6. الخلفية النظرية للدراسة
7. تحديد المفاهيم والمصطلحات
8. تحديد منهج وأدوات الدراسة
9. أدوات جمع البيانات
10. مجتمع البحث وعينة الدراسة
11. الدراسات السابقة

الإطار النظري للدراسة

الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال الحديثة

- ❖ المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال ونشأتها
- ❖ المبحث الثاني: خصائص وأشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- ❖ المبحث الثالث: وظائف تكنولوجيا الاتصال الحديثة
- ❖ المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الاتصال الحديثة

الفصل الثاني: دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إدارة المؤسسة الخدمائية

- ❖ المبحث الأول: مفهوم المؤسسة الخدمائية وأهدافها

- ❖ **المبحث الثاني:** مبادئ مؤسسة الخدمة العمومية ووظائفها
- ❖ **المبحث الثالث:** خصائص مؤسسة الخدمة العمومية
- ❖ **المبحث الرابع:** أهمية وفوائد استخدام تكنولوجيا الاتصال في ادارة المؤسسة الخدماتية
- ❖ **المبحث الخامس:** معوقات وتحديات تبني واستخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدماتية

الإطار التطبيقي للدراسة:

- ❖ **الإطار التطبيقي في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو**
- ❖ **التعريف بوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وهيكلها التنظيمي**
- ❖ **تفريغ الاستمارات وقراءة الجداول وتحليلها**
- ❖ **نتائج الدراسة**
- ❖ **توصيات والاقتراحات**

الخاتمة

الملاحق

قائمة المراجع والمصادر

فهرس المحتويات

ملخص الدراسة:

تمثل تكنولوجيا الاتصال الحديثة أهمية في حياة الأفراد والمجتمعات وحتى المؤسسات بحيث أصبحت تكنولوجيا الاتصال محورية في كل المجالات الاجتماعية اقتصادية وثقافية... إلخ، ونظرا لأهمية تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات بصفة عامة والمؤسسة الخدماتية بصفة خاصة.

اعتمدنا على خطة منهجية لدراسة هذا الموضوع، بدءا بصياغة إشكالية تمحورت حول التطور الهائل والسريع لتكنولوجيا الاتصال الحديثة والتي تعتبر جد مهمة بالنسبة لها في ظل عصر التكنولوجيا وهذا لضمان بقائها، استمراريتها وتطورها وبعد ملاحظتنا في نقص استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في معظم المؤسسات الخدماتية بالجزائر ولهذا طرحنا التساؤل الرئيسي التالي ما مدى فعالية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو الذي فكناه الى مجموعة من التساؤلات الفرعية، قمنا ببناء هذه الفرضيات كلما زاد التحكم في تكنولوجيا الاتصال زادت من فعالية إدارة وحدة بريد الجزائر بالإضافة الى المعوقات أو الصعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تؤدي الى عدم فعالية إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وللإجابة على هذه التساؤلات واختيار الفرضيات التي قمنا ببنائها حددنا عينة من مجتمع البحث التي تتمثل في موظفين وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو لهذا اعتمدنا على منهج دراسة حالة استخدام تكنولوجيا الاتصال في هذه الوحدة معتمدين على مجموعة من الأدوات العلمية ومنها الاستمارة، استمارة المقابلة. ودعماها بأداة الملاحظة توصلنا الى النتائج العلمية التالية:

بحيث أن أغلبية الموظفين في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو هم شباب هذا ما يجعل ما جعل لديهم قابلية لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة وأثبتت النتائج أن الحاسوب يحتل المرتبة الأولى من بين الوسائل الاتصالية المستخدمة في المؤسسة والهاتف النقال في المرتبة الثانية لسهولة استخدامه من طرف الموظفين ويأتي استخدام البريد الإلكتروني في المرتبة الثالثة ثم الإكسترنانت أقل استخداما أما فيما يخص استخدام الهاتف الثابت في التوجيه ولا يستخدم في التنظيم، الرقابة والتخطيط ونفس الشيء بالنسبة للهاتف النقال ويستخدم البريد الإلكتروني في التنظيم، التنسيق، وبصفة أقل التوجيه والرقابة ولا يستخدم في التخطيط بينما الإكسترنانت يستخدم من طرف عدد قليل من الموظفين، لكن فيما يخص أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة أكدوا أغلبية الموظفين بأن الوسائل الاتصالية تساهم في فعالية الوسائل الاتصالية الحديثة في جميع العمليات الإدارية بحيث تزيد من سرعة نقل المعلومات وتقلل من الأخطاء الإدارية.

Résumé

Les technologies de communication modernes sont si importantes dans la vie des individus, des sociétés et même des institutions que les technologies de la communication sont devenues essentielles dans tous les domaines sociaux, économiques et culturels... etc, et étant donné l'importance des technologies de la communication dans les institutions en général et l'institution de service en particulier.

Nous nous sommes appuyés sur un plan systématique pour étudier ce sujet, en commençant par formuler un problème centré sur le développement massif et rapide des technologies de communication modernes, qui sont très importantes pour eux à l'ère de la technologie et c'est pour assurer leur survie, continuité et développement. Et après notre observation du manque d'utilisation des technologies modernes de communication dans la plupart des institutions de services en Algérie. La question principale suivante est de savoir quelle est l'efficacité de l'utilisation des technologies modernes de communication dans la gestion de l'Unité postale d'Alger pour la Wilaya de Tizi Ouzou, que nous désassemblé en un ensemble de sous-questions. La technologie de communication moderne mène

Face à l'inefficacité de la gestion de l'Unité postale d'Algérie pour la Wilaya de Tizi Ouzou, et pour répondre à ces questions et choisir les hypothèses que nous avons construites, nous avons identifié un échantillon de la communauté des chercheurs, qui est représenté par les employés de la Poste d'Alger. Cellule de la Wilaya de Tizi Ouzou Outils scientifiques, dont la fiche, la fiche d'entretien. Et nous l'avons appuyé avec l'outil d'observation, nous avons atteint les résultats scientifiques suivants :

Alors que la majorité des salariés de l'Unité postale d'Alger pour la wilaya de Tizi Ouzou sont des jeunes, c'est ce qui leur permet d'utiliser les technologies modernes de communication. Le courrier électronique vient en troisième lieu, puis l'extranet est moins utilisé. Quant à l'utilisation d'un téléphone fixe pour le routage, il n'est pas utilisé pour l'organisation, le contrôle et la planification, il en est de même pour le téléphone mobile, le courrier électronique est utilisé pour organiser, coordonner et, dans une moindre mesure, diriger et contrôler, et n'est pas utilisé pour la planification, tandis que l'extranet est utilisé par un petit nombre d'employés. Transfert d'informations et réduire les erreurs administratives.

مقدمة

مقدمة:

ظهر الاتصال بظهور الانسان على سطح الأرض، فاستخدم وسائل اتصالية بدائية وطورها مع مرور الوقت، فالبدائية كانت باستخدام الإشارات، الرموز وتقليد الأصوات... بعد ذلك اعتمد على اللغة، فالكتابة ثم اكتشاف الطباعة في القرن 15م على يد "غوتنبرغ" والتي ساهمت في الحفاظ على التراث المعرفي ونقل المعلومات من مكان الى آخر وبين الأشخاص عن طريق استخدام الوسائل الكتابية المختلفة (كتب، مطويات، صحف...) وبعد فترة زمنية معتبرة تلتها اكتشافات في وسائل تكنولوجيا الاتصال التلغراف، الفاكس، الهاتف الثابت... وفي بداية القرن 20م ظهرت الإذاعة والتلفزيون التي زادت من سهولة الاتصال ونقل المعلومات واختصرت المسافة والزمن بين الأفراد والمجتمعات ولكن بعد ظهور الإنترنت كوسيلة اتصالية رقمية تفاعلية زادت من نقل المعلومات بصورة آنية وبشكل أكبر وأكثر سرعة.

تطور تكنولوجيات الاتصال واكبته تطور وتحول المجتمعات بشكل موازي، بحيث تحولت المجتمعات من مجتمعات زراعية الى مجتمعات صناعية ثم مجتمعات الكترونية التي تستخدم المعلومات محورا لاتصالها وتواصلها، فأصبحت المعلومة سلعة تباع وتشترى ذات أهمية في جميع مجالات الحياة اقتصاديا، اجتماعيا، ثقافيا... الخ.

أدركت المؤسسات بمختلف أحجامها وأشكالها سواءا كانت إنتاجية أو خدمتية أهمية استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال في اتصالها بجمهورها الداخلي والخارجي.

نظرا لتزايد أهمية تكنولوجيات الاتصال في الأعمال الإدارية في المؤسسات بصفة عامة وفي المؤسسة الخدمتية بصفة خاصة، خصصنا دراستنا لموضوع فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمتية وقد اخترنا وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو نموذجا لدراستنا، وقمنا باتباع خطة منهجية حيث قسمنا بحثنا هذا الى الإطار منهجي، النظري والتطبيقي، فالإطار المنهجي تطرقنا فيه الى إشكالية الدراسة ثم طرحنا السؤال الرئيسي ومجموعة من التساؤلات الفرعية، ثم بناء الفرضيات ثم قمنا بتحديد أهداف وأهمية الدراسة ثم شرح المفاهيم والمصطلحات والمقاربة النظرية المناسبة وتحديد مجتمع البحث وعينته ثم منهج الدراسة وأدواته، ثم الدراسات السابقة حول موضوع دراستنا، فيما يخص الإطار النظري قسمناه الى ثلاثة فصول، الفصل الأول يتمحور حول تكنولوجيا الاتصال ونشأتها، خصائص تكنولوجيا الاتصال وظائفها ثم سلبياتها وإيجابياتها، الفصل الثاني يتمحور حول المؤسسة الخدمتية الذي قسمناه الى مباحث وهي مفهوم المؤسسة الخدمتية ومراحل تطورها، خصائصها وأهم وظائفها، المبادئ التي تقوم عليها والصعوبات التي تواجهها، الفصل الثالث فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمتية الذي قسمناه الى مباحث وهي أهمية

استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدماتية فوائدها ومزاياها، المعوقات التي تواجهها في استخدام تكنولوجيا الاتصال وكيفية مواجهتها من طرق المؤسسة الخدماتية، بينما الإطار التطبيقي قمنا بالتعريف بوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وهيكلها التنظيمي تفريغ بيانات الاستمارة في الجداول وقراءتها وتحليلها.

قسمنا محتوى الإستمارة الى ثلاثة محاور، بحيث يتضمن المحور الأول المعلومات الشخصية والمتمثلة في متغيرات السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري، أما المحور الثاني يتمثل في الوسائل الاتصالية الحديثة المستخدمة في المؤسسة، بينما المحور الثالث يتمثل في دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إدارة المؤسسة، أي مساهمة هذه الوسائل في الوظائف والعمليات الإدارية في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

الإطار المنهجي

إشكالية الدراسة:

يشهد العالم تطورات متلاحقة في مجال تكنولوجيايات الاتصال والمعلومات، وهذه التطورات جعلت العالم قرية صغيرة بحيث لا تعترف لا بالحدود السياسية ولا بالمواقع الجغرافية، فأصبحت المضامين الاتصالية يتفاعل معها أي شخص مهما بعدت المسافة عن الشخص الذي يشترك معه في العملية الاتصالية، ويختار الوقت الذي يريده للتفاعل مع هذه الرسائل، فالفرد والجماعة أصبحوا هم من يتحكمون في الوقت تلقى المضامين الاتصالية بشرط أن يتصلوا بالشبكة العنكبوتية العالمية الأنترنت.

أتاحت تكنولوجيا الاتصال إمكانية استعمال وسائل اتصالية كثيرة ومتعددة، بحيث يمكن استعمالها في أي مكان ونقلها لأماكن أخرى مع سهولة نقل المعلومة من وسيلة الى أخرى، وخاصة مع ظهور الجيل الثاني للأنترنت بداية من التسعينات و استخدام التقنية الرقمية في تبادل المعلومات و المعطيات، حيث يتميز هذا الجيل بميزتين أساسيتين هما الإرسال المتزامن المتعدد الوجهات بحيث يمكن ارسال نص أو رسالة في نفس الوقت لعدة أشخاص و الذين أيضا يتقونها في نفس الوقت و الميزة الثانية فهي تتمثل الخدمات التي تدعم البث الحي لملفات الفيديو و كذا الوسائط المتعددة و بظهور الأجيال الأخرى للأنترنت (الجيل الثالث، الرابع و الخامس) أصبحت المعلومات تنقل بأكثر سرعة و أكثر تدفقا من ذي قبل بالإضافة إلى إمكانية تخزين المعلومات في الأوعية المختلفة كالأقراص المضغوطة، الأقراص الصلبة.... إلخ فهي تسهل من الأعمال الإدارية بشكل كبير وخصوصا المتعلقة بالأرشفة وتخزين معلومات ضخمة وسهولة استرجاعها و معالجتها في الوقت المناسب، فالكومبيوتر والهاتف النقال المتصل بالأنترنت أدمجوا كل ميزات الوسائل الاتصالية التقليدية من كتابة، صوت وصورة ولهذا تمكن أهميتها بالنسبة للمؤسسات.

تحتاج المؤسسة سواء كانت إنتاجية أو خدماتية الى مجموعة من الموارد منها بشرية، مادية، مالية، و على تكنولوجيا الاتصال للقيام بنشاطاتها الإدارية الموجهة لجمهورها الداخلي أو الخارجي، فالجمهور الداخلي يتمثل في الموظفين التابعين للمؤسسة من إعلامهم بكل ما له علاقة بالمؤسسة تسهيل المهام و المسؤوليات و الأعمال الإدارية المنوطة بهم والتنسيق بين مختلف المستويات الإدارية (العليا، الوسطى و الدنيا) و مصالحها و يكون بشكل منظم حسب الشبكة الاتصالية الملائمة لسير المعلومات في هيكل تنظيمي للمؤسسة و هذا ما يسهل من عملية الرقابة و المتابعة، فيما يخص الجمهور الخارجي يتم استخدام تكنولوجيا الاتصال لإعلامهم و إقناعهم لشراء و استهلاك الخدمات التي تقدمها المؤسسة الخدمانية.

تحتل خدمات بريد الجزائر في قطاع البريد والمواصلات مكانة هامة في كل من المجال الاقتصادي والاجتماعي في الجزائر من خلال خدماتها المتعددة للمواطنين ولزبائنهم سواء كانت خدمات مالية،

بريدية... الخ، وبعد ملاحظتنا لنقص استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الخدمائية وبالأخص وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وطرحنا السؤال الرئيسي التالي:

ما مدى فعالية استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟

ونظرا لرغبتنا في دراسة الموضوع بشكل أكثر عمقا فككنا السؤال الرئيسي الى مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

- فيما تتمثل تكنولوجيا الاتصال الأكثر توظيفا في الإدارة؟
- ماهي أهم تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟
- أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال المستخدمة في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.
- كيف يساهم الاستخدام الفعال لتكنولوجيا الاتصال في تحسين الجانب الإداري لوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟

الفرضيات:

- التحكم الجيد في تكنولوجيات الاتصال الحديثة يزيد من فعاليات الإدارة لوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.
- إن الصعوبات في استخدام تكنولوجيات الاتصال تؤدي الى عدم فعالية العمليات الإدارية في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

أسباب الدراسة:

من الدوافع التي أدت بنا للقيام بهذه الدراسة حول موضوع فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمائية منها أسباب ذاتية وأخرى موضوعية:

الأسباب الذاتية:

- الميل الى كل ما هو متعلق بتكنولوجيا الاتصال
- الرغبة في فهم كيفية استخدام هذه التكنولوجيات الاتصالية في مؤسسة خدمائية
- الفضول الى معرفة جوانب النشاط الإداري داخل مؤسسة خدمائية وكمثال على ذلك وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

- الرغبة في معرفة مدى فعالية استخدام تكنولوجيايات الاتصال في إدارة مؤسسة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

الأسباب الموضوعية:

- دراسة علمية في مجال استخدام تكنولوجيايات الاتصال في مؤسسة خدماتية وكمثال على ذلك وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.
- تقديم إضافة علمية في مدى فعالية استخدام تكنولوجيايات الاتصال في مؤسسة خدماتية.
- إثراء المكتبة الجامعية لجامعة مولود معمري تيزي وزو بدراسة علمية.
- استفادة طلبة علوم الاعلام والاتصال من هذه الدراسة العلمية في المستقبل.

5- أهداف وأهمية الدراسة:

1-5 أهداف الدراسة:

- تهدف هذه الدراسة التي نحن بصدد القيام بها الى مجموعة من الأهداف هي:
- دراسة ما مدى فعالية تكنولوجيايات الاتصال في إدارة مؤسسة خدماتية مثال على ذلك وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.
- التعرف على تكنولوجيايات الاتصال المستخدمة في إدارة مؤسسة خدماتية.
- معرفة كيف تساهم تكنولوجيايات الاتصال في إدارة فعالة لوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو كمثال على ذلك.

2-5 أهمية الدراسة:

تكمّن أهمية الدراسة التي نحن بصدد القيام بها هي أن اليوم أصبح استخدام تكنولوجيايات الاتصال شيء ضروري في إدارة أي مؤسسة وبالتحديد في مؤسسة خدماتية فلا يمكن الاستغناء عن هذه التكنولوجيايات في مختلف المهام والوظائف الإدارية ولهذا يجب التحكم في تكنولوجيايات الاتصال من طرف جميع أفراد المؤسسة الخدماتية لتسهيل العمليات الإدارية داخل المؤسسة وتقديم خدمات ذات جودة لضمان بقائها واستمرارها وتطورها وخاصة في ظل المنافسة الاقتصادية بين المؤسسات.

الحدود الزمكانية للدراسة

الحدود الزمانية:

تبدأ الدراسة التي نحن بصدد القيام بها من مارس الى جوان 2021.

الحدود المكانية: أجرينا هذه الدراسة على وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو والذي مقرها في وسط مدينة تيزي وزو.

الخلفية النظرية للدراسة:

1-نظرية انتشار المبتكرات:

انطلقت نظرية انتشار المبتكرات على يد عالم الاجتماع روجرز حيث بدأت من خلال مطالبة بتحديد المجتمع الريفي الأمريكي و جعله مواكبا للمتغيرات الاقتصادية و الاجتماعية التي جعلت الولايات المتحدة الامريكية قوة عظمى بعد الحرب العالمية الثانية، حيث ركزت على كيفية تبني الجهود للمستحدثات أي كل الابتكارات الجديدة سواء في مجال الإنتاج أو الاستهلاك من خلال ما يلي¹:

- إدخال أساليب جديدة في العمليات الإدارية داخل المؤسسة.
- انتشار أفكار جديدة تنظم المؤسسة
- انتشار أجهزة حديثة لتقادي أي مشاكل في العمل.

قام روجرز بمراجعة أكثر من 500 دراسة متعلقة بانتشار كل ما هو مبتكر وقد مرت نظرية تبني المبتكرات بعدة مراحل فقبل أن نتطرق اليها نتحدث أولا على مصطلح التبني هو عملية عقلية يمر من خلالها الفرد منذ سماعه بعملية الابتكار الى أن ينتهي به الأمر الى مرحلة التبني النهائية فعملية التبني تمر بالمرحلة التالية²:

- **الوعي بالفكرة:** في هذه المرحلة يتعرض الفرد للفكرة ويشعر بحاجة ماسة للحصول على معلومات كافية عنها.
- **مرحلة الاهتمام بالفكرة:** يسعى الفرد الى تطوير الفكرة.
- **مرحلة تقييم الفكرة:** يعتمد الفرد في هذه المرحلة على عقله، ويقرر بعدها ما إذا كان عليه أن يجرب الفكرة أو لا يجربها.
- **مرحلة التجريب:** يستخدم الفرد ويجرب الفكرة تمهيدا لتطبيق الفكرة كليا.

¹ بسام عبد الرحمان مشابقة، نظريات الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011، ص105 .
² فاطمة الزهراء سعداوي، محاضرة نظرة حول نظريات التأثير على جمهور وسائل الإعلام، سنة ثانيا دكتوراه، تخصص الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة، جامعة الجزائر3، السنة الجامعية 2016/2017.

• **مرحلة التبني:** يقوم هذا الفرد بالتبني أو باتخاذ موقف لتطبيق الفكرة.

ويرى كل من "روجرز و شوماكر" (1973) أن من بين الطرق التي يلجأ إليها وسائل الاعلام الجماهيرية لإقناع الجمهور بأفكار معينة هي نشر الابتكارات و الاكتشافات العلمية الجديدة حول موضوع معين، باعتبار أن الانسان مولع بالتعرف على الجديد، وسهولة الإقناع بالأفكار الجديدة، خاصة اذا كانت هذه الابتكارات الجديدة تستند على أسس علمية دقيقة و تزيد مصداقية هذه النظرية أكثر لدى الطبقة المثقفة و المتعلمة و ذلك لميل هذه الفئة من الناس الى ما هو عملي أو منطقي.

حيث تجدر الإشارة هناك أربعة خطوات في عملية نشر الابتكارات¹:

المعرفة: تتعرض المؤسسة للإدراك بوجود الابتكار، وتتعرف على طريقة تبني هذا الابتكار بمعنى أن البنية الإدراكية للمؤسسة تتحصل على معلومات واضحة حول طبيعة الابتكار وكيفية التعامل معه.

الإقناع: وهي مرحلة متقدمة وناجئة عن تشبع الفرد بالمعلومات تصل بالمؤسسة الى تكوين اتجاه معين إزاء هذا الابتكار.

القرار: تقوم المؤسسة نتيجة تلقيها تلك المعلومات حول الابتكار الجديد لاتخاذ موقف معين إما بتبني هذا الابتكار أو رفضه.

التصديق: تكاد تكون هذه المرحلة الأخيرة، التي تلجأ المؤسسة اليها في البحث عن المؤيدات التي تعزز موقفها وتقوي قرارها نحو تبني الابتكار.

وبناء على ذلك تقوم المؤسسة بنشر الابتكار بين موظفيها وعملائهم وفق طرق وآليات تسهل قبولهم لديهم فالتبني لدى أفراد المؤسسة لا يحدث بشكل متساوي كما أن المؤسسات يتفاوتون في درجة تقبلهم للمبتكرات أو المستحدثات لذا يمكن تقسيم المتبنين للأفكار الى خمسة فئات وهي²:

المبتكرون: وهم الذين يمتلكون مصادر مالية ويتلفهون الى كل ما هو مبتكر وجديد.

المتبنين الأوائل: وهم من يجدون مميزات استراتيجية نسبية في تبني كل ما هو جديد ومبتكر وهم غالبا ما يكونون من قادة الرأي في مجتمعهم.

¹ عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي الخلفية النظرية وآلياته العلمية، ديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص105.
² منال هلال المزاهرة، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص311.

الأغلبية المبتكرة: وهم المستخدمين التابعين للمستخدمين الأوائل وهم يمتازون بالحذر في تعلمهم مع كل ما هو جديد ومبتكر عندما لا يجدون من تبانية خسائر.

المتقاسمون أو المتكاسلون: وهم غالبا ما يكونون من المهتمين اجتماعيا، وليس لديهم أي رأي قيادي أو ميل للقادة أو عملية اتخاذ القرار.

محدد قبول وانتشار المستحدثات أو المبتكرات: ليس كل الأفكار والابتكارات عن قدر واحد من التكافؤ، من حيث الانتشار وذلك لوجود عدد من المحددات الأساسية التي تحدد مدى انتشار هذه المبتكرات وتتخلص هذه المحددات أو الخصائص فيما يلي:

الميزة التنافسية: هو مدى إدراك المؤسسة للمزايا النسبية للفكرة الجديدة، فكلما زاد إدراك المؤسسة للمزايا النسبية للمستحدثت زادت سرعة انتشارها.

سهولة الفهم أو درجة التعقيد: كلما كانت الفكرة جديدة سهلة الفهم والتعامل معها زادت سرعة انتشارها.

التوافق والملائمة: أي كلما أدرك الفرد أن هذه المبتكرات تتفق مع ما لديه من قيم واحتياجات وخبرات سابقة زادت سرعة انتشارها.

القابلية للتجريب: وتعني مدى قدرة المؤسسة على تجربة المبتكر على نطاق محدود قبل ان تتخذ المؤسسة القرار النهائي، حيث كلما كانت المؤسسة قادرة على تجربة المبتكرة زادت فرصة تبنيها.

الاستفادة من نظرية انتشار المبتكرات تتمثل في استخدام تكنولوجيات الاتصال من طرف موظفين وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو يمر بالمراحل التالية: الوعي بفكرة مبتكرة جديدة ثم الاهتمام بتلك الفكرة ثم تقييمها وتأتي مرحلة تجريب الوسيلة الاتصالية الحديثة تمهيدا لتطبيق الفكرة كليا وثم تأتي المرحلة الأخيرة وهي تبنى الوسيلة الاتصالية الحديثة وتطبيقها في المؤسسة (وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو).

ولاحظنا أيضا في هذه الوحدة الفئات الخمسة من المتبنين:

وهي المبتكرون وهم الموظفين الذين يتلهفون لكل ما هو جديد ولكل ما هو متعلق بتكنولوجيا حديثة المتبنين الأوائل، الأغلبية المبتكرة وهم المستخدمين للوسائل الاتصالية الحديثة وهناك المتقاسمون أي المترددين في استخدام الوسائل الحديثة ثم المتكاسلون، وهي الفئة التي يصعب تبنيها لتكنولوجيات الاتصال الحديثة.

تحديد منهج الدراسة وأدواته:

تعريف المنهج:

لغة: المنهج مشتق من الفعل الثلاثي نهج و الذي سلك الطريق المؤدي الى حقيقة ما.¹

اصطلاحاً: المنهج هو الطريقة الموضوعية التي يسلكها الباحث في دراسته، أو في تتبعه لظاهرة معينة من أجل تحديد أبعادها بشكل كامل حتى يتمكن من التعرف عليها وتمييزها ومعرفة أسبابها ومؤثراتها، والعوامل المؤثرة للوصول إلى نتائج محددة.²

اجرائياً: المنهج هو مجموعة من الخطوات والقواعد المنظمة التي يتبعها الباحث للوصول الى نتائج علمية.

المنهج المناسب للدراسة التي نحن بصدد القيام بها هو منهج دراسة حالة وهو المنهج المعتمدة على دراسة حالة معينة بهدف جمع المعلومات المعمقة عنها وهو يفيد في إعطاء معلومات لا يمكن الحصول عليها بطرق أخرى، وهي طريقة لدراسة وحدة معينة مثل مجتمع محلي أو أسرة أو قبيلة أو منشأة صناعية أو خدمية دراسة تفصيلية عميقة بغية استجلاء جميع جوانبها والخروج بتعميمات على الحالات المماثلة لها وهذا ينطبق على موضوع دراستنا، حيث ندرس فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة مؤسسة خدمتية وهي وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

أدوات جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمنهج دراسة حالة:

تعتمد في هذه الدراسة حول فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمتية على الأدوات التالية: الاستمارة (الاستبيان)، الملاحظة والمقابلة.

1- الاستبيان (الاستمارة):

فيما يخص بيانات الإستمارة قسمناها الى ثلاثة محاور أساسية: المحور الأول يتمثل في البيانات أو المعلومات الشخصية للمبحوثون في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، المحور الثاني يتمثل في وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في هذه الوحدة والمحور الثالث يتمثل في استخدام تكنولوجيايات الاتصال الحديثة في الجانب الإداري لوحدة البريد، أما الأسلوب الذي اتبعناه في توزيع الاستمارة اعتمدنا على أسلوب مباشر

¹ ليليا أرحاب، منهج البحث العلمي، المحاضرة الأولى في أعمال موجهة، وحدة مدارس ومناهج، السداسي الأول، السنة الجامعية 2016/2017
² محمد در، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، العدد 09، 2017، ص4

في المصالح المختلفة لوحدة بريد الجزائر بولاية تيزي وزو وبحيث قمنا بتسليمها يدويا للمبحوثين (الموظفين)
2-المقابلة: تعتبر المقابلات من أكثر الأشكال الشخصية الخاصة بأسلوب جمع البيانات.

تعريف المقابلة: تعرف المقابلة على أنها" تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة، حيث يحاول أحدهما وهو بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو التغيرات لدى المبحوث والتي تدور حول آرائه ومعتقداته.¹

كما تعرف المقابلة بأنها: "محادثة بين شخصين يبدأها الشخص الذي يجري المقابلة الباحث لأهداف معينة وتهدف الى الحصول على معلومات وثيقة الصلة بالباحث.

وتعرف أيضا بأنها عملية مقصودة تهدف الى إقامة حوار فعال بين الباحث والمبحوث أو أكثر للحصول على بيانات مباشرة ذات صلة بمشكلة البحث.

وفي موضوع دراستنا حول فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، نقوم بإجراء مقابلات مع موظفين في هذه المؤسسة.

وهناك نوعين من المقابلات وفقا لعامل التنظيم، مقابلة بسيطة ومقابلة مقننة فالمقابلة البسيطة هي غير موجهة حيث بمقدور المبحوث التحدث في أي جزئية تتعلق بمشكلة البحث دون قيد.

بينما المقابلة المقننة فهي موجهة من حيث الأهداف والأسئلة والأشخاص والزمن والمكان حيث تطرح الأسئلة بالترتيب.

قمنا بإجراء المقابلة على مستوى فرع الخدمات والمنتجات البريدية والمتنوعة وهو فرع من فروع وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، بحيث أجرينا المقابلة مع رئيسية الفرع "رحاني فريزة" وهي القائمة أيضا بالاتصال في هذه الوحدة.

تعريف الملاحظة: تفيد الملاحظة الحصول على بعض المعلومات والبيانات حول موضوع الدراسة التي لا يمكن الحصول عليها من خلال الاستعمال للأدوات الاستبتيان والمقابلة.²

تعريف الملاحظة لغويا: الى النظر الى الشيء الملاحظ بمجرد العينين دلالة على النحو الذي هو عليه ويقال كذلك لاحظه أي رآه على ذلك تعني الملاحظة المشاهدة.

¹ نفس المرجع، ص12.

² نوال مجدوب، مزايا طرق جمع البيانات المختلفة وعيوبها ومتى يتم استخدام كل منها، مرجع سبق ذكره، ص10.

اصطلاحاً: الملاحظة تعني الاهتمام أو الانتباه إلى الشيء أو حدث أو ظاهرة بشكل منظم عن طريق الحواس حيث نجمع خبراتنا من خلال ما نشاهده أو نسمع عنه والملاحظة العلمية تعني الانتباه للظواهر والحوادث بقصد تفسيرها واكتشاف أسبابها والوصول إلى قوانين التي تحكمها.

وتعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في الدراسات الوصفية، فالملاحظة وفقاً للتنظيم تتمثل في الملاحظة البسيطة وهي غير منظمة وتعد بمثابة استطلاع أولى للظاهرة والملاحظة المنظمة مخطط لها من حيث الأهداف والمكان والزمن والمبجوثين والظروف والأدوات اللازمة.¹

اعتمدنا على أداة الملاحظة في عين المكان أي على مستوى وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وبالضبط في المصالح الإدارية لهذه الوحدة بحيث قمنا بتسجيل الملاحظات في دفتر المشاهدة في هذه الوحدة حول استخدامها لهذه الوسائل الاتصالية الحديثة في الإدارة.

مجتمع البحث وعينته

تعريف مجتمع البحث: نعني بمجتمع البحث جميع المفردات الظاهرة التي يقوم بدراستها الباحث² وهذه المفردات يمكن أن تكون أشخاص مادة إعلامية أو مؤسسات.

فمجتمع البحث المستهدف من خلال دراستنا هي كل المؤسسات الخدمائية في الجزائر من خلال فعالية استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في إدارة المؤسسات خدمائية.

تعرف العينة

تعرف العينة بأنها نموذجاً يشمل جانبا أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصلي المعني بالبحث وتكون ممثلة له، بحيث تجمل صفات المشتركة وهذا النموذج أو الجزء بغني الباحث دراسة كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة الصعوبة أو دراسة تلك الوحدات.³

العينة التي تمثل مجتمع البحث لدراستنا هي عينة قصدية قمنا باختيار لوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو بشكل قصدي كحالة لدراستها لأنها مؤسسة خدمائية. عدم وجود الوقت الكافي لدراسة عدة مؤسسات خدمائية هذا ما أدى بنا إلى دراسة حالة واحدة، فيما يخص حجم العينة التي تمثلت في 30 موظف هي العينة التي أظهرت الاستعداد لملأ الإستمارة لهذا السبب اقتصرت مفردات العينة على 30 موظف.

¹ نفس المرجع السابق، ص10.

² سامي محمد ملحم، مناهج التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والتوزيع، طبعة الثانية، ص264.

³ موريس أنخرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصية للنشر، الطبعة الأولى، الجزائر، 2006، ص 207.

تحديد المفاهيم والمصطلحات:

تتم أهمية هذه الخطوة في فهم المصطلحات للموضوع الذي نحن في صدد دراسته.

تعريف الفعالية:

اصطلاحاً: هناك عدة تعاريف للفعالية وأذكر منها:

تعريف "أتروني" فقد عرف الفعالية بأنها: " قدرة المنظمة على تأمين الموارد المتاحة واستخدامها بكفاءة لتحقيق أهداف محددة "

ويعرف visant planchet الفعالية على أنها: " القدرة على تحقيق النشاط المرتقب و الوصول الى النتائج المرتقبة¹

التعريف الاجرائي للفعالية: يمكن تعريف الفعالية على انها الاستخدام الفعال والصحيح للإمكانيات سواء كانت مادية، مالية، بشرية أو تكنولوجيا لتحقيق أهداف المؤسسة المسطرة.

تعريف التكنولوجيا

لغة: اشتقت كلمة تكنولوجيا technology من الكلمة اليونانية techne و التي تعني المهارة و الفن و الكلمة logos و تعنى علم و هذا يعني أنها علم المهارة أو الفن².

اصطلاحاً: التكنولوجيا هي التطبيق العلمي على نطاق تجاري وصناعي للاكتشافات العلمية والاختراعات المختلفة التي يتمحور عنها البحث العلمي، وأنها الجهد المنظم الرامي لاستخدام نتائج البحث العلمي، وأنها الجهد المنظم الرامي لاستخدام نتائج البحث العلمي في تطور أساليب أداء العمليات الإنتاجية بالمعنى الواسع الذي يشمل الخدمات والأنشطة الإدارية والتنظيمية والاجتماعية وذلك بالهدف التوصل الى الأساليب الجديدة التي يفترض أنها أجدى للمجتمع³.

التعريف الإجرائي للتكنولوجيا: التكنولوجيا هي مجموعة من الوسائل، الأساليب والطرق والتقنيات التي تستخدمها المؤسسة لزيادة وتحسين من مردوديتها وفعاليتها من خلال إدارة نشاطها.

تعريف الاتصال:

¹ خرخاش، دور التغيير التنظيمي في رفع كفاءة و فعالية المؤسسة، شهادة ماستر في علوم التسيير تخصص مراقبة تسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، سنة 2015/2014، ص 66-67.

² مجد الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص 44.

³ بشير العلاق، قاموس دار العلم للتكنولوجيا للمعلومات والاتصالات، الطبعة الأولى، دار العلم للملايين، بيروت، 2006، ص 283.

لغة: الاتصال من الناحية اللغوية هي كلمة مشتقة من الفعل الثلاثي وصل بمعنى بلغ أو وصل إليه ويعود أصل كلمة communication الى الكلمة اللاتينية communis والذي يعني يشيع أو يذيع¹.

اصطلاحا: عرف كارل هوفلاند الاتصال بأنه " العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات عادة تأتي على شكل رموز لغوية لكي يعدل سلوك الأفراد والآخرين مستقبلي الرسالة"²

و هناك من يعرف الاتصال بالمفهوم العام على أنه انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر أيضا³

التعريف الإجرائي للاتصال:

الاتصال هو عملية تبادل المعلومات والرسائل اللفظية والإشارات بين شخصين أو أكثر بطريقة مباشرة أو غير مباشرة أي باستخدام إحدى الوسائل الاتصالية.

تعريف تكنولوجيا الاتصال: تعرف تكنولوجيا الاتصال أنها الأجهزة المادية والبرمجيات التي تربط المكونات والعناصر المختلفة، لعتاد الحاسوب، وتحويل البيانات من موقع الى آخر.

و تعرف كذلك على أنها مجمل المعارف والخبرات المتراكمة والمتاحة والأدوات والوسائل المادية والتنظيمية والإدارية المستخدمة في جمع المعلومات ومعالجتها وإنتاجها وتخزينها واسترجاعها ونشرها وتبادلها أي توصيلها الى الفرد والمجتمعات.⁴

و يعرفها gane london et kennth loudon بأنها تتكون من معدات ووسائل فيزيائية و برمجيات تربط مختلف لواحق العتاد وتعمل على نقل المعطيات من مكان الى آخر بحيث يمكن وصل الحواسيب و معدات الاتصال لتشكيل شبكات لتبادل وتقاسم الأصوات، الصور والفيديو.⁵

إجرائيا: يمكن تعريف تكنولوجيا الاتصال على أنها الوسائل والتقنيات والبرمجيات التي تستخدم في جمع، نقل وتخزين ومعالجة المعلومات لتسهيل النشاط الإداري لمؤسسة ما سواء إنتاجية أو خدماتية.

تعريف الإدارة:

لغة: الإدارة مشتقة من الفعل أدار أي سير مشروع ما.

¹ إبراهيم عبد الدسوقي، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاجتماعية، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004، ص

² سعاد جبر سعيد سيكولوجية الاتصال الجماهيري، الطبعة الأولى، دار الكتاب العالمي، عمان، 2011، ص 11.

³ منال طلعت محمود، مدخل الى علم الاتصال، د ط، جامعة الإسكندرية 2002/2001، ص15.

⁴ عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، الطبعة الأولى، دار الفجر العربي للنشر، القاهرة، 1996، ص11.

⁵ بن بريكة عبد الوهاب، بن تركي زينب، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية بسكرة، 2010/2009، العدد 07، ص215.

اصطلاحاً: تعرف الإدارة على أنها عملية تحقيق الأهداف المرسومة بالاستخدام الأمثل للموارد المتاحة، وفقاً منهج محدد و ضمن بيئة معينة، وهي أيضاً عملية التخطيط و التنسيق و التوجيه و الرقابة على الموارد المادية و البشرية للوصول الى افضل النتائج بأقصر الطرق وأقل التكاليف المادية.¹

و عرف تايلور الإدارة في كتابه مبادئ الإدارة العلمية "هي المعرفة الصحيحة لما يراد من العاملين أداءه ثم التأكد أنهم يعملون بأحسن الطرق و بأقل تكلفة."²

اجرائياً: الإدارة هي عملية تسيير مجموعة الموارد البشرية، المادية والمالية باستخدام تكنولوجيا الاتصال في عمليات التخطيط، التنسيق، التوجيه والمراقبة وهذا لتحقيق أهداف المؤسسة المسطرة مسبقاً.

تعريف المؤسسة الخدمائية: تعريف المؤسسة الخدمائية بأنها عبارة عن نظام يتكون من مجموعة من الأشخاص والوسائل المنظمة والمتفاعلة فيما بينهما لإنتاج قيمة غير مادية لإشباع حاجات ورغبات العميل.³

و تعرف أيضاً: هي كل مؤسسة يتحدد عرضها الأساسي في تقديم الخدمة، الفنادق، المستشفيات، المؤسسات المالية و التعليمية والاتصالات بالإضافة إلى مؤسسات خدماتية أخرى متنوعة.⁴

اجرائياً: المؤسسات الخدمائية هي تلك المؤسسة التي تقدم خدمة أو خدمات لإشباع حاجات ورغبات زبائنها مقابل سعر معين أو من أجل مصلحة عامة ومثال على ذلك بريد الجزائر لولاية تيزي وزو التي تقدم خدمات مالية وبريدية.

الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة خطوة هامة من خطوات المنهجية للتعرف على الدراسات الأكاديمية التي تناولت الموضوع الذي نحن بصدد دراسته وهو فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمائية وكنموذج على ذلك وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، هذه الدراسات تناولت الموضوع بشكل جزئي أو كلي:

الدراسة الأولى:

¹ الموسوعة العلمية و العالمية، تعريف الإدارة لغة و اصطلاحاً، في موقع www.klamnews.com، يوم الدخول: 2021/03/20، على الساعة 17:30 سا.

² سي صالح، محاضرة إدارة التغيير التنظيمي، مقياس الثقافة الاتصالية، السداسي الثاني ماستر2 اتصال تنظيمي، جامعة مولود معمري تيزي وزو، كلية علوم اعلام و اتصال، تخصص اتصال تنظيمي، السنة الجامعية 2021/2020.

³ أحمد عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمائية مجلة الباحث، جامعة قسدية مرباح، ورقة العدد4، 2006، ص8.

⁴ زيد عيودي، معجم المصطلحات الإدارة العامة، كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص232.

إعداد الطالبتين بن خولة صديقة ومغراوي نعيمة، بعنوان تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاستشفائية العمومية، دراسة ميدانية بمستشفى شقيفارا مستغانم، شعبة علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم، 2016/2017.

الإشكالية: تطرقوا في اشكاليتهم الى القطاع الصحي في الجزائر وأهمية ادخال تكنولوجيا الاتصال في هذه المؤسسة واختاروا كنموذج على ذلك مستشفى شقيفارا بمستغانم.

التساؤل الرئيسي: قاموا بطرح التساؤل التالي: ما واقع التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات الاستشفائية؟ وما هو الدور الذي تلعبه؟

التساؤلات الفرعية: تفرع التساؤل الرئيسي الى مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي بالتالي:

1. ما مدى استخدام الموظفين لتكنولوجيا الاعلام والاتصال؟
 2. كيف تساهم تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تحسين الخدمة الاستشفائية؟
 3. ما هي أهم التكنولوجيات التي تستخدمها المؤسسات الاستشفائية ومجال تطبيقها؟
 4. كيف أثرت تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسات العمومية؟
- عينة الدراسة:** اختاروا في دراستهم لمفردات مجتمع البحث للعينة القصدية لكي لا يكون هناك مجال للصدفة.

منهج الدراسة وأدواته:

استخدموا المنهج الوصفي لدراسة واقع الظاهرة كما هي في الواقع ووصف الظاهرة بشكل دقيق.

واستخدموا في ذلك أدوات البحث التالية:

الاستبيان: الذي قسموه الى ثلاثة محاور:

المحور الأول: يتناول البيانات الشخصية

المحور الثاني: 8 أسئلة بعنوان تكنولوجيا الاعلام والاتصال المعتمدة في المستشفيات ومجال تطبيقها.

المحور الثالث: 9 أسئلة بعنوان لأثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال في أداء المؤسسات العمومية.

المقابلة: كأداة تدمجية للاستمارة.

الملاحظة: لمراقبة ومشاهدة ظاهرة معينة بدقة وتسجيل الملاحظات حول خصائصها وهي تدعم الاستمارة والمقابلة.

أهم نتائج الدراسة الأولى: من بين النتائج التي توصلوا اليها من خلال الدراسة نذكر أهمها:

- يعتبر الهاتف الثابت الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداما في الاتصال بهيئات الإدارة.
- تعتبر الأنترنت وسيلة تكنولوجيا لمواكبة العصر الحالي.
- تسعى إدارة المستشفى لتنمية مواردها البشرية من خلال التعليم والتدريب.
- تعتبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال كمصدر لاستنباط المعلومة.
- تساهم تكنولوجيا الاعلام والاتصال في التنسيق بين العمال والإدارة.
- تعتبر تكنولوجيا الاعلام والاتصال ضرورية للسير الحسن للمؤسسة.

الدراسة الثانية:

اعداد الطلبة بوقنى مروة ومعمرى فلة، دراسة بعنوان تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها في المؤسسة الخدماتية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء بأم البواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي.

الإشكالية: تناولوا في الإشكالية الاتصال بصفة عامة، واستخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدماتية وكنموذج على ذلك تم اختيارهم للصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء بأم البواقي.

التساؤل الرئيسي:

طرحوا التساؤل الجوهري التالي: ما هو الواقع الفعلي لتطبيق تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء « CNAS » بأم البواقي؟

التساؤلات الفرعية: اندرجت في التساؤلات الرئيسي مجموعة التساؤلات الفرعية التالية:

- ماهي أهم الوسائل التي يركز عليها موظفي المؤسسة محل البحث في تأدية وظائفهم؟
- هل لتكنولوجيا الاتصال دور في تحسين أداء المؤسسة الخدماتية الجزائرية؟
- ماهي المشاكل والمعوقات التي تواجهها المؤسسة الخدماتية في تطبيق التكنولوجيات الحديثة؟

مجتمع البحث وعينة الدراسة:

مجتمع البحث هم جميع عمال مؤسسة CNAS الذي يقدر ب 500 موظف تم اختيارهم لعينة قصدية تتمثل في 80 موظف.

منهج الدراسة وأدواته:

المنهج الملائم الذي اختاروه هو المنهج المسحي لتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيان والمعلومات اللازمة والكافية.

أدوات الدراسة المستخدمة الملاحظة حيث استعانوا بالملاحظة المباشرة في جمع المعلومات والبيانات في المؤسسة.

استمارة الاستبيان: وتشمل المحاور التالية: الوسائل التكنولوجية الأكثر استخداما من موظفي المؤسسة الخدماتية، دور تكنولوجيا في تحسين أداء المؤسسة الخدماتية، والصعوبات والمعوقات في استخدام التكنولوجيا، البيانات الشخصية (عدد سنوات الخبرة، التأهيل العلمي).

نتائج الدراسة الثانية: من أهم نتائج الدراسة الثانية هي:

➤ من بين التكنولوجيات الاتصال الأكثر استخداما من طرف مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء تمثلت في الحاسوب بالدرجة الأولى والاستخدامات الوسائل الأخرى بشكل متفاوت.

➤ كشفت الدراسة بأن أغلبية موظفي « CNAS » أجمعوا على أن موقع الإلكتروني له دور كبير في تعزيز أداء المؤسسة وهذا لا يعني استخدامه بنسبة كبيرة بحيث 54% من موظفي المؤسسة لا يستخدمه.

➤ كشفت الدراسة أن نصف العينة أي 50% أقرروا على أن الإدارة تشجعهم على استخدام تكنولوجيات الاتصال.

➤ ان موظفي مؤسسة CNAS تواجههم بعض الصعوبات في استخدام تكنولوجيا الاتصال حيث 48% بسبب نقص في التدريب 38% نقص الإمكانيات المادية و 19% بسبب تعقيد في استخدامها.

الاستفادة من الدراسات السابقة:

استفدنا من خلال مراجعتنا للدراسات السابقة التي لها علاقة مباشرة لموضوع دراستنا في الخطة المنهجية التي اعتمدها في دراساتهم، بدءا بصياغة الإشكالية من خلال المفاهيم والمصطلحات التي استخدموها في صياغتها بشكل علمي وكيفية طرح السؤال الرئيسي والتساؤلات الفرعية التي هي عبارة عن نتائج متوقعة

لدراستنا والتي ساهمت في بناء الفرضيات والمناهج المعتمدة في دراساتهم وكيفية استخدام أدوات جمع البيانات من استمارة، مقابلة وملاحظة بالإضافة إلى الخلفية النظرية التي اعتمدها.

كما استفدنا من الإطار النظري في الخطة التي اعتمدها في تقسيمها إلى فصول ومباحث بالإضافة إلى أدبيات الدراسة المستخدمة من كتب، مجلات علمية، دراسات علمية... الخ

كما استفدنا في الإطار التطبيقي في كيفية جمع المعطيات والبيانات من الميدان وكيفية ترتيبها وتصنيفها ثم تفرغ هذه البيانات في جداول الإحصاء ثم تحليلها للوصول إلى نتائج علمية للدراسة.

الإطار النظري

الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال الحديثة

المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال ونشأتها

ونظرا لأهمية تكنولوجيا الاتصال في حياة الأفراد، المجتمعات والمؤسسات وهذا بسبب المميزات والخصائص الكثيرة والمتعددة وهذا ما جعل أن تكون عدة تعريفات للعلماء وهذا بسبب أيضا التطورات المستمرة لتكنولوجيا الاتصال وأذكر من بين هذه التعريفات:

فهناك من يعرف تكنولوجيا الاتصال بأنها: "مجموع التقنيات أو الأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة التي يتم توظيفها لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله من خلال عملية الاتصال الجماهيري أو الشخص أو التنظيمي، والتي يتم من خلالها جمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية (من خلال الحسابات الالكترونية) ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات ثم استرجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية وتبادلها".¹

ويرى فهمي خيضر بأن: "تكنولوجيا الاتصال تشير الى جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني، وتشمل تكنولوجيا الحسابات الآلية ووسائل الاتصال، وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات".²

نشأة وتطور تكنولوجيا الاتصال

يعتمد المجتمع المنظم على الاتصال بمختلف أنواعه، ومع تطور الوسائل الالكترونية واستخدامها في المعالجة الرقمية للبيانات أصبحت ظاهرة الاتصال عن بعد شديدة الأهمية ومن المراحل التي مرت بها تطور تكنولوجيا الاتصال، بحيث شهدت الثورات الاتصالية التالية:³

الثورة الأولى:

وتتمثل عندما استطاع الانسان أن يتكلم أي ببداية استخدام اللغة اذ أصبح لأول مرة أن تجمع البشرية وهذا في بناء إطار موحد للتفاهم والمعاني المشتركة وبالتالي كانت ثورة الاتصال هي اللغة وذلك قبل الميلاد.

¹ عودة الشمالية ماهر، عزة اللحام محمود، يوسف كافي مصطفى، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، 2014، ص66

² بن بركة عبد الوهاب، بن تركي زينب، مجلة الباحث، كلية العلوم الاقتصادية، بسكرة، 2010/2009، العدد 07، ص245.

³ عودة الشمالية ماهر، وآخرون، نفس المرجع السابق، ص67.

الثورة الثانية:

لقد حدثت هذه الثورة عندما اخترع السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم واستطاعوا الكتابة على الطين اللين، وذلك منذ حوالي 3600 ق م، حيث حفظت هذه الألواح الطينية الفكر الاجتماعي والسياسي والفلسفي في مراحلها الأولى.

لقد استغرقت هاتين الثورتين الاتصاليتين معظم التاريخ البشري، وكانت السمة الرئيسية لهذا العصر هي الفردية الاتصالية سواء في مرحلة الحديث والمشاهدة أو حتى اختراع الكتابة، وظلت الفردية هي طابع الاتصال عبر هذا العصر الطويل.

الثورة الثالثة:

لقد اقتترنت الثورة الثالثة بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر، ويتفق معظم المؤرخين على أن "يوحنا جوتنبرج" هو أول من فكر في اختراع الطباعة بالحروف المعدنية المنفصلة وذلك حوالي سنة 1436م وتم طباعة الكتاب المقدس باللغة اللاتينية في عام 1455م.

الثورة الرابعة:

لقد بدأت معالم هذه الثورة الاتصالية خلال القرن التاسع عشر واکمال نموها غي النصف الأول من القرن العشرين وتتمثل هذه الثورة بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية ففي عام 1824م اكتشف العالم الإنجليزي (وليم سترجون sturgeon) الموجات الكهرومغناطيسية واستطاع "موس صمويل Monse" اختراع التلغراف في عام 1837م وابتكر طريقة للكتابة تعتمد النقط والشرط Dots et Dashes وفي عام 1876 استطاع "جرهام بل" ان يخترع التلفزيون لنقل الصوت البشري الى مسافات بعيدة وفي عام 1877م اخترع "توماس ايديسون" جهاز الفونوغراف ثم تمكن العالم الألماني "اميل برلنجر" في عام 1887م ابتكار "القرص المسطح flate disc" الذي يستخدم في تسجيل الصوت وفي عام 1895م شاهد الجمهور الفرنسي اول العروض السينمائية ثم أصبحت السينما الناطقة في عام 1928م

وتمكن العالم الإيطالي "جوليليو ماركوني Marconi" من اختراع اللاسلكي عام 1896م وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت الى مسافات بعيدة نسبيا بدون استخدام الأسلاك وكان الألمان و الكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة منذ عام 1919م وبعد ذلك تم اختراع التلفزيون¹.

¹ عودة الشمالية ماهر، و آخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص67/ 68.

واكتسب وسائل الاتصال الجماهيرية أهمية كبيرة في القرن العشرين، وخاصة الوسائل الإلكترونية باعتبارها قنوات أساسية للمعلومات والأخبار والترفيه وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته وأساليب معيشته وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الأساسية.

الثورة الخامسة:

أما الثورة الاتصالية الخامسة فقد أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة تقجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه وقد تمثل المظهر البارز لتقجير المعلومات في استخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين واسترجاع خلاصة ما أنتجه الفكر البشري، في حيز صغير للغاية، وبسرعة فائقة. كما تمثلت ثورة الاتصال الخامسة في استخدام الأقمار الصناعية.¹

المبحث الثاني: خصائص وأشكال تكنولوجيايات الاتصال

تعمل تكنولوجيايات الاتصال على الحصول على المعلومات الرقمية والمكتوبة واللاسلكية والصوتية ومعالجتها وتخزينها ونشرها بواسطة مجموعة من الأجهزة الإلكترونية التي تتميز بعدة سمات تميزها عن الوسائل الاتصالية التقليدية وتأخذ تكنولوجيايات الاتصال عدة أشكال.

خصائص تكنولوجيايات الاتصال

من بين سمات تكنولوجيايات الاتصال نذكر منها:²

التفاعلية: حيث يؤثر المشاركون في العملية الاتصالية على الآخرين وأفكارهم ويتبادلون معهم المعلومات ويطلق عليهم القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلا من مصادر، وقد ساهمت هذه الخاصية في ظهور نوع جديد من منتديات الاتصال والحوار الثقافي المتكامل والتفاعل عن بعد، مما يجعل الملتقى متفاعلا مع وسائل الاتصال تفاعلا إيجابيا.

اللاجمهورية: تتجه وسائل تكنولوجيايات الاتصال الى جعل خبرات القراءة والاستماع والمشاهدة عبارة عن خبرات معزولة ولذا توصف وسائل تكنولوجيايات الاتصال بأنها ترسل رسائل ومضامين ذات اتجاهات فريدة الى مجموعتيه.

¹ عودة الشمالية ماهر، وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص69.
² محمد شطاح وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيرها على الاجتماعية والثقافية لدى الشباب الجزائرية، دراسة ميدانية، دار الهدى للنشر والتوزيع، عين مليلة، ص100.

اللاتزامنية: وتعني بإمكانية ارسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم ولا تتطلب من كل مشترك أن يستخدم النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الإلكتروني ترسل الرسالة الى مستقبلها في أي وقت دون حاجة الى وجود مستقبل للرسالة أو من خلال تسخير تقنيات الاتصال الحديثة مثل: الفيديو لتسجيل البرامج وتخزينها ثم مشاهدتها في الأوقات المناسبة.

قابلية الحركة: تعني هناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان، ثم نقلها الى مكان آخر مثل الهاتف والتلفزيون المدمج في ساعة اليد وحاسب آلي نقال مزود بطابعة كما تعني إمكانية نقل المعلومات من مكان الى آخر بكل سهولة.

قابلية التحويل: هي قدرة وسائل الاتصال عن نقل المعلومات من وسيط الى آخر كالتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة الى رسالة مطبوعة.¹

قابلية التوصيل والتركيب: لم تعد أدوات الاتصال تعمل بمعزل عن بعضها البعض قد اندمجت أنظمة الاتصال واتحدت الأشكال والوحدات التي تصنعها الشركات المتخصصة في صناعة أدوات الاتصال ومن الأمثلة الدالة على ذلك وحدات الهواء المقصر التي يمكن تجميعها في موديلات مختلفة الصنع لكنها تؤدي وظيفتها.²

التوجيه نحو التصغير: تتجه وسائل الاتصال الجماهيرية في هذه الثورة الى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان الى آخر وبالشكل الذي يتلاءم وظروف المستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل أو التحرك على عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات مثال تلفزيون الجيب، الهاتف النقال... الخ.

الكونية والعالمية: التطور المتسارع في هذه التكنولوجيا في اتجاه اختصار عامل المسافة والزمن، هذا التطور بلغ من الأهمية في الحقبة الأخيرة الى حد أن أطلق البعض على الكرة الأرضية التي نعيش فيها وصف القرية العالمية، لسهولة نقل وتبادل المعلومات بين مختلف أجزاء العالم.

التعقيد وكثافة الاستخدام: تكنولوجيايات الاتصال وبالذات المتقدمة منها تتسم بكثافة الاستخدام.

الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها: ان صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ومن طريقة ادارتها واستخدامها بل وصيانتها في أحيان كثيرة في هذه الدول،

¹ مؤيد عبد الجبار التحديتي، العولمة الإعلامية، الطبعة الأولى، دار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 54.

² سعد محمد الهجرسي، الاتصالات والمعلومات والتطبيقات التكنولوجية، دار الثقافة العلمية للنشر الإسكندرية، 2001، ص 48.

مما يعزز من احكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيا على المستورد لها وترسيخ الاحتكار في المجال الثقافي.¹

أشكال تكنولوجيايات الاتصال :

ان تطور تكنولوجيايات الاتصال وانتشارها بصورة كبيرة جعلها تدخل جميع مجالات الحياة الاجتماعية ومنها المؤسسات بمختلف أنواعها وأنشطتها، حيث أن متطلبات العمل باتت في السنوات الأخيرة تحتم بضرورة استخدام هذه التكنولوجيا ومن بين هذه الأشكال والوسائل نذكر منها²:

الهاتف وخطوطه

ان الهاتف ليس مجرد أداة للنداء وإنهاء الأعمال عن بعد، وإنما هو نظام اتصال داخلي معقد، فمن خلال الهاتف يمكن عمل قنوات اتصالية لعقد المؤتمرات بين الافراد الذين يقيمون في أماكن متباعدة وهناك كميات ضخمة من المعلومات تنتقل عن طريق الاتصال الهاتفي سواء داخل الدولة أو خارجها.

فقد أصبح الهاتف للربط بين عدد كبير من وسائل التكنولوجيا الحديثة والمتلقي سواء في أماكن الإقامة وأماكن العمل ويرى جمال غطاس أن الهاتف المحمول بتصميماته التكنولوجيا المتطورة وهذا في 2007 يتيح الاستخدامات التالية:

- استخدامه كوسيلة لإدارة حلقات الحوار والردشة والمشاركة في الاجتماعات.
- استخدامه كذلك كوسيلة بريدية عبر كتابة الرسائل القصيرة والمتعددة الوسائط.
- يعمل كمشغل ومستقبل وخازن للموسيقى الرقمية mp3.
- استخدامه كجهاز تسجيل وآلة تصوير ثابت أو متحرك.
- استخدم المحمول كجهاز استقبال للراديو والتلفزيون
- توفير ألعاب إلكترونية.
- الدخول إلى شبكة الأنترنت بسرعة تصل الى 384 كيلو بات في الثانية.
- استقبال أفلام الفيديو عبر المحمول ومشاهدته.

بنوك الاتصال المتلفزة: تعد بنوك الاتصال المتلفزة أو ما يطلق عليها مصطلح فيديو تكس من تقنيات الاتصال الحديثة المستخدمة في نقل الرسائل والمعلومات بين الافراد والمؤسسات، وهي حالة متطورة

¹ فضيل دليو فضة عباسي يعلى، تكنولوجيايات الإعلام والاتصال الحديثة، استخدام والتأثير، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2001، ص ص 10/9.

² مروة بوقلي، فلة معمري، تكنولوجيايات الاتصال وتطبيقاتها في المؤسسة الخدمانية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، كلية علوم إنسانية واجتماعية، 2015/2014، ص31.

الاستخدام واستثمار جهاز التلفزيون العادي عن طريق إضافة محطات وقنوات جديدة الى جانب قنواته الاعتيادية ويعرف الفيديو على أنه وسيلة لعرض الكلمات والأرقام والصور والرموز على شاشة التلفزيون وتشمل تقنية فيديو تكس على ثلاث ركائز مهمة وهي:

- عن طريق ضغط مفتاح معين ملحق بجهاز التلفزيون.
- البث عن طريق شاشة التلفزيون.
- نقل هاتفي أو وسيلة سلكية أو لاسلكية.
- وتشمل بنوك الاتصال المتلفة (الفيديو تكس) على نوعين:
- النص المتلفز أو الفيديو تكس العادي أو الإذاعي.
- الفيديو تكس المتفاعل ويسمى أيضا بخدمة البيانات المرئية.¹

الفاكس (الناسخ الهاتفي): الفاكس هو عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط الهاتف العادي، ولهذا فهو يشبه آلة التصوير الصغيرة غير أنها مزودة بهاتف أو متصلة به، ويمكن تحديد أهم مميزات الفاكس على النحو التالي:

- أجهزة الفاكس سهلة الاستعمال
- رخيص الثمن ويمكن للأفراد شراءه.

الحاسوب: الحاسوب عبارة عن جهاز إلكتروني يقوم بمهام متعددة، بناء على ما يتم برمجته وإدخاله من المعلومات وتخزينها في ذاكرته بتخزين التعليمات، وذلك بتنفيذ الأوامر وإخراج الحل أو المعلومات المطلوبة بسرعة شديدة، فهو جهاز يقوم باتباع تعليمات ويؤدي مهام مخططة ومبرمجة مسبقا، فهو جهاز مبرمج يتكون من وحدات مادية Hard ware والتي تشكل أجزاء الحاسوب مثل أجهزة الادخال (لوحة المفاتيح، أجهزة التخزين كالأقراص) وأجهزة إخراج الطابعات ويتكون أيضا من وحدات غير مادية (البرمجيات التطبيقية) soft ware، بحيث يشتمل الحاسوب على ثلاثة مكونات أساسية وهي المدخلات، المعالجة والمخرجات.²

يمتاز الحاسوب بعدة خصائص أهمها:

- الدقة في أداء العمليات.
- السرعة العالية التي تساعد على توفير الوقت في أداء العمليات.

¹ مروة بوقلي، فلة معمري، مرجع سبق ذكره، ص ص 32/31.

² نفس المرجع السابق، ص 33.

- المرونة في تأدية العديد من الأعمال وعدم الاقتصار على أداء عمل واحد فقط.
- السعة الكبيرة في تخزين كميات كبيرة في البيانات والسرعة في استرجاعها عند الطلب.
- كما يمتاز الحاسوب بأنه له عدة أنواع وعلى أساس عدة خصائص مثل الحجم والسعة والقدرة ومجال التطبيق.

أهمية الحاسوب في المؤسسة:

يمتاز الحاسوب بقدرته الهائلة في اختزان المعلومات والسرعة في التجهيز والاسترجاع في إدارة المؤسسة وتقديم خدمات، توفير الوقت والموارد المالية وتوفير الجهود المبذولة في الوظائف والخدمات بالإضافة الى التخفيف التكرارية وتقليل التجهيزات.

الشبكات

تعريف الشبكات: الشبكة هي عبارة عن مجموعة الحاسوب المنظمة بعضها البعض، أو أنها عبارة عن مجموعة من الأجهزة التي يتم ربطها باستخدام أسلاك الاتصال ولا تقتصر الشبكة على المعدات والأجهزة فقط، وإنما تحتاج الى أنظمة برمجية لإدارة هذه المعدات عند إجراء الاتصال.

أهمية الشبكات للمؤسسات: هناك فوائد كبيرة في استخدام الشبكات بالنسبة للمؤسسة ونذكر منها:

- التشارك في البرامج والأنظمة: التشارك في البرمجيات والأنظمة في الخادم الرئيسي، بحيث يشترك فيها مختلف الأقسام مما يزيد من سرعة أعمال المؤسسة.
- قواعد بيانات مشتركة: التعامل مع نفس قواعد البيانات والتحديث الفوري للمعلومات.
- المرونة والسرعة في تبادل الملفات والمعلومات: مما يسمح بريح الجهد والوقت.
- تسهيل عملية الاتصال بين مختلف مصالح الإدارة وبين الأقسام المختلفة.
- حماية وأمن المعلومات: تتوفر معظم الشبكات بمستوى أمان عالية.

أنواع الشبكات: عموماً توجد ثلاث أنواع رئيسية تستخدمها المؤسسات، وقد تتواجد كلها أو بعضها حسب إمكانيات كل مؤسسة، وهذه الشبكات هي: الإنترنت، الإنترنت، الإكسترانت.¹

الإنترنت: تعرف الإنترنت على أنها شبكة دولية واسعة النطاق غير خاضعة لأي تحكم مركزي، تضم بداخلها مجموعة شبكات حاسبات آلية خاصة وعامة منتشرة في جميع أنحاء العالم.

¹ مروة بوقلي، فلة معمري، مرجع سبق ذكره، ص35.

فالإنترنت شبكة عملاقة تضم عددا هائلا من الحواسيب المرتبطة بعضها البعض والمتواجدة تقريبا في جميع دول العالم، وتكمن فائدة الإنترنت في كونها وسيلة للتواصل وتبادل المعلومات بين الأفراد والمؤسسات وتعتمد أجهزة الحاسوب المتصلة بالإنترنت بروتوكولا يسمى بروتوكول الإنترنت.

خدمات شبكة الإنترنت: تقدم شبكة الإنترنت العديد من الخدمات ومن بينها:

المعلومات: قواعد بيانات للأبحاث والمشاريع والمؤشرات والوثائق لدول العالم والبيانات الإحصائية والمعلومات الثقافية والأدبية والفنية والعملية.

خدمات الاتصال: الصحف والمجلات الإلكترونية، الإذاعة والتلفزيون عبر الإنترنت.

التعليم: توفير المصادر التعليمية مثل المحاضرات، والدروس التفاعلية.

التجارة الإلكترونية: معلومات عن الشركات، بحيث نجد معلومات كل ما يخص منجاتها سواء كانت سلعة أو خدمة والتسويق الإلكتروني.

التواصل الاجتماعي: وذلك عبر مجموعة الأساليب والتقنيات، تقنية البريد الإلكتروني.

الإنترنت: هي شبكة داخلية تربط مجموعة موظفي المؤسسة سواء كانوا في موقع واحد أو في مواقع مختلفة، من أجل تسهيل الاتصال وتسيير عملهم، ويستعمل فيها نفس البروتوكولات وتقنيات الويب التي تستخدم فب الإنترنت خصوصا البروتوكول TCP-IP والبروتوكول HTTP، ولها منفذ لشبكة الإنترنت وبالتالي هي إنترنت صغيرة للاستعمال الداخلي للمؤسسة وتتضمن معلومات خاصة بالمؤسسة مثل أرقام الهواتف وعناوين البريد الإلكتروني، أسعار المنتجات... الخ.

ومن أهم المزايا التي تتمتع بها شبكة الاتصال الداخلي الإنترنت هي:

- الحصول على المعلومات في الوقت المناسب أو فور حدوث الحدث المتعلق بها.
- رفع كفاءة الاتصال واتخاذ القرارات.
- المساهمة في زيادة تلقائية العمليات الأمر الذي يسهم في تسريع عمليات التشغيل.
- باختصار الإنترنت يؤدي إلى تخفيض التكاليف ويساهم في تنسيق وإدارة عمليات المؤسسة وزيادة قدرتها التنافسية.¹

¹ نفس المرجع السابق، ص 37

الإكسترنانت: تعد الإكسترنانت نتاج تزاوج كل من الإنترنت والإنترانت، فهي شبكة إنترانت مفتوحة على المحيط الخارجي بالنسبة للمؤسسة بالمرور عبر الجدران النارية التي تمنع الدخلاء من الوصول لبيانات المؤسسة، وقد يكون هؤلاء شركاء العملاء موردين أو موزعين...الخ.

ونظرا أن شبكة الإكسترنانت هي شبكة خاصة فهي تتطلب كلمة سر فالتكنولوجيا تحقق مفهوم واسع باعتبارها منفتحة على الخارج.

- المزايا الأساسية لاستخدام شبكة الإكسترنانت هي:
- أداة قادرة على زيادة فاعلية العمليات التشغيلية والصفقات.
- عامل مهم في تخفيض التكاليف من خلال تدفق المعلومات وسرعة نقلها والمقدرة على توفير المرونة والعمق في عملية التوريد.
- وتتميز هذه الشبكة بأنها توفر الأمن المطلوب داخل الشبكة لتبادل المعلومات الخاصة بين المؤسسات بين بعضها ووضع بعض الصلاحيات في تبادل هذه المعلومات بينهم.

ولهذا فإن تصنيف شبكات الإكسترنانت يعتمد على قطاع الأعمال الذي يصنفها الى:

شبكات إكسترنانت التزويد: تربط هذه الشبكات مستودعات الفرعية بغرض تسيير العمل فيها آليا، للمحافظة على كمية ثابتة من البضائع في المستودعات، استنادا لقاعدة نقطة الطلب للتحكم في المخزون.

شبكات إكسترنانت التوزيع: تمنح هذه الشبكة صلاحيات للمتعاملين مستندة الى حجم تعاملاتها، وتقدم لهم خدمة الطلب الإلكتروني وتسوية الحسابات.

شبكات إكسترنانت التنافسية: هذا النوع من الشبكات يمنح للمؤسسات الكبيرة والصغيرة فرص متكافئة في مجال البيع والشراء، مما يعزز جودة المنتوجات ويقضي على الاحتكار.

المبحث الثالث: وظائف تكنولوجيايات الاتصال

إن الانتشار الواسع والمتسارع في تكنولوجيايات الاتصال وفي وقتنا هذا أدى الى زيادة المجتمعات والمؤسسات للاستفادة منها مما تقدمه من خدمات اتصالية في شتى الميادين، ومما لا شك فيه أن هذه الوظائف من وسيلة الى أخرى ونذكر من بين هذه الوظائف¹:

¹ نفس المرجع السابق، ص39.

وظيفة التوثيق: لعبت تكنولوجيا الاتصال المتمثلة في الحاسوب والأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دورا كبيرا في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال وذلك بتناول البحوث والدراسات الأكاديمية والتطبيقية والعلمية والمعلومات المتخصصة في فروع الاعلام بتناولها لعمليات الدراسة ووضع النظم والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه ثم الإعلام عنه.

وظيفة الإعلان (الإشهار)، التسويق والدعاية:

أصبح لها صدى كبير لدى المعننين خصوصا بالنسبة للمواقع التي حققت نسبة أكبر في الإستخدام والدخول إليها.

- تعمل تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبق.
- تعمل على زيادة السرعة في اعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالمية من حيث تحولها الى أشكال مختلفة من القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان.
- ظهور الحاسب الشخصي والتوسع في استخداماته، وتتبع هذا الحاسب قائمة ضخمة من الخدمات والمعلومات التي تقدمها شبكات المعلومات.
- يستخدم الحاسب الآلي في التعليم والاستراتيجيات الخاصة بالتوظيف.
- ظهور مجتمعات افتراضية التي تجمع بين أفرادها حول أهداف قد لا يمكن تحقيقها في المجتمعات الحقيقية مثل مناهضة العنصرية وتحرير الجنس والنوع.¹
- قدمت تكنولوجيا الاتصال من خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات من خلال طرح التساؤلات أو مناقشة المواضيع عن بعد كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح بتقديم المحاضرات عن بعد باستخدام الإنترنت.
- وظيفة تخزين المعلومات بفضل الأقراص المضغوطة المختلفة مثل (CD) القرص الصلب وأوعية أخرى مثل Flash disk أو Clée USB.
- المواقع الإلكترونية على شبكة الإنترنت التي بمئات الآلاف من المواقع التي تقدم الخدمة الإعلامية حول الواقع والأحداث التي تحدث في بقاع العالم، وكتابة التقارير الإخبارية والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة.

¹ محمود محمود عفيفي، التطورات الحديثة في تكنولوجيا المعلومات، نفس المرجع السابق، ص 36- 37.

• أدى امتزاج وسائل الاتصال الجديدة مثل الفيديو تكتس والتلكست والبريد الإلكتروني الى ظهور العديد من الخدمات الاتصالية الجديدة.

تقدم أيضا تكنولوجيايات الاتصال وظيفة التسلية من خلال ألعاب الفيديو التي تقدمها على مختلف أجهزتها. ظهور التكنولوجيا الجديدة للاتصال في مجال الخدمة التلفزيونية مثل خدمات التلفزيون التفاعلي عن طريق الكابل، ويقدم خدمات متعددة، ويتيح التلفزيون الكابلي العديد من القنوات التلفزيونية، وكذلك وفرت الإذاعة المباشرة عبر الأقمار الصناعية قدرا هائلا من المعلومات والترفيه لمشاهدي المنازل مباشرة.¹

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات تكنولوجيايات الاتصال

ان التطورات التي عرفتها تكنولوجيايات الاتصال السلكية منها واللاسلكية، بحيث أصبحت تقدم خدمات كثيرة ومتنوعة في مختلف المجالات، فهذه الخدمات لها جانب إيجابي ولكن في نفس الوقت لها سلبياتها:

أولا: إيجابيات تكنولوجيايات الاتصال:

إن الانتشار الواسع والمتسارع في تكنولوجيايات الاتصال في وقتنا الحاضر أدى الى زيادة التقاف الجماهير والاستفادة مما تقدمه من خدمات اتصالية في شتى الميادين، ومما لا شك فيه أن هذه الاستفادة تختلف من وسيلة الى أخرى ومن ميدان الى آخر، فنجد من بين الإيجابيات نذكر منها:

• تعمل تكنولوجيايات الاتصال على تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجا للتطور غير مسبق في تكنولوجيايات الاتصال والمعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة في كل المجالات، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيايات الاتصال وأهمها سعة التخزين.

• عملت تكنولوجيايات الاتصال على زيادة سرعة إعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالمية من حيث تحويلها الى أشكال مختلفة من مطبوعة الى مرئية ومن مرئية الى مطبوعة وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجز الزمان والمكان.

• تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد ساعات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين في الواقع الحقيقي، حيث لا يتم الاتصال وجها لوجه في الواقع ولكن من خلال المحادثات والبريد الإلكتروني والحوارات مع الآخرين لا يعرفون بعضهم

¹ محمود محمود عفيفي، نفس المرجع السابق، ص 37.

البعض، وهنا تنشأ ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع أفرادها حول أهداف لا يمكن تحقيقها في الواقع في المجتمعات الحقيقية.¹

- قدمت تكنولوجيا الاتصال ومن خلال الأجيال الجديدة لتقنياتها فرصة المشاركة في الندوات من خلال المناقشة وتبادل الأفكار والآراء حول بعض المواضيع، كما سححت تكنولوجيا الاتصال بعملية التعليم عن بعد وذلك عن طريق المحاضرات والندوات أيضا المؤتمرات عن بعد.
- القضايا على زمن الانتظار وضياح الوقت، فيتيح استخدام تكنولوجيا من قبل المؤسسة والزبائن أو المستهلكين خلق التفاعل بطريقة مباشرة وبالتالي كسب الوقت.
- القضاء على المركزية، حيث يؤدي استخدام تكنولوجيا الاتصال الى القضاء على المركزية والبقاء في مكان ثابت وتغادي التنقلات والطوابير وغيرها من الأمور التي تستاء منها المجتمعات.
- بفضل الوسائل الرقمية يمكن للمؤسسة متابعة عملائها عن بعد عبر البريد الإلكتروني أو عبر الهاتف... الخ، وكل هذا يشعر العميل أنه محل اهتمامها وبالتالي كسب رضاه عن الخدمة المقدمة.

سلبيات تكنولوجيا الاتصال: برغم من الإيجابيات العديدة والمتنوعة التي تقدمها تكنولوجيا الاتصال في جميع المجالات والميادين إلا أن تكنولوجيا الاتصال لها سلبياتها نذكر أهمها:

- حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لتكنولوجيا والدول المستوردة لها، مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية والدول العربية، فان هناك خطر احتمال زيادة تهميشها وزيادة احتمالات حدوث العزلة الثقافية والعرقية التي تمكن أن تؤدي الى صراعات محلية وإقليمية.
- اندماج تكنولوجيا الاتصال في منظومة واحدة وهو أحد الأدوات الرئيسية للعولمة الراهنة بأبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية، فهي تتجسد من خلال تفكيك الثقافات والغزو الثقافي وإفساد الثقافات الوطنية والهوية الثقافية لأنه بكل بساطة أن هذه التكنولوجيات لا تأبه بالثقافات والأخلاقيات والتقاليد والمبادئ.
- كل مؤشرات تطور تكنولوجيا الاتصال تشير الى انعدام أي جهة أو سلطة على المنع أو على التحكم بسير المعلومات المتدفقة من الحكومات وأجهزة المخابرات وهذا ما يعود بالسلب على قيمنا وتقاليدنا، لأن هذه الوسائط الاتصالية وهذه التكنولوجيات أقل عاطفية واجتماعية وحميمية، كما أنه على الرغم مما تقدمه من خبرة عالية في مجال حرية التعبير إلا هذه الحرية تقيدت بقيود سياسية.²

¹ مروة بوقلي، فلة معمري، مرجع سبق ذكره، ص 41.

² مرجع نفسه، ص 42.

- وكذلك من سلبياتها التقنيت واللاجمهورية التي تؤدي الى انقسام الجمهور العريض الواحد الى عدد كبير من الجماعات الصغيرة ذات الاتجاهات المتباينة التي تؤدي الى تقليص الخبرات المشتركة لمعظم أفراد المجتمع.
- لقد عملت تكنولوجيا الاتصال على تكريس وإشاعة قيم الاستهلاك الغربي وفرض النموذج الأوروبي الأمريكي وترسيخ قيم مثالية.¹

¹ مروة بوقلي، فلة معمري، مرجع سبق ذكره، ص43.

الفصل الثاني: دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في إدارة المؤسسة الخدمائية

المبحث الأول: تعريف المؤسسة الخدمائية وأهدافها.

مفهوم المؤسسة الخدمائية:

أولاً: تعريف المؤسسة:

لغة: حسب ما ورد في المجدد الأبجدي، أن كلمة المؤسسة مأخوذة من الفعل أسس وتعني جمعية أو شركة.

اصطلاحاً: لقد بدأت المحاولات في إعطاء تعريفات للمؤسسة على يد علماء الاقتصاد لتنتقل بعد ذلك الى علماء الاجتماع، ثم علماء الإدارة وخاصة بمجئ "تاييلور و فايول"، لذلك تم الأخذ بعين الاعتبار هذا التطور من خلال استعراض تعاريف المؤسسة.¹

تعريف الخدمة: يعرفها "كوتلر" أنها نشاط أو منفعة غير ملموسة لا تؤدي الى تملك أي شيء ملموس، وقد يرتبط إنتاجها أو لا يرتبط بسلعة مادية.

الخدمات التي تقدم من قبل العديد من المؤسسات، فمنها من يقدم خدمات غير ربحية مجانية، ومنها من يقدم خدمات ربحية أي تجارية.

و تعرف كذلك على أنها: تنظيم إنتاجي خدماتي، يستخدم عدد كبير من العمال تحت سقف واحد أو عدة سقوف ذات طبيعة خدمائية، وهي عبارة عن مجموعة مت الأفراد يشتركون في هدف واحد.²

ثانياً: مفهوم المؤسسة الخدمائية:

- عرف الدليل الإحصائي الفرنسي سنة 1999 المؤسسة على أنها "كل وحدة قانونية متكونة من أشخاص طبيعيين أو معنويين يتمتعون بحرية اتخاذ القرارات في انتاج السلع والخدمات".³
- نلاحظ من هذا التعريف أنه لم يتضمن الرسائل المادية وعناصر الإنتاج التي تؤدي الى الحصول على السلع والخدمات.

¹ رزيقة لقصي، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007، ص 123.

² بوقرو ليلي، قسام يمينة، واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة الخدمائية الجزائرية في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، ص 69.

³ Brennemen et s.sépari, économie d'entreprise, Dunod, paris, 2001, p 22.

- كما تعرف المؤسسة على أنها "منظومة اقتصادية متكونة من مجموعة من الأشخاص والوسائل المادية والتي يتم استعمالها لإنتاج وعرض السلع والخدمات في السوق.
- يمكن تعريفها على أنها وحدة اقتصادية تضم عددا من الأشخاص وتستخدم مختلف عناصر الإنتاج لتحويلها الى مخرجات عن طريق قيامها بأنشطة وفعاليات وذلك بهدف اشباع حاجات ورغبات المستهلكين من السلع والخدمات.¹

نستنتج أن المؤسسة الخدمية عبارة عن نظام يتكون من مجموعة من الأشخاص والوسائل المنظمة والمتفاعلة فيما بينها لإنتاج قيمة غير مادية لإشباع حاجات ورغبات الزبون.²

مراحل تطور المؤسسة الخدمية:

تمر المؤسسة الخدمائية خلال دورة حياتها بمجموعة من المراحل، بدأ بمرحلة التأسيس والتطور الجغرافي مروراً بمرحلة النضج وتنتهي عند مرحلة الانحدار ومرحلة تجديد النشاط، وفي هذا المطب سوف نتطرق الى هذه العناصر.

المرحلة الأولى: المؤسسة الأصل: كما تعرف هذه المرحلة أيضا بمرحلة البناء أو التأسيس وتقوم هذه المرحلة بإيجاد وتحديد حاجات ورغبات جديدة لتلبيتها من خلال التنسيق بين مجموعة من الوسائل سواء كانت مادية أو معنوية لتقديم خدمة جديدة أو خدمة موجودة مسبقا ولكن بتركيبة وخصائص مختلفة.

وفي هذه المرحلة يجب على المؤسسة الخدمائية الالتزام بالخطوات التالية:

- إقامة وتوطيد مفهوم الخدمة.
 - تحديد مستوى عرض الخدمة المطلوب أو اللازم.
 - تحديد الفئات المستهدفة.
 - تحديد نظام الإنتاج ووضع قيود التطبيق داخل المؤسسة.
- ومن خلال هذا الطرح يتضح لنا أن نجاح هذه المرحلة يتوقف على قدرة المؤسسة الخدمائية على تحديد وتطوير الأفكار الإنتاجية في صناعة الخدمات.

¹ واحدي صونية، وقع الإشهار في المؤسسات الخدمائية الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر مولود معمري، تيزي وزو، 2016، ص ص 44 43.

² أحمد شاكر العسكري، التسويق مدخل استراتيجي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2000، ص 15.

المرحلة الثانية: مرحلة التطور الجغرافي والتنظيم العقلاني: هدف المؤسسة الخدمتية في هذه المرحلة اختيار التشكيلة أو الصناعة التنظيمية التي تسمح لها بإعادة إنتاج الخدمة الأصلية في المؤسسة بطريقة تضمن النمو (زيادة إنتاج الخدمة)، والمردودية (كسب عملاء جدد) ويجب على المؤسسة الخدمتية في هذه المرحلة الالتزام بالنقاط التالية:

- تتميط مختلف النشاطات الإنتاجية لتسهيل عملية إعادة إنتاج الخدمة.
 - تحديد معايير الخيارات الإنتاجية المتاحة.
 - تحديد الاحتياجات المالية للمؤسسة واختيار مصادر التمويل.
 - تحديد نوع الموارد البشرية المطلوبة في كل وحدة من وحدات المؤسسة.
- وتتمثل الخصائص الأساسية لهذه المرحلة في التسيير والتحليل والانضباط.

المرحلة الثالثة: مرحلة النمو

وفي هذه المرحلة قد يكون النمو سريعا جدا، مما يساعد المؤسسة الخدمتية على توسيع حجم نشاطها والانتقال من سوق محلي صغير الى تغطية كل التراب الوطني، مع إمكانية استعمال وسائل الاعلام واتصال أخرى تسمح لها باستثمار صورتها بشكل أفضل، كما يسمح لها بتوزيع نشاطها وانتشارها الجغرافي السريع، والاستفادة من اقتصاديات السلم والاستراتيجيات السرعة ميزة حماية لبعض المؤسسات الخدمتية من تقليد منتجاتها من طرف المؤسسات المنافسة لها.

وتتمثل العناصر الأساسية لهذه المرحلة في:

- اختيار شكل التمويل لتغطية نفقات وتكاليف التوسع والنمو (رؤوس أموال المؤسسة، مع عدم الضروري غالبا لهذه المرحلة أو دون ذلك).
- اختيار طريقة النمو والتوسع المناسبة (انشاء وحدات جديدة، أو شراء مؤسسات موجودة مسبقا).
- بناء شبكة عمل فعالة (من خلال تأطير الوحدات الجديدة، تحديد طرق الإدارة والتسيير المناسبة وأدوار العاملين بالمؤسسة، تكوين العاملين الجدد ووضع نظام رقابة).¹
- انشاء الوظائف الأساسية للمؤسسة ومن أهمها ارسال القواعد التسويقية بالمؤسسة كالاتصال، الى جانب الوظائف الأخرى كمرقبة التسيير ونوعية الموارد البشرية وغيرها...) التي تسمح بتطبيق

¹ فؤاد بوجنابة، المرجع السابق، ص 7.

سياسة المؤسسة، وتزويد وحداتها المختلفة بأنجح الوسائل اللازمة لتقديم خدمات بمستوى عالي من الجودة والابداع.

من خلال هذا يتبين لنا أن الخصائص الأساسية لهذه المرحلة فهي تتعلق بالإدارة والتسيير وتتمثل في تحديد وتقدير الأخطار الممكنة أو اختيار الكفاءات المناسبة والتأكيد على نمط القيادة.

وتعد هذه المرحلة جد ديناميكية وعملية بالنسبة للمؤسسة، وتحميسية لعمالها لأنهم سيستفيدون من فرص وامتيازات إضافية من نمو مؤسستهم وتوسعها.

المرحلة الرابعة: مرحلة النضج

في هذه المرحلة يتسم نشاط المؤسسة الخدمائية بالاستقرار حيث يتوقف نمو رقم أعمالهم (بسبب تشبع السوق المحلية، واشتداد المنافسة) ويصعب على المؤسسة الحصول على عملاء جدد وبالتالي توسيع حصتها في السوقية ويصبح من الصعب انشاء أي مؤسسات جديدة ذات مردودية في أسواق ضيقة أو صغيرة جدا.

وفي هذه المرحلة تظهر مجموعة من المخاطر نذكر منها:

- الفطور والإهمال مراقبة التكاليف بدقة
- تكاليف إضافية ناتجة عن غزو أسواق فرعية
- إمكانية ارتفاع معدل تاركي العمل الأكثر فعالية نتيجة تخوفهم من توقف نمو المؤسسة وتطورها في المستقبل وبالتالي على المؤسسة أن تحتفظ دائما بقدرتها على توسيع نشاطها وتنوعه.

أما الشروط الأساسية لنمو المؤسسة بنجاح في هذه المرحلة:

- تطوير سياسته التسويقية والاتصالية على عملائها.
- القدرة على التجديد وتطوير خدماتها وتنويعها.
- الاختيار الأمثل للاستثمار لاستغلال أموال المؤسسة بأفضل طريقة ممكنة في هذه المرحلة.
- الاهتمام بإدارة وتسيير الإطار الدائمة للمؤسسة.

المرحلة الخامسة: مرحلة الانحدار أو الرجوع

بعد مرور المؤسسة الخدمائية بالمراحل الأربعة السابقة هناك احتمال دخولها في مرحلة الانحدار والتي يمكن أن نتفادها إذا التزمت بالتعليمات الواردة في المراحل السابقة.

ويمكن إعادة تجديد نشاط المؤسسة الخدمتية من خلال شكلين هما:

أ- إعادة ادخال تعديلات جدد على الخدمة

ب- تطوير الخدمات جديدة من خلال:

انشاء سلسلة خدمات متكاملة موجهة لنفس العملاء.

➤ محاولة تكيف الخدمات الأساسية للمؤسسة مع الأسواق جديدة.

➤ اقتراح خدمات جديدة لفئات معينة من العملاء.¹

أهداف الخدمة العمومية:

للمؤسسة الخدمتية عدة أهداف نذكر منها:

تقوم المؤسسة الخدمتية بتحويل تشكيلة من المدخلات المادية وغير المادية الى مخرجات غير ملموسة ماديا ولكنها محسوسة في صورة خبرات أو تجارب يمر بها عملاء المؤسسة، هذه المخرجات قد ترتبط بها كيانات مادية تتبلور من خلالها الخدمة المقدمة، الا أن هذا لا يعني الى مخرجات مادية.

كما تتميز المؤسسة الخدمتية بأن عملائها يحصلون على ما يطلبونه من خدمات في أماكن انتاجها²، وأن العميل أو الزبون جزء من نظام التشغيل³، أي أنهم يشاركون في انتاج الخدمات، بالإضافة الى أن المخرجات لتلك المؤسسات يتعذر تميطها، فهي دائما متغيرة ومتنوعة لارتباطها بما يطلبه كل عميل أو كل مجموعة من العملاء.

تتميز المنافسة التي تواجهها المؤسسات الخدمتية بكونها منافسة شديدة وحادة، ومعدل التقليد فيها مرتفع، كما أن الميزة التنافسية النسبية في تلك المؤسسات تعتمد على ثلاث عوامل رئيسية:

➤ درجة تميز الكوادر المتاحة من القادة والعاملين الذين يعتمد عليهم.

➤ مستوى الجودة الشاملة للخدمات كما يقدرها العملاء.

➤ التكنولوجيا المعلوماتية المرتبطة بإنتاج وتقديم الخدمة للعملاء، واستخدامهم لها.

تتميز المؤسسات الخدمتية عن باقي المؤسسات الأخرى بأن ثقافة خدمية تقوم على الأسس التالية:

¹ فؤاد بوجنانة، المرجع السابق، ص ص 8-9.

² سعيد محمد المصري، إدارة تسويق الأنشطة الخدمية المفاهيم والاستراتيجيات، دط، دار الجامعية الإسكندرية، ص 28.

³ علي هادي جبرين، إدارة العمليات، ط2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 100.

➤ اتباع مدخل شمولي لكل الأنشطة الوظيفية يقوم على وجود مجموعة من الأهداف والقيم الواضحة.
➤ النظر الى تلك الأهداف على أنها أهداف استراتيجية يجب العمل دائما على تحقيقها من خلال الفترات الصعبة.

➤ ان تؤخذ جودة الخدمة على أنها محور رئيسي يجب الانتظام فتقديمها بذات مستوى من خلال مدى واسع من العلاقات والتفاعلات التي ترضي أو تفوق توقعات عملاء المؤسسة.¹
➤ ضرورة أن تكون قيم الإدارة العليا وسلوكها منسقا دائما مع العملاء والعاملين.

وتتميز المؤسسات الخدمتية بحاجتها الدائمة والمستمرة الى المعلومات الصحيحة والمراقبة الدقيقة لبيئتها حتى تستطيع التخطيط لأنشطتها، بسبب الطبيعة غير الملموسة وطبيعية العمل الذي تمارسه هذه المؤسسات والتي تحتاج الى عمليات الافناع أكثر من غيرها، وبسبب ما تتميز به عن انتفاع في وقت واحد بشكل متتابع.²

المبحث الثاني: مبادئ المؤسسة الخدمة العمومية ووظائفها

المبادئ التي تقوم عليها المؤسسة الخدمتية:

لكي ترقى الخدمة العمومية لمستوى تحقيق المصلحة العمومية، يجب أن تخضع لمبادئ أساسية لا يجب الانحراف عنها، ويمكن أن نعرف هذه المبادئ بصورة عامة، فيما يلي:

مبدأ الاستمرارية: يجب أن يتسم تقديم الخدمة العمومية بالاستمرارية وعدم الانقطاع وذلك بإتاحة الخدمة لأي فرد يحتاجها مهما كانت الظروف، إلا في حالات يتعذر على هيئات تقديم الخدمة أن يستمر في تقديمها.³

مبدأ المساواة: هي مبدأ أساسي في تقديم الخدمة العامة كما أنه عامل من عوامل الديمقراطية الإدارية من مضمون هذا المبدأ أنه ينبغي أن يحصل جميع أفراد المجتمع على الخدمة العامة وأن نشابه الضريبة أو

¹ سعيد محمد المصري، المرجع السابق، ص 37

² أحلام كحلوش، دور الاتصال التنظيمي في تسيير المؤسسات الخدمتية الجزائرية، دراسة ميدانية ببلدية أم البواقي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2015-2016 ص ص 101، 102.

³ أمنوش محمد، أمينة سفيان، العلاقات العامة والمؤسسات الخدمة العمومية في الجزائر، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، 2016، ص 57.

الرسم في المواقع المتشابهة وأن يدفع الجميع بنفس الطريقة ويحصلوا على جميع المواطنين دون استثناء وبصورة عادلة.¹

مبدأ الملائمة: ان الخدمة العامة تتطور مع مرور الزمن وتطور المجتمعات ومن ثم من الضروري وفقا لهذا المبدأ أن تقدم الخدمة بكفاءة وتتسجم مع حاجات الأفراد، بمعنى أن يساير تقديمها تطور حاجات المواطن على اعتبار أن هذه الحاجات تتغير وتتطور مع الزمن خاصة وأن المحيط بجميع مجالاته يتميز بالتغير وعدم الثبات.

يرى البعض الآخر من المفكرين والمنظرين الاقتصاديين والإداريين إمكانية زيادة مبادئ للمبادئ الثلاثة الأولى:

مبدأ الحيادية: بمعنى انشغال مقدمي الخدمة العمومية على تحقيق المصلحة العمومية دون ادخال أي حسابات أو اعتبارات أو تفصيل بين المواطنين.

مبدأ المجانية: بمعنى تقديم خدمات عمومية بدون مقابل.²

لكن هاذين المبادئ لا يؤخذان بعين الاعتبار لأن الحيادية ماهي إلا نتاج المساواة حيث أن من أهم شروط المساواة "مبدأ الحيادية" في التعامل أما فيما يخص المجانية لأن بعضها يتطلب تحصيل بعض الموارد لضمان استمراريتها.³

الهيكل التنظيمية للمؤسسات الخدمية: تختلف الهياكل التنظيمية للمؤسسات الخدمية، إلا أن هناك نمطين هما الأكثر شيوعا بين هذه المؤسسات هما:

الهيكل التنظيمي المفلطح: هو أحد أنماط الهيكل الهرمي، إلا أنه يتميز بأن عدد مستوياته التنظيمية محدود للغاية ويكون فيه نطاق الإدارة واسعاً، ويناسب هذا الهيكل مجالات النشاط التي تكون فيها الكوادر المتخصصة متجانسة حيث التأهيل والخبرة، وتكون الأهمية النسبية للتخصصات على ذات المستوى وتتوقف فعالية أداء المؤسسات التي تنتمي الى تلك الفئة على مدى قوة روح العمل الجماعي السائد فيها.

¹ برانيس عبد القادر، التسويق في المؤسسات الخدمية العمومية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007، ص ص 121، 122.

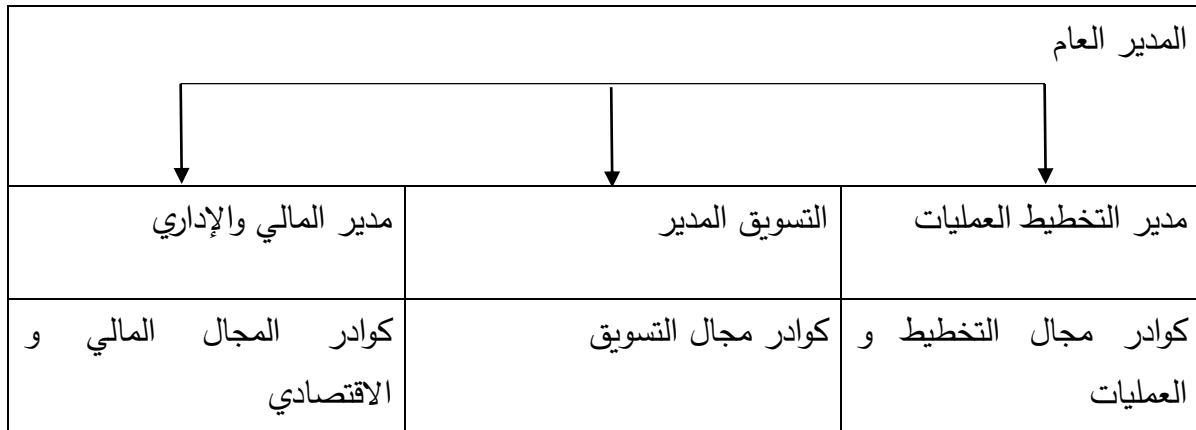
² بوقلاشي عماد، الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين أداء الإدارات العمومية، رسالة (وزارة العدل) ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011، ص 13.

³ أمنوش محمد، أمينة سفيان، مرجع سبق ذكره، ص 58.

ويتميز هذا النمط الهيكلي يقصر خطوط السلطة والاتصال الرأسية، وسهولة الاتصالات الأفقية، ومن ثم تدفق السريع للبيانات والمعلومات بين أجزاء الهيكل التنظيمي بما يحقق السرعة في عملية اتخاذ القرارات، ولا شك أن هذا النمط المناسب لأنشطة الخدمة يكون أقل كلفة من الأنماط التقليدية الأخرى، ويوضح الشكل الموالي النمط المفلطح للهيكل التنظيمي لمؤسسة خدمات.¹

1_ النمط التنظيمي المفلطح لمؤسسة خدمية

الشكل رقم 01



المصدر: سعيد محمد المصري "إدارة وتسويق الأنشطة الخدمائية"، ص 70.

نمط هيكل المصفوفة:

يناسب هذا الهيكل مجالات النشاط التي تقوم بصفة رئيسية على نظام المشروعات التي تخطط وتنفذ حسب طلبات الزبائن وخلال برنامج زمني محدد له بداية متفق عليها.

وعلى هذا الأساس يتم تكوين فرق عمل للمشروعات (كل مشروع على حدا) تجمع فيها التخصصات المختلفة، وتتوقف فعالية أداء المؤسسات التي تنتمي الى هذه الفئة على مدى توافر روح العمل الجماعي، وعلى قدرتها على إتمام المشروعات طبقا للبرامج الزمنية، وفي إطار التكاليف المقدرة لها.

¹ واحدي صونبة، مرجع سبق ذكره، ص 51.

وينتشر استخدام هذا النمط في العديد من المؤسسات الخدمية، وبصفة خاصة مؤسسات الخدمات الاستشارية، والخدمات البحرية والتوكيلات التجارية، وشركات السياحة، ومنظمو الرحلات وغيرها من المؤسسات التي لا تقدم ناتجا ماديا ملموسا لزيائنها. ويوضح الشكل التالي هذا النمط التنظيمي:¹

2_ النمط المصفوف المفلطح لمؤسسة خدمية الشكل 02.

المدير العام		مدير التخطيط العمليات	التسويق المدير	مدير المالي والإداري
مشروع أ	س 1	ص 1		
مشروع ب	س 2	ص 2	ع 1	
مشروع ج			ص 3	ع 2

المصدر: سعيد محمد المصري "إدارة وتسويق الأنشطة الخدمائية" مرجع سابق، ص 72.

من خلال هذا الشكل يتضح:

¹ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية، الدار الجامعية، مصر، ص 71.

فريق عمل المشروع (أ) يتكون من س (1) إدارة التخطيط والعمليات، و(ص) 1 إدارة التسويق، ويكون ل (س1) دوران، أحدهما دائما في الإدارة التي ينتمي إليها والآخر مؤقت ضمن فريق المشروع (أ) لحين إنجازه.

فريق عمل المشروع (ب) يتكون من س2، ص2، ع1.

فريق عمل المشروع (ج) يتكون من ص3، ع2.

وبصفة عامة يمكن للمؤسسات الخدمية أن تستخدم أكثر من نمط واحد في تقديم هيكلها التنظيمي، فتأخذ بالنموذج المفلطح على أساس التخصص الوظيفي، ثم تنظم أحد مجالات التخصص الوظيفي على أساس المصفوفة.¹

وظائف المؤسسة الخدمائية:

1_ الوظائف الإدارية: يقصد بالوظيفة الإدارية هيكل المؤسسة وتنظيم الأدوار والمسؤوليات والتنسيق بين مختلف أجزاء وأقسام المؤسسة، وكذلك تحديد العلاقات والقنوات التنظيمية المختلفة من أجل بلوغ الأهداف المسطرة.

ويمكن حصر وظائف الإدارة في المؤسسة الخدمائية فيما يلي:

التخطيط: يقصد به عملية استشراف المستقبل، والتنبؤ به ووضع السياسات العامة التي يمكن للمؤسسة السير عليها في المستقبل.

التنظيم: يعني التنظيم في المؤسسة الخدمائية تحديد السلطات والمسؤوليات العاملين وتصميم الهيكل التنظيمي والتنسيق بين مختلف أجزاء ومصالح المؤسسة المختلفة من أجل تحقيق أهداف المؤسسة.

الرقابة: هي عملية متابعة تنفيذ السياسات الموضوعية والعمل على تقييمها.²

2_ وظيفة الإنتاج: تعتبر وظيفة الإنتاج من أهم الوظائف التي تمارسها المؤسسة الخدمائية حيث نلاحظ أن معظم رأس مال المؤسسة مستثمر في هذا النشاط، ذلك فإن إدارة هذا النشاط بنجاح وتخطيط مناسب يعود على المؤسسة بفوائد كبيرة.

¹ سعيد محمد المصري، نفس المرجع السابق، ص 72.

² راند محمد عبدرية، نظرية المنظمة والمؤسسات الجناديرية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 112.

فالإنتاج يعني خلق السلع والخدمات من خلال الموارد الأولية أو المواد نصف المصنعة الى سلع تامة الصنع ذات فائدة للمستهلك النهائي أو المشتري الصناعي.¹

3_وظيفة التوظيف: وهي الوظيفة التي تتعهد بإبرام ومتابعة وانهاء عقود التشغيل في المؤسسة، فهي تسهر على تطبيق قوانين الشغل من أجور وعطل وترقيات ومكافآت وعقوبات وخصومات وما الى ذلك انشغالات تدبير الموارد البشرية.

وتتدرج ضمن هذه الوظيفة الأساسية عدة وظائف تكميلية من الخدمات الاجتماعية والتكوين المهني والعلاقات النقابية... الخ.²

4_وظيفة الإدارة المالية: تعتبر إدارة الموارد المالية احدى الوظائف الأساسية التي تقوم بها المنظمة، فوظيفة إدارة الموارد المالية وظيفه لكل منظمة، مهما كانت أهدافها أو طبيعة عملها أو حجم نشاطها أو شكلها القانوني، فالوظيفة المالية في تعريفها البسيط هي مجموعة مهام وعمليات تسعى في مجموعها الى البحث عن الأموال في مصادرها الممكنة بالنسبة للمؤسسة في إطار محيطها المالي، فنجاح المنظمة في تحقيق أهدافها يتوقف والى حد كبير على كفاءة الإدارة المالية في القيام بوظائفها، وعلى مدى فهم القائمين على الأنشطة الأخرى في المؤسسة.³

المبحث الثالث: خصائص المؤسسة الخدمية:

تختلف طبيعة الخدمة عن طبيعة السلعة وبالتالي فإن المؤسسة التي تنتج الخدمة تختلف عن المؤسسة التي تنتج سلعا مادية، هذا ما جعل المؤسسة الخدمية تتميز بمجموعة من الخصائص أهمها:

تقوم المؤسسات الخدمية بتحويل تشكيلية من المدخلات المادية الى مخرجات غير ملموسة، ولكنها محسوسة في صورة خبرات وتجارب يمر بها زبائن المؤسسة، وقد ترتبط هذه المخرجات بكيانات مادية، فخدمة التعليم مثلا: تستلزم وجود مباني تعليمية وكتب وأوراق إلا أنها في حد ذلك ليست ملموسة لكونها معارف ذهنية عليا وخبرات تعليم لا يمكن تحديد أبعادها ماديا.

¹ فايز الزغبي ومحمد إبراهيم عبيدات، أساسيات الإدارة الحديثة، د ط، دار المستقبل للنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص 225.

² محمد مسن، التدبير الاقتصادي للمؤسسات تقنيات واستراتيجيات، عين البنين، الجزائر، 2001، ص 25.

³ أحلام كلوش، مرجع سبق ذكره، ص 103.

تتميز الخدمة العمومية بأن زبائنها يحصلون على ما يظالبونه من خدمات في أماكن انتاجها، وبالتالي ينحدر على هذه المؤسسات تتميط مخرجاتها، فهي دائما متغيرة ومتنوعة ما يطلبه كل زبون أو كل مجموعة من الزبائن.

تتميز المؤسسات الخدمية بحاجاتها المستمرة الى المعلومات الصحيحة، والمراقبة الدقيقة لبيئتها حتى تستطيع التخطيط لأنشطتها التسويقية بسبب الطبيعة غير الملموسة لمنتجاتها وطبيعة العمل الذي تمارسه هذه المؤسسات التي تحتاج الى عمليات اقناع الزبون أكثر منها بسبب ما تتميز به منتجاتها من انتاج وتقديم وانتفاع في وقت واحد.¹

على الرغم من وجود علاقة بين السلع والخدمات بشكل أو بآخر الا أن هناك بعض الخصائص التي تتميز الخدمات والتي يمكن أن تؤثر في تصميم البرامج التسويقية وصياغة الاستراتيجيات والبيانات التسويقية، ويرى (koler) أن للخدمة أربعة خصائص رئيسية تتمثل في:²

الخدمة غير ملموسة Intangibilité: لا يمكن رؤية الخدمة، لمسها، شمها، تذوقها أو سماعها قبل شرائها، فمفهوم اللاملموسية يحمل في الواقع بعدين:

➤ بعد مادي عدم إمكانية رؤية لمس الخدمة.

➤ بعد ذهني صعوبة تكوين فكرة عن الخدمة وتحليلها.

وللتقليل من الشك والتردد يبحث الزبون عن مؤشرات جديدة المعلومة حيث يولي اهتمامه لكل ما يراه: المحل، البائعون، أدوات الاتصال، الشعار والسعر.

وتقع على عائق مقدم الخدمة اذن مهمة زيادة ثقة الزبون في الخدمة عن الرفع من مادية الخدمة، من خلال ما تقدمه المنظمة من اختيار للموقع، البناء الخارجي، استخدام الأجهزة أو المعدات المتطورة وغيرها، والتي تساهم في تحسين وإبراز الخدمات.

الخدمة غير قابلة لانفصال التماسك Indursibilité: يتم انتاج الخدمة واستهلاكها في الوقت ذاته وهذا لا ينطبق على السلع المادية التي تنتج ثم توزع على التجار والبائعين ليتم شرائها واستهلاكها في مرحلة لاحقة.³

¹ حداد سهيلة، فعالية البيع الشخصي في تسويق الخدمات، دراسة حالة مؤسسة للخدمات الإشهارية، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير جامعة الجزائر، 2005، ص 13.

² واحدي صونية، مرجع سبق ذكره، ص 45.

³ Philip kother, et autre Marketing

وتشير خاصية التماسك الى وجود علاقة مباشرة بين مقدم الخدمة والمستفيد، حيث يتطلب الأمر غالبا حضور المستفيد من الخدمة عند تقديمها، وهذا يحقق لتسويق الخدمات ميزة الأمر غالبا حضور المستفيد من الخدمة عند تقديمها، وهذا يحقق لتسويق الخدمات ميزة خاصة، حيث يتم انتاج وتسويق الخدمة في آن واحد. كما أن تواجد مقدم الخدمة وطلبها معا له تأثير على الناتج المتوقعة من الخدمة، نظرا لاختلاف منافع المستفيدين.

ام هذا التماسك يعود الى ارتباط عملية انتاج وتسويق الخدمة، وهذا يتم في تقديم خدمات الحلاقة، الخدمات الطبية، الخدمات المصرفية، وغيرها مما يتطلب من مقدم الخدمة كسب ثقة المستفيد وبناء علاقة طيبة ووثيقة معه.¹

الخدمة قابلة للتغير La variabilité: الخدمة قابلة للتغير حسب قانون المحيطة بتقديمها على سبيل المثال، الوجبة التي يحضرها رئيس الطباخين، يمكن أن تكون أذمكا لو قام بتحضيرها أحد مساعديه، كما أن نوعية الوجبة يمكن أن تتغير حسب مزاج والهام الطباخ، خاصة إذا تعلق الأمر بخدمات تعتمد بالدرجة الأولى على التدخل الإنساني، بحيث يصعب على الزبون المقارنة بين نفس الخدمات المعروضة قبل شرائها.

كما يكون من الصعب على مقدم الخدمة انتاج نفس الخدمة وبنفس الصفات في الوقت والمكان نفسه. وبالتالي فان النمطية في انتاج الخدمات تعد أمرا صعبا على عكس السلع المادية التي تكون في غالب الأحيان نمطية رغم اختلاف العلامة التجارية واختلاف طرق التعليب والتعبئة.

ويمكن للمؤسسة أن تحسن من مراقبة جودة خدماتها بعدة طرق.²

الاختيار الجيد لمقدمي الخدمة وتدريبهم للرفع من كفاءاتهم وتزويدهم بالمعلومات للرفع من مستوى تقديم الخدمة.

➤ قياس عمليات أداء الخدمة ومراحلها.

➤ متابعة رضا الزبائن عن الخدمات من خلال جمع المقترحات والرسائل والأفكار وزيادة المنافسين

لاستفادة من الأساليب الفعالة المستخدمة من قبلهم.³

¹ واحدي صونية، مرجع سبق ذكره ص 46.

² ردينة عثمان يوسف، د-محمود جاسم الصميدعي، التسويق المصرفي، مدخل اسراتيجي، كمي تحليلي "دار المناهج للنشر والتوزيع، جامعة الزيتونية الأردنية، الطبعة الأولى، 2005، ص 27.

³ صونية واحدي، مرجع سبق ذكره، ص 47.

الخدمة قابلة للتلاشي **périssabilité**: بما أن الخدمة تمثل فعلا أو تصرفا، فان تتلاشى وتنتهي سواء تم الاستعادة منها أولا، وذلك يعود لاستحالة تخزينها والاستعادة منها لحين وقوع الطلب عليها، مثلا المقاعد غير محجوزة في الطائرة على رحلة معينة لا يمكن تخزينها لرحلة أخرى، وبهذا تكون قد فقد لأبد، إن قابلية الخدمة للفناء والتلاشي لا تمثل مشكلة بالنسبة للمؤسسة إذا كان الطلب مستقرا، أما في حالة وقوع تقلبات في الطلب، تطرح مشكلة وفرة الخدمات المقدمة مقابل انخفاض الطلب عليها، مثلا: يزداد الطلب على خدمة النقل الجماعي صباحا في مواعيد ذهاب الموظفين الى أعمالهم ومساء في أوقات رجوعهم من العمل.¹

المبحث الرابع: أهمية وفوائد استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمائية.

أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال في ادارة المؤسسة الخدمائية:

تتجه المؤسسات الخدمائية الى إدراك الأهمية الكبيرة في تطبيق تكنولوجيا الاتصال في جميع أنشطتها المختلفة.

دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الخدمائية: ان تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدمائية تقوم بتدعيم الميزة التنافسية وذلك وفق عاملين، المستوى الأول يتمثل في التنظيم الداخلي للمؤسسة في التنظيم، التخطيط، التوجيه والرقابة والمستوى الثاني يتمثل في علاقة المؤسسة بمحيطها الخارجي إذ تسهل من عملية ربط المؤسسة بمحيطها الوطني والعالمي من خلال تسهيل تكنولوجيا الاتصال الحصول على المعلومات فيما يخص تقلبات السوق والأسعار والإنتاج وكذا المنافسين وحول الزبائن أيضا.²

مساهمة تكنولوجيا الاتصال في دفع عجلة التنمية: ان تقنيات الاتصال والاعلام يمكن أن تلعب دورا أساسيا في التنمية كما يساهم في تنشيط كل من النمو الاقتصادي وتنمية القدرات الاقتصادية والاجتماعية وتحسين نجاعة المؤسسات الخدمائية وتسهيل الحصول على الخدمات، ولكن هذه التقنيات لا يمكن أن تكون أداة ناجعة في التنمية الا اذا كان استعمالهم يندمج في اطار استراتيجية تنموية وطنية،³ ان تقنيات تكنولوجيا الاتصال يمكن أن ترقى التنمية بعدة أوجه:

¹ Philip kolter et autre. Marketing mangement op-cit p468.

² مروة بوقلى، فلة معمري، مرجع سبق ذكره، ص 71.

³ حجاب مخلوفي، مساهمة تقنيات المعلومات في التنمية المستدامة، مجلة العلوم التجارية، بن عكنون الجزائر، العدد 06، جوان 2006، ص89.

- تخفيض التكلفة والزيادة في السرعة وتسهيل نقل المعلومات
- تسهيل الحصول على المعلومات والمعرفة
- تحسين الشفافية وتوضيح المسؤولية الإدارية

مساهمة تكنولوجيا الاتصال في تخفيض التكاليف: تلعب تكنولوجيا الاتصال دور كبير في تقليل مصاريف المؤسسة ونلاحظ في ذلك:¹

- بدلا من دفع تكاليف مكالمات هاتفية ذات مسافة بعيدة يمكن ارسال بريد الكتروني.
- تقليل مساحة المكاتب وتكاليف الخدمة بتقديم الفرصة للموظفين للعمل عن بعد.
- عقد الاجتماعات بنظام اللقاءات عن بعد video conference والحد من مصاريف التنقل بفضل إمكانية تنظيم اجتماع صوتي عن بعد.
- تقليل تكاليف التشغيل وإدارة الأعمال سواء بالاستعانة بشبكات اتصال داخلية Entranet في تسهيل عمليات الأنشطة الإدارية وتقليل من التكاليف وشبكات اتصال الخارجية عن بعد Extranet وذلك بتخفيض تكاليف الإنتاج، التوزيع والتسويق.

تكنولوجيا الاتصال وتحسين ميكانزمات التنسيق: يعرف التنسيق على أنه مجموعة من التدابير التي تهدف من جهة الى إيجاد نوع من الانسجام بين الأعمال لتحقيق مهام مختلفة، ومن جهة أخرى تحسين تنظيم المهام في بعدها الزمني ترتيبها من ناحية التسلسل التاريخي وجعلها متزامنة عندما يتعلق الأمر بالعلاقات بين الأفراد في مجموعة ما بأسلوب اتصال معين.

فعالية اتخاذ القرارات: تعتبر عملية اتخاذ القرار جوهر العملية الإدارية فالمسير في أي مستوى تنظيمي يقوم باتخاذ القرارات التنظيمية الخاصة بالتوجيه والتحضير والرقابة... الخ.

كما يواجه العديد من المشكلات التي تتفاوت في الأهمية ونتيجة للتنوع في المشكلات التي تتفاوت في الأهمية ونتيجة للتنوع في المشكلات التي تتنوع المعلومات التي يحتاج اليها المديرون، دون شك تساعد تكنولوجيا الاتصال على نشر أفضل المعلومات ووصولها أسهل اليها ومنه المشاركة في عملية اتخاذ القرار.

وهنا يظهر أثر تكنولوجيا الاتصال على لامركزية القرار، بحيث تسمح بتفويض سلطة اتخاذ القرارات الى المستويات المتوسطة في التنظيم الإداري.

¹ بختي إبراهيم، مقياس تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ماجستير تسيير المؤسسات المتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2006، ص 52.

تحقيق الفعالية في إدارة الوقت: قدرة تكنولوجيا الاتصال في بحث، تخزين واستيعاب المعلومات المعلومات بحيث تساهم في تقليص الوقت في العمليات الإدارية وفي التنسيق.¹

الفوائد والمزايا المختلفة من استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدمائية:

يترتب على تطبيق واستخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدمائية العديد من المزايا والفوائد أهمها ما يلي:

رفع مستوى الأداء الإنتاجية في المؤسسات: حيث يؤثر تطبيق تكنولوجيا الاتصال تأثيرا إيجابيا على مستويات الأداء والإنتاجية في المؤسسات بشرط وجود درجة من التوافق بين ظروف المؤسسات واستراتيجيات تطبيق تكنولوجيا الاتصال.

زيادة قيمة المؤسسة: يؤدي استخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات الى خلق القيمة للمؤسسة، هذا بالإضافة الى معاونتها في استراتيجياتها وخاصة في ظل زيادة حدة المنافسة بين المؤسسات.

فعالية اتخاذ القرارات: تبسيط تكنولوجيا الاتصال مهمة المديرين في اتخاذ القرارات التنظيمية، وذلك من خلال توفير البيانات والمعلومات الدقيقة في التوقيت الملائم وبالشروط المطلوبة.

تنمية العمل: حيث تعمل تكنولوجيا الاتصال على توفير النظام والانضباط بالوحدات الإدارية وتهتم بتعريف الأفراد بما يدور حولهم وإمدادهم بصورة مستمرة بالتصورات التي تحيط بهم.

إعادة هندسة عمليات التشغيل: تعد تكنولوجيا الاتصال عنصرا جوهريا لإنتاج إعادة هندسة عمليات التشغيل سواء قبل تصميم عمليات التشغيل بما تقدمه من مقترحات لأفضل التصميمات أو بعد عمليات التصميم من خلال دورها في مراحل التطبيق المختلفة.

تدعيم نجاح المؤسسات الخدمائية في المجالات الإدارية والتنظيمية المعقدة:

يعتمد المدراء في مختلف المستويات والوحدات الإدارية على استخدام تكنولوجيا الاتصال في النواحي الإدارية والتنظيمية المعقدة والتي يصعب فيها استخدام النظم التقليدية.

¹ مروة بوقلى، فلة معمري، مرجع سبق ذكره، ص73.

تنمية السلوك الإيجابي لأفراد المؤسسة: حيث تؤثر تكنولوجيا الاتصال على تدعيم عمليات الاتصال داخل وخارج المؤسسة الخدمائية هذا الى جانب مساعدتها على إدارة الوقت بكفاءة وتقليل درجة الغموض المحيط بمناخ العمل.

تحسين إدارة الجودة الشاملة: تساعد تكنولوجيا الاتصال في عملية تحسين إدارة الجودة من خلال جمع ومراقبة البيانات وتلخيصها وتحليلها والتقرير عنها، كما تساعد تكنولوجيا الاتصال في زيادة سرعة عمليات المراقبة والتفتيش وتحسين نوعية الاختبارات وتخفيض تكلفة القيام بمختلف نشاطات المراقبة.¹

تطبيق واستعمال داخلي: من أهم استعمالات تكنولوجيا الاتصال على المستوى الداخلي للمؤسسة كما يلي:

- تستعمل تكنولوجيا الاتصال كمصدر مركزي لكل معلومات المؤسسة، نشاطها، هيكلها التنظيمي.
- ربط كل أجزاء المؤسسة الخدمائية مع بعضها البعض حتى وان كانت في مواقع المختلفة ومهما تباعدت أجزائها أو فروعها جغرافيا إذ تسمح لكل جزء فيها بمعرفة ما يجري في الأجزاء الأخرى من خلال الشبكة الداخلية.
- الانتقال السهل والسريع للمعلومات باستخدام تكنولوجيا الاتصال داخل المؤسسة الخدمائية.
- تستعمل تكنولوجيا الاتصال لتحديد الوظائف ومسئولياتها.

تطبيق واستعمال خارجي: من أهم الاستعمالات الخارجية لتكنولوجيا الاتصال:

- نشر الإشهارات والإعلانات الخاصة بمنتجات المؤسسة الخدمائية عن طريق البريد الإلكتروني.
- تزويد المؤسسة الخدمائية بمعلومات عن مواد تريد شرائها خاصة المواد ذات التمويل الكبير.
- الحصول على معرفة خارجية من خبراء ومستشارين في مجال عملها.²

تسهيل المهام: حيث يتم استخدام الأجهزة ووسائل تكنولوجيا الاتصال التي تسهل عمليات جمع ومعالجة وتخزين واسترجاع المعلومات، وكذا تسهيل المهام لموظفي المؤسسة.³

تحسين وتطوير الخدمات المقدمة للعملاء: حيث تؤدي تكنولوجيا الاتصال دورا هاما في دعم وخدمة العملاء من خلال توفير مختلف الوسائل لتلبية احتياجات العملاء، ونيل رضاهم وسرعة تأدية الخدمات

¹ عبد الحميد الفتاح المغربي، نظم المعلومات الإدارية، الأسس والمبادئ، المكتبة العصرية، المنصورة، مصر، 2002، ص158.

² بختي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص 48.

³ عبد الحميد عبد الفتاح المغربي، مرجع سبق ذكره، ص158.

المقدمة لهم، وبناء على ذلك يمكن تحديد أهم الفوائد المترتبة على تطبيق واستخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسات الخدمائية مما يلي:

- السرعة والدقة في عمليات معالجة وإيصال واسترجاع وحفظ البيانات والمعلومات.
- تحسين الوضع العملي الخدمائي للمؤسسة
- المساعدة في عمليات التخطيط والرقابة واتخاذ القرارات.
- تحسين العمليات الخدمية، تخفيض الوقت والتكلفة وتحسين مستوى جودة الخدمات.

تطبيق تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدمائية: تتعدد حاجة المؤسسة الخدمائية الى ادخال تكنولوجيا الاتصال، كما تتعدد استعمالات هذه الأخيرة في المؤسسات الخدمائية، فيمكن أن نجد هذا الاستعمال في مجال الداخلي والخارجي للمؤسسة كما يلي:¹

المبحث الخامس: معوقات وتحديات تبني واستخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدمائية

معوقات تبني واستخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدمائية

من المعوقات التي توجهها المؤسسة الخدمائية في تبني واستخدام تكنولوجيا الاتصال.

معوقات تبني تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدمائية: تقف مجموعة من العوائق أمام رغبة هذه المؤسسات الخدمائية في تبني تكنولوجيا الاتصال.²

عدم توفر الكفاءات والامكانيات في مجال تكنولوجيا الاتصال: تقنقر المؤسسات الخدمائية عموما الى الموارد البشرية التي لها قدرات ومؤهلات عملية في تكنولوجيا الاتصال، حيث أن انشغالها الرئيسي يتمحور حول التسيير اليومي لأنشطتها، فمع وجود الوعي لأهمية هذه التكنولوجيات لدى المسيرين والمسؤولين إلا أن نقص المهارة يبقى عائق أمام تبنيها لها.

الصعوبات المالية والتكاليف المالية: تعتبر تكلفة الاستثمار في الوسائل التكنولوجية من أهم العوائق التي تصادف المؤسسة الخدمائية نتيجة التخوف من أن هذه التكنولوجيا من حيث تكلفتها تتجاوز الأرباح المنجزة عنها، إضافة الى أنه يترتب عليها الاهتمام وصيانة العتاد وهذا يتطلب تكاليف إضافية.

¹ مرورة بوقلي، فلة معمري، مرجع سبق ذكره، ص 75.

² مرورة بوقلي، فلة معمري، مرجع سبق ذكره، ص 77.

قدم البنى التحتية للاتصالات: ينعكس قدم البنى التحتية للاتصالات سلبا على وجود وفعالية تكنولوجيا الاتصال وخاصة تكنولوجيا الأنترنت، حيث تكثر الأعطاب وانقطاع الاتصالات مما يؤدي بالمؤسسات الخدمائية الى العزوف عن استخدام هذه التكنولوجيات.

البناء التنظيمي للمؤسسات الخدمائية: ان البناء التنظيمي قد يصبح عائق إذا كان غير ملائم للأعمال الإلكترونية، وهو ما يستدعي إعادة هندسة العمليات وفي دراسة حول تكيف المؤسسات الخدمائية مع تكنولوجيا التبادل الآلي للمعلومات أثبتت هذه الأخيرة تستدعي حضور إداري وثقافة المؤسسة الخدمائية.¹

خبرة المسير أو المسؤول: إن هذا العامل يعتبر عامل مؤثر على قرار الاستثمار في تكنولوجيا الاتصال والذي يعتبر في نفس الوقت عائق أمام تبني هذه التكنولوجيات، فعندما يكون المسير ذو تعليمي وتكويني ضعيف أو قليل الخبرة فإن هذا يؤثر بشكل سلبي على مستوى وعيه بأهمية تكنولوجيا الاتصال كوسيلة لتحسين فعالية مؤسسة.²

تحديات المؤسسة الخدمائية في إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال ومواجهة هذه التحديات:

هناك عدة تحديات تواجهها المؤسسة الخدمائية في إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال.

تحديات إدارة البنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال: عند التنفيذ الفعلي للعمل الشبكي والبنية التحتية الجديدة لتكنولوجيا الاتصال ينبغي على المؤسسة الخدمائية مواجهة مجموعة من التحديات لكي تبقى في وضع تنافسي جيد، ولهذا سنسلط الضوء على مجموعة من التحديات وهي:

فقدان سيطرة الإدارة على النظم: حيث تشير التجارب والتطبيقات الميدانية الى تنامي وتعدد الصعوبات المتعلقة أو الناتجة عن إدارة تكنولوجيا الاتصال وبيانات المؤسسة في بيئة موزعة، وذلك بسبب الافتقار الى إدارة مركزية موحدة قادرة بمفردها على تسيير قضايا هذا الفرع من التكنولوجيا.

¹ شادلي شوقي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التنمية المحلية المستدامة في الجزائر، جامعة ورقلة، مجلة البحث، العدد 09، 2010/2009، ص 264.

² شادلي شوقي، نفس المرجع السابق، ص 138.

متطلبات التغيير التنظيمي: حيث تعتبر الحوسبة الشاملة فرصة إعادة هندسة المؤسسة الخدمائية لتصبح بمثابة وحدة فاعلة لكل مثل هذا العمل يخلق العديد من المشكلات أو الفوضى في حالة عدم معالجة بعض القضايا التنظيمية، وعليه تحتاج الى هندسة جذرية في الفكر الإداري والأداء.¹

التوسع الاعتمادية والأمن: بمعنى أن المؤسسات تكون قادرة ومؤهلة لتكوين بنية تحتية متجددة لتكنولوجيا الاتصال تكون فاعلة وذو طاقة استيعابية كافية لبث وجمع أنواع البيانات الناتجة عن عملياتها، أما الاعتمادية فتعني أنه على المؤسسة الخدمائية عليها البحث عن بنية تحتية خاصة بها أو طبقاً لموصفات محددة تتلاءم مع رسالتها وأهدافها.

مواجهة تحديات إدارة البنية لتكنولوجيا الاتصال: على المؤسسة مواجهة من التحديات للتغلب عليها أو التقليل من أثارها السلبية ومن أبرز الحلول نذكر منها الآتي:

إدارة التغيير: للحصول على أعلى عائد ممكن من التكنولوجيا الجديدة ينبغي على المؤسسات الخدمائية أن تخطط بشكل دقيق للتغيير فقد تحتاج الى إعادة الهندسة التي تتلاءم مع التغيرات في البيئة التحتية، كما يتطلب الأمر من الإدارة معالجة القضايا التنظيمية التي تطفو، على السطح نتيجة التحولات والتغيرات الحاصلة في المواد البشرية وأساليب وتوظيفها.

التعليم والتدريب: باستطاعة المؤسسة الخدمائية انتهاز نظام أو برنامج تدريب لمساعدة المستخدمين على تجاوز برنامج تدريب بمساعدة المستخدمين على تجاوز المشكلات الناتجة عن الافتقار للدعم والفهم الإداري لعالم الشبكات وأساليب تشغيلها.

ضوابط لإدارة البيانات: يصبح دور إدارة البيانات أكثر أهمية عندما تكون الشبكات مرتبطة بتطبيقات مختلفة ومجالات عمل متنوعة وأجهزة حاسوب عديدة، فعلى المنظمة تحديد المواقع التي تتحدد فيها بياناتها.

التخطيط لتكامل الارتباطية والتطبيق: ينبغي أن تكون نظرة الإدارة العليا للهيكل البنائي للمعلومات والبنية التحتية لتكنولوجيا الاتصال بعيدة المدى والتأكيد تماما من هذا الهيكل البنائي والبنية التحتية يدعمان بشكل كامل مستوى تكامل العملية والمعلومات بما يحقق الحاجات الحالية والمستقبلية.²

¹ بشير العلق، مرجع سبق ذكره، ص 139.

² بشير العلق، مرجع سبق ذكره، ص 139-140.

الإطار التطبيقي

بطاقة فنية حول وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو

1_ التعريف بوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وهيكلها التنظيمي

2_ تفريغ بيانات الاستثمارة وتحليلها

3_ قراءة وتحليل الجداول

4_ نتائج الدراسة

الخاتمة

الملاحق

التعريف بمديرية وحدة الجزائر لولاية تيزي وزو:

مديرية وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو تقع في شارع شيخ أعمار أومحمد بتيزي وزو تأسست في جانفي 2003.

بريد الجزائر هي مؤسسة جزائرية عمومية ذات طابع صناعي، تجاري ومالي.

نشأة ومراحل تطور وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو:

خلال فترة الاستعمار الفرنسي كانت مهمة البريد هي الحفاظ في علاقتها مع متربول métropole عن طريق استلام الحولات والصكوك البريدية، بيع الطابع البريدية ووضع الأموال في صندوق الادخار وفي هذه الفترة من الاستعمار كانت تسمى بريد الهاتف والتلغراف (PTT) وبقيت هذه الوظائف حتى بعد الاستقلال 1962، وأول طابع أصدرته الجزائر في 1 نوفمبر 1962م.

اصطلاحات 14 جانفي 2002:

عرف قطاع بريد والمواصلات في الجزائر إصلاحات طبقا لمرسوم رقم 02/43 كانت المهمة الأساسية ضمان الخدمة العمومية من خلال الخدمات البريدية والمالية المختلفة، فالخدمات البريدية وتتمثل في (courrier/ colis, courrier,expres et philatélie) والخدمات البريدية (ccp, cnep,mondats, monétique.(GAB) وعرف قطاع البريد وتطور تكنولوجيات الاعلام والاتصال بعد الاستقلال 1962، مراحل هذا التطور لقطاع بريد ومواصلات الجزائر هي:

من 1962 - 2000:

التحدي في هذه المرحلة كان ضمان استمرارية، تحديث وتوسيع شبكة البريد، رغم نقص الإمكانيات المادية والمالية كانت التحديات تتمثل في:

ضمان الخدمة البريدية واستمراريتها

تقليص الفجوة بين المدن والمناطق الريفية وذلك بإنشاء مكاتب بريدية جديدة

تطوير طرق التوزيع

خلق علاقات جديدة مع دول العالم باستخدام وسائل النقل في أواخر سنة 1962 عدد مكاتب 826 على مستوى القطر الوطني، وفي بداية 2000م وصل عدد مكاتب البريد 3310 مكتب بمعدل مكتب بريد ل 9500 ساكن.

من 2000 الى 2015م: اصطلاحات في ضل العولمة والمنافسة:

وضعت الدولة الجزائرية إصلاحات بهدف تحقيق الأهداف الرئيسية التالية:

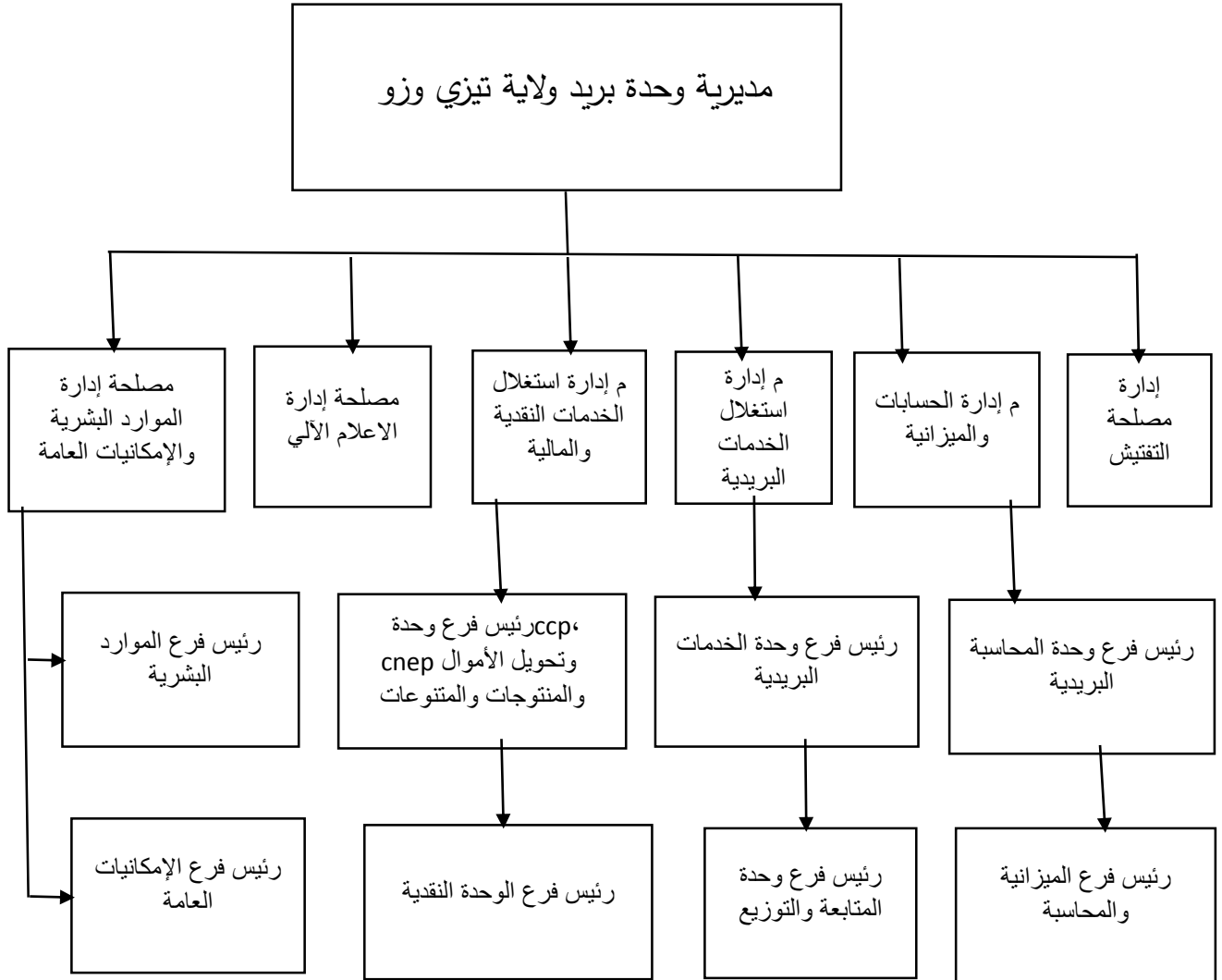
زيادة عرض الخدمات البريدية والهاتفية وتسهيل خدمات المواصلات لأكبر قدر ممكن من المواطنين.

تحسين نوعية وجودة الخدمات البريدية

تطوير الشبكة الوطنية البريدية يكون مرتبط بالانترنت

الترويج لقطاع البريد والمواصلات كقطاع اقتصادي هام وصل عدد مكاتب البريد في 2015م ب 3700مكتب على مستوى الوطني ووصل عدد مراكز الفرز ب 11 مركز خاص بccp وزادت العلب البريدية من 2000 الى 162000

الهيكل التنظيمي لوحدة بريد ولاية تيزي وزو



المصدر: الهيكل التنظيمي لبريد الجزائر

تحليل جداول التكرار:

قد استخدمنا أسلوب الاستبيان كأداة رئيسية في البحث كونه يساعد باحث على المعلومات وهذا لعدم تدخل الباحث في الإجابات المختلفة للمبحوثين، بحيث يساعد هذا للوصول الى نتائج دقيقة وموضوعية.

ولقد حاولنا ربط الاستمارة بناء على أسئلة الدراسة وأهدافها التي تحولت الى محاور وكان الهدف منها هو محاولة التعرف على فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمائية وكنموذج على ذلك قمنا باختيار وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

قسمنا أسئلة الاستمارة الى ثلاثة محاور رئيسية وهي كالتالي:

المحور الأول: يضم البيانات الشخصية حول مفردات العينة

المحور الثاني: يشمل أهم وسائل تكنولوجيا الاتصال المستخدمة وفعاليتها في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

المحور الثالث: تتمثل في المعوقات التي تحول في فعالية استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

وللإجابة على هذه المحاور وزعنا 40% استمارة على مفردات البحث والتي تتمثل في عمال وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو قمنا باسترجاع 30 استمارة التي تم تفرغها على جداول التكرار.

المحور الأول: البيانات الشخصية**متغير السن**

جدول رقم (01) يبين توزيع مفردات العينة حسب السن

فئات السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	9	30%
من 30 الى 40 سنة	12	40%
من 41 الى 50 سنة	6	20%
أكثر من 50 سنة	3	10%
المجموع	30	100

يبين الجدول رقم (01) أن العمال الذين عمرهم أقل من 30 سنة يمثل نسبة 30% والذين تتراوح سنهم بين 30 و 40 سنة تصل نسبتهم 40% وهي النسبة الأكبر في حين الذين أعمارهم تتراوح بين 41 و 50 سنة فتمثل 20% بينما الذين هم أكثر من 50 سنة فهي النسبة الأقل بحيث تمثل 10% ومن خلال قراءتنا هذه نستنتج أن 70% من العمال هم أقل من 40 سنة، فلهذا يمكن القول أن أغليبتهم شباب.

متغير الأقدمية أو الخبرة:

الجدول رقم (02) يبين توزيع المفردات حسب الأقدمية في العمل:

الأقدمية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	8	27%
من 5 الى 10 سنوات	10	33%
من 11 الى 20 سنة	9	30%
من 21 الى 30 سنة	3	10%
أكثر من 30 سنة	0	0%
المجموع	30	100%

يظهر الجدول رقم (02) أقدمية العمل لعمال وحدة بريد الجزائر لولاية، بحيث العمال الذين لديهم خبرة أقل من 5 سنوات تمثل نسبة 27%، الذين لديهم أقدمية بين 5 الى 10 سنوات حسب العينة تمثل 33% وهي أكبر نسبة في حين الذين لديهم خبرة من 11 الى 20 سنة تمثل 30% بينما من 21 الى 30 سنة فتمثل 10%، فنستخلص من خلال قراءتنا للجدول أن 73% من العمال لديهم خبرة أكثر من 5 سنوات الى 30 سنة.

متغير المستوى التعليمي:

الجدول رقم (03) يبين توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
0%	0	ابتدائي
7%	2	متوسط
23%	7	ثانوي
70%	21	جامعي
100%	30	المجموع

يبين الجدول رقم (03) أن العمال الذين لديهم مستوى ابتدائي لا يوجد، مستوى المتوسط يمثل نسبة 7%، أما المستوى الثانوي تمثل 23% بينما باقي العمال وهي نسبة 70% تمثل النسبة التي لديهم مستوى جامعي فنستنتج من خلال قراءتنا للجدول أن أغلب عمال وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو لديهم مستوى تعليمي عالي (شهادات جامعية).

متغير المستوى الإداري

الجدول رقم (04) يبين توزيع مفردات العينة على حسب المستوى الإداري

النسبة المئوية	التكرار	المستوى الإداري
87%	26	الإدارة الوسطى
13%	4	الإدارة العليا
100%	30	المجموع

يبين الجدول رقم (04) أن العمال الذين يعملون في مستوى الإدارة الوسطى يمثل نسبة 87% وهي النسبة الأكبر حسب هذه العينة التي نحن بالصدد دراستها بينما العمال الذين مناصبهم الإدارة العليا هي 13%.

المحور الثاني: أهم وسائل تكنولوجيا الاتصال المستخدمة من طرف مديرية البريد:

جدول رقم (05) يبين استخدام الهاتف الثابت حسب متغير السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	%20	6	%10	3	أقل من 30	السن
%40	12	%0	0	%20	6	%20	6	30-40	
%20	6	%0	0	%10	3	%10	3	41-50	
%10	3	%0	0	%7	2	%3	1	أكثر من 50	
%100	30	%0	0	%57	17	%43	13	المجموع	
%27	8	%0	0	%17	5	%10	3	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%0	0	%24	7	%10	3	5-10	
%30	9	%0	0	%17	5	13%	4	11-20	
%10	3	%0	0	%0	0	%10	3	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%0	0	%57	17	%43	13	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى العلمي
%7	2	%0	0	%3	1	%3	1	متوسط	
%23	7	%0	0	%14	4	%10	3	ثانوي	
%70	21	%0	0	%40	12	%30	9	جامعي	
%100	30	%0	0	%57	17	%43	13	المجموع	
%13	4	%0	0	%0	0	%13	4	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%0	0	%57	17	%30	9	الإدارة الوسطى	
%100	30	%0	0	%57	17	%43	13	المجموع	

يظهر هذا الجدول رقم(05) استخدام الهاتف الثابت من طرف عمال وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، فحسب متغير السن الذين أقل من 30 سنة 3 من 9 يستخدمون الهاتف دائما أي 10% من 30% و 6 من 9 يستخدمون الهاتف الثابت أحيانا، من 30 الى 40 سنة نجد 6 من 12 أي 20% من 40% يستخدمون الهاتف الثابت دائما ونفس النسبة أي 20% يستخدمونه أحيانا، من 41 الى 50 سنة 3 من 6 أي 10% يستخدمون الهاتف الثابت دائما ونفس النسبة 10% تستخدمه أحيانا، أكثر من 50 سنة 1 من 3 يستخدمون الهاتف دائما أي 3% من 10% و 7% يستخدمون الهاتف الثابت أحيانا، بالنسبة للخبرة أقل من 5 سنوات 3 من 27% يستخدمونه أحيانا، من 5 الى 10 سنوات 3 من 10 يستخدمون الهاتف الثابت دائما و 24% يستخدمونها أحيانا، من 11 الى 20 سنة، 4 من 9 أي 13% يستخدمون الهاتف دائما، و 17% يستخدمون الهاتف الثابت أحيانا، من 21 الى 30 سنة 3 من 3 يستخدمون الهاتف الثابت دائما، فيما يخص المستوى التعليمي، أولا مستوى المتوسط 1 من 2 يستخدم الهاتف الثابت دائما و الآخر أحيانا، المستوى الثانوي 4 من 7 يستخدم الهاتف الثابت دائما و 3 يستخدمونه أحيانا بينما المستوى الجامعي 9 يستخدمه دائما أي 30% و 12 أي 40% يستخدمه أحيانا، في الإدارة العليا 4 يستخدمه دائما أي 13% وفي الإدارة الوسطى 30% يستخدمه دائما و 57% يستخدمه أحيانا.

جدول رقم (06) يبين استخدام الهاتف النقال حسب السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	% 3,33	1	%27	8	أقل من 30	السن
%40	12	3%	01	%0	0	%36	11	40-30	
%20	6	%0	0	% 3,33	1	%17	5	50-41	
%10	3	%0	0	% 3,33	1	%7	2	أكثر من 50	
%100	30	%3	1	%10	3	%87	26	المجموع	
%27	8	%3	1	%7	2	%17	5	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%0	0	%0	0	%33	10	10-5	
%30	9	%0	0	%0	0	30	9	20-11	
%10	3	%0	0	%3	1	%7	2	30-21	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%3	1	%10	3	%87	26	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%3	1	%0	0	%3	1	متوسط	
%23	7	%0	0	%7	2	%17	5	ثانوي	
%70	21	%0	0	% 3,33	1	%67	20	جامعي	
%100	30	%3	1	%10	3	%87	26	المجموع	
%13	4	%0	0	%0	0	%13	4	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%3	1	%10	3	%73	22	الإدارة الوسطى	
%100	30	%3	1	%10	3	%87	26	المجموع	

يظهر الجدول رقم(06) استخدام الهاتف النقال بأن الذين أعمارهم أقل من 40 سنة 19 منهم يستخدمون الهاتف النقال دائما أي نسبة 63% من 70% و 3% يستخدمه أحيانا و 3% لا يستخدمه أبدا، أكثر من 40 سنة 7 من 9 يستخدم الهاتف النقال دائما و 7% يستخدمه أحيانا، بالنسبة للخبرة الذين أقل من 5 سنوات 5 من 8 يستخدم الهاتف النقال أي 17% و 7% أحيانا و 3% لا يستخدمه أبدا، من 5 الى 30 سنوات 70% يستخدمه دائما و 3% يستخدمه أحيانا، أما فيما يخص المستوى التعليمي، أولا مستوى متوسط 1 من 2 يستخدمه دائما و 1 لا يستخدمه أي 3%، أما المستوى الثانوي 5 من 7 يستخدمه دائما أي 17% و 2 من 7 يستخدمه أحيانا أي 7%، في المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 4 يستخدمه دائما أي 13% أما على مستوى الإدارة الوسطى 73% يستخدمونه دائما و 10% أحيانا و 3 لا يستخدمونه. ونستخلص من كل هذا 26 من العمال يستخدمون الهاتف النقال دائما أي 87% و 10% يستخدمونه أحيانا بينما 3% لا يستخدمونه.

نستنتج من خلال هذه الإحصائيات أن هناك استخدام بشكل لمعظم موظفين في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو للهاتف النقال وهذا بسبب سهولة استعماله.

يبين الجدول رقم (07) استخدام الحاسوب حسب المتغير السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	%3	1	%27	8	أقل من 30	الخبرة
%40	12	%0	0	%0	0	%40	12	30-40	
%20	6	%0	0	%0	0	%20	6	41-50	
%10	3	%0	0	%0	0	%10	3	أكثر من 50	
%100	30	%0	0	%3	1	%97	29	المجموع	
%27	8	%0	0	%3	1	%24	7	أقل من 5	المستوى التعليمي
%33	10	%0	0	%0	0	%33	10	5-10	
%30	9	%0	0	%0	0	30	9	11-20	
%10	3	%0	0	%0	0	%10	3	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%3	0	%3	1	%97	29	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى الإداري
%7	2	%0	0	%0	0	%7	2	متوسط	
%23	7	%0	0	%0	0	%23	7	ثانوي	
%70	21	%0	0	%3	1	%67	20	جامعي	
%100	30	%0	0	%3	1	%97	29	المجموع	
%13	4	%0	0	%0	0	%13	4	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%3	0	%0	1	%84	25	الإدارة الوسطى	
%100	30	%3	0	%0	1	%97	29	المجموع	

يظهر الجدول رقم (07) استخدام الحاسوب أن العمال أقل من 30 سنة 8 من 9 يستخدمون الحاسوب دائما و 3% يستخدمونه أحيانا، بينما الذين يتجاوز أعمارهم 30 سنة 97% يستخدمه دائما.

بالنسبة للخبرة الذين لديهم أقل من 5 سنوات 7 من 8 أي 24% يستخدمونه دائما و 3% يستخدمونه أحيانا بينما الذين لديهم خبرة من 5 إلى 30 سنة تصل النسبة إلى 97%.

فيما يخص المستوى التعليمي فالذين لديهم مستوى متوسط والثانوي والجامعي 97% يستخدمونه دائما ما عاد 1 أي 3% من المستوى الجامعي يستخدمه أحيانا

في المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 4 يستخدمونه أي 13%، على مستوى الإدارة الوسطى 25 دائما أي 84%، بينما 1 فقط يستخدمه أحيانا.

ونستخلص من كل هذا 29 عامل في وحدة بريد الجزائر للولاية يستخدم الحاسوب دائما 97%، وواحد فقط يستخدمه أحيانا أي 3%.

نستنتج من هذه المعطيات الكمية بأن الحاسوب يعد وسيلة ضرورية في كل العمليات الإدارية ويستخدمها الموظفون جميعهم رغم أن استخدامها متفاوت من موظف إلى آخر.

يبين الجدول رقم (08) استخدام الأنترنت حسب المتغير السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	%17	5	%13	4	أقل من 30	السن
%40	12	%0	0	%17	5	%23	7	30-40	
%20	6	%0	0	%7	12	%13	4	41-50	
%10	3	%0	0	%3	1	%7	2	أكثر من 50	
%100	30	%0	0	%43	13	%57	17	المجموع	
%27	8	%0	0	%10	3	%17	5	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%0	0	%13	4	%20	6	5-10	
%30	9	%0	0	%13	4	17	5	11-20	
%10	3	%0	0	%7	2	%3	1	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%3	1	%43	13	%57	17	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%0	0	%3	1	%3	1	متوسط	
%23	7	%0	0	%10	3	%13	4	ثانوي	
%70	21	%0	0	%30	9	%43	13	جامعي	
%100	30	%0	0	%43	13	%57	17	المجموع	
%13	4	%0	0	%6,5	2	%6,5	2	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%3	1	%36,5	11	%50	15	الإدارة الوسطى	
%100	30	%3	1	%43	13	%57	17	المجموع	

يظهر الجدول رقم (08) استخدام الانترنت من طرف عمال وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، فالذين هم أقل من 30 سنة 4 من 9 يستخدمون الأنترنت دائما و 5 منهم أحيانا ولا يوجد من لا يستخدمه، من 30 الى 40 سنة 7 من 12 أي 23% يستخدمه دائما و 5 من 12 يستخدمه أحيانا أي 17% من 41 الى 50، 4 من 6 يستخدمه دائما أي 13% و 2 يستخدمه أحيانا أي 7% الذين أكثر من 50 سنة 2 من 3 يستخدمه دائما أي 7% و 1 من 3 يستخدمه أحيانا أي 3%.

في متغير الخبرة الذين لديهم أقل من 5 سنوات 17% أي 5 من 8 يستخدمه دائما و 3 من 8 أي 10% يستخدمه أحيانا الذين لديهم خبرة من 5 الى 30 سنة أي 40% يستخدمون الانترنت دائما، أما المستوى التعليمي الذين لديهم مستوى متوسط و ثانوي هم 5 أي 17% يستخدم الانترنت دائما و 4 أي 13% يستخدمونه أحيانا بينما المستوى الجامعي 13 يستخدمه الأنترنت دائما أي 43% في حين 9 يستخدم الانترنت أحيانا أي 30%، فيما يخص المستوى الإداري في الإدارة العليا 2 يستخدم الانترنت دائما و 2 أحيانا وفي الإدارة الوسطى 15 يستخدمه دائما أي 50% و 11 يستخدمه أحيانا.

من هذا الجدول أن 17 يستخدم الأنترنت دائما أي 57% و 13 يستخدمه أحيانا أي 43%، و من خلال هذه الاحصائيات نستنتج أن الأنترنت هي وسيلة العصر في تحديث العمليات الإدارية نظرا لخصائص الأنترنت كوسيلة اتصالية تفاعلية.

جدول رقم (09) يبين تصفح موقع الويب للمؤسسة حسب متغير السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%6,5	2	% 13	4	%10	3	أقل من 30	الخبرة
%40	12	%6,5	0	%17	5	%17	5	30-40	
%20	6	%0	0	% 10	3	%10	3	41-50	
%10	3	%0	0	% 7	2	%3	1	أكثر من 50	
%100	30	%13	4	%47	14	%40	12	المجموع	
%27	8	%3,33	1	%17	5	%7	2	أقل من 5	المستوى التعليمي
%33	10	%3,33	1	%10	3	%20	6	5-10	
%30	9	%3,33	1	%20	6	%7	2	11-20	
%10	3	%3,33	1	%0	0	%7	2	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%13	4	%47	14	%40	12	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى الإداري
%7	2	%3	1	%0	0	%3	1	متوسط	
%23	7	%7	2	%10	3	%7	2	ثانوي	
%70	21	%3	1	%37	11	%30	9	جامعي	
%100	30	%13	4	%47	14	%40	12	المجموع	
%13	4	%0	0	%3	1	%10	3	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%13	4	%44	13	%30	9	الإدارة الوسطى	
%100	30	%13	4	%47	14	%40	12	المجموع	

يظهر الجدول رقم (09) تصفح موقع الويب للوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو بأن أقل من 30 سنة 3 من 9 يتصفح الموقع دائما أي 10% و 4 أحيانا أي 13% و 8 لا يتصفح الموقع أبدا، من 30 الى 40 سنة 5 يتصفح الموقع دائما أي 17% و 5 أحيانا أي 17% و 2 لا يتصفح الموقع أبدا أي 7%، من 41 الى 50 سنة 3 من 6 يتصفح الموقع أي 10%، و 10% يتصفح الموقع أحيانا، أكثر من 50 سنة 1 من 3 يتصفح الموقع دائما أي 3%، و 7% يتصفح الموقع أحيانا.

فيما يخص الخبرة الذين لديهم أقل من 5 سنوات 2 من 8 يتصفح الموقع دائما أي 7% و 5 من 8 يتصفح الموقع أحيانا أي 17% و 1 لا يتصفحه أبدا أي 3% و من 5 الى 30 سنة 10 أي 33% يتصفح الموقع دائما و 9 أي 30% يتصفح الموقع أحيانا و 2 أي 7% لا يتصفح الموقع أبدا، بينما مستوى التعليمي الذين لديهم مستوى متوسط والثانوي 3 أي 10% يتصفح الموقع دائما 3 أي 10% أحيانا و 2 أي 7% لا يتصفحه أبدا، بينما المستوى الجامعي 9 أي 30% يتصفح الموقع دائما و 11 يتصفحه أحيانا أي 37% و 1 أي 3% لا يتصفحه أبدا في المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 3 أي 10% يتصفحه دائما 13 أي 44% يتصفحه أحيانا و 4 أي 13% لا يتصفحه أبدا.

نستخلص من كل هذا 12 أي 40% يتصفح موقع ويب لوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو 14 أي 47% يتصفح الموقع و 4 أي 13% لا يتصفح الموقع أبدا.

فمن خلال تحليلنا للجدول إحصائيا تظهر أهمية تصفح موقع المؤسسة من أجل معرفة كل جديد حول المؤسسة بالإضافة الى التعرف على البطاقة الفنية للمؤسسة، تعريفها، نشأتها واستراتيجيتها المستقبلية.

جدول رقم (10) يبين تصفح موقع الفاييبوك للمؤسسة حسب متغير السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%30	9	% 0	0	%0	0	أقل من 30	السن
%40	12	%30	9	%10	3	%0	0	30-40	
%20	6	%7	5	% 0	0	%3	1	41-50	
%10	3	%10	3	% 0	0	%0	0	أكثر من 50	
%100	30	%87	26	%10	3	%3	1	المجموع	
%27	8	%27	8	%0	0	%0	0	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%30	9	%3	1	%0	0	5-10	
%30	9	%23	7	%7	2	%0	0	11-20	
%10	3	%7	2	%0	0	%3	1	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%87	26	%10	3	%3	1	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%7	2	%0	0	%0	0	متوسط	
%23	7	%23	7	%0	0	%0	0	ثانوي	
%70	21	%57	17	%10	3	%3	1	جامعي	
%100	30	%87	26	%10	3	%3	1	المجموع	
%13	4	%7	2	%3	1	%3	1	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%80	24	%7	2	%0	0	الإدارة الوسطى	
%100	30	%87	26	%10	3	%3	1	المجموع	

يظهر الجدول رقم (10) استخدام موقع فايسبوك بأن أقل من 30 سنة 9 من 9 لا يستخدمه أبدا من 30 الى 40 سنة 9 من 12 لا يستخدمه أبدا و 3 أي 10% يستخدمه أحيانا، من 41 الى 50 سنة 5 أي 17% لا يستخدمه أبدا و 1 أي 3% يستخدمه دائما، أكثر من 50 سنة 3 من 3 لا يستخدمه أبدا، في متغير الخبرة أقل من 5 سنوات 8 من 8 لا يستخدم الفاييسبوك دائما أي 27% من 5 الى 30 سنة 1 أي 3% يستخدمه دائما 3 أي 10% أحيانا 18 أي 60% لا يستخدم الفاييسبوك

المستوى التعليمي الذين لديهم مستوى متوسط والثانوي 9 أي 30% لا يستخدم الفاييسبوك أما المستوى الجامعي 1 أي 3% يستخدم الفاييسبوك دائما 3 أي 10% يستخدمه أحيانا و 17 أي 57% لا يستخدم الفاييسبوك في المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 1 أي 3% يستخدمه دائما 1 أي 3% أحيانا 2 أي 7% لا يستخدمه على مستوى الإدارة الوسطى 2 أي 7% يستخدمه أحيانا و 24 أي 80% لا يستخدم الفاييسبوك أبدا.

نستنتج أن 1 أي 3% يستخدم الفاييسبوك دائما 3 أي 10% يستخدم الفاييسبوك أحيانا بينما 26 أي 87% لا يستخدم الفاييسبوك.

يظهر لنا من خلال تحليلنا لهذه الإحصائيات في الجانب المهني للعمال أو الموظفين لا يستخدمون الفاييسبوك إلا بعضهم فقط ويقتصر استخدامه أحيانا.

جدول رقم (11) يبين استخدام البريد الالكتروني حسب السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	%7	2	%23	7	أقل من 30	السن
%40	12	%0	0	%7	2	%33	10	40-30	
%20	6	%0	0	%3	1	%17	5	50-41	
%10	3	%0	0	%0	0	%10	3	أكثر من 50	
%100	30	%0	0	%17	5	%83	25	المجموع	
%27	8	%0	0	%3,33	1	%23	7	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%0	0	%7	2	%27	8	10-5	
%30	9	%0	0	%3,33	1	%27	8	20-11	
%10	3	%0	0	%3,33	1	%27	8	30-21	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%0	0	%17	5	%83	25	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%0	0	%3,33	1	%3	1	متوسط	
%23	7	%0	0	%10	3	%13	4	ثانوي	
%70	21	%0	0	%3,33	1	%67	20	جامعي	
%100	30	%0	0	%17	5	%83	25	المجموع	
%13	4	%0	0	%0	0	%13	4	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%0	0	%17	5	%70	21	الإدارة الوسطى	
%100	30	%0	0	%17	5	%83	25	المجموع	

يظهر الجدول رقم (11) استخدام البريد الإلكتروني بحيث الذين أقل من 30 سنة 7 من 9 أي 23% يستخدمه دائما 2 أي 7% يستخدمه أحيانا من 30 الى 40 سنة 10 أي 33% يستخدمه دائما 2 أي 7% يستخدمه أحيانا، من 41 الى 50 سنة 3 من 3 أي 10% يستخدمه دائما.

فيما يخص الخبرة الذين أقل من 5 سنوات 7 من 8 يستخدم البريد الإلكتروني دائما و 1 أي 3% يستخدمه أحيانا، بينما الذين لديهم خبرة من 5 الى 30 سنوات 18 من 25 أي 60% يستخدم البريد الإلكتروني دائما 4 أي 13% يستخدمه أحيانا، في المستوى التعليمي الذين لديهم مستوى متوسط والثانوي 5 أي 17% يستخدم البريد الإلكتروني دائما و 4 أي 13% يستخدمه أحيانا، أما المستوى الجامعي 20 أي 67% يستخدم البريد الإلكتروني و 1 أي 3% يستخدمه أحيانا، أما المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 4 أي 13% يستخدمه دائما والإدارة الوسطى 21 أي 70% يستخدمه دائما و 5 أي 17% يستخدمه أحيانا. نستنتج من كل هذا أن 25 أي 83% يستخدم البريد الإلكتروني في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، و 5 أي 17% يستخدمه أحيانا ولا يوجد من لا يستخدمه.

تظهر لنا الإحصائيات في أهمية البريد الإلكتروني كوسيلة اتصالية رسمية يتم استخدامها بين الموظفين والإدارة وبين مختلف مصالح وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

جدول رقم (12) يبين استخدام الأنترنت حسب السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	% 3,33	1	%27	8	أقل من 30	السن
%40	12	%0	0	%7	2	%33	10	30-40	
%20	6	%0	0	% 3,33	1	%17	5	41-50	
%10	3	%3	1	% 3,33	1	%3	1	أكثر من 50	
%100	30	%3	1	%17	5	%80	24	المجموع	
%27	8	%0	0	%7	2	%20	6	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%0	0	%3,33	1	%30	9	5-10	
%30	9	%0	0	%3,33	1	%27	8	11-20	
%10	3	%0	0	%3,33	1	%27	8	21-30	
%0	0	%3,33	1	%3,33	1	%3	1	أكثر من 30	
%100	30	%3	1	%17	5	%80	24	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%0	0	%3,33	1	%3	1	متوسط	
%23	7	%3	1	%10	3	%10	3	ثانوي	
%70	21	%0	0	%3,33	1	%67	20	جامعي	
%100	30	%0	0	%17	5	%83	25	المجموع	
%13	4	%0	0	%0	0	%13	4	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%3	1	%17	5	%67	20	الإدارة الوسطى	
%100	30	%3	1	%17	5	%80	24	المجموع	

جدول رقم (12) يظهر استخدام الأنترنت الذين لديهم أقل من 30 سنة 8 من 9 أي 27% يستخدم الأنترنت دائما و 1 أي 3% يستخدمه أحيانا من 30 الى 40 سنة 10 أي 33% يستخدمه دائما، 2 أي 7% يستخدمه أحيانا من 41 الى 50 سنة 5 أي 17% يستخدمه دائما و 1 أي 3% يستخدمه أحيانا والذين هم أكثر من 50 سنة 1 يستخدمه دائما أي 3%، و 1 أحيانا أي 3% و 1 لا يستخدمه أبدا، فيما يخص متغير الخبرة الذين أقل من 5 سنوات 6 أي 20% يستخدم الأنترنت دائما 2 أي 7% يستخدمه أحيانا من 5 الى 6 سنوات أي 20% يستخدم الأنترنت دائما 2 أي 7% يستخدمه أحيانا من 5 الى 30 سنة 60% يستخدمه دائما 10% يستخدمه أحيانا و 3% لا يستخدمه أبدا، اما متغير المستوى التعليمي الذين لديهم مستوى متوسط والثانوي 4 الى 13% يستخدمه دائما و 4 أي 13% يستخدمه أحيانا وفي المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 4 أي 13% يستخدمه دائما و 20 أي 67%، في الإدارة الوسطى يستخدمه دائما و 5 أي 17% يستخدمه أحيانا و 1 أي 3 لا يستخدمه.

نستنتج أن 24 أي 80% يستخدم الأنترنت دائما و 5 أي 17% و 1 أي 3% لا يستخدمه أبدا.

تظهر الإحصائيات بأن الأنترنت التي هي شبكة معلوماتية داخلية لوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو يتم استخدامها بشكل كبير لنقل المعلومات بين الموظفين داخليا.

جدول رقم (13) يبين استخدام التويتير حسب السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%30	9	%0	0	%0	0	أقل من 30	الخبرة
%40	12	%40	12	%0	0	%0	0	30-40	
%20	6	%20	6	%0	0	%0	0	41-50	
%10	3	%10	3	%0	0	%0	0	أكثر من 50	
%100	30	%100	30	%0	0	%0	0	المجموع	
%27	8	%27	8	%0	0	%0	0	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%33	10	%0	0	%0	0	5-10	
%30	9	%30	9	%0	0	%0	0	11-20	
%10	3	%10	3	%0	0	%0	0	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%100	30	%0	0	%0	0	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%7	2	%0	0	%0	0	متوسط	
%23	7	%23	7	%0	0	%0	0	ثانوي	
%70	21	%0	0	%0	0	%0	0	جامعي	
%100	30	%100	30	%0	0	%0	0	المجموع	
%13	4	%13	4	%0	0	%0	0	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%87	26	%0	0	%0	0	الإدارة الوسطى	
%100	30	%100	30	%0	0	%0	0	المجموع	

يظهر الجدول رقم (13) استخدام التويتير 30 عامل أي 100% مهما كان سنهم وخبرتهم ومستوى تعليمهم ومستواهم الإداري فهم لا يستخدمون التويتير والسبب هو أن استخدام التويتير لا يدخل ضمن متطلبات عملهم حسب الإجابات على السؤال الذي طرحناه في الاستمارة.

جدول رقم (14) يبين استخدام الاكسترانت حسب السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%27	8	%3	1	%0	0	أقل من 30	السن
%40	12	%37	11	%3	1	%0	0	30-40	
%20	6	%17	5	%3	1	%0	0	41-50	
%10	3	%7	2	%3	1	%0	0	أكثر من 50	
%100	30	%87	26	%13	4	%0	0	المجموع	
%27	8	%27	8	%0	0	%0	0	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%30	9	%3	1	%0	0	5-10	
%30	9	%23	7	%7	2	%0	0	11-20	
%10	3	%7	2	%3	1	%0	0	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%87	26	%13	4	%0	0	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%7	2	%0	0	%0	0	متوسط	
%23	7	%20	6	%3	1	%0	0	ثانوي	
%70	21	%60	18	%10	3	%0	0	جامعي	
%100	30	%87	26	%13	4	%0	0	المجموع	
%13	4	%3	1	%10	3	%0	0	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%84	25	%3	1	%0	0	الإدارة الوسطى	
%100	30	%87	26	%13	4	%0	0	المجموع	

يظهر الجدول رقم (14) استخدام الاكسترنانت الذين أقل من 30 سنة 1 من 9 أي 3% يستخدم الإكسترنانت أحيانا 8 الى 27% لا يستخدمه أبدا من 30 الى 40 سنة 1 أي 3% يستخدمه أحيانا و 11 أي 37% لا يستخدمه أبدا ومن 41 الى 50 سنة 1 أي 3% يستخدمه أحيانا و 5 أي 17% لا يستخدمه أبدا، الذين أكثر من 50 سنة 1 أي 3% يستخدمه أحيانا و 2 أي 7% لا يستخدمه أبدا.

فيما يخص الخبرة الذين لديهم أقل من 5 سنوات 8 أي 27% لا يستخدم الإكسترنانت أبدا من 5 الى 30 سنة 3 من 4% أي 10% يستخدمه أحيانا 18 أي 60% لا يستخدمه أبدا.

فيما يخص متغير المستوى التعليمي الذين لديهم مستوى متوسط 2 من 2 أي 7% لا يستخدم الإكسترنانت أبدا في مستوى ثانوي 1 من 7 أي يستخدمه أحيانا و 6 أي 20% لا يستخدم الإكسترنانت أبدا في المستوى الجامعي 3 أي 10% يستخدمه أحيانا و 18 أي 60% لا يستخدم الإكسترنانت أبدا في المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 3 أي 10% يستخدمه أحيانا و 1 لا يستخدمه أبدا أي 3% و 1 أي 3% يستخدمه أحيانا و 25 أي 85% لا يستخدمه أبدا.

نستخلص من هذا أن الإكسترنانت لا يوجد من يستخدمه دائما 4 أي 13% يستخدمه أحيانا 26 أي 87% لا يستخدمه أبدا في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

تظهر الإحصائيات لعدم استخدام الإكسترنانت بشكل كبير في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

جدول رقم (15) يبين دور وسائل الاتصال في توفير المعلومات حسب السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		لا		نعم		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	%30	9	أقل من 30	الخبرة
%40	12	%0	0	%40	12	30-40	
%20	6	%0	0	%20	6	41-50	
%10	3	%0	0	%10	3	أكثر من 50	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%27	8	%0	0	%27	8	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%0	0	%33	10	5-10	
%30	0	%0	0	%30	9	11-20	
%10	3	%0	0	%10	3	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%0	0	%7	2	متوسط	
%23	7	%0	0	%23	7	ثانوي	
%70	21	%0	0	%70	21	جامعي	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%13	4	%0	0	%13	4	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%0	0	%87	26	الإدارة الوسطى	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	

يظهر الجدول رقم (15) دور وسائل تكنولوجيا الاتصال في توفير المعلومات بشكل الكافي حسب متغير السن 30 أي 100% كانت اجابتهم نعم وحسب الخبرة 30أي 100% أجابوا بنعم وفي المستوى التعليمي 30أي 100%نعم نفس الشيء بالنسبة للمستوى الإداري 30أي 100%والسبب حسب مفردات العينة أي العمال هو طبيعة وسائل تكنولوجيايات الاتصال في نقل المعلومات بشكل سريع وبشكل كبير في كمية المعلومات.

جدول رقم (16) دور تكنولوجيا الاتصال في تقليل الأخطاء الإدارية:

المجموع		لا		نعم		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	%30	9	أقل من 30	
%40	12	%0	0	%40	12	30-40	
%20	6	%0	0	%20	6	41-50	
%10	3	%0	0	%10	3	أكثر من 50	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%27	8	%0	0	%27	8	أقل من 5	
%33	10	%0	0	%33	10	5-10	
%30	0	%0	0	%30	9	11-20	
%10	3	%0	0	%10	3	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	
%7	2	%0	0	%7	2	متوسط	
%23	7	%0	0	%23	7	ثانوي	
%70	21	%0	0	%70	21	جامعي	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%13	4	%0	0	%13	4	الإدارة العليا	
%87	26	%0	0	%87	26	الإدارة الوسطى	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	

يظهر الجدول رقم (16) دور تكنولوجيا الاتصال في تقليل الأخطاء الإدارية فحسب متغير السن 30 أي 100% تقليل الأخطاء حسب الخبرة 30 أي 100% كانت اجابتهم نعم وحسب المستوى التعليمي أجابوا ب نعم 100% ونفس الشيء بالنسبة للإدارة العليا والوسطى، أما السبب حسب عمال وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو راجع الى الدقة التي تتميز بها وسائل تكنولوجيا الاتصال.

جدول رقم (17) مساهمة وسائل تكنولوجيا الاتصال في نقل المعلومات في العمليات الإدارية:

المجموع		لا		نعم		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	%30	9	أقل من 30	الخبرة
%40	12	%0	0	%40	12	30-40	
%20	6	%0	0	%20	6	41-50	
%10	3	%0	0	%10	3	أكثر من 50	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%27	8	%0	0	%27	8	أقل من 5	المستوى التعليمي
%33	10	%0	0	%33	10	5-10	
%30	0	%0	0	%30	9	11-20	
%10	3	%0	0	%10	3	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى الإداري
%7	2	%0	0	%7	2	متوسط	
%23	7	%0	0	%23	7	ثانوي	
%70	21	%0	0	%70	21	جامعي	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	
%13	4	%0	0	%13	4	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%0	0	%87	26	الإدارة الوسطى	
%100	30	%0	0	%100	30	المجموع	

يظهر الجدول رقم (17) مساهمة وسائل تكنولوجيا الاتصال في نقل المعلومات في العمليات الإدارية، فحسب جميع المتغيرات السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري كانت الإجابة بنعم 30 أي 100%.

جدول رقم (18) يبين استخدام البريد الإلكتروني في الوظائف الإدارية حسب السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		الرقابة		التخطيط		التنظيم		التسيق		التوجيه		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%7	2	%0	0	%10	3	%10	3	%3	1	أقل من 30	السن
%40	12	%7	2	%0	0	%13	4	%13	4	%7	2	30-40	
%20	6	%3	1	%0	0	%7	2	%7	2	%3	1	41-50	
%10	3	%3	1	%0	0	%3	1	%3	1	%0	0	أكثر من 50	
%100	30	%20	6	%0	0	%33	10	%33	10	%13	4	المجموع	
%27	8	%7	2	%0	0	%7	2	%10	3	%3,3	1	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%3	1	%0	0	%13	4	%13	4	%3,3	1	5-10	
%30	9	%7	2	%0	0	%13	4	%7	2	%3,3	1	11-20	
%10	3	%3	1	%0	0	%0	0	%3	1	%3,3	1	20-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%20	6	%0	0	%33	10	%33	10	%13	4	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	%3	1	متوسط	
%23	7	%0	0	%0	0	%7	2	%13	4	%3	1	ثانوي	
%70	21	%20	6	%0	0	%27	8	%17	5	%7	2	جامعي	
%100	30	%20	6	%0	0	%33	10	%33	10	%13	4	المجموع	
%13	4	%3	1	%0	0	%3	1	%3	1	%3	1	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%17	5	%0	0	%30	9	%30	9	%10	3	الإدارة الوسطى	
%100	30	%20	6	%0	0	%33	10	%33	10	%13	4	المجموع	

يظهر الجدول رقم (18) استخدام البريد الإلكتروني في الوظائف الإدارية

الذين لديهم أقل من 30 سنة 1 أي 3% يستخدم في التوجيه 3 أي 10% في التنسيق 3 أي 10% في التنظيم و 2 الرقابة أي 7% من 30 إلى 40 سنة 2 أي 7% في التوجيه 4 أي 13% في التنسيق 4 أي 13% في التنظيم و 1 أي 3% في الرقابة، من 41 إلى 50 سنة 1 أي 3% في التوجيه 2 أي 7% في التنسيق 2 أي 7% في التنظيم و 1 أي في الرقابة أكثر من 50 سنة 1 أي 3% في التنسيق و 1 أي 3% في التنظيم و 3% في الرقابة.

في متغير الخبرة الذين لديهم أقل من 5 سنوات خبرة 1 أي 3% ف التوجيه 3 أي 10% في التنسيق 2 أي 7% في التنظيم و 2 أي 7% في الرقابة والذين لديهم خبرة من 5 إلى 30 سنة 3 أي 10% في التوجيه 7 أي 23% يستخدم في التنسيق و 8 في التنظيم أي 27% المستوى التعليمي الذين لديهم مستوى متوسط 1 في التوجيه و 1 في التنسيق في مستوى ثانوي وجامعي 3 أي 10% في التوجيه 9 أي 30% في التنسيق 10 أي 33% في التنظيم و 6 في الرقابة أي 20%.

في المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 1 أي 3% في التوجيه 1 في التنسيق و 1 في التنظيم و 1 في الرقابة وفي الإدارة الوسطى 3 يستخدمه في التوجيه أي 10% و 9 أي 30% في التنسيق و 9 أي 30% في التنظيم و 5 أي 17% في الرقابة.

نستخلص من هذا 4 أي 13% يستخدم عمال وحدة بريد الجزائر البريد الإلكتروني في التوجيه 10 أي 33% في التنسيق و 10 أي 33% في التنظيم و 5 أي 7% يستخدم في الرقابة.

جدول رقم (19) استخدام الأنترنت في الوظائف الإدارية حسب متغير السن، الخبرة، المستوى التعليمي والمستوى الإداري:

المجموع		الرقابة		التخطيط		التنظيم		التتسيق		التوجيه		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%7	2	%0	0	%10	3	%13	4	%0	0	أقل من 30	السن
%40	12	%7	2	%0	0	%17	5	%17	5	%0	0	30-40	
%20	6	%7	2	%0	0	%7	2	%7	2	%0	0	41-50	
%10	3	%3	1	%0	0	%3	1	%3	1	%0	0	أكثر من 50	
%100	30	%23	7	%0	0	%37	11	%40	12	%0	0	المجموع	
%33	10	%3	1	%0	0	%10	4	%10	3	%0	0	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%0	0	%0	0	%13	4	%20	6	%0	0	5-10	
%30	9	%17	5	%0	0	%7	2	%7	2	%0	0	11-20	
%10	3	%3	1	%0	0	%3	1	%3	1	%0	0	20-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%23	7	%0	0	%37	11	%40	12	0	0	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى التعليمي
%7	2	%0	0	%0	0	%3	1	%3	1	%0	0	متوسط	
%23	7	%0	0	%0	0	%7	2	%17	5	%0	0	ثانوي	
%70	21	%23	7	%0	0	%37	11	%40	12	%0	0	جامعي	
%100	30	%23	7	%0	0	%37	11	%40	12	%0	0	المجموع	
%13	4	%7	2	%0	0	%0	0	%7	2	%0	0	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%17	5	%0	0	%37	11	%33	10	%0	0	الإدارة الوسطى	
%100	30	%23	7	%0	0	%37	11	%40	12	%0	0	المجموع	

يظهر الجدول رقم (19) أن استخدام الأنترنت في الوظائف الإدارية الذين أقل من 30 سنة 4 يستخدمه في التنسيق أي 13% و 3 أي 10% في التنظيم و 2 أي 7% في الرقابة من 30 الى 40 سنة 5 يستخدمه في التنسيق أي 17% و 5 أي 17% في التنظيم 1 أي 3% في الرقابة من 41 الى 50 سنة 2 أي 7% و 2 أي 7% في الرقابة الذين أكثر من 50 سنة 1 أي 3% في التنسيق أي 3% في التنظيم أي 3% في الرقابة، في متغير الخبرة الذين لديهم أقل من 5 سنوات 3 أي 10% في التنسيق أي 13% في التنظيم و 4 أي 3% في الرقابة، من 10 الى 30 سنة 9 أي 30% في التنسيق أي 23% يستخدم التنظيم أي 20% في الرقابة، فيما يخص المستوى التعليمي في مستوى متوسط و ثانوي أي 20% يستخدمه في التنسيق أي 10% في التنظيم في مستوى جامعي أي 6 أي 20% في التنسيق أي 27% في التنظيم و 7 أي 23% في الرقابة، في مستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا أي 2 أي 7% في التنسيق و 2 أي 7% في الرقابة على مستوى الإدارة الوسطى أي 10 أي 33% في التنسيق أي 11 أي 37% في التنظيم أي 5 أي 17% في الرقابة.

ونستنتج من كل هذا استخدام الأنترنت في الوظائف الإدارية في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو 12 أي 40% يستخدمه في التنسيق 11 أي 37% في التنظيم 7 أي 23% في الرقابة بينما لا يستخدم لا في التوجيه ولا في التخطيط.

جدول رقم (20) استخدام الهاتف النقال في الوظائف الإدارية حسب متغير السن، الخبرة، المستوى التعليمي والإداري:

المجموع		الرقابة		التخطيط		التنظيم		التنسيق		التوجيه		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%0	0	%0	0	%3,33	1	%7	2	%20	6	أقل من 30	السن
%40	12	%3,3	1	%0	0	%3,33	1	%17	5	%17	5	30-40	
%20	6	%3,3	1	%0	0	%0	0	%7	2	%10	3	41-50	
%10	3	%3,3	1	%0	0	%0	0	%3	1	%3	1	أكثر من 50	
%100	30	%10	3	%0	0	%7	2	%33	10	%50	15	المجموع	
%27	8	%0	0	%0	0	%0	0	%10	3	%17	5	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%3	1	%0	0	%3,3	1	%10	3	%17	5	5-10	
%30	9	%7	2	%0	0	%0	0	%13	4	%10	3	11-20	
%10	3	%0	0	%0	0	%3,3	1	%0	0	%7	2	20-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%10	3	%0	0	%7	2	%33	10	%50	15	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى العلمي
%7	2	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	%3	1	متوسط	
%23	7	%0	0	%0	0	%3,3	1	%7	2	%13	4	ثانوي	
%70	21	%10	3	%0	0	%3,3	1	%23	7	%33	10	جامعي	
%100	30	%10	3	%0	0	%7	2	%33	10	%50	15	المجموع	
%13	4	%3	1	%0	0	%3,3	1	%0	0	%7	2	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%7	2	%0	0	%3,3	1	%33	10	%43	13	الإدارة الوسطى	
%100	30	%10	3	%0	0	%7	2	%33	10	%50	15	المجموع	

يظهر الجدول رقم (20) استخدام الهاتف النقال في الوظائف الإدارية الذين أقل من 30 سنة أي 20% يستخدمه ف التوجيه 2 أي 7% في التنسيق و 1 أي 3% في التنظيم من 30 الى 40 سنة 5 أي 17% ف التنسيق 5 أي 17% في التوجيه 1 أي 3% في التنظيم 1 أي 3% في الرقابة من 41 الى 50 سنة 3 أي 10% في التوجيه 2 أي 7% في التنسيق 1 أي 3% في الرقابة، والذين أكثر من 50 سنة 1 أي 3% في التوجيه 1 في التنسيق و 1 أي 3% في الرقابة، في متغير الخبرة الذين لديهم أقل من 5 سنوات 5 أي 17% يستخدمه في التوجيه 3 أي 10% في التنسيق، من 5 أي 30 سنة 10 أي 33% يستخدمه في التوجيه 7 أي 23% في التنسيق 2 أي 7% في التنظيم 3 أي 10% في الرقابة، فيما يخص المستوى التعليمي في مستوى متوسط 1 أي 3% في التوجيه 1 أي 3% في التنسيق في مستوى ثانوي 4 أي 13% في التوجيه، 2 أي 7% في التنسيق 1 أي 3% في التنظيم، مستوى جامعي 10 أي 33% في التوجيه، 7 أي 23% في التنسيق 1 أي 3% في التنظيم، 2 أي 7% في الرقابة.

نستنتج من هذا الجدول أن استخدام الهاتف النقال في الوظائف الإدارية 15 أي 50% في التوجيه وتقديم المعلومات 10 أي 33% في التنسيق 2 أي 7% في التنظيم 3 أي 10% في الرقابة ولا يوجد من يستخدمه في التخطيط.

جدول رقم (21) استخدام الهاتف الثابت في الوظائف الإدارية حسب متغير السن، الخبرة، المستوى التعليمي والإداري:

الاختيارات		التوجيه		التتسيق		التنظيم		التخطيط		الرقابة		المجموع	
المتغيرات		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
السن	أقل من 30	%27	8	%3,3	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0	9
	30-40	%37	11	%3,3	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0	12
	41-50	%17	5	%3,3	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0	6
	أكثر من 50	%7	2	%3,3	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0	3
المجموع		%87	26	%13	4	%0	0	%0	0	%0	0	%0	30
الخبرة	أقل من 5	%27	8	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	8
	5-10	%27	8	%7	2	%0	0	%0	0	%0	0	%0	10
	10-20	%27	8	%3	1	%0	0	%0	0	%0	0	%7	2
	20-30	%7	2	%3	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0	3
	أكثر من 30	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
	المجموع		%87	26	%13	4	%0	0	%0	0	%0	0	%0
المستوى التعليمي	ابتدائي	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0
	متوسط	%3	1	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	2
	ثانوي	%17	5	%6,5	2	%0	0	%0	0	%0	0	%0	7
	جامعي	%63	19	%6,5	2	%3,3	1	%0	0	%0	0	%0	21
	المجموع		%87	26	%13	4	%0	0	%0	0	%0	0	%0
المستوى الإداري	الإدارة العليا	%7	2	%6,5	2	%0	0	%0	0	%0	0	%0	4
	الإدارة الوسطى	%80	24	%6,5	2	%0	0	%0	0	%0	0	%0	26
	المجموع		%87	26	%13	4	%0	0	%0	0	%0	0	%0

يظهر الجدول رقم (21) استخدام الهاتف النقال في الوظائف الإدارية الذين أقل من 30 سنة 8 من 9 يستخدمه في التوجيه وتقديم التعليمات أي 27% و 1 أي 3% في التنسيق من 30 الى 40 سنة 11 أي 37% تستخدمه في التوجيه و 1 أي 3% في عملية التنسيق من 41 الى 50 سنة 5 يستخدمه في التوجيه و 3% في عملية التنسيق والذين أكثر من 50 سنة 2 أي 7% يستخدم في التوجيه وتقديم المعلومات و 3% يستخدمه في التنسيق في متغير الخبرة الذين أقل من 5 الى 30 سنة يستخدم الهاتف الثابت 18 أي 60% التوجيه و 4 أي 13% يستخدمه في التنسيق في المستوى التعليمي، مستوى متوسط 2 أي 7% يستخدمه في التوجيه والتعليمات و 4 أي 13% يستخدم في التنسيق وفي مستوى الثانوي والجامعي 24 أي 80% يستخدمه في التوجيه و 4 أي 13% في التنسيق.

في المستوى الإدارة العليا 2 من 4 أي 7% يستخدمه في التوجيه و 2 في التنسيق بينما في الإدارة الوسطى 24 أي 80% يستخدم التوجيه و 7% في التنسيق.

نستنتج من هذا الجدول 26 أي 87% يستخدم عمال وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو في التوجيه وتقديم التعليمات و 4 أي 13% في التنسيق بينما لا يستخدم في التنظيم، التخطيط، الرقابة حسب مفردات العينة.

المحور الرابع: المعوقات التي تحول في فعالية استخدام تكنولوجيا الاتصال

جدول رقم (22) الصعوبات التي تواجه وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو في استخدام التكنولوجيا

المجموع		الرقابة		التخطيط		التنظيم		التسيق		التوجيه		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%27	8	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	أقل من 30	السكن
%40	12	%37	11	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	30-40	
%20	6	%17	5	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	41-50	
%10	3	%7	2	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	أكثر من 50	
%100	30	%87	26	%0	0	%0	0	%0	0	%13	4	المجموع	
%27	8	%23	7	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%30	9	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	5-10	
%30	9	%27	8	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	11-20	
%10	3	%7	2	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	21-30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%87	26	%0	0	%0	0	%0	0	%13	4	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى العلمي
%7	2	%3	1	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	متوسط	
%23	7	%17	5	%0	0	%0	0	%0	0	%7	2	ثانوي	
%70	21	%67	20	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	جامعي	
%100	30	%87	26	%0	0	%0	0	%0	0	%13	4	المجموع	
%13	4	%10	3	%0	0	%0	0	%0	0	%3	1	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%77	23	%0	0	%0	0	%0	0	%10	3	الإدارة الوسطى	
%100	30	%87	26	%0	0	%0	0	%0	0	%13	4	المجموع	

يظهر الجدول رقم (22) الصعوبات التي تواجه وحدة بريد بأن الذين أقل من 30 سنة 1 أي 3% يجدون صعوبات في عدم التحكم في تكنولوجيا الاتصال و 8 أي 27% لا يجدون أي صعوبة في استخدامها للتكنولوجيا في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، من 30 الى 40 سنة 1 أي 3% عدم التحكم في تكنولوجيا الاتصال 11 أي 37% لا يوجد أي صعوبة من 41 الى 50 سنة 1 أي 3% عدم التحكم في التكنولوجيا 5 الى 17% لا يوجد أي صعوبة، أكثر من 50 سنة 1 أي 3% عدم التحكم في التكنولوجيا 2 أي 7% لا يوجد أي صعوبة، فيما يخص الخبرة الذين لديهم أقل 5 سنوات 1 أي 3% أجاب بعدم التحكم في التكنولوجيا و 7 أي 23% لا يوجد أي صعوبة من 10 الى 30 سنة 3 أي 10% عدم التحكم في التكنولوجيا و 19 أي 63% لا يوجد أي صعوبة في المستوى التعليمي ومستوى متوسط وثانوي 3 أي 10% عدم التحكم في تكنولوجيا الاتصال و 6 أي 20% لا يوجد صعوبة وفي المستوى الجامعي 1 أي 3% عدم التحكم في تكنولوجيا الاتصال 20 أي 67% لا يوجد أي صعوبة وفي المستوى الإداري 1 أي 3% عدم التحكم في استخدامها و 3 أي 10% لا يجدون أي صعوبة في الإدارة العليا بينما في الإدارة الوسطى 10% عدم التحكم في تكنولوجيا الاتصال و 77% لا يجدون أي صعوبة في استخدامها.

نستنتج أن الصعوبات التي تواجه وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو حسب إجابات العمال 4 أي 13% في عدم التحكم في تكنولوجيا الاتصال 26 أي 87% لا يوجدون أي صعوبة في استخدامها.

جدول رقم (23) المعوقات التي تواجه العمال في استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال في مجال عملهم:

المجموع		الرقابة		التخطيط		التنظيم		التنسيق		التوجيه		الاختيارات	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات	
%30	9	%17	5	%3,3	1	%0	0	%3,3	1	%7	2	أقل من 30	السن
%40	12	%30	9	%3,3	1	%0	0	%3,3	1	%3	1	-30 40	
%20	6	%13	4	%3,3	1	%0	0	%0	0	%3	1	-41 50	
%10	3	%7	2	%3,3	1	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 50	
%100	30	%67	20	%13	4	%0	0	%7	2	%13	4	المجموع	
%27	8	%17	5	%3,3	1	%0	0	%3,3	1	%3,3	1	أقل من 5	الخبرة
%33	10	%23	7	%3,3	1	%0	0	%3,3	1	%3,3	1	10-5	
%30	9	%23	7	%3,3	1	%0	0	%0	0	%3,3	1	-11 20	
%10	3	%3	1	%3,3	1	%0	0	%0	0	%3,3	1	-21 30	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	أكثر من 30	
%100	30	%67	20	%13	4	%0	0	%7	2	%13	4	المجموع	
%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	ابتدائي	المستوى العلمي
%7	2	%0	0	%0	0	%0	0	%3,3	1	%3,3	1	متوسط	
%23	7	%10	3	%7	2	%0	0	%3,3	1	%3,3	1	ثانوي	
%70	21	%57	17	%7	2	%0	0	%0	0	%7	2	جامعي	
%100	30	%67	20	%13	4	%0	0	%7	2	%13	4	المجموع	
%13	4	%13	4	%0	0	%0	0	%0	0	%0	0	الإدارة العليا	المستوى الإداري
%87	26	%54	16	%13	4	%0	0	%4	2	%13	4	الإدارة الوسطى	
%100	30	%67	20	%13	4	%0	0	%7	2	%13	4	المجموع	

يظهر الجدول رقم (23) المعوقات التي تواجه عمال وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو في استخدام تكنولوجيايات الاتصال، الذين أقل من 30 سنة 2 أي 7% في نقص التدريب 1 أي 3% عدم الحكم في استخدام التكنولوجيا 1 أي 3% في عدم التعود في استخدام التكنولوجيا 5 أي 17% لا يوجد أي صعوبة من 30 الى 40 سنة 1 أي 3% في نقص التدريب 1 أي 3% في عدم التعود و 1 أي 3% في عدم التحكم في استخدامها من 41 الى 50 سنة 1 أي 3% في نقص التدريب في استخدام التكنولوجيا و 1 أي 3% في عدم التعود و 4 لا يوجد أي صعوبة أي 13% أكثر من 50 سنة 1 أي 3% عدم التعود في استخدامها و 2 أي 7% لا يوجد أي صعوبة في متغير الخبرة الذين لديهم أقل من 5 سنوات 1 أي 3% نقص التدريب 1 أي 3% عدم التحكم 1 أي 3% التعود 5 لا يوجد أي صعوبة أي 17% من 5 الى 30 سنة 3 أي 10% نقص التدريب 1 عدم التحكم 3 عدم التعود 15 أي 5% لا يوجد أي صعوبة في مستوى التعليمي في مستوى متوسط 1 أي 3% نقص التدريب 1 أي 3% عدم التحكم في استخدامها في المستوى الثانوي 1 أي 3% نقص التدريب 1 أي 3% عدم التحكم في استخدامها 2 أي 7% عدم التعود في استخدامها و 3 أي 10% لا يوجد أي صعوبة في المستوى الجامعي 2 أي 7% نقص التدريب 2 أي 7% عدم التعود في استخدامها 17 أي 57% لا يوجد أي صعوبة في المستوى الإداري على مستوى الإدارة العليا 4 أي 13% لا يوجد أي صعوبة، وفي الإدارة الوسطى 4 أي 13% نقص التدريب 2 أي 7% عدم التحكم في استخدامها 4 أي 13% عدم التعود في استخدامها 16 أي 54% لا يوجد أي صعوبة.

نستنتج من هذا أن المعوقات أو الصعوبات التي تواجه العمال 4 أي 13% في نقص التدريب 2 أي 7% في عدم التحكم في استخدام التكنولوجيا 4 أي 13% عدم التعود في استخدامها و 20 أي 67% لا يوجدون أي صعوبة في استخدام تكنولوجيايات الاتصال.

نتائج الدراسة:

من خلال دراستنا لفعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، توصلت الدراسة الى:

- 1- أغلبية العاملين في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو سنهم أقل من 40 سنة وتصل النسبة الى 70% والأغلبية لديهم خبرة أكثر من 5 سنوات.
- 2- توصلت الدراسة في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو الى أن جهاز الحاسوب كوسيلة تكنولوجيا الأكثر استخداما وفعالية في الأعمال الإدارية، بحيث هي ضرورة لا يمكن الاستغناء عنها ووصلت النسبة الى 97% في استخدامها للحاسوب دائما.
- 3- توصلنا أيضا في دراستنا أن الهاتف النقال يأتي في المرتبة الثانية في استخدامه من طرف عمال وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو نظرا لسهولة استخدامه 87% يستخدم دائما و 10% أحيانا، بينما تقل نسبة الهاتف الثابت في الاستخدام الدائم له بنسبة 43%.
- 4- كشفت الدراسة أن استخدام الأنترنت في وحدة بريد الجزائر تيزي وزو 57% دائما و 43% أحيانا أي 100%، أي أصبح الأنترنت ضرورة في الإدارة فالبريد الإلكتروني يعتبر الأكثر استخداما في نقل المعلومات وتصفحها بنسبة 83% دائما و 17% أحيانا ثم الأنترنت بنسبة 80%.
- 5- أظهرت الدراسة أن استخدام الإكسترانت أقل بشكل كبير بنسبة 13% فقط ويتم استخدامه أحيانا لعدم توفر المعلومات حول استخدامه في مجال الإدارة.
- 6- توصلت الدراسة أيضا في هذه الوحدة أن استخدام مواقع الأنترنت ينحاز في تصفح موقع المؤسسة لاكتشاف والتعرف على كل ما يحدث في المؤسسة من جديد وتصل النسبة الى 40% و 47% أحيانا أما تصفح مواقع التواصل الاجتماعي فايسبوك بنسبة 13% بينما التويتر لا يستخدم ولا يتم تصفحه السبب أنه لا يدخل ضمن متطلبات عملهم.
- 7- أظهرت الدراسة أن استخدام الهاتف الثابت في الوظائف الإدارية يتمثل في التوجيه وتقديم المعلومات بشكل كبير وبصفة أقل في التنسيق ولا يستخدم في الوظائف الإدارية الأخرى (التنظيم، الرقابة والتخطيط).
- 8- كشفت الدراسة أن البريد الإلكتروني يستخدم بكثرة في التنظيم والتنسيق بين عمال الوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو ويستخدم بصفة أقل في التوجيه والرقابة، بينما لا يستخدم في عملية التخطيط.

- 9- توصلت الدراسة بأن الهاتف النقال يستخدم بشكل أكبر في التوجيه وتقديم المعلومات والتنسيق ويقل استخدامه في التنظيم والرقابة وينعدم استخدامه في التخطيط.
- 10- أظهرت الدراسة أن الأنترنت يتم استخدامه بشكل كبير في التنسيق والتنظيم ولا يستخدم في التوجيه والرقابة.
- 11- الاستخدام بشكل قليل للإكسترنال بعدم توفر المعلومات بشكل الكافي لدى العمال في استخدامه
- 12- أظهرت الدراسة أن وسائل تكنولوجيا الاتصال في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو توفر المعلومات بشكل الكافي وتساهم في نقلها بسرعة بالإضافة الى أن هذه الوسائل تقلل من الأخطاء الإدارية
- 13- كشفت الدراسة أن معظم العمال لا يجدون أي صعوبة في استخدام تكنولوجيا الاتصال ولكن هناك من يجد صعوبات من بينها نقص التدريب، عدم التحكم في استخدامها وهناك من لم يتعود في استخدامها.

النتائج العامة:

من خلال النتائج التي توصلنا اليها تأكد الفرضيات التالية:

فكلما زاد التحكم في وسائل تكنولوجيا الاتصال يؤدي الى زيادة فعالية الوظائف والأعمال الإدارية في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

المعوقات أو الصعوبات التي تحول في استخدام تكنولوجيا الاتصال تؤدي الى نقص في فعالية إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

من حيث استخدام تكنولوجيا الاتصال:

الدراسة الأولى من اعداد بن خولة صديقة ومغراوي نعيمة حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاستشفائية العمومية شيقيفارا أظهرت أن الهاتف الثابت هي الوسيلة الاتصالية الأكثر استخداما بينما الأنترنت هي تكنولوجيا مواكبة للعصر، فيما يخص الدراسة الثانية من اعداد بوقني مروة ومعمري فلة حول تكنولوجيا الاتصال وتطبيقاتها في المؤسسة الخدماتية الجزائرية في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لعمال الأجراء توصلت الى التكنولوجيات الاتصال الأكثر استخداما هي جهاز الحاسوب وتأتي الوسائل الأخرى بدرجات متفاوتة في حين أن دراستنا توصلت الى أن جهاز الحاسوب والهاتف والأنترنت الأكثر استخداما في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وتأتي الوسائل بدرجات متفاوتة.

من حيث مساهمة تكنولوجيا الاتصال في الأعمال الإدارية:

توصلت الدراسة الأولى في مستشفى شيقيفارا بأن تكنولوجيات الاتصال تساهم في التنسيق بين العمال وبأنها مصدر للمعلومات، بينما الدراسة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الأجراء «CNAS» تساهم التكنولوجيا في تحسين صورتها وخدماتها لجمهورها الخارجي، فيما يخص دراستنا توصلت الى أن تكنولوجيا الاتصال في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو تساهم في معظم الوظائف الإدارية المختلفة من توجيه، تنسيق، تنظيم وحتى في الرقابة بالإضافة أنها توفر المعلومات بشكل الكافي وتقلل من الأخطاء الإدارية.

من حيث الصعوبات التي تواجهها الإدارة في استخدام تكنولوجيا الاتصال:

في الدراسة الأولى بالمؤسسة الاستشفائية شيقيفارا لم تشر الى الصعوبات واكتفت بأن المؤسسة تسعى في تنمية مواردها البشرية من خلال التعليم والتدريب، بينما الدراسة الثانية في الصندوق الوطني للضمان

الاجتماعي في نقص في التدريب والإمكانيات المادية وتعقيد في استخدامها، فيما يخص دراستنا توصلت الى أن معظم موظفي وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو لا يجدون أي صعوبة في استخدام تكنولوجيا الاتصال هناك قلة منهم يجدون صعوبات في نقص التدريب، عدم التحكم فيها وعدم التعود عليها.

التوصيات والاقتراحات:

من خلال النتائج التي توصلنا اليها في دراستنا قدمنا هذه التوصيات

- 1- على المؤسسة الاستثمار أكثر وأكثر في توظيف الموارد البشرية الشابة لأنها أكثر توجهها وقبولاً في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- 2- التطور التكنولوجي لوسائل الاتصال الذي هو في تطور سريع فعلى وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو مواكبة هذا التطور التكنولوجي بتوفير الوسائل الاتصالية الحديثة وصيانتها المستمر.
- 3- التدريب والتكوين المستمر للموارد البشرية لوسائل تكنولوجيا الاتصال وكيفية استخدامها.
- 4- تشجيع الإدارة على استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال من أجل تحسين العمليات الإدارية والخدمات التي تقدمها المؤسسة لعملائها.
- 5- رغم استخدام وحدة بريد الجزائر لمعظم وسائل تكنولوجيا الاتصال إلا أنها عليها بالاستغلال الأمثل لها في الوظائف الإدارية في التوجيه، التنسيق، التنظيم، التخطيط والرقابة.
- 6- على وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو بالاستماع للصعوبات التي يواجهها العمال في استخدام الأمثل وبفعالية لوسائل تكنولوجيا الاتصال في الوظائف الإدارية.
- 7- استخدام وسائل تكنولوجيا الاتصال بفعالية يحسن من الأداء الإداري لوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو

➤ من بين التوصيات والاقتراحات التي قدمناها في دراستنا:

- على المؤسسة أي وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو الاستثمار في توظيف الموارد البشرية الشابة لأنها أكثر تقبلاً وتوجهاً لتكنولوجيا الاتصال.
- عليها بمواكبة التطور التكنولوجي السريع وتوفير الوسائل الاتصالية الحديثة وصيانتها.
- التكوين والتدريب المستمر للموارد البشرية على استخدامها
- حث الإدارة على تشجيع الموارد البشرية في الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الاتصال في كل الوظائف الإدارية من توجيه، تنسيق، تنظيم رقابة والتخطيط.

- على وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو الاستماع لكل الصعوبات التي تواجه الموظفين في استخدام تكنولوجيات الاتصال.
- نستخلص من خلال ما توصلنا اليه في دراستنا أن تكنولوجيا الاتصال لها مميزات عديدة تتمثل في الدقة والسرعة والكم الهائل للمعلومات التي يمكن أن تحفظها وتنقلها من وسيلة اتصالية الى أخرى، ففي عصر التطور التكنولوجي والرقمنة على أي مؤسسة سواء إنتاجية أو خدماتية استغلال الأتئل لتكنولوجيات الاتصال في كل الوظائف الإدارية وهذا في ظل المنافسة المتزايدة بين المؤسسات من أجل ضمان بقائها، استمراريتها وتطورها.

الخاتمة

خاتمة:

نستخلص من خلال ما تم التوصل في الدراسة التي قمنا بها أن تكنولوجيا الاتصال وما تمتاز به من مميزات وخصائص ووظائف عديدة ومتعددة من سرعة لنقلها للمعلومات وبكميات كبيرة ودقة وفعالية واختصارها للمسافة والزمن بالإضافة الى التفاعلية وهي الميزة الرئيسية التي تتفرد بها وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهذا ما جعل تكنولوجيا الاتصال ضرورة حتمية لا يمكن الاستغناء عنها في عصر التكنولوجيا والرقمنة بالنسبة للأفراد والمجتمعات في كل مجالات الحياة الاقتصادية، الاجتماعية والثقافية...

وهذا ينطبق بشكل كلي على المؤسسات بصفة عامة ومنها المؤسسة الخدمائية بصفة خاصة ومن بين هذه المؤسسات الخدمائية وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو، حيث أظهرت النتائج التي توصلنا اليها هذه الدراسة أن استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو هو استخدام متفاوت بالنسبة للوسائل الاتصالية، بحيث ترتفع النسبة في استخدام الحاسوب، الهاتف النقال والأنترنيت وتقل هذه النسبة في استخدامها للأنترنيت والإكسترانت ومواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك، تويتر) في الوظائف الإدارية المختلفة من توجيه، تنسيق، تنظيم ورقابة ما عدا التخطيط ويبقى على وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو استغلالها بطريقة المثلى لهذه الوسائل الاتصالية الحديثة لما تقدمه من إيجابيات ومزايا في الجانب الإداري وهذا يتم إلا من خلال تكوين وتدريب المستمر لمواردها البشرية في استخدامها بفعالية من أجل إدارة فعالة وتحسين أدائها الإداري باستمرار.

فالمؤسسة الخدمائية بصفة عامة أخص وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو في ظل المتغيرات الحاصلة في العالم والتطور التكنولوجي السريع لوسائل الاتصال الحديثة عليها بالتكيف والتأقلم مع هذه المتغيرات الحاصلة، ويتم ذلك بتبني هذه الوسائل واستخدامها في معظم نشاطاتها الاتصالية والإدارية من أجل إدارة عصرية وحديثة تواكب التطورات الحاصلة في العالم لأن الهدف الأساسي لأي مؤسسة هو ضمان بقائها، استمراريتها وتطورها.

الملاحق

الملاحق:

أسئلة المقابلة:

- ماهي وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تستخدمها وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟
- ماهي الوسائل الاتصالية الأكثر استخداما في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟
- ما هو دور وسائل تكنولوجيا الاتصال في العمليات الإدارية والاتصالية بوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟
- ما هي أهمية تكنولوجيا الاتصال في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟

المقابلة:

طرحنا مجموعة من الأسئلة على رئيسة فرع الخدمات والمنتجات البريدية والمتنوعة حول موضوع فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وكانت الأسئلة على شكل التالي:

- ماهي وسائل تكنولوجيا الاتصال التي تستخدمها وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟
- نعم تستخدم وحدة بريد الجزائر لولاية وسائل تكنولوجيا الاتصال وهي الحاسوب، الهاتف الثابت، الهاتف النقال، الأنترنت، الأنترانت، البريد الإلكتروني، الإكسترانت ومواقع التواصل الاجتماعي (فايسبوك)
- السؤال حول نسب استخدامها؟
- وفي سؤال حول دور وسائل تكنولوجيا الاتصال في العملية الإدارية والاتصالية بالمؤسسة؟
- وفي سؤال آخر حول أهمية وسائل تكنولوجيا الاتصال في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو؟

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

فرع علوم الاعلام واتصال

تخصص اتصال تنظيمي

استمارة حول موضوع:

فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدماتية دراسة حالة لوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو نموذجاً.

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال تنظيمي

تحت اشراف

أ / تمساوت

اعداد الطلبة:

حميد شابوب

صونية كولولقي

ملاحظة:

ان المعلومات المتواجدة في الاستمارة سرية ولن تستخدم الا لأغراض البحث العلمي، أشكركم على الإجابة على هذه الأسئلة بكل موضوعية ووضع العلامة (X) في الخانة المناسبة، شكراً.

السنة الجامعية: 2020-2021

المحور الأول: البيانات الشخصية

متغير السن:

من 30 إلى 40 سنة

أقل من 30 سنة

أكثر من 50 سنة

من 41 سنة إلى 50 سنة

متغير سنوات الأقدمية (الخبرة):

من 5 إلى 10 سنوات

أقل من 5 سنوات

من 21 سنة إلى 30 سنة

من 11 إلى 20 سنة

أكثر من 30 سنة

متغير المستوى التعليمي:

مستوى المتوسط

المستوى الابتدائي

مستوى جامعي

مستوى الثانوي

متغير المستوى الإداري:

الإدارة الدنيا

الإدارة الوسطى

الإدارة العليا

المحور الثاني: أهم وسائل تكنولوجيا الاتصال المستخدمة في وحدة بريد الجزائر ولاية تيزي وزو.

ماهي الوسائل المستعملة في المؤسسة؟

<input type="checkbox"/>	الهاتف النقال	<input type="checkbox"/>	الهاتف الثابت
<input type="checkbox"/>	الفاكس	<input type="checkbox"/>	جهاز الحاسوب
<input type="checkbox"/>	البريد الالكتروني	<input type="checkbox"/>	الانترنت
<input type="checkbox"/>	تويتر	<input type="checkbox"/>	فايسبوك

هل تستخدم الهاتف الثابت في مجال عملك؟

دائما أحيانا أبدا

علل ذلك

.....

هل تستخدم الهاتف النقال في مجال عملك؟

دائما أحيانا أبدا

علل ذلك

.....

هل تستخدم جهاز الحاسوب في مجال عملك؟

دائما أحيانا أبدا

علل ذلك

.....

هل تستخدم الأنترنت في مجال عملك؟

دائما أحيانا أبدا

علل لماذا.....

.....

هل تستخدم البريد الإلكتروني في عملك؟

دائما أحيانا أبدا

علل لماذا.....
.....

هل تستخدم موقع التواصل الاجتماعي "فيسبوك" في مجال عملك؟

دائما أحيانا أبدا

علل ذلك
.....

هل تستخدم موقع التواصل الاجتماعي "تويتر" في عملك؟

دائما أحيانا أبدا

علل ذلك
.....

هل تتصفح موقع الويب للمؤسسة؟

دائما أحيانا أبدا

علل ذلك
.....

هل تستخدم الأنترنت في عملك؟

دائما أحيانا أبدا

علل ذلك
.....

هل تستخدم الإنترنت في عملك؟

دائما أحيانا أبدا

عل ذلك

رتب وسائل تكنولوجيا الاتصال حسب استخدامك لها في مجال عملك؟

الأنترنت

الأنترنت

الهاتف الثابت

الإكسترنانت

البريد الإلكتروني

الهاتف النقال

فايسبوك

الفاكس

تويتر

جهاز الحاسوب

المحور الثالث: فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو.

ما هو الغرض من استخدامك لهاتف الثابت في الوظائف الإدارية؟

التنظيم

التنسيق

التوجيه والتعليمات

الرقابة

التخطيط

أخرى أذكرها.....

كيف تستخدم الهاتف الثابت في الوظائف الإدارية التي قمت باختيارها؟

.....
.....

ما هو الغرض من استخدامك للهاتف النقال في الوظائف الإدارية؟

التنظيم

التنسيق

التوجيه والتعليمات

الرقابة

التخطيط

أخرى أذكرها.....

.....

كيف تستخدم الهاتف النقال في الوظائف الإدارية التي قمت باختيارها؟

.....
.....

ما هو الغرض من استخدامك للبريد الإلكتروني في الوظائف الإدارية؟

<input type="checkbox"/>	التنظيم	<input type="checkbox"/>	التنسيق	<input type="checkbox"/>	التوجيه والتعليمات
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	الرقابة	<input type="checkbox"/>	التخطيط

..... أخرى أذكرها.....

كيف تستخدم البريد الإلكتروني في الوظائف الإدارية التي قمت باختيارها؟

<input type="checkbox"/>	التنظيم	<input type="checkbox"/>	التنسيق	<input type="checkbox"/>	التوجيه والتعليمات
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	الرقابة	<input type="checkbox"/>	التخطيط

كيف تستخدم الفيسبوك في الوظائف الإدارية التي قمت باختيارها؟

.....
.....

ما هو الغرض من استخدامك لتويتر في الوظائف الإدارية؟

<input type="checkbox"/>	التنظيم	<input type="checkbox"/>	التنسيق	<input type="checkbox"/>	التوجيه والتعليمات
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	الرقابة	<input type="checkbox"/>	التخطيط

..... أخرى أذكرها.....

كيف تستخدم التويتر في الوظائف الإدارية التي قمت باختيارها؟

.....

ما هو الغرض من استخدامك للبريد الإلكتروني في الوظائف الإدارية؟

<input type="checkbox"/>	التنظيم	<input type="checkbox"/>	التنسيق	<input type="checkbox"/>	التوجيه والتعليمات
<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	الرقابة	<input type="checkbox"/>	التخطيط

أخرى أذكرها.....

.....

كيف تستخدم البريد الإلكتروني في الوظائف الإدارية التي قمت باختيارها؟

.....

ما هو الغرض من استخدامك للأنترنت في الوظائف الإدارية؟

التنظيم

التنسيق

التوجيه والتعليمات

الرقابة

التخطيط

كيف تستخدم الأنترنت في الوظائف الإدارية؟

.....

.....

ما هو الغرض من استخدامك للاكسترنات في الوظائف الإدارية؟

التنظيم

التنسيق

التوجيه والتعليمات

الرقابة

التخطيط

أخرى أذكرها.....

.....

كيف تستخدم الإكسترنات في الوظائف الإدارية التي قمت باختيارها؟

.....

.....

هل تساهم وسائل تكنولوجيا الاتصال في سرعة نقل المعلومات في العمليات الإدارية؟

لا

نعم

كيف ذلك؟.....

.....

هل تساعد تكنولوجيا الاتصال في التقليل من الأخطاء الإدارية؟

لا

نعم

كيف ذلك؟

.....

هل توفر وسائل تكنولوجيا الاتصال المعلومات بالشكل الكافي؟

لا

نعم

المحور الرابع: المعوقات التي تحول في فعالية استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة وحدة بريد الجزائر ولاية تيزي وزو.

ما هي الصعوبات التي تواجه وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو في استخدامها لتكنولوجيا الاتصال في العمليات الإدارية؟

عدم تشجيع الإدارة استخدام هذه التكنولوجيا

عدم التحكم في تكنولوجيا الاتصال

عدم توفير الإدارة لتكنولوجيات الاتصال

أخرى أذكرها.....

.....

علل ذلك.....

ماهي المعوقات التي تواجهها في استخدامك لتكنولوجيات الاتصال في مجال عملك؟

نقص الخبرة في استخدامها

نقص التدريب في استخدامه

عدم التعود على استخدامها

عدم التحكم في استخدامها

علل ذلك.....

.....

ماهي الوسائل التي تلقى فيها الصعوبات عند استخدامها؟

تويتر

الهاتف الثابت

البريد الالكتروني

الهاتف النقال

الأنترنت

الفاكس

الكسترنات

جهاز الحاسوب

لايوجد أي صعوبة

الأنترنت

فايسبوك

.....علل لماذا

.....

قائمة المراجع والمصادر

قائمة الكتب:

انجرس موريس، منهجية البحث العملي في العلوم الإنسانية، دار القصبه للنشر، الطبعة الأولى، الجزائر، 2006. المصري سعيد محمد، إدارة تسويق الأنشطة الخدمية المفاهيم والاستراتيجيات جبرين علي هادي، إدارة العمليات، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.

الدسوقي عبد إبراهيم، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاجتماعية، دار الوفاء لندنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2004.

الزغبي فايز، عبيدات محمد إبراهيم، أساسيات الإدارة الحديثة، عمان، 1997.

المغربي عبد المجيد الفتاح، نظم المعلومات الإدارية، الأسس والمبادئ، مصر، 2002.

الهاشمي مجد، تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، الطبعة الأولى، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.

الهجري سعد محمد، الاتصالات والمعلومات والتطبيقات التكنولوجية، دار الثقافة للنشر الإسكندرية، 2001.

جبر سعاد سعيد، سيكولوجية الاتصال الجماهيرية، الطبعة الأولى، عمان، 2011.

شكري عبد المجيد، تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، الطبعة الأولى، دار الفجر العربي للنشر، القاهرة، 1996.

شطاح محمد وآخرون، القنوات الفضائية وتأثيرها على الاجتماعية والثقافية لدى الشباب الجزائري، عين مليلة.

عبد الجبار التحديتي مؤيد، العولمة الإعلامية، الطبعة الأولى، دار الأهلية للنشر والتوزيع، عمان، 2002.

ديليو فضيل، يعلي فضة عباسي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، استخدام والتأثير، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

عبدرية رائد محمد، نظرية المنظمة والمؤسسة، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.

مشابقة بسام عبد الرحمان، نظريات الاعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، الأردن، 2011.

ملحم محمد سامي، مناهج التربية وعلم النفس، دار المسيرة للنشر والتوزيع.
ماهر عودة الشمالية، محمد عزة اللحام، مصطفى يوسف كافي، تكنولوجيا الاعلام والاتصال، دار الاعصار
العلمي للنشر والتوزيع، 2014.

مسن محمد، التدبير الاقتصادي للمؤسسات، تقنيات واستراتيجيات، عين البنيان، الجزائر، 2001.
هلال المزاهرة منال، نظريات الاتصال، الطبعة الأولى، دار للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
يوسف عثمان ردينة، الصميدعي محمود جاسم، مدخل استراتيجي كمي تحليلي، الطبعة الأولى، الأردن،
2005.

قائمة المعاجم:

بشير العلاق، قاموس دار العلم التكنولوجي للمعلومات والاتصالات، الطبعة الأولى بيروت، 2006.
عبودي زيد، معجم المصطلحات الإدارة العامة كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2007.

قائمة المجالات العلمية:

در محمد، أهم مناهج وعينات وأدوات البحث العلمي، مجلة الحكمة للدراسات التربوية والنفسية، الجزائر،
2016.

شكري عبد المجيد، تكنولوجيا الاتصال، انتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، الطبعة الأولى، دار الفجر
العربي للنشر، القاهرة، 1996.

شوقى شادلي، أثر تكنولوجيات المعلومات والاتصال في التنمية المحلية المستدامة، ورقلة، الجزائر، مجلة
البحث 2010/2009.

عبد الوهاب بن بريكة، بن تركي زينب، مجلة الباحث، العلوم الاقتصادية، بسكرة، 2010/2009.
عشاوي أحمد، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية، مجلة الباحث، جامعة قسدي مرباح، ورقلة،
2006.

مجدوب نوال، مزايا طرق جمع البيانات المختلفة وعيوبها، مجلة السراح في التربية وقضايا المجتمع.

مخولفي حجاب، مساهمة تقنيات المعلومات في التنمية المستدامة، مجلة العلوم التجارية بن عكنون، الجزائر، 2006.

قائمة الرسائل ومذكرات التخرج:

أمروش محمد، أمينة سفيان، العلاقات العامة في المؤسسات الخدمية العمومية، شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، 2016.

بختي إبراهيم، مقياس تكنولوجيا ونظم المعلومات في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ماجستير، جامعة قصدي مرباح، ورقلة، 2006.

بوقلاشي عماد، الإدارة الإلكترونية ودورها في تحسين الإدارة العمومية، رسالة ماجستير في علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2011.

بوقلى مروة، معمري فلة، تكنولوجيايات الاتصال وتطبيقاتها في المؤسسة الخدمية الجزائرية، ماستر في تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة العربي بن مهيدي، 2015/2014.

بوقرو ليلي، قسام يمينة، واقع الاتصال الداخلي في المؤسسة الخدمية الجزائرية في ظل تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة مولود معمري تيزي وزو، الجزائر.

خرخاش، دور التغيير التنظيمي في رفع كفاءة وفعالية المؤسسة، ماستر في تخصص مراقبة التسيير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2015/2014.

سهيلة حداد، فعالية البيع الشخصي في التسويق للخدمات الاشهارية، كلية علوم اقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، 2006.

عبد القادر برنيس، التسويق في المؤسسات الخدمية، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجزائر، 2007.

لقصي رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.

وحدي صونية، واقع الاشهار في المؤسسات الخدمية الجزائرية، ماستر علوم اعلام واتصال، جامعة

قائمة المحاضرات:

أرحاب نوال، منهج البحث العلمي، وحدة مدارس ومناهج، السداسي الأول، السنة الجامعية، 2017/2016.
سعداوي الزهراء فاطمة، محاضرة، نظرة حول نظريات التأثير على الجمهور وسائل الاعلام، سنة ثالثة
دكتوراه، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، جامعة الجزائر 3، 2017/2016.
سي صالح، محاضرة في إدارة التغيير التنظيمي، مقياس الثقافة الاتصالية، ماستر 2، اتصال تنظيمي،
جامعة مولود معمري، تيزي وزو، الجزائر، 2021/2020.

مواقع الأنترنت:

الموسوعة العلمية والعالمية، تعريف الإدارة لغة واصطلاحا في موقع www.KlammeWs.com
2021.

فهرس المحتويات

الإطار المنهجي

❖ ملخص الدراسة

مقدمة

4-3.....	إشكالية الدراسة.....
4.....	الفرضيات.....
5-4.....	أسباب الدراسة.....
6-5.....	أهداف وأهمية الدراسة.....
6.....	الحدود الزمكانية للدراسة.....
8-6.....	الخلفية النظرية للدراسة.....
8.....	تحديد منهج وأدوات الدراسة.....
11-8.....	أدوات جمع البيانات.....
11.....	مجتمع البحث وعينة الدراسة.....
14-11.....	تحديد المفاهيم والمصطلحات.....
17-14.....	الدراسات السابقة.....

الإطار النظري

الفصل الأول: تكنولوجيا الاتصال

21-19.....	المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الاتصال ونشأتها.....
27-21.....	المبحث الثاني: خصائص وأشكال تكنولوجيا الاتصال.....
29-27.....	المبحث الثالث: وظائف تكنولوجيا الاتصال.....

المبحث الرابع: إيجابيات وسلبيات تكنولوجيا الاتصال.....29-31

الفصل الثاني: فعالية تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمائية

المبحث الأول: مفهوم المؤسسة الخدمائية وأهدافها.....32-37

المبحث الثاني: مبادئ مؤسسة الخدمة العمومية ووظائفها.....37-42

المبحث الثالث: خصائص مؤسسة الخدمة العمومية.....42-44

المبحث الرابع: أهمية وفوائد استخدام تكنولوجيا الاتصال في إدارة المؤسسة الخدمائية.....45-48

المبحث الخامس: معوقات وتحديات تبني واستخدام تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الخدمائية...49-51

الإطار التطبيقي:

الإطار التطبيقي في وحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو

التعريف بوحدة بريد الجزائر لولاية تيزي وزو وهيكلها التنظيمي.....54-55

تفريغ الاستثمارات وقراءة الجداول وتحليلها.....56-92

نتائج الدراسة.....93-96

توصيات والاقتراحات.....96-97

الخاتمة

الملاحق

قائمة المراجع والمصادر

فهرس المحتويات