جـامـعـة يـحـي فـارس الـمـديـة

كـلـيـة الـعـلـوم الانـسـانـيـة والاجـتـمـاعـيـة

قسم علوم الإعلام والاتصال

دور الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية
دراسة حالة لعينة من موظفين مؤسسة نفطال
مقاطعة التجارية بالمدية خلال الفترة الممتدة من 24الى31ماي2023.

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة.

من اعداد:

العكروم سعاد.

حرقاس مروة.

تحت اشراف الدكتور:
" بوهدة خير الدين"

الـمـوسـم الـجـامـعـي
2023/2022





الاهداء

اهدي ثمرة جهدي الى التي حمتني ومنحتني الحياة,وأحاطتني بحنانها وحرصت على تعليمي بصبرها وتضحيتها الى من كان دعاؤها سر نجاحي "امي" الغالية حفظها الله.

الى الذي دعمني في مشواري الدراسي وكان وراء كل خطوة خطوتها في طريق العلم والمعرفة "ابي" الغالي رعاه الله.

الى من هم انس عمري ومخزن ذكرياتي اخواتي

انغام,سعاد,فريال.

كما لا يفوتني ان اخص اهدائي بذكر رفيقة مشواري "سعاد"

صديقتي الغالية. "مروة"



الإهداء

إلى الأيادي الطاهرة التي أزالت من طريقي أشواك الفشل....

إلى من ساندني بكل حب عند ضعفي والكل بإسمه....الى من رسموا لي المستقبل بخطوط من الثقة والحب ....

إليكم عائلتي....

اهدي فرحة تخرجي الى تلك الانسانة العظيمة التي طالما ان تقر عينها برؤيتي في يوم كهذا.... إلى أمي العزيزة

الى ذراعي الذي به احتميت وفي الحياة به اقتديت الى الذي احترقت شموعه ليضيء لنا درب النجاح ركيزة عمري ابي العزيز اطال الله في عمره .

إلى أحن واغلى واطيب إنسانة جدتي الغالية .

وإلى رفيقة دربي وأكثر من صديقتي هي أختي التي لم تلدها امي مروة ادام الله صداقتنا.

"سعاد"



الشكر والتقدير

نشكر الله ونحمده حمدا كثيرا ومباركا على هذه النعمة الطيبة والنافعة نعمة العلم والبصيرة وأعاننا على انجاز هذا العمل

أمـــا بـعـد

كل الشكر والتقدير الى أستاذنا الفاضل خيرالدين بوهدة الذي شرفنا بقبوله المتابعة والاشراف على هذه المذكرة إذ لم يبخل علينا بنصائحه القيمة وتوجيهاته النيرة فجزاه الله عنا كل خير وشكرنا الجزيل ايضا الى اعضاء لجنة المناقشة الذين وافقوا على تقييم وتقويم هذا العمل.

الملخص:

هدفت دراستنا الى معرفة وإظهار مدى أهمية الاتصال الرقمي في المؤسسة الخدماتية نفطال ولاية المدية ،وحجم مساهمته في تطوير أدائها بالإضافة الى التغيرات التي تحدثه في المؤسسة ،وكانت إشكالية دراستنا كالتالي :الى أي مدى يساهم الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية في الجزائر؟ (مؤسسة نفطال ولاية المدية)،والتي استخرجنا منها ثلاثة اسئلة فرعية :هل ساهمت الرقمنة في تحسين مستوى الإدارة في مؤسسة نفطال لولاية المدية؟،هل حسن الاتصال الرقمي في اداء الموظفين ؟،كيف عملت الرقمنة على تحسين خدمات الزبون في مؤسسة نفطال ؟.اعتمدنا على المنهج المسحي،اما بالنسبة الى الاداة فقد استخدمنا استمارة استبيان حيث طبقنا دراستنا على عينة من الموظفين لمؤسسة نفطال تم اخيارهم بطريقة مقصودة .توصلنا في الأخير ان الاتصال الرقمي يساهم بشكل كبير على تفعيل وتطوير المؤسسة الخدماتية وتسهيل خدماتها.

Summary

Our study aimed to know and show the importance of digital communicaton in the service organization ,Naftal,Medea province ,and the size of its contribution to the devlopment of its performance ,in addition to the changes it brings about in the organization .The problematic of our study was as follows :To what extent does digital communication contribute to improving the image of the service organization in algeria ? (Naftal ,Medea)from which we extracted three sub-questions :Did digitization contribute to improving the of management in the Naftal Corporation in the state of theMedea ?,Did digital communication improve employee performance?,How did digitization improve customer services ?.We relied on the analytical descriptive approach .Asfor the tool ,we used a questionnaire form ,wher we applied our study to a simple of employees of the Petroleum Corporation ,who were chosen in a deliberate manner.Finally ,we concluded that digital communication contributes significantly to activating and devloping the service organization and facilitating its services.

مقدمة

مقدمة

يعتبر الاتصال عاملا هاما لنجاح المؤسسات الاقتصادية والإدارية في اداء مهامها ووظائفها وتحسين علاقتها الداخلية والخارجي، فنجاح أي مؤسسة وانضباط موظفيها يعتبر من مؤشرات تطبيقها لخطة اتصالية ناجحة تقوم على أسس علمية واضحة يلعب فيها الاتصال الدور الحاسم في عملية تسيير المؤسسة .ان التطور السريع الذي شاهدته البشرية من خلال ظهور وسائل الاتصال الحديثة وتطوير التكنولوجية ساعد الفرد في تحويل مسار الاتصال ونقله الى بعد اخر وادى الى ظهور انواع جديدة له، وبرغم من وجود الاختلاف بين اداة و الوسائل نقل المعلومات يبقى المصدر الاول والركيزة الاساسية التي يعتمد عليها الفرد والمؤسسات لنقل معلوماتهم ونشاطاتهم وخدماتهم، لقد أصبحت اليوم المؤسسات تعرف وتدرك مدى اهمية وجود الاتصال من خلال الدور الذي يلعبه في نقل كل العمليات الادارية والتسويقية والخدماتية والتنسيق والتوجيه ،اذ نجد المؤسسات تولي أهمية كبيرة لتقنية الاتصال حيث أصبح عنصر ضروري ومهم لضمان البقاء والإستمرارية في سوق العمل.

إن الاتصال الرقمي هو من اهم الاشياء التي تساعد المؤسسة في تكوين فعاليتها واستمرارية وضمان تحقيق نجاحاتها ،لذلك يعتبر احد الدعائم الرئيسية والأساسية للمؤسسة لضمان الاستمرارية والبقاء وهاذا ما جعل المؤسسات والجمهور تسعى وراء تكوين صورة حسنة لدى جمهورها سوءا الجمهور المستهدف او الجمهور الغير المستهدف.

هذا ما جلعنا نحاول من خلال دراستنا تسليط الضوء على مدى مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين المؤسسات الخدماتية في الجزائر وتعتبر نفطال نموذج في استخدام الرقمنة، حيث اغلب هياكلها تتوفر فيها الرقمنة كونها مؤسسة وطنية تعمل في مجال نقل وتوزيع المنتجات المتمثلة في المواد البترولية ومشتقاتها ،بالإضافة الى انها متفرقة الى خمس ولايات داخل الوطن.

(الاتصال، الاتصال الرقمي، المؤسسة الخدماتية، نفطال).


الفصل الاول
الإطار المنهجي

الإشكالية :

كان الاتصال ومزال عنصرا هاما للحياة، برزت أهميته وفعاليته مع زيادة التقدم والتطور التكنولوجي الهائل في عصرنا هذا ،حيث يعتبر الاتصال الرقمي جزءا لا يتجزأ منه وهو أحد العناصر الحديثة اللازمة للمؤسسة، حيث ترتبط عملية الاتصال ارتباطا وثيقا داخل المؤسسة لتحقيق تبادل المعلومات والأحداث والخبرات ،كما أنها من الأمور المهمة فيها من خلال وجود شبكة قاعدة إتصالية عصرية تساعد العاملين في فهم واستيعاب الأعمال التي سيقومون بها، وهنا برزت أهمية الاتصال الرقمي في كونه العنصر الحيوي والمحرك الرئيسي للتأثير في سلوك الموظفين وتوجيه جهودهم .

وفي إطار دراستنا لهذا الموضوع سنعسى الى الإجابة على الإشكالية التالية : الى أي مدى يساهم الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسات الخدماتية في الجزائر؟(لمؤسسة نفطال المقاطعة التجارية ولاية المدية).

التساؤلات :

1-هل ساهمت الرقمنة في تحسين مستوى الإدارة في مؤسسة نفطال لولاية المدية ؟

2-هل حسن الاتصال الرقمي في أداء الموظفين؟

3-كيف عملت الرقمنة على تحسين خدمات الزبون في مؤسسة نفطال؟

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى إظهار مدى أهمية الإتصال الرقمي في المؤسسة الخدماتية نفطال ولاية المدية وحجم مساهمته في تطوير أدائها .

- رصد قدرة الإتصال الرقمي على مجابهة الاتصال التقليدي .

- معرفة التغيرات الذي يحدثه الاتصال الرقمي في المؤسسات الخدماتية .

أهمية الدراسة:

تنطلق أهمية الدراسة في دور الاتصال الرقمي في المؤسسة ومدى تأثيره على فاعلية المؤسسة, وتوضيح أهم وسائله والتعرف على الواقع الخارجي, من خلال تبنيها للاتصال الرقمي كما تظهر أهمية الدراسة في أهمية الموضوع بحد ذاته.

تظهر أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته اذا جمعت بين المتغيرين أساسية لدراستنا ،وكما تكمن الأهمية في الموضوع من خلال

تتمحور أهمية دراستنا في النقاط التالية :

تسليط الضوء على مدى مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة لدى جمهورها .

أسباب اختيار الموضوع :

إبراز قيمة الاتصال الرقمي في المؤسسة .

حداثة متغيرات الموضوع علميا وعمليا في المؤسسة.

الرغبة في معرفة مدى مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسات الخدماتية .

منهج الدراسة :

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات علمية بهدف الوصول النتيجة معينة. يعد المنهج حسب المعجم الفلسفي وسيلة محددة توصل الى غاية معينة. ويعرف أيضا على أنه ترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة وبرهنة عليها.[1]

وبنظر الى الموضوع الذي يتمحور حول مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية ,فالمنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج المسحي .

ويعرف المنهج المسحي بأنه محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو لجماعة معينة تنصب على الوقت الحاضر بشكل أساسي . [2]

[1] موريس إنجرس،منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية،ط1،دار القصبة لنشر والتوزيع 2009،ص298.

[2] مروان عبد المجيد ابراهيم،أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية ،،ط1،دارمؤسسة الوراق للنشر والتوزيع،عمان،2000،ص129.

الأدوات المستعملة :

الاستبيان :

يعرف الاستبيان على أنه مساعدة الباحث على جمع المعلومات والبيانات من عينة كبيرة العدد مهمة, تميزت وتنوعت بالإضافة الى عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء .[1]

ولقد اعتمدنا على الحساب اليدوي لتفريغ البيانات لتحليها وتفسيرها

مجتمع البحث وعينة الدراسة

مجتمع البحث :

1-يعرف أنه مجموعة العناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث او التقصي.[2]

ويمثل مجتمع البحث لدرستنا فئة من الموظفين لمؤسسة نفطال .

العينة:

-تعرف العينة بأنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة ,يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج ,وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الاصلي.

-العينة المقصودة هي العينات التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث, نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم لكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة.

[1] مروان عبد المجيد إبراهيم,نفس المرجع السابق، ص165.

[2] موريس انجرس،نفس مرجع السابق،ص298.

صعوبات الدراسة:

– عدم وجود تسهيلات من قبل المؤسسة ,حيث قمنا بزيارة مؤسسة الضمان الاجتماعي لولاية المدية يوم الاثنين والثلاثاء على الساعة ثالثة زوالا, ومرفقين بتسهيل المهمة من طرف إدارة الجامعة إذ أنهم لم يوافقوا على أن يعطوا لنا الموافقة على توزيع الإستبيان , وفي أخر لحظة قمنا بتغيير المؤسسة وذهبنا الى مؤسسة نفطال .

– ضيق في الوقت

مصطلحات الدراسة :

الاتصال :

لغة :أقدم تعريفات الاتصال هي التي ركزت على الاشتقاق اللغوي لكلمة **Communication** وهو الكلمة اللاتينية**communis** التي تعني الشيء المشترك وفعلها **Communicare** أي يذيع أو يشيع ، فنحن عندما نتصل فإننا نحاول أن نشترك في المعلومات والأفكار والاتجاهات ونكوّن علاقة مع شخص أو مجموعة من الأشخاص، لهذا فمرادف فعل يتصل هو يشترك[1].

اصطلاحا : تبادل مشترك للحقائق أو الأفكار أو الآراء أو المعلومات مما يتطلب عرضا واستقبالا ، يؤدي إلى التفاهم بين كافة العناصر بغض النظر عن وجود أو عدم وجود انسجام ضمني ، فهو عملية تفاعل إجتماعي معلوماتي هادف.[2]

إجرائيا :هو عملية يتم فيها نقل رسالة من مرسل الى مستقبل خلال فترة زمنية محددة بهدف الوصول الى مقصد محدد يقوم بتحديده طرف أو طراف الاتصال فيما بينهم.

الاتصال الرقمي Digital Communication :هو المهارة الأساسية لمُعظم الأعمال التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج والتوصيل والإستقبال لوسائل الإتصال في

[1] محمد عبد الحميد، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000. ص19.

[2] فضيل دليو،**التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال**، ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان .2010، ص24.

وظائفهم وحياتهم، حيث أن الإتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال من مُختلف الوسائل الرقمية[1].

إجرائيا : الاتصال الرقمي هو أي نوع من أنواع الاتصال يعتمد على استخدام التكنولوجيا عن بعد من خلال مجموعة متنوعة من الوسائط , مثل بريد الإلكتروني ورسائل النصية ووسائل التواصل الإجتماعي.

الرقمنة :هي عمليّة تحويل الإشارات التمثيليّة أو المعلومات بأي شكل إلى تنسيق رقمي يُمكن فهمه بواسطة أنظمة الكمبيوتر أو الأجهزة الإلكترونيّة[2].

إجرائيا : الرقمنة هي عملية تحويل مصادرالمعلومات والوثائق على إختلاف أشكالها من الشكل الورقي الذي يدركه والى شكل مقروء بواسطة تقنيات الحاسبات الألية عبر النظام الثنائي.

المؤسسة اصطلاحا : هي وحدة أو منظمة تتبع نظاما إقتصاديا تمارس من خلاله نشاط إنتاجي سلعي أو خدمي، بغية تحقيق أهدافها؛ وللمؤسسة أنواع عدة، يتماشى كل منها مع طبيعة أهدافها، وفق إطار قانوني مرتبط بنشاطها، وللمؤسسة استقلالية مالية تؤهلها لممارسة نشاطها ضمن بيئة داخلية وأخرى خارجية وفي زمان محدد[3].

إجرائيا :المؤسسة هي وحدة محددة جغرافيا تتضمن مجموعة من الأفراد تربطهم علاقات تنظيمية محددة، بحيث تتوفر فيهم بعض الصفات الجسمية والنفسية ولديهم خبرات وقدرات واتجاهات وميول تؤهلهم لشغل مناصب معينة في المؤسسة.

---

[1] محمد عبد الحميد،الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت،ط1،دارعالم الكتب للنشروالتوزيع،القاهرة،2007،ص25،24.

[2] نانسي العتوم ،ماهية الرقمنة، 8فيفري2020،موقع أي عربي،ماهية الرقمنة http://e3arabi.com/literature .

[3] فوزي محيريق بن الجيلاني ،مدخل لاقتصاد المؤسسة ،مطبعة الرمال للنشر والتوزيع ،ط1 ،ولاية الوادي الجزائر 2020،ص25.

الخدمة لغة :أنّها تقديم المساعدة أو المنحة أو توفير عنايةٍ لجهةٍ مُحدّدة أو لعموم الناس[1].

اصطلاحا : kotler §Armstron) فقد عرفنا الخدمة بأنها« نشاط أو منفعة يقدمها طرف الى طرف أخر وتكون في الأساس غير ملموسة ولا يترتب عليها أية ملكية.فتقديم الخدمة قد يكون مرتبطا بمنتج مادي أولا يكون[2] » .

الدراسات السابقة :

الدراسة الاولى :

سعت هذه الدراسة المعنونة (الإتصال الرقمي و سمعة المؤسسة1) الى مناقشة موضوع السمعة الرقمية التي تواجه المؤسسات والإستجابة للمتغيرات التكنولوجيا الجديدة المتواجدة على مستوى الفضاء الرقمي, التي أدت بالمؤسسات الى اغتنام الفرص المتعلقة بموضوع السمعة الرقمية وتجنب المخاطر والتهديدات الناجمة عن سوء إدارتها في محاولة بناء مخطط جديد لإدارة جيدة.

وكان سؤال الدراسة كالتالي كيف يمكن للمؤسسة ادارة سمعتها الرقمية عبر الفضاء الرقمي ؟

وقد اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي من خلال جمع المادة العلمية من مقالات وكتب ورسائل جامعية وغيرها وتحليل العلاقة بين سمعة المؤسسة والاتصال الرقمي وكيفية إدارتها. كما هدفت هذه الدراسة المساهمة في التعرف على موضوع السمعة الرقمية كتوجه مؤسساتي حديث. أما النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة إن السمعة الرقمية

[1]علاء ابو نبعة،مفهوم الخدمة في مهنة المراجعة الداخلية ، 16جوان 2019 Linked in ،https:\\aeLinkedIn.com\pluse

[2]حميد الطائي ،بشير العلاق،ادارة عمليات الخدمة،ط1،دار اليازوري للنشر والتوزيع،(د،م .د،ت)ص8.

الحسنة تعتبر ميزة تنافسية مستدامة للمؤسسة عكس السمعة السيئة التي من شانها تقلل من مكانة المؤسسة .[1]

الدراسة الثانية :

تناولت هذه الدراسة تحت عنوان (الإتصال الرقمي ودوره في تفعيل الأداء الوظيفي 2)الى التعرف على الدور المهم الذي قوم به الإتصال الرقمي في تفعيل الأداء الوظيفي للمكتبات الجامعية من خلال إستخدام الوسائل الإتصالية الرقمية وتأثيرها على الموظف المكتبي لتحقيق أهداف ودور الإتصال الرقمي .

وكان سؤال الإشكالية كالتالي ماهي إسهامات الإتصال الرقمي في رفع مستوى الأداء الوظيفي من وجهة نظر موظفي المكتبات الجامعية بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة جيجل ؟.

وقد إعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي بدقة ويعبر عنها كيفيا وكميا وتم الإعتماد على أداة الإستبيان كأداة أساسية لجمع البيانات والمعلومات التي تخدم الموضوع وقام الباحثان بإجراء الدراسة على عينة قوامها 18 موظف تم إختيارهم عن طريق أسلوب المسح الشامل .

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على حجم التحديد في وسائل الإتصالية الرقمية المستخدمة في المكتبة الجامعية بكلية العلوم الإنسانية والإجتماعية بجامعة جيجل والكشف عن وسائل الاتصال الرقمي التي تزيد من نسبة انجاز الاعمال على مستوى مكتبة الجامعة في تنفيذ ادائهم .

وفي الاخير توصلت الدراسة لأهمية الاتصال الرقمي ودوره في استحداث انماط جديدة للأداء ساهم بشكل كبير في تطوير خدمات المكتبة الجامعية [1].

[1] نادية غلاب امال نواري ،الاتصال الرقمي وسمعة المؤسسة ،مجلة العلوم الانسانية ،المجلد 21 ،2021،ص 191،172.

الدراسة الثالثة :

هذه الدراسة تحت عنوان(إستخدام تكنولوجيا الإتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية3)تناولت أهمية والدور الكبير الذي تؤديه تكنولوجيا الإتصال الحديثة في المؤسسة الإقتصادية والتي تساعد في العملية الإتصالية بالمحيط الخارجي وتطوير في أساليب العمل وتقوية العلاقات الإجتماعية داخل المؤسسة وتعمل على توفير المعلومات والبيانات للإستمرارية العملية الإدارية وتسهيلها .وكان سؤال إشكالية هذه الدراسة كالتالي ما واقع إستخدام الفعلي لتكنولوجيا الإتصال الحديثة ؟

وقد إعتمدت هذه الدراسة على الدراسة المعمقة للإتصال ومدى إستخدام الفعلي للتكنولوجيات الحديثة والعوامل التحكم هذا الإستخدام وأثار هذا الإستخدام على مستوى أداء المؤسسة.[2]

الدراسة الرابعة :

قامت هذه الدراسة المعنونة(واقع الاتصال الرقمي عند الاساتذة التعليم الإبتدائي4) بمعرفة دور الإتصال الرقمي وأهمية العمل به عند أساتذة التعليم الإبتدائي لتحسين الأداء والخدمات المقدمة للأستاذ وشركائه في العملية التعليمية وادارة المؤسسة التربوية .

حيث كان سؤال الإشكالية كما يلي ما واقع الإتصال الرقمي عند الأساتذة التعليم الإبتدائي عبر فضاء الأساتذة؟

أعتمد في هذه الدراسة على الدراسات الوصفية التي تسعى من خلالها الى وصف المنصة الرقمية للأستاذ والدور الإتصال الرقمي التي تقوم به في تحسين العمل التربوي من خلال

[1] ركروك خولة ،مبني نور الدين ،الاتصال الرقمي ودوره في تفعيل الاداء الوظيفي ،مقال علمي ومنشورات،2022

[2] حورية بولعويدات ،استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة .

التحليل الكيفي وبالتفسير الكمي للنتائج , وقد أختار العينة أساتذة مدرسة دبيلي رمضان ,نوع العينة هي عينة قصدية وعددها 14استاذ.

توصلت الدراسة في الاخير ان الإتصال الرقمي ضعيف عند الأساتذة نتيجة قلة استخدام هذا الفضاء عند أغلبهم .[1]

الدراسة الخامسة :

تناولت هذه الدراسة تحت عنوان (دورالإتصال الرقمي في تنمية السياحة في الجزائر) لمعرفة دور الإتصال الرقمي في الوكالات السياحية بولاية ورقلة ,وكذلك معرفة كل الوسائل التكنولوجية المستخدمة والتي تعمل بها، وكذلك تحسين في توفير الخدمات الأساسية وتنمية المنتوج السياحي في الجزائر وتطوير السياحة وتلبية حاجات المواطنين وتحسين في تقديم الخدمات ,وكان سؤال الإشكالية كالتالي كيف تساهم المواقع الإلكترونية للوكالات السياحية فيزا ترفل والطاسيلي في التنمية السياحية الوطنية ؟

وقد أعتمد في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، وكذلك على منهج تحليل المضمون كما أن مجتمع البحث يتمثل في مجموع الوكالات السياحية بولاية ورقلة ,وأما العينة إختيار وكالة فيزا ترفل وموقع وكالة الطاسيلي للسياحة والأسفار .كان هدف هذه الدراسة هو معرفة مدى استخدام الوكالات السياحية للاتصال الرقمي ومساهمته في تنمية السياحة وتحديد اهم الخدمات والانشطة التي تقدمها الوكالات من خلال مواقعها وطرق نشر وعرض المعلومات في مواقع الالكترونية لكل وكالة وفي الاخير توصلت هذه الدراسة الى ان للاتصال الرقمي اهمية معتبرة في تنشيط القطاع السياحي مع التوجه العام للسلطات العمومية للنهوض بهذا القطاع كما تحاول هذه الوكالة مسايرة التطور التكنولوجي .[2]

[1] بوشخشوخة الويزة، عمار سيدي دريس ،واقع الاتصال الرقمي عند اساتذة التعليم الابتدائي ،مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ،المجلد 06 العدد 04 ديسمبر 2022،ص32، 48.

[2] اغالون نورة ،دور الاتصال الرقمي في تنمية السياحة في الجزائر ،المدرسة الوطنية العليا لصحافة وعلوم الاعلام ، 5\01\2019 ،ص19،1.

الفصل الثاني

الإطار النظري

خلفية نظرية حول الاتصال

تمهيد :

اصبح الاتصال الان ركيزة اساسية كونه وظيفة اجتماعية مهمة الهدف منها هو تنظيم العلاقات الانسانية بين الافراد داخل المجتمع فقد اصبح ايضا عنصرا هاما وضروريا داخل المؤسسة مهما كانت طبيعة نشاطها كوحدة اجتماعية تتكون من مجموعة من الافراد العاملين فالاتصال يعمل على تسيير وتنظيم العلاقات داخل المؤسسة .وفي هذا الجزء تناولنا مجموعة من المفاهيم للاتصال وتطرقنا ايضا الى الانواع، الوظائف الاهداف والاهمية.

1-1مفهوم الاتصال :

جوهر عملية الاتصال هو المشاركة في الافكار والمعاني والمعلومات باعتباره نشاطا يستهدف تحقيق العمومية او الانتشار والشيوع لفكرة او موضوع او نشاط او قضية عن طريق انتقال المعلومات او الافكار او الآراء والاتجاهات من شخص او جماعة الى شخص او جماعات باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين .[1]

-تعريف "فلويد بروكر"**Flod Brokr** الاتصال هو عملية نقل فكرة او مهارة او حكمة من شخص لأخر[2].

-ويعرف "كارل هوفلاند"Kar Wofland الاتصال انه العملية التي ينقل بمقتضاها الفرد منبهات لكي يعدل سلوك الافراد الاخرين.[3]

-اما "حسين الطوبجي" فيعرف الاتصال بانه العملية او الطريقة التي يتم عن طريقها انتقال المعرفة من شخص لأخر حتى تصبح مشاعا بينهما وتؤدي الى التفاهم بين هذين الشخصين او اكثر.[4]

---

[1] ماهر عودة الشمايلة،محمود عزت اللحام مصطفى يوسف كافي الأعلام الرقمي الجديد،ط1،دار الاعصار العلمي لنشر و التوزيع ،عمان 2015،ص93.

[2] محمد سيد فهمي،تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية،ط1،بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية ،الاسكندرية ،3،22002،25،24.

[3] محمد سيد فهمي ،نفس المرجع السابق، ص 23.

[4] محمد سيد فهمي،نفس مرجع السابق،ص.24.

كما يؤكد اخرين في تعريفاتهم الى ان الاتصال هو عملية تفاعل لها فعل ورد فعل او تأثر مما يوضح الاتي :

-ان مفهوم الاتصال يشير الى درجة معينة من التفاعل الاجتماعي بين الافراد والجماعات يستهدف تحديد مجرى السلوك او الفعل

-الاتصال هو عملية تفاعل بين طرفين الى ان تصير رسالة معينة فكرة او مهارة او اتجاه مثلا مشتركة بينهما

-الاتصال بالمفهوم العام للعلم هو انتقال المعلومات والحقائق والافكار والآراء والمشاعر ايضا والاتصال هو نشاط انساني حي وان الحاجة اليه في ازدياد مستمر.

-1- 2 انواع الإتصال :

توجد تقسيمات عديدة لأنواع الاتصال اهمها حسب الوسائل المستخدمة وحسب درجة الرسمية وحسب الاتجاه والتقسيم حسب درجة التأثير على النحو التالي :

2-1انواع الاتصال من حيث اللغة المستخدمة : ويقسم الباحثون الاتصال حسبه الى :

2-1-1-الاتصال اللفظي :هو الاتصال الذي يتم من خلال استخدام اللغة المنطوقة او الشفوية –الكلام – في توصيل الرسالة او المعلومات الى المستقبل فهو الذي يستخدم فيه اللفظ كوسيلة تمكن المرسل من نقل رسالته الى المستقبل سواء كانت مكتوبة ام غير مكتوبة كالمذكرات والخطابات والتقارير والكتب والمحادثات التلفزيونية و المناقشة والمناظرة والندوة والمؤتمر.... وغالبا ما يتم ذلك وجها لوجه. ويسمى ايضا الاتصال الشفهي)الشفوي(ويأتي ضمن هذا النوع من الاتصال. الاتصال بين شخصي الاتصال داخل الجماعة. الاتصال بين الجماعات .الاتصال العام مع الجمهور.[1]

2-2-1الاتصال الشفوي : وهو نمط من انماط الاتصال التقليدية-لم يمكن سمة من سمات شعوب الارض قبل اختراع الكتابة والطباعة فحسب .بل انيه ما يزال مألوفا ومستخدما في الكثير من الحالات. فالمسرح الشعبي الذي نستطيع ان نجده في كثير من البلدان هو نوع من انواع الاتصال الشفوي. وكذلك القصاصون الرحل الشعراء في الماضي . وهذا النوع من الاتصال اصلي ،وجد منذ ان وجد الانسان وهو ليس مقصرا على قوم دون قوم ولا على قارة دون قارة اخرى ولا حضارة دون حضارة دون غيرها.

[1]رحيمة الطيب عيساني، مدخل الى الاعلام والاتصال المفاهيم الاساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية،ط1،جدارا للكتاب العالمي ،للنشر والتوزيع ،باتنة،2005،ص،38،37.

فهو بالتالي ظاهرة انسانية شاملة.

ويقوم الاتصال الشفوي(اللفظي)على اساس الصلة المباشرة بين المرسل والمستقبل فمرسل الرسالة ومستقبلها يتواجدان في مكان واحد ومن ثم فجميع حواس الانسان تشارك في العملية الاتصالية .والاتصال اللفظي لا ينحصر في نمط واحد وانما هو متعدد الاوجه فبمقتضى درجة التعقيد للمجتمع الواحد يكون اسلوب الاتصال اكثر تعقيدا في مجتمع كبير متعدد وسائل الانتاج متصل بثقافات اخرى منها في مجتمع افراده معدودون وانتاجه واحد ومنغلق على ذاته.

مع هذا كله فإن للاتصال اللفظي حدودا لا يمكن أن يتعداها. فإذا كان المرسل والمستقبل في مكان واحد يوفر للاتصال فرصة للنجاح أكثر حظا ، فإنه في الوقت نفسه يجعل الاتصال اللفظي محدودا ، ذلك أن اعتماد الإنسان على الأدوات الطبيعية كاللسان والأذن والعين؛ يجعل رسالته الاتصالية لا تذهب أبعد مما يمكن أن يذهب إليه الصوت العالي والسماع المرهف، والنظر الحاد. ويضاف إلى محدودية المكان أو المسافة محدودية الزمان؛ فما لم يوجد شخصان في آن واحد وفي مكان واحد فإن عملية الاتصال اللفظي) الشفوي لا يمكن أن تتحقق، ومهما قيل عن محدودية الاتصال اللفظي فإن له مزايا عديدة[1].

2-3-1الاتصال غير اللفظي: وهو عبارة عن تعبيرات منظمة تشير إلى مجموعة معاني يستخدمها الإنسان أوقد يقصدها في احتكاكه بالآخرين ومن أنواعه لغة الصمت والتعبيرات الحسية والفسيولوجية؛ كاصفرار الوجه أو تصبب العرق، والتعبيرات الحركية، واللغة الرمزية، والإشارات كإيماءات الرأس واللمس (ويطلق على هذا الاتصال اللغة الصامتة وهو من أقدم أنواع الاتصال، والرموز كما أسلفنا مجموعة إشارات جهازين الإنسان: الجهاز المحرك، والجهاز الصوتي، وبعبارة اخرى ، فإن اللغة تعتمد بوصفها أداة تعبير- على الحركة الكلمة، ويتم استقبال هذين النظامين بحواس اللمس والنظر مجتمعة أو منفردة وفي الاتصال الرمزي يعتمد الإنسان في بث الإشارة واستقبالها على الإمكانيات التي وهبها له المولى(عز وجل)،وقد اهتدى الإنسان إلى طرائق ووسائل في تجسيد الرمز، ومن وسائل الاتصال الرمزي التي استخدمها الإنسان قديما لبث وتلقي الرسائل الاتصالية: الإشارات باليد، الإيماءات الصراخ، تعابير الوجه، الدخان قرع الطبول وما شابه ذلك. ومهما تكن فعالية هذا النوع من الاتصال فإنه قصير المدى من حيث المسافة التي يمكن أن يغطيها بين الإرسال، ونقطة الاستقبال، إضافة إلى أنه واجه صعوبة نقطة فهمه في بعض الأحيان.[2]

[1] رحيمة الطيب عيساني ، نفس المرجع السابق ،نفس الصفحة.

[2] خضرة عمر المفلح،الاتصال المهارات والنظريات واسس عامة،ط1،دار الجامد للنشر والتوزيع ،الاردن عمان 2015,ص31.

2-2 أنواع الاتصال من حيث درجة رسمية : ويقسم الاتصال من حيث درجة رسمته إلى :

2-2-1الاتصال الرسمي : فمعجم مصطلحات الإعلام عرف الاتصال الرسمي على أنه اتصال يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظامها الداخلي وتقاليدها، ويرتكز على الخطابات أو المذكرات أو التقارير الصادرة وبالإمكان أن يكون هذا الاتصال من الأعلى إلى الأسفل أو العكس من الأسفل إلى الأعلى أو بشكل أفقي وينقسم الاتصال الرسمي إلى ثلاثة أقسام:

-2-2-2-الاتصال الهابط أو التنازل: وهو اتصال يكون من الأعلى إلى الأسفل أي من الرؤساء إلى المرؤوسين أو من المستوى الإداري الأعلى إلى المستوى الإداري الأدنى ، ويعتبر هذا النوع من الاتصال الأكثر شيوعاً وخلاله يمكن نقل المادة المرسلة من أوامر وتعليمات وبلاغات وقرارات عبر التسلسل الهرمي من القيادة إلى القاعدة.

2-2-3 الاتصال الصاعد: اتجاه هذا الاتصال من الأسفل إلى الأعلى أي من المرؤوسين إلى الرؤساء أو يكون من المستوى الإداري الأدنى إلى المستوى الإداري الأعلى في الهيكل التنظيمي للمؤسسة ويكون في العادة على شكل شكاوى واقتراحات وتقارير وملاحظات أي تغذية راجعة مرفوعة إلى القاعدة .[1]

2-2-3-الاتصال الصاعد: ويكون اتجاه هذا الاتصال من أسفل إلى أعلى أي من المرؤوسين إلى الرؤساء أو من مستوى إداري أدنى إلى مستوى إداري أعلى في الهيكل التنظيمي. ويكون الاتصال الصاعد عادة في شكل تقارير وشكاوى واقتراحات وملاحظات وتغذية راجعة مرفوعة إلى القيادة أو الإدارة العليا.

ويواجه هذا النوع من الاتصال الكثير من المشكلات والعقبات حيث غالبا ما يحول بعض المدراء دون وصول المعلومات إلى الرئيس الأعلى وخاصة إذا كانت تحمل أخبارا تسئ إلى المؤسسة أو تسبب له إزعاجا.

2-2-4-الاتصال الأفقي :الاتصال الأفقي وهذا النوع من الاتصال يكون بين المستويات الإدارية أو السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الاقتصادية والتي تقع في ذات المستوى نفسه فمثلاً الاتصال بين الوز يعتبر اتصال أفقي ونفس الحال بالنسبة للاتصال بين رؤساء الجامعات ومدراء المدارس ، ويها لحل المشكلات وتبادل الأفكار ووجهات النظر بين أفراد وزملاء من نفس المستوى الإداري. الاتصال غير الرسمي: وفي هذا النوع يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية ما بين مختلف العام بالمؤسسة عن طريق تبادل الأفكار والخبرات

[1] خضرة عمر ،نفس الرجع السابق ،33.

ووجهات النظر في شتى الموضوعات ذات الصلة بعملهم، وهذا الاتصال لا يخضع لأي قواعد أو إجراءات أو قوانين إدارية مثبتة أو مكتوبة ور متفق عليها داخل الإدارة[1].

2-3-الاتصال غير الرسمي: وفي هذا النوع يتم التفاعل فيه بطريقة غير رسمية ما بين مختلف العاملين بالمؤسسة عن طريق تبادل الأفكار والخبرات ووجهات النظر في شتى الموضوعات ذات الصلة بعملهم، وهذا الاتصال لا يخضع لأي قواعد أو إجراءات أو قوانين إدارية مثبتة أو مكتوبة ورسمية متفق عليها داخل الإدارة[2].

أنواع الاتصال من حيث درجة تأثيره لقد قام علماء الاتصال بتقسيم الاتصال من حيث درجة تأثيره إلى الاتصال المباشر والاتصال الجماهيري:

2-3-1الإتصال المباشر: ونعني به العملية التي يتم من خلالها تبادل الأفكار والمعلومات بين الأشخاص والأفراد بالطريقة المباشرة أي وجه لوجه وفي الاتجاهين من دون وسائل أو قنوات وسيطة بحيث أنه يصبح المرسل والمستقبل على اتصال فيما بينهما وفي مكان معين.

2-3-2-الاتصال الجماهيري: ويعني به العملية التي من خلالها يتم نقل مختلف الأفكار والمعلومات ووجهات النظر إلى عدد من الأفراد وذلك باستخدام وسيلة أو عدة وسائل من وسائل الاتصال الجماهيري[3].

3-1وظائف الاتصال :

وتتعدد وظائف الاتصال في المجتمع وتتنوع بتعدد وتنوع حاجات الإنسان والمجتمع ، وأهم الوظائف التي يسعى الفرد لتحقيقها عن طريق العملية الاتصالية :[4]

1-3-1الإشباع النفسي والمعنوي والاجتماعي: يطرح **كاتز وبلومر"** رؤية مؤداها أن الناس لا يتعاملون مع وسائل الاتصال بشكل سلبي وإنما يتعاملون معها لإشباع حاجات وتوقعات معينة لديهم ، يسعون لتحقيقها من خلال تعرضهم لما تبثه أو تكتبه تلك الوسائل ، كما أن الأفراد لا يتعاملون مع وسائل الاعلام باعتبارهم افرادا منعزلين عن واقعهم الاجتماعي وانما باعتبارهم اعضاء في مجتمع منظم له قيمه وعاداته وثقافته الواحد.

---

[1]عبد الفتاح محمد دويدار، سيكولوجية الاتصال والاعلام ،ط1،دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع ،الاسكندرية 1999،ص25،24.

[2]نفس الرجع السابق،ص26.

[3]رحيمة طيب عيساني، نفس مرجع السابق،ص،32،31.

[4]محمود حسن اسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير،ط1 ،الدار العالمية لنشر والتوزيع ،مصر 2003،ص87.

1-3-2التعليم والتثقيف : من الوظائف التي يحققها الفرد من العملية الاتصالية ، وتسهم وسائل الاتصال في العملية التعليمية سواء بطريقة مباشرة عن طريق البرامج التعليمية والدوائر التليفزيونية المغلقة والقنوات التعليمية الفضائية ، أو بطريقة غير مباشرة عن طريق ما تقدمه من دراما تجذب إليها الجماهير على اختلاف مستوياتهم التعليمية والثقافية.

1-3-3التسلية والترفيه : جزء كبير من تعرضنا لوسائل الاتصال يكون بهدف الترفيه والتسلية،وهي من الأهداف المشتركة بين المؤسسة الاتصالية والجمهور والترفيه ليس شيئاً ثانوياً في حياة الأفراد وإنما أصبح ضرورياً، خاصة في العصر الحالي الذي يتسم بالقلق والتوتر.

1-3-4اكتساب مهارات جديدة : من الوظائف التي تحققها العملية الاتصالية للفرد هي إكسابه مهارات جديدة تزيد من خبراته في الحياة ، أو تنمية المهارات الموجودة لديه بالفعل وتعلم المهارة لابد أن يسبقه أساس معرفي ، واكتساب المهارة يتطلب التدريب عليها ، وإتقان المهارة يتطلب سرعة في الأداء ، كما يستلزم نوعاً من التفاعل وحتى يتحقق ذلك لابد ان يتصل الفرد بالأخرين.

1-3-5الحصول على المعلومات الجديدة : تلك المعلومات التي تساعد الفرد على فهم ما يحيط به من ظواهر وأحداث، لكى يستطيع التعامل معها ، والتي تتيح له إضافة حقائق جديدة إلى حصيلته المعرفية ، وتساعده على اتخاذ القرارات والتصرف بشكل مقبول اجتماعيا ، ولكى يحصل الفرد على المعلومات من العملية الاتصالية ينبغي أن يكون واعياً معرفياً بكل مكوناتها ، وعلى الفرد أن يتعامل بحذر مع الكم الهائل من المعلومات التي تأتيه من كل صوب[1].

[1] محمود حسن اسماعين ، نفس الرجع السابق ، ص88

1-4- أهداف الاتصال:

كما يعتبر "هاولد لا زويل" Laswell أول من لفت الأنظار إلى الاهتمام بدور الاتصال وما يؤديه بالنسبة للمجتمع ، فانه أيضاً من أهم من فرقوا بين الأهداف والوظائف ... حيث حدد أهداف الإتصال في[1]:

1-4-1مراقبة البيئة Surveillance : فمن أهداف الاتصال في المجتمع مراقبة البيئة وما يجرى فيها وخارجها والمراقبة ليست غاية في حد ذاتها ، وإنما هي وسيلة لتوفير المعلومات والبيانات اللازمة التي تساعد المجتمع على اتخاذ القرارات المناسبة وتعتبر مراقبة البيئة من أقدم أهداف العملية لنظريات الاعلام:

ان مهام الاتصال التي وجدت في المجتمعات القديمة هي نفسها الموجودة في المجتمعات الحديثة ، الفرق الوحيد بين مهام الاتصال القديمة والحديثة أن وسائلنا الحديثة أصبحت أكثر تطوراً ، وأصبحت الدولة حالياً والحكومات القومية تشارك عن طريق ممثليها في التأثير على حياة القرية ، وأصبحت الأهداف القومية تحدد إلى حد كبير وتؤثر على القرارات المحلية ... ففي نظام الاتصال القديم، عهدت القبائل البدائية بتلك المهمة إلى الأفراد، فقام بعضهم بوظيفة الحراس الذين يحيطون القبيلة علما بالأخطار وفرص المتاحة.

1-4-2الترابط Correlation : إحداث الترابط بين أعضاء المجتمع هو الهدف الثاني للعملية الاتصالية عند لا زويل ، وهذا الترابط يؤدى إلى تحقيق هدف أكبر وهو إيجاد الرأي العام ، فبدون الترابط لا يتكون الرأي العام خاصة تجاه 6 القضايا المجتمعية الكبرى.

1-4-3نقل التراث الاجتماعي من جيل لآخر: وهو من أهم أهداف العملية الاتصالية ، وهو أساس استمرار وتطور المجتمع ، ونقل التراث إلى الأجيال الجديدة يدعم ثقافة المجتمع ويحفظها أمام تيارات الثقافات الأخرى .

1-4-4التنمية : ويؤكد **"ولبورشرام" WLBOR CHRAM**على هدف التنمية ... مشيراً إلى أن وسائل الإعلام تهدف إلى تهيئة المجال لعملية بما تبثه من أفكار جديدة حولها، وبما تحشده التنمية 6 من تأييد له

1-4-5الدبلوماسية المعلنة وغير الرسمية بين الدول: وهي من الأهداف الحديثة لوسائل الاتصال الجماهيرية، فرضتها الظروف الدولية وطبيعة النظام العالمي الجديد.

[1] محمود حسن اسماعيل ،نفس مرجع السابق،ص88،86،85،84.

1-4-6التنشئة الاجتماعية والثقافية والسياسية : فما تقدمه العملية الاتصالية من مضامين مختلفة ، يجب أن يكون من ضمن أهدافه ، بل على رأس تلك الأهداف، المساعدة في تنشئة أفراد المجتمع في كافة النواحي وخاصة الأطفال والشباب منهم ، والتنشئة الاجتماعية تساعد على الترابط ، ويرتبط بهذا الهدف الأهداف التربوية والتعليمية والتثقيفية المتعددة. [1]

1-5-أهمية الاتصال داخل المؤسسة :

تعتبر المؤسسة كنظام اجتماعي مفتوح في إطار محيط معين، حيث تعتمد على العنصر البشري بالدرجة الأولى، كما تتميز بالحركة والتغيير وهذا ما يفرض عليها متابعتها والتكيف معها، ولهذا يستلزم توفير نظام اتصال فعال من أجل تحقيق أهدافها فالاتصال عملية ضرورية للتسيير العام للمؤسسة، وكذلك هي وسيلة هامة بالنسبة للعامل وبالنسبة للتنظيم، أي أن للاتصال هدف تنظيمي وهدف شخص من أجل تحقيق هدف عام ألا وهو تحسين سير العمل وبالتالي الزيادة في الإنتاج والإنتاجية.[2]

[1] محمود حسن اسماعين ،نفس الرجع السابق ،ص90.

[2] حوش مازن سليمان، نفس الرجع السابق ،ص 45، 46

الاتصال الرقمي في المؤسسات الخدماتية

تمهيد:

يعتبر الاتصال الرقمي احد ابرز سمات عصرنا الحالي فالتطور التكنولوجي الذي حصل في مختلف المجالات بما فيها مجال الاتصال والذي استعملت فيه تكنولوجيا الرقمية الحديثة فاصبح الاتصال رقميا وفي هذا الفصل سنحاول تسليط الضوء على هذا النوع من الاتصال من خلال التطرق الى تعريف الاتصال الرقمي وخصائصه ووظائفه ومستوياته ودوره في فعالية العملية الاتصالية في المؤسسات .

1-1-تعريف الاتصال الرقمي :

هو العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال من بعد بين اطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المتنوعة واستقبالها من خلال النظم الرقمية ووسائلها لتحقيق أهداف معينة.[1]

-والاتصالات الرقمية هي الاتصالات التي تتعامل مبدأ النظام الثنائي، ونصف هذا النوع من الاتصالات بقوتها وجودتها العالية مقارنة بالاتصالات التناظرية؛ حيث أن هناك ما يسمى بالضوضاء الكهرومغناطيسية في الطبيعة، هذه الضوضاء تسبب تشوشا في الإشارة التناظرية التي تعتمد على شدة التيار وتردده، لكن في حالة استخدام النظام الثنائي، فإن الإشارات تحسب بمرور نبضة أو عد مرورها، فلا تتأثر بالتشويش الذي تسببه الضوضاء الكهرومغناطيسية، ومن أمثلة الأجهزة التي تعتمد الاتصالات الرقمية التلفاز الرقمي، اتصالات السوائل والحواسيب، ويشار إلى إن الإشارات الرقمية تنتج من تقطيع الإشارات التناظرية إلى أجزاء، وكل جزء يمثل مجموعة من 0 و 1 وتسمى) أيضا بتقنية الديجتال بالإنجليزية(digital) ، ويمكن التحويل من النظام الثنائي إلى النظام التناظري عن طريق جهاز يعرف بالمحول الثنائي التناظري والتحويل من التناظري إلى الثنائي عن طريق التحويل التناظري الثنائي، اما عن طريقه التحويل سالفه من كلا النظامين إلى الأخر دون استخدام أجهزه التحويل سالفه الذكر باستخدام التحويل اليدوي.[2]

-ويعرفه كريستي اهو انه المهارة الاساسية لمعظم الاعمال التي يجب ان يكتسبها الفرد في اطار المفاهيم ، والانتاج ،والتوصيل ،والاستقبال لوسائل الاتصال في وظائفهم وحياتهم

[1] ماهر عودة الشمايلة، محمود عزت اللحام ،مصطفى يوسف كافي،الاعلام الرقمي الجديد،ط،1 ،الاعصار لنشر والتوزيع،عمان2014 ،ص67.

[2] ياس خضير البياتي ،الاتصال الرقمي امم صاعدة وامم مندهشة ،ط1،دار البداية ،خبراء الكتاب الاكاديمي،جامعة بغداد ،2015،ص23.

.حيث ان الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال في مختلف الوسائل الرقمية المشار اليها من قبل.[1]

2-1-خصائص الاتصال الرقمي:

2 -1التفاعلية Interactivity) :وهي السمة المميزة التي قسم الاتصال المواجه وهي تعني انتهاء فكرة الاتصال الخطي اتجاه واحد من المرسل إلى المستقبل، بحيث يصبح الاتصال باتجاهين يتبادل أطراف العملية الأدوار ويكون لكل طرف القدرة والحرية والتحكم في علمية الاتصال في الوقت والمكان والزمان الذي يناسبه وهذا يترتب عليه : [2]

ا- المستقبل والمتلقي اصبح مشاركاً في علمية الاتصال ومؤثراً بناء مناصرها باختياراته المتنوعة وليس متلقياً سلبياً.

ب-لا تتوقف المشاركة على اختيار المحتوى أو المضمون التهاني في عملية الاتصال بل امتد إلى التأثير في هذا المحتوى عبر الصدى سواء اكان متزامنا أي في وقت لاحق وذلك ما كان مفقودا في الاتصال التقليدي وامكن تلاقيه باستخدام الهاتف وايميل او شريط المكتوب اسفل الشاشة [3].

-ج تعدد المشاركين في عملية الاتصال في اطار متزامن من تبادل ادوار الاتصال كما يحصل في مؤتمرات الفيديو وبذلك لم يعد المشاهد يوصف ومتفاعلا في العملية الاتصالية.

2-2 التنوع : ادى تطور المستحدثات الرقمية الى ارتفاع القدرة على التخزين والاتاحة لتوظيف افضل العملية الاتصال لما يتفق مع حجاته ودوافعه و يتمثل تنوع الاتصال الرقمي [4]:

ا- تنوع اشكال الاتصال عبر حاسب الاتصال(اتصال الصوتي بريد الكتروني - جماعات النقاش - المؤتمرات عن البعد - الاتصال بمواقع الالكترونية ومواقع محطات الـ TV .

[1] محمد عبد الحميد، الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت،ط1،عالم الكتب لنشر والتوزيع،القاهرة،2007،ص24.

[2] نفس المرجع السابق30،ص31.

[3] محمد عبد الحميد نفس المرجع السابق30 ، 31.

[4] نفس الرجع ،ص33،32.

ب- التنوع في المحتوى سواء في وظائف هذا المحتوى او مجالاته (التنوع في محتوى الاتصال عبر وسائل - التنوع في امتدادات هذا المحتوى وروابطه وتفسيراته من خلال النصوص.

-2-3التكامل :تتيح عملية الاتصال الرقمي (عبر شبكات الاتصال مختلف نظم الاتصال واشكله، مما يوفر للمستخدم ما يراه مطلوباً من تخزين وطباعة أو تسجيل أو ارسال، لأن هذا النظام يوفر مختلف أساليب التعرف والإتاحة والتخزين بأسلوب متكامل.

-2-4الفردية والتجزئة: يحقق الاتصال الرقمي للمستخدم حرية كبيرة في التجول والاختيار والاستخدام وتقييم الاستفادة في عملية الاتصال وهو بذلك يعلي من شأن الفردية. كما تؤكد الاتصال الرقمية على سرية الاتصال خصوصيته، وعلى تحكم أطراف الاتصال في عملية الاتصال والتحكم الذاتي مع مراعاة حقوق الملكية الفكرية وبذلك يتوفر للمستخدم أرفع درجات الفردية والمحافظة على الخصوصية في الاتصال.

شبكة الإنترنت: هي مجموعة شيكات دولية وإقليمية تزداد يوماً بعد يوم ويزداد معها عديد المستخدمين لهذه الشبكة نتيجة توفر إمكانية الاتصال ورخص تكلفته، مما أدى إلى تجاوز الحدود الجغرافية والثقافية والوصول إلى العالمية أو الكونية. Globalization وما حرص الكثير في الدول والمجتمعات على إنشاء طرق المعلومات السريعة Information Super Highway. إلا تعبيرا عن إدراكها الأهمية الاتصال الثقافي العالمي، وتدعيماً للوظائف العديدة التي تؤديها هذه الشبكات على المستوى العالمي كالتجارة الالكترونية العالمية[1].

2-6-تجاوز وحدة الزمان والمكان: الاتصال الرقمي اتصال عن بعد لا يفترض فيه تواجد أطراف الاتصال في مكان وحد وفي نفس الوقت التزامن)، اللهم إلا في عمليات الدردشة، أو المؤتمرات عن بعد وادي ظهور الكثير من الأجهزة الرقمية Laptops والهواتف إلى تسهيل إمكانية الاتصال مهما تبا عدت المسافات بين أطراف عملية الاتصال.

2-7 الاستغراق في عملية الاتصال: شجع انخفاض تكلفة الاتصال الرقمي على عملية الاتصال الرقمي والاستغراقي في البرامج المتاحة بغية التعليم وذلك لأوقات طويلة في إطار فردي كما ساعد انتشار الوسائل الفائقة والنصوص الفائقة على الإبحار أو التجول وبالتالي الاستغراق أكثر بين المعلومات والأفكار[2].

[1] محمد عبد الحميد نفس المرجع السابق ص،35،33،32.

[2] المرجع السابق ،ص38.

***3-1* مستويات الاتصال الرقمي :**ساعدت تكنولوجيا النظم الرقمية على تطوير مستويات واشكال الاتصال القائمة وتطوير أو توفير اشكال حديثة فيها، بحيث تؤدي في النهاية إلى تعظيم الاستفادة في توظيف التكنولوجيا في مجال الاتصال والمعلومات وتتمثل هذه المستويات في الآتي [1]:

1-3-1-الاتصال بالحاسب وبرامجه :

هذه الحالة يكون الكمبيوتر هو نفسه وبالبرامج التي تمثل قاعدة بيانات طرفاً في عملية الاتصال والتفاعل مع هذه البرامج يتم وفق أسلوب تصميمها والهدف منها تعليمي أو تسلية أو ترفيه.[2]

1-3-2-الاتصال بقواعد البيانات: وفي هذه الحالة تعتبر الحواسب اجهزة طرفية لقواعد البيانات التي تم تخزينها على حساب رئيسي يتصل بعدد من الحواسب تكون فيما بينها شبكة محلية داخل المؤسسة, تتيح لكل مسؤول او مستخدم الدخول على البيانات و الاستفادة منها من خلال الاتصال الكابلي او تكنولوجيا الموجات الاذاعية wifi بين الحواسيب الحاسب الرئيسي او بين الحواسب وبعضها في تنظيمات معينة للاتصال. آو باستخدام شبكة الانترنت داخل التنظيم المؤسسي و Extranet للاتصال بالعملاء والمساهمين والفروع او المؤسسات الاخرى في الخارج من خلال شبكة الانترنت .[3]

1-3-3الاتصال المباشر من خلال الشبكات: ويقترب هذا الاتصال من شكل الاتصال المواجهي وان كان يتم من بعد on line حيث يعتمد على الشبكات في الاتصال بالأخرين سواء كان اتصالا شخصيا او بمجموعات الصغيرة,ولذلك يعتبر كارت ترميز الرقمي (modem) مع اجهزة التلفون ضرورة لتحويل الاشارات الصوتية او المصورة,او الرسائل المكتوبة الى رموز رقمية عند الارسال modulator ثم اعادة الترميز الرقمي الى الرموز اللغوية المكتوبة او المسموعة او الاشارات المصورة demodulator.

وفي هذه الحالة يمكن الاتصال من خلال الحوار المباشر Internet Relay Chat (IRC) الذي يمكن ان يتم في شكل الحوار المكتوب بتبادل الرسائل على الشاشة messageهو الصوت voice ويمكن ان يكون الاتصال بفرد واحد ,او بإفراض اخرين بشكل مجموعات

[1]بشير العلاق ،الاتصال في المنظمات العامة :بين النظرية والممارسة، ط1،دار اليازوري للنشر والتوزيع ،(د.م، د.ت)،ص44

[2]بشير العلاق ،نفس المرجع السابق ،ص45ن46.

[3]نفس المرجع السابق ،ص47ن48.

news group.ولا تقف الرسائل المتبادلة في هذه الحالة عند حدود رموز المكتوبة ولكن تبادل الصور والرموز بأنواعها خلال هذا الحوار.[1]

1-3-4الاتصال بمواقع الوسائل الإعلامية: نظرا لتزايد الضخم في عدد مستخدمي الشبكة العالمية للمعلومات (الانترنت) وشبكات العاملة عليها. والاحتمالات المرسومة بانصراف مستخدميها عن التعرض الى وسائل الاعلام واستبدال الانترنت بها فقد سعت وسائل الاعلام الى استئجار مواقع sites دائمة لها على شبكة لجذب مزيد من الجمهور المتلقي الى المواد الاعلامية التي تعرضها على هذه مواقع.

وساعد على تشجيع لذلك خدمة النص الفائق hyper text التي بدأتها الشبكة العنكبوتية (شبكة الويب www)

واتاحت بذلك التجول المتعاقب والمرتبط بنصوص ذات العلاقة ببعضها,وتطور استخدام الوسائل المتعددة على الشبكة ,بالإضافة الى ما تتميز به من مزايا ترتبط بتكنولوجيا الاصال الرقمي واهمها التفاعلية .[2]

***1 -4-*5وظائف الاتصال الرقمية.**

اظهرت نتائج الدراسات والبحوث التي أجريت حول الوظائف الأساسية للاتصال الرقمي الوظائف التالية تشابه في بعضها وظائف وسائل الاتصال التقليدي : [3]

1-تجاوز قيود الحزمة: التي يفرضها الاتصال الرقمي من خلال الاتصال بالآخرين من خلال برامج الحاسب أو من خلال الشبكات، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الالكتروني

2-وفي ذلك الإطار تنشأ المجتمعات الافتراضية، التي تجمع بين أفرادها أهداف مختلفة كناهضة العنصرية - الدعوة الديمقراطية - تحرير الجنس والنوع.

3- تقوم المواقع المنتشرة على النت بتقديم معلومات كثيرة عن الوقائع والأحداث في الداخل والخارج وهي بذلك تقدم وظيفة إخبارية تساعدها في ذلك سهولة الاتصال بها، وفورية الإعلام[4] .

[1] بشير العلاق ،نفس المرجع السابق ،ص46.

[2] محمد عبد الحميد نفس المرجع السابق ص ، 41.

[3] محمد عبد الحميد نفس المرجع السابق ص80،79.

[4] محمد عبد الحميد ،نفس المرجع السابق، ص82،81.

4 - القيام مع الوظيفة الإخبارية بالوظيفة التعبوية**:** لتأييد الأفكار التي تنادي بها ومناهضة غيرها من الأفكار، وهذه الوظيفة بها المواقع بمعزل عن كل النظم وهي بذلك تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية التي ترى ضرورة اتاحة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع ممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال.

5- تقوم هذه المواقع إلى جانب ذلك في تدعيم وظيفة الدعاية التي تحمل في جانبها السلبي تحقيق الغزو الثقافي والهيمنة الثقافية والتبعية الثقافية وخاصة أن نسبة الفروع المضيفة للحاسبات على شبكات الإنترنت تصل إلى 90% من 30 مليون فرع في أوروبا وأمريكا الشمالية وهي دول الاحتكارات والتي تبني مفاهيم العولمة بأبعادها المختلفة.

6- بجانب الوظيفة الإخبارية والوظيفة الاتصالية لتصدر وسائل الاتصال الرقمي باقي الرسائل في تقديم المعلومات في كافة المجالات حتى اصبحت هذه التقنيات مصدرا للمعلومات وهذه الوظيفة لتصدر كافة الوظائف وتصل إلى 75 - 90% من أسباب استخدام الإنترنت.[1]

7 - القيام بالمساعدة في العملية التعليمية وقد بدأ الحاسب نفسه بهذه العملية عبر برامج كثيرة فانتشرت كثير من المفاهيم في هذا المجال، مثل التعليم الفردي أو الذاتي، أو التعليم القائم على الكمبيوتر او التعليم بمساعدة الكمبيوتر وقد اهتمت الحكومات بهذه الناحية وطورت بكثير من اليات استخدام الحاسب في التعليم.

تتيح الرقمنة وسائل التخزين التي تستوعب حجم هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول اليها بيسر وسهولة بين اطراف الاتصال سواء داخل المؤسسة او خارجها حيث تسمح الرقمنة بتكوين شبكات الاتصال والتي تتوحد من خلالها مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيات المعلومات من اجل تشكيل شبكات الاتصال ،بالإضافة الى ذلك فان العملية الاتصالية في مجال الرقمنة تخلق ما يسمى اللاتزامنية وتعني امكانية الاستقبال الرسالة في أي وقت يناسب المستخدم.[2]

-تسمح الرقمنة بالقيام بالعملية الاتصالية على المستوى العالمي من خلال امكانية ارسال واستقبال مجموعات رقمية في سرعة هائلة ،حيث ان الرقمنة تنتشر عبر كافة دول العالم مما يسمح ايضا لرأس المال ان يتدفق الكترونيا .كما تتصدر وسائل الاتصال الرقمي كافة الوسائل الخرى في تقديم المعلومات المتعددة والمتنوعة التي تتميز بضخامة بشكل غير مسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات والمعرفة التي استفادة منه الاتصال الرقمي وساهمة في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطن كل المجالات

[1] نفس المرجع اليابق،ص84ن85.

[2] محمد عبد الحميد ،نفس الرجع السابق،ص82،81.

،وكل التخصصات ،نتيجة الخصائص التي تميزت بيها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات واهمها سعة التخزين وسهولة الاتاحة.[1]

[1]نفس المرجع السابق،ص83.

مدخل الى المؤسسات الخدماتية

تمهيد :

إن النمو الكبير الذي شهده قطاع الخدمات ،والمنافسة الشديدة بين مختلف مؤسساته اكدت على ضرورة تبني وتطبيق مفاهيم الرقمية لزيادة فعاليتها وكفاءتها ولهاذا تلقى الاتصال الرقمي اهتماما كبيرا من قبل المؤسسات ،كما زاد الاهتمام بالاتصال الرقمي بصفة خاصة من المؤسسات الخدمية وهاذا لتسهيل الخدمة على المواطن وكذلك للموظفين داخل أي مؤسسة.

وعليه تناولنا في هذا الفصل المفاهيم الأساسية للمؤسسة الخدماتية وخصائصها ومراحل تطورها :

اولا المؤسسة الخدماتية وخصائصها :

1-1 مفهوم المؤسسة الخدماتية :

ان تحديد مفهوم دقيق للمؤسسة الخدمية يتطلب منا تقديم مفهوم للمؤسسة بصفة عامة واخر للخدمة باعتبارها نتاج المؤسسة الخدمية وسبب وجودها ، وهناك عدة تعاريف للمؤسسة نذكر منها :

تعريف الدليل الاحصائي الفرنسي 1999الذي اعتبر انها كل وحدة قانونية متكونة من اشخاص طبيعيين يتمتعون بحرية اتخاذ القرارات في انتاج السلع والخدمات[1].

ويمكن تعريفها ايضا على انها وحدة اقتصادية تضم عددا من الاشخاص وتستخدم مختلف عناصر الانتاج لتحويلها الى مخرجات عن طريق قيامها بأنشطة وفعاليات وذللك بهدف اشباع حاجات ورغبات المستهلكين .[2]

وبالتالي فالمؤسسة الخدمية عبارة عن نظام يتكون من مجموعة من الاشخاص والوسائل المنظمة والمتفاعلة فيما بينها لإنتاج قيمة غير مادية لإشباع حاجات ورغبات العميل.

فالمؤسسة الخدمية هي كل مؤسسة يتحدد غرضها ألأساسي في تقديم خدمة للعميل ,ومن أمثلة مؤسسات تقديم الخدمة الفنادق ,المطاعم ,المستشفيات والمؤسسات المالية والتعليمية ومؤسسات الاتصالات بالإضافة الى مؤسسات خدمية أخرى متنوعة.

---

[1] R_Brenneman et S-Separi Economied'entreprise édition Dunod. paris، 2001، p22.

[2] احمد شاكر العسكري ،التسويق مدخل استراتيجي ،ط1،دار الشروق للنشر والتوزيع ،عمان 2000 ،ص15.

أما الخدمة فتتفق مجمل التعاريف على انها شيء غير ملموس وشراؤها لا ينتج عنه بالضرورة انتقال ملكية بمعنى نقل مادي للشيء او حيازته ، وإنما تتضمن عملية إنتاجها للحصول على منافع وفوائد[1].

1-2 وظائف المؤسسة الخدماتية :

ان جميع المؤسسات على اختلاف انواعها واحجامها وابعادها واهدافها واغراضها تطبق العملية الادارية في ممارسة نشاطها لكن هذا التطبيق من مؤسسة الى اخرى ومن مجال الى اخر لذلك لا بدلنا من ايضاح مبسط ومختصر لمنهجيات ممارسة العملية الادارية واساليبها في المؤسسات الخدماتية من اجل التمييز ولو بشكل مبسط بينها وبين كيفية ممارستها الانتاج السلعية وفيما يلي توضيح بسيط لعناصر العملية الادارية.

1-2-1 التخطيط :

ان احدى اهم التحديات التي تواجه المؤسسات الخدماتية هي التأكيد على ان مهمة ادارة المنتج الخدمي تتحصر في المحافظة على انتباه المستفيد من خدماتها وتركيزه في كل الاوقات وهذا مايتطلب من المؤسسة الخدماتية العمل الدائم على تطوير منتجها وخاصة في حالات لزوم استخدام التكنولوجيا الحديثة في تقديم الخدمة وفي حال تقديم الخدمات ذات المستوى العالي من الاتصال بين مقدم الخدمة وبين المستفيد منها.

ذلك يتوجب دوما على المؤسسات الخدماتية إعادة النظر في نظام التشغيل المتوفر لديها وبمدى ملائمته لتخديم العملاء ، وقدرته على توفير التسهيلات وإضافة ما هو جديد لزيادة جاذبية الخدمة ، وبتالي تسويقها بفاعلية أكبر وبما يحقق رضا الزبون لأن نجاح المؤسسة يتوقف على هذا الرضا ، والذي بدوره يتوقف على الخدمة الجوهر والخدمات التكميلية و الخصائص التي تعبر عن الأداء و الأسلوب المطلوب.
في تقديم الخدمة ناهيك بالزمان و المكان و الطريقة التي يتمكن بها العميل الحصول على الخدمة. وإن الطاقة الإنتاجية في غالب الأحيان في العديد من المؤسسات الخدماتية تكون غير مرنة أي يصعب تقديم الخدمات إضافية، لذا يجب تحديد درجة قدرة المؤسسة على جعل إنتاجها يفي بالطلب وبكافة متغيراته ولهذا ينبغي أن يكون هناك تخطيط مسبق لجعل عرض الخدمات أكثر استجابة لطلبات الزبائن، وأكثر ملائمة للشرائح الجماهيرية الواسعة.[2]

[1] احمد بن عيشاوي ،ادارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية، مجلة الباحث العدد الرابع ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2006 ص08.

[2] محمد ناصر ،ادارة المؤسسات الخدماتية ،جامعة دمشق للنشر والتوزيع ،ط1،سوريا 2007، ،2006،ص23.

- **2-2-1 التنظيم :**

يعد التنظيم أمرا هاما بالنسبة لأي مجموعة من الأفراد في أي مجال ذلك أن كفاءة تنظيم الجماعة التي تعمل في مجال معين تحدد مستوى المخرجات التي يمكن أن تقدمها للمستفيدين في هذا المجال، مثلا كما ارفع مستوى كفاءة العاملين في المؤسسة الخدماتية ، كلما توقعنا منهم الحصول على مستوى مرتفع من خدمات المقدمة للجماهير ويعد التنظيم من اهم الاسس العلمية في ادارة المؤسسات الخدماتية اذ ان كل مدير او مسؤول بحاجة الى تنظيم مرؤوسيه بالشكل الذي يحقق الواجبات المطلوبة من مجموع العاملين. وبما يحقق أهداف المؤسسة ويرى أرتست دال artest dal أنه فيما يختص بالتنظيم فإن المدير عليه أن يحدد المراكز الشاغرة التي تشتغل ، وطبيعة الواجبات والمسؤوليات المتعلقة بتلك الشواغل ، ويكون العمل الذي ينجزه أعضاء المؤسسة بالضرورة ذا علاقة متداخلة، ومن ثمة فإن أشكالا من تنسيق الجهود يجب أن تبذل ومن هنا فإن التنظيم يعني بنية تنظيمية تسمح بتنسيق جهود الأفراد وهكذا فإن التنظيم هو ترتيب للوظائف المتداخلة المطلوبة لتأدية مهمة معقدة في نظام موحد لمجموعة من الأنشطة ذات العلاقات المتداخلة، إن الدراسة التنظيم في المؤسسة خدماتية ما يمكن أن يصبح أكثر وضوحا من خلال عرض هيكلها التنظيمي ذلك أن الهيكل التنظيمي هو عبارة عن رسم هندسي يرمز إلى شبكة تمثل طرق تدفق المعلومات الرسمية ومستويات اتخاذ القرار والاتصال بالمؤسسة واختيار الهيكل التنظيمي هو في حقيقة الأمر يسهل عملية تحليل الوظائف، ويتيح وصفها وتحديد مواصفاتها، إذا برى خوش أن الهيكل التنظيمي يعمل على حل ثلاث مشاكل أساسية تواجه المؤسسة الخدماتية بشان الوظيفة [1]:

- مشكلة اختيار وضع الرجل المناسب في المكان المناسب.

- مشكلة تدريب الفرد للوظيفة.

- مشكلة تدريب الفرد للوظيفة .مشكلة وضع قاعد (معيار) ترفع الأجر المناسب للوظيفة. وبالإضافة إلى ذلك فإن تحديد الوظيفة و مواصفاتها يحدد شكل الاتصال وقنواته في المؤسسة كما يحدد المستويات الإدارية القادرة على اتخاذ القرار فيها ، وعلى قدر ما توفره المؤسسة الخدماتية من تنظيم جيد في بيتها على قدر ما تؤدي المؤسسة عملها بكفاءة، وعندما يحتل البناء التنظيمي للمؤسسة الخدماتية . ان إعادة التعليم يصبح ضرورة حتى يمكن للمؤسسة أن تقوم بتحقيق الأهداف التي قامت من أجلها وتجدر الإشارة إلى أن هناك ثلاثة أنماط من التنظيم في المؤسسات الخدماتية وهي : القط يعتمد على المركزية ، بحيث تتجمع السلطات واتخاذ القرارات في قمة الهرم التنظيمي ومن ثم فإن أشكال الاتصال تتبع

1محمد ناصر ،نفس المرجع السابق،ص25ن26

هذا النمط ، ونمط أخر يعتمد علي اللامركزية بحيث يعطي للأقسام أو المراقبات مسؤوليات محددة تتيح لها نوع من المرونة في استخدام المسئولية واتخاذ القرار، والنوع الثالث يمزج بين الأسلوبين وهو يتيح لكل مؤسسة أن تعمل مستقلة ومهما كان نوع التنظيم المعمول به في المؤسسة الخدماتية فان ا لمؤسسات الخدماتية يجب ان تراعي بعض الاعتبارات في القانون الخاص بتنظيم العمل فيها :

أن تكون أهداف المؤسسة واضحة وليس بها أي غموض حتى يمكن أن تتعرف الإدارة على أهداف المؤسسة بوضوح كامل.

أن يتم تحديد سلطات إدارة المؤسسة الخدماتية بطريقة سلطة واضحة تمكن القائمين عليها من إدارتها .تحديد السلطات المشرفة على المؤسسة الخدماتية تخضع لسلطات متعددة قبل لابد أن تحدد العناصر التي تقوم بالإشراف والرقابة على المؤسسة الخدماتية.

أن يكون الشكل القانوني للمؤسسة الخدماتية مرنا بحيث يسمح بإعادة التنظيم أي كلما حدثت مشكلة أمكن حلها نتيجة المرونة القانون

لابد أن يلاحظ الشكل القانوني للمؤسسة الخدماتية على التوازن بين مطلبين :

-قدر كافي من التوجيه و الرقابة.

-الاستقلال المالي والإداري.[1]

1-2-3القيادة :

إحدى الوظائف الإدارية المكملة للوظائف الإدارية الرئيسية التي يقوم بها المدير، ويلقى موضوع القيادة الاهتمام الكبير من جانب الباحثين ورجال الإدارة ويرجع ذلك إلى الدور الذي يلعبه العنصر البشري في المؤسسة من حيث المحافظة على المؤسسة ونجاحها واستمرارها وزيادة عائداتها،فالقيادة ضرورية في كل المؤسسات سواء في القطاع الاقتصادي أو الخدماتية ، وأيضا في كل المجالات الإدارية ، لذلك نرى أن الكثير من المؤسسات الناجحة يرجع سر نجاحها إلى نجاح قادتها في التأثير على مرؤوسيهم وتحفيزهم على تقديم أقصى طاقات لديهم وفي توحيد جهود العاملين واستمالتهم حتى يقبلون على أعمالهم عن رغبة واقتناع، فالقيادة هي فن التوجيه والتنسيق وتشجيع الأفراد والجماعات لبلوغ الأهداف المنشودة بنجاح، وعلى الرغم من اشتراك معظم قادة المؤسسات في ممارسة كافة أنماط القيادة المعروفة إلا أن قيادة المؤسسات الخدماتية تتميز بما يلي :

[1] محمد ناصر ،نفس مرجع السابق،ص24.

القبول بثورة التغيير لأن تحقيق أهداف المؤسسة مرهون بمستوى رضا العميل عن الخدمة التي وعد بالحصول عليها وبالتالي في حال عدم الاستجابة للتعبير تفشل المؤسسة.

تركيز الجهود الإدارية على التلاؤم مع المستجدات من أجل التمكن دائما من ملائمة أهداف المؤسسة في كافة الأوقات والأمكنة والظروف .

فسح المجال للابتكار ومنح قدر أكبر لحرية لمن يشكلوا حلقة الاتصال الفاعلة و الواجهة المباشرة للمؤسسة مع العملاء .

الالتزام بقيم مشتركة للعمل الجماعي ومنح الإلهام والحافز والاندماج والاستعداد للمشاركة والمبادرة و التحسس لتفعيل عملية تقديم الخدمة وتطويرها.[1]

4-2-1الرقابة:

تكمن أهمية الرقابة والحاجة إليها بوصفها إحدى الوظائف الإدارية الرئيسية ، فالمؤسسة باعتبارها وحدة اجتماعية هادفة، تمارس مهمات وأدوار مختلفة لتحقيق الأداء المطلوب وغالبا ما تواجهها عند قيامها بذلك الانحرافات الايجابية و السلبية قياسا بالخطط التي تعتمدها المؤسسة لتحقيق أهدافها ، فقد يكون الإنحرانف الذي تفرزه عملية الرقابة مقصودا (إيجابيا) أو غير مقصود (سلبيا) تبعا لطبيعة المتغيرات التي تملي مثل المواقف لذلك لابد من وجود نظام رقابي فعال يقوم على أساس تمكين المؤسسة من تنفيد خططها، وتبرز أهمية الرقابة بشكل كبير في المؤسسات الخدماتية حيث أنها تتسم بتشعب وتشابك وتعقيد الأنظمة فيها بما يؤدي بدوره إلى وجود انشطة رقابية لازمة لتوجيه فعاليات المؤسسة نحو تحقيق أهدافها فبقاء المشكلات التي لا يمكن تجاوزها بدون إتخاذ الإجراءات الكفيلة بشأنها يؤدي في الغالب إلى عرقلة اسباب اداء فعاليات المؤسسة الخدماتية . [2]في تقديم الخدمة

3-1خصائص المؤسسة الخدماتية :

تختلف طبيعة الخدمة عن طبيعة السلعة وبالتالي فان المؤسسة التي تنتج الخدمة تختلف عن المؤسسة التي تنتج سلعا مادية هذا ما جعل المؤسسة الخدمية تتميز بمجموعة من الخصائص اهمها : اتباع مدخل شمولي لكل الانشطة الوظيفية يقوم على وجود مجموعة من الاهداف والقيم الواضحة والنظر الى تلك الاهداف على انها اهداف استراتيجية يجب العمل على تحقيقها حتى خلال الفترات الصعبة.

[1]خليل محمد حسن الشماع ،نظريات المنظمة,دار المسيرة لنشر والتوزيع ،ط2006،1،ط2005،2،ط2007،3،ص219.

[2]خليل محمد حسن الشماع،نفس مرجع السابق،ص313.

ان تؤخذ جودة الخدمة على انها محور رئيسي يجب الثبات والانتظام في تقديمها بذات المستوى من خلال مدى واسع من العلاقات والتفاعلات التي ترضى او تفوق توقعات عملاء المؤسسة.

-ان يكون العميل هو المحور الرئيسي لحركتها وان تعمل على بناء والحفاظ وتدعيم علاقات مستمرة في الاجل الطويل مع عملائها.[1]

-كما تتميز المؤسسة الخدمية بحاجاتها المستمرة الى المعلومات الصحيحة والمراقبة الدقيقة لبيئتها حتى تستطيع التخطيط لأنشطتها التسويقية بسبب الطبيعة غير الملموسة لمنتجاتها وطبيعة العمل الذي تمارسه هذه المؤسسة هذه المؤسسات والتي تحتاج الى عمليات الاقناع اكثر من غيرها وبسبب ما تتميز به منتجاتها من انتاج وتقديم وانتفاع في وقت واحد وبشكل متتابع .[2]

-تقوم المؤسسات الخدمية بتحويل تشكيلة من المدخلات المادية وغير المادية الى مخرجات قد ترتبط بها كيانات مادية تتبلور من خلالها الخدمة المقدمة الا ان هذا لا يعني تحولها الى مخرجات مادية فخدمة التعليم مثلا تستلزم وجود مباني تعليمية الا انها في حد ذاتها ليست ملموسة لكونها معارف ذهنية عليا وخبرات تعلم لا يمكن تحديد ابعادها ماديا كذلك تستلزم الخدمات البنكية والتأمينية وجود كيانات مادية تمارس من خلالها الا انها في حد ذاتها نتائج وتجارب وخبرات غير ملموسة.

-وبالمثل يمكن ادراك طبيعة العديد من مؤسسات الخدمات الاخرى كالمستشفيات ومؤسسات النقل والشحن ومراكز المعلومات والمكاتب القانونية ووحدات الشرطة والامن ومؤسسات الاتصالات والمؤسسات الفندقية وهيئات البريد ...وغيرها.[3]

-كما تتميز المؤسسة الخدمية بان عملائها يحصلون على ما يطلبونه من خدمات في اماكن انتاجها بل ويشاركون احيانا في انتاجها مشارة مباشرة ولا يمكنهم امتلاك ما يحصلون عليه من خدمات وتخزينها بالإضافة الى المخرجات الخدمية لتلك المؤسسات يتعذر تنميطها فهي دائما متغيرة ومتنوعة حسبة مطلبه كل عميل او كل مجموعة من العملاء.

---

[1] سعيد محمد المصري، ادارة وتسويق الانشطة الخدمية ،المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية الاسكندرية ،2002،ص2002.

[2] زكي خليل، المساعد تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط1 دار المناهج للنشر والتوزيع ،عمان 2003،ص 27 .

[3] سعيد محمد المصري ،مرجع سابق، ص 28،29.

-وتتميز المنافسة التي تواجهها المؤسسات الخدمية بكونها منافسة شديدة وحادة ومعدل التقليد فيها مرتفع كما وان الميزة التنافسية النسبية في تلك المؤسسات تعتمد بالدرجة الاولى على عوامل ثلاثة رئيسية :

-مستوى الجودة الشاملة للخدمات المقدمة كما يقدرها العميل وليس مقدمة خدمة.

-درجة تمييز الافراد العاملين في المؤسسة.

-التكنولوجية المعلوماتية المرتبطة بإنتاج وتقديم الخدمة للعملاء واستخدامهم لها.

*1-4*مراحل تطور المؤسسة الخدماتية :

تمر المؤسسة الخدمية بمجموعة من المراحل خلال دورة حياتها , بدءا بمرحلة تأسيس وانتهاء عند مرحلة الانحدار ومحاولة تجديد النشاط , وستنطرق بالتفصيل الاهم مميزات وخصائص كل مرحلة فيما يلي [1]:

مرحلة الاولى :

مؤسسة الاصل تعرف هذه المرحلة بمرحلة البناء او والتأسيس وتتعلق بإجاد وتحديد حاجات ورغبات جديدة لتلبيتها من خلال التنسيق بين المجموعة من الوسائل سواء كانت مادية او معنوية لتقديم خدمة جديدة او خدمة موجودة مسبقا ولكن بتركيبة وخصائص مختلفة .

وفي هذه المرحلة يجب على المؤسسة الخدمية الالتزام بالخطوات التالية :

-إقامة وتوطيد مفهوم الخدمة.

-تحديد مستوى عرض الخدمة المطلوب او الازم.

- تحديد الفئات المستهدفة.

- تحديد نظام الانتاج ووضعه قيد التطبيق داخل المؤسسة .

ويتوقف نجاح هذه المرحلة على قدرة المؤسسة الخدمية على تحديد وتطوير الافكار الانتاجية في صناعة الخدمات .

[1] هاني محمد الضمور ،تسويق الخدمات ،ط1،دار وائل لنشر والتوزيع ،عمان،2002،ص57.

المرحلة الثانية :

التطور الجغرافي وتنظيم العقلاني للفروع [1]:

هدف المؤسسة الخدمية في هذه المرحلة اختبار التشكيلة او الصياغة التنظيمية التي تسمح لها بإعادة انتاج الخدمة الاصلية في المؤسسة بطريقة تضمن نمو والمردودية ويجب على المؤسسة الخدمية في هذه المرحلة الالتزام بالنقاط الاساسية التالية :

- تنميط مختلف النشاطات الانتاجية لتسهيل عملية اعادة انتاج الخدمة.

- تحديد معايير الخيارات الانتاجية المتاحة.

- تحديد الاحتياجات المالية للمؤسسة واختيار مصادر التمويل.

- تحديد نوع الموارد البشرية المطلوبة في كل وحدة من وحدات المؤسسة.

- اما الخصائص الأساسية لهذه المرحلة فهي تتعلق بطرق التسيير وتحليل والانضباط.

بعد تحديد المؤسسة لكل من مفهومها للخدمة وصيغتها التنظيمية ستنتقل الى مرحلة اكثر تتطورا وسرعة وهي مرحلة النمو.

المرحلة الثالثة :

النمو في هذه المرحلة قد يكون النمو سريعا جدا مما يساعد المؤسسة الخدمية على توسيع حجم نشاطها والانتقال من سوق محلى صغير الى تغطية كل التراب الوطني مع إمكانية استعمال وسائل اعلام واتصال اخرى تسمح لها باستثمار صورتها بشكل افضل كما يسمح لها توسيع نشاكها وانتشارها الجغرافي السريع واستفادة من اقتصاديات السلم هذا واستراتيجيات السرعة ميزة حماية لبعض المؤسسات الخدمية في تقليد منتجاتها من طرف المؤسسات المنافسة لها وتتمثل العناصر الاساسية لهذه المرحلة في:

-اختيار شكل التمويل لتغطية نفقات وتكاليف التوسع والنمو.

-اختيار طريقة النمو والتوسع المناسبة انشاء وحدات جديدة او شراء مؤسسات موجودة مسبقا.

-بناء شبكة عمل فعالة ووضع نظام للغابة.

[1] هاني محمد الضمور ،نفس المرجع السابق ،ص58.

-انشاء الوظائف الاساسية للمؤسسة التي تسمح بتطبيق سياسات المؤسسة وتزود وحداتها المختلفة بأنجح الوسائل الازمة لتقديم خدمات بمستوى عالي من الجودة والابداع.

-تعد هذه المرحلة جد ديناميكية وعملية بالنسبة للمؤسسة وتحميسيه لعمالها لانهم سيستفيدون من فرص وامتيازات اضافية من نمو مؤسستهم وتوسعها وتنتهي هذه المرحلة عندما يتشبع السوق المستهدف.[1]

المرحلة الرابعة:

النضج في هذه المرحلة يتسم نشاط المؤسسة الخدمية بالاستقرار حيث يتوقف نمو رقم اعمالها وبصعب على المؤسسة الحصول على عملاء جدد وبتالي توسيع حصتها السوقية ويصبح من الصعب انشاء أي مؤسسات جديدة ذات مردودية في اسواق ضيقة او صغيرة جدا .

في هذه المرحلة تظهر مجموعة من المخاطر :

-الفتور واهمال مراقبة التكاليف بدقة.

-تكاليف اضافية ناتجة عن غزو اسواق فرعية.

امكانية ارتفاع معدل تاركي العمل الاكثر فعالية نتيجة تخوفهم من توقف نمو المؤسسة وتطورها في المستقبل وبتاليي على المؤسسة ان تحتفظ دائما بقدرتها على توسيع نشاطها وتنوعه .

اما الشروط الاساسية لنمو المؤسسة بنجاح في هذه المرحلة فهي :

تطوير سياستها التسويقية والاتصالية لتحافظ على عملائها وتمييز في عرض خدماتها من اجل التصدي للمنافسة القدرة على التجديد وتطوير خدماتها وتنويعها[2] .

[1] توفيق ماضي محمد،تطبيقات ادارة جودة شاملة في منظمات الخدمية،منشورات المنظمة العربية لتنمية الاداري،القاهرة،2000،ص16.

[2] هاني محمد الضمور،نفس المرجع السابق،ص59.

الفصل الثالث

الاطار التطبيقي

تمهيد:

وفق ما تناولناه في الاطار المنهجي والاطار النظري ,تطرقنا في هذا الفصل الى اسقاط الدراسة المنهجية والنظرية ميدانيا من خلال دور الاتصال الرقمي في المؤسسة الخدمية نفطال بولاية المدية ,وتطرقنا في هذا الفصل الى العناصر التالية :

- تعريف بمؤسسة نفطال
- منتجات مؤسسة نفطال
- العملاء
- مهام مؤسسة نفطال
- الهيكل التنظيمي لمؤسسة نفطال

الاتصال الرقمي بمؤسسة نفطال ولاية المدية

***1*-تعريف مؤسسة نفطال :**

تسمى هذه المؤسسة بالشركة الوطنية لتسويق وتوزيع المواد البترولية باختصار نفطال**NAFTAL** هي مؤسسة عمومية جزائرية تابعة لمجموعة سوناطراك بنسبة100% مجال نشاطها نقل إنتاج وتوزيع كل انواع الوقود ،حولت الى شركة اسهم والتي تخضع الى القوانين والتنظيمات السارية المفعول لاسيما القانون التجاري المعدل والمتمم الأمر رقم 01-04 المؤرخ في 20 \08\2001 المتضمن تنظيم تسيير وخوصصة المؤسسات الاقتصادية.[1]

[1] نفطال .https://ar.wikipedia.org/wiki/

يقع المقر الرئيسي للمؤسسة في الشراقة الجزائر العاصمة ورمزها يتكون من 5خطوط تمثل فروع مؤسسة نفطال وهي فرع الوقود، فرع الغاز المميع ،فرع الزيوت ،فرع الزفت والعجلات وأخيرا فرع الشراكة ونشاطات الدولية الدور الرئيسي لشركة نفطال هو تسويق وتوزيع المواد البترولية ومشتقاتها عبر كامل التراب الوطني .

2منتجات شركة نفطال :

تقوم نفطال بتوزيع وتسويق مجموعة البترولية والتي تتمثل في :

الوقود بكل انواعه(البنزين مازوت بنزين بدون رصاص ممتاز..)

- الزيوت والمنتوجات المتخصصة .
- الزفت .
- العجلات المطاطية.
- الغاز GPL
- وقود الطياران والسفن ومواد الشحيم.

3-العملاء:

تتعامل مؤسسة نفطال على ثلاث انواع من الزبائن في نفطال :

1.محطة الخدمة وتنقسم الى اربع فئات :

-الادارة المباشرة DG

-التنظيم الحر GL

-نقاط البيع المتعددة PVA

-موزع العادية

2.الاستهلاك الضخم وتشمل:

-المؤسسات الوطنية والاجنبية

-الشركات والمؤسسات الصغرى

3. التجار والموزعين:

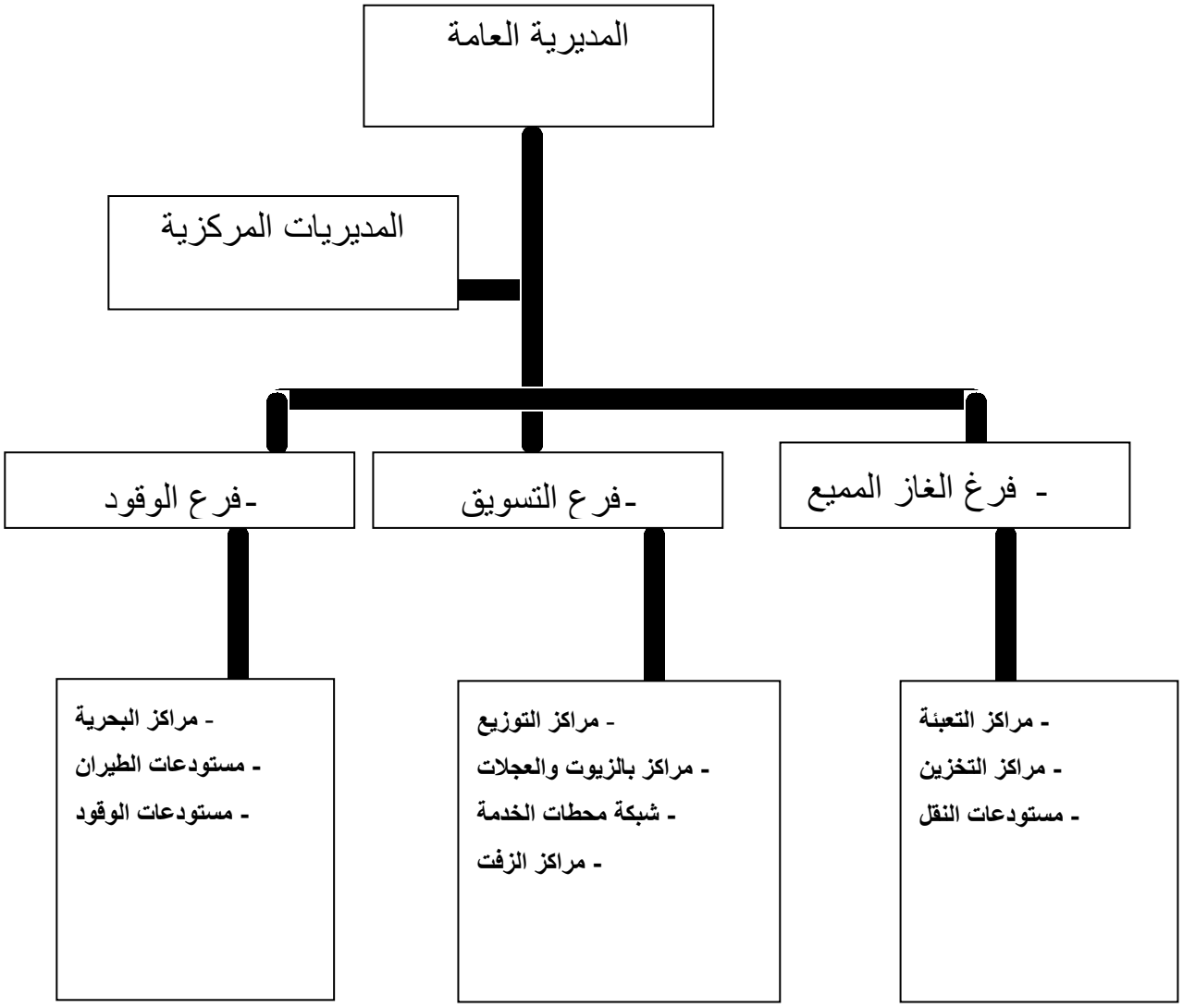
وهم الافراد الذين يحم لون المنتجات النفطية ويقومون ببيعها لحسابهم الخاص.

4-مهام شركة نفطال :

- تنظيم وظيفة التسويق وتوزيع المنتجات البترولية ومشتقاته .
- تخزين ونقل المنتجات البترولية وتوزيعها في كامل التراب الوطني
- الحرص على الاستعمال العقلاني للواد الطاقية
- تطوير هياكل التخزين والتوزيع لضمان تغطية أحسن لكامل التراب الوطني
- ضمان صيانة كل التجهيزات التي هي في حوزتها .[2]

[2] /https://ar.wikipedia.org/wiki.

-الهيكل التنظيمي لمؤسسة نفطال :



المصدر :من وثائق مصلحة التسويق

قراءة وتفسير الجداول

1/البيانات الاولية :

1-1-توزيع العينة حسب متغير الجنس :

الفئة	التكرار	%النسبة
ذكر	33	75%
انثى	11	25%
المجموع	44	100%

التحليل :

يوضح الجدول اعلاه ان عدد الذكور33 وهي اعلى نسبة ب75%, ثم يليها عدد الإناث 11 بمفردة وهي اقل نسبة ب25 %من الإناث

الجدول2 :

2-1 – توزيع العينة حسب متغير السن :

الفئة	التكرار	النسبة%
اقل من 30سنة	9	20,45%
من30الى 40 سنة	17	38,64%
من 41فما فوق	18	40,91%
المجموع	44	100%

من خلال الجدول رقم2 والذي يبين توزيع الموظفين حسب متغير السن نلاحظ ان عدد الفئات الذين اعمارهم من 41 فما فوق هي اكبر فئة قدرت ب18 مفردة بنسبة 40.91% , ثم نجد فئة من 30الى 40 سنة عددهم 17 مفردة بنسبة 38.64%, و اخر فئة الذين هم اقل من 30 سنة عددهم 9 مفردات بنسبة 20.45% وهي اقل نسبة .

الجدول 3 :يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي :

المستويات	التكرار	النسبة%
متوسط	0	0%
ثانوي	13	29,55%
جامعي	31	70,45%
المجموع	44	100%

من خلال النتائج الموضحة في الجدول اعلاه نلاحظ ان المستوى الجامعي قدر عدد تكراره ب31 وبنسبة 70.45**%** وهي اعلى نسبة من بين المستويات, يليها المستوى الثانوي حيث عدده ب13 وبنسبة **29.55%** , ثم اخر مستوى المتوسط حيث كانت نسبته0% أي ان مستوى المتوسط كان غير موجود نهائيا.

الجدول4 :يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الأقدمية في العمل :

الأقدمية	التكرار	النسبة%
آقل من5سنوات	**4**	**9,09%**
من6الى 10سنوات	**8**	**18,18%**
من11 الى 20سنة	**14**	**31,82%**
اكثر من 20 سنة	**18**	**40,91%**
المجموع	**44**	**100%**

نلاحظ من خلال الجدول اعلاه ان فئة اكثر من 20 سنة قدر عدد تكراراتها ب18 مفردة وهي اكبر نسبة والتي قدرت ب40.91%, تليها فئة من 11 الى 20 سنة والتي كان عدد تكراراتها 14 مفردة بنسبة 31.82%, ثم من 6 الى 10 سنوات **كان** عدد تكرارها ب8 مفردة بنسبة 18.18%, اخر فئة اقل من 5 سنوات والتي كان عدد تكراراته 4 مفردات بنسبة 9.09%وهي اقل نسبة.

2-المحور الاول :دور الرقمنة في تحسين مستوى مؤسسة نفطال لولاية المدية.

الجدول 5 :

استخدام جهاز الحاسوب في العمل حسب المستوى التعليمي:

الإجابة/المتغير	نعم		لا		المجموع	
	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة %
متوسط	0	%0	0	%0	0	%0
ثانوي	13	29.55 %	0	%0	13	29.55 %
جامعي	29	65.90 %	2	4.55%	31	70.45 %
المجموع	42	95.45 %	2	4.55%	44	%100

يوضح الجدول اعلاه ان عدد العمال الذين هم ذو مستوى تعليم ثانوي بلغ 13 عامل بأعلى نسبة قدرت 29،55% من الذين يستخدمون الحاسوب في عملهم, بينما نجد عدد العمال الذين هم ذو مستوى تعليم الجامعي بلغ 29 عامل بنسبة قدرت 65،90% من الذين يستخدمون الحاسوب في العمل, في حين نجد هناك عاملين فقط ذو مستوى تعليم الجامعي لا يستخدمون الحاسوب في العمل **بنسبة** 4،55% .

التحليل الكيفي

يبين لنا الجدول أن الموظفين الذين هم ذو مستوى تعليم ثانوي وجامعي, يستخدمون الحاسوب في عملهم يوميا وذلك نظرا لأن الحاسوب حاجة ضرورية في كل مؤسسة ولا يمكن الاستغناء عنه ,بحيث لا يمكن القيام بالأعمال دون توفره في المؤسسة ,ولأنه ايضا يوفر عناء الجهد والوقت في حين نجد عاملين فقط لا يستخدمونه وذلك لان طبيعة عملهم لا تتطلب وجود حاسوب للقيام به .

الجدول6 :تقيم نسبة الرقمنة في المؤسسة الأقدمية في العمل :

الإجابة/التكرار	عالية		متوسطة		ضعيفة		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة %	التكرار	النسبة%
اقل من 5سنوات	1	%2،27	3	%6،82	0	%0	4	%9،09
من6الى10سنوات	5	11،36 %	3	%6،82	0	%0	8	18،18 %
من11الى20سنة	11	%25	3	%6،81	0	%0	14	%82،31
مكثر من20سنة	10	22،73 %	7	15،91 %	1	%2،27	18	40،91 %
المجموع	27	61،36 %	16	36،36 %	1	%2،27	44	%100

يوضح الجدول ان عدد العمال الذين يعملون في المؤسسة منذ اقل من 5سنوات نسبة تقييمهم للرقمنة بصفة متوسطة بلغ عددهم 3مبحوثين بأكثر نسبة قدرت ب 6،82% في حين نجد مبحوث واحد فقط قيم نسبة الرقمنة بصفة عالية أقل نسبة قدرت ب2،27% ،اما بالنسبة لعدد العمال الذين يعملون في المؤسسة من 6ال 10سنوات نسبة تقييمهم للرقمنة بصفة عالية بلغ عددهم 5مبحوثين بأكبر نسبة قدرت ب 11،36% في حين نجد 3مبحوثين قيمو نسبة الرقمنة بصفة متوسطة باقل نسبة قدرت ب6،81%، بينما عدد العمال الذين يعملون في المؤسسة من 11الى 20سنة نسبة تقييمهم للرقمنة بصفة عالية بلغ عددهم 11مبحوث بأكبر نسبة قدرت ب25% في حين نجد 3مبحوثين قيمو نسبة الرقمنة بصفة متوسطة بأقل نسبة قدرت ب6،81%، حيث نجد ان العمال الذين يعملون في المؤسسة منذ اكثر من 20سنة قيمو نسبة الرقمنة بصفة عالية بلغ عددهم 10مبحوثين بأكبر نسبة قدرت ب22،73%، في حين نجد مبحوث واحد فقط قيم نسبة الرقمنة بصفة ضعيفة بأقل نسبة قدرتب2،27%، ولدينا 7مبحوثين قيمو نسبة الرقمنة بصفة متوسطة بنسبة قدرت ب15،91%.

التحليل الكيفي :

نلاحظ ان الموظفين الذين يعملون بالمؤسسة من6 الى10 سنوات ومن 11 الى 20 سنة والذين يعملون اكثر من 20سنة يقيمون الرقمنة في المؤسسة بنسبة عالية ويرجع ذلك الى أن الرقمنة في الوقت الحالي أصبحت تشمل نطاق واسع في جميع أنحاء العالم كما أنها تتيح تفاعل قوي وإمكانية توفير للمعلومات بين كل الموظفين فيما بينهم أو بين مؤسسة ومؤسسة أخرى بكل سهولة وسرعة فورية دون الحاجة للتنقل أو السفر للحصول عليها, بينما نجد الموظفين الذين يعملون في مؤسسة منذ أقل 5 سنوات يقيمون الرقمنة بنسبة متوسطة ويعود ذلك لأنهم قد لا يعرفون كيفية إستخدام الرقمنة في المؤسسة أو لا يعطوها أهمية من أساس.

الجدول 07 توفير وسائل الاتصالات الرقمية في المؤسسة

التكرار/الإجابة	التكرار	النسبة%
نعم	**44**	**100%**
لا	**0**	**0%**
المجموع	**44**	**100%**

يوضح الجدول اعلاه ان العمال الذين أجابوا بأن المؤسسة تتوفر بها وسائل رقمية قد بلغ عددهم 44مستجوب بأكبر نسبة ب100%,في حين لا نجد أي مستجوب قال بان المؤسسة لا تتوفر بها وسائل اتصال رقمية .

التحليل الكيفي :

رأينا أن كل الموظفين قالوا بأن المؤسسة تتوفر بها وسائل الإتصال الرقمية، ويدل هذا على ان المؤسسة أكثر التزاما وانضباطا إتجاه كل ما تقدمه والعمل على تقديمه بأحسن صورة كما أنها تعطي كل إهتمامها لتطوير من الأداء الوظيفي فيها وإكتساب مهارات جديدة من خلال إستعمال وتوفير وسائل متعددة للإتصال الرقمي لموظفيها.

الجدول8 :مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين مستوى المؤسسة

التكرار/الإجابة	التكرار	النسبة%
نعم	**41**	**93,18%**
لا	**3**	**6,82%**
المجموع	**44**	**100%**

يوضح الجدول اعلاه ان عدد العمال الذين قالوا بأن الرقمنة ساهمت في تحسين مستوى المؤسسة بلغ 41مبحوث بأكثر نسبة قدرت ب93.18%،بينما نجد 3مبحوثين فقط قالوا ان الرقمنة لم تساهم في تحسين مستوى المؤسسة بأصغر نسبة قدرت ب6.82%.

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال الجدول بأن هناك 41عاملا يتفقون بأن الاتصال الرقمي له مساهمة كبيرة في تحسين مستوى المؤسسة ،وهاذا في نظرنا راجع الى دقة الاعمال التي ينجزها العاملين باعتبارهم يتحصلون على المعلومات في الوقت والمكان المناسب ،الامر الذي يكون له تأثير على جودة العمل المنجز، ليبقى ثلاثة أفراد فقط يرون عكس ذلك ،وهذا راجع في نظرنا الى عدم تقبل هؤلاء لأسلوب العمل الالكتروني ،الأمر الذي يجعلهم ينظرون نظرة سلبية للاتصال الرقمي داخل المؤسسة.

الجدول 09 :اهمية الاتصال الرقمي في ادارة المؤسسة

التكرار/الإحتمالات	التـكرار	النـسبة%
توفر المعلومات حول مختلف الانشطة	**23**	**52,27%**
خلق تفاعل تعاوني عملي	**9**	**20,45%**
تعزيز الثقة المصداقية	**12**	**27,21%**
المـجمـوع	**44**	**100%**

يوضح الجدول اعلاه ان عدد العمال الذين قالو بان الاتصال الرقمي يوفر المعلومات حول مختلف الانشطة بلغ 23مفردة بأعلى نسبة قدرت ب52.27%,ثم يليها عدد العمال الذي قالو بان الاتصال الرقمي يعزز الثقة والمصداقية ب12مفردة بنسبة27.21%,بينما نجد العمال الذين قالوا ان الاتصال الرقمي يخلق تفاعل تعاوني عملي قد بلغ عددهم 09مفردات بأقل نسبة قدرت ب20.4%.

التحليل الكيفي :

الذي لاحظناه من خلال الجدول أن هناك 23عاملا يتفقون ان الاتصال الرقمي له مساهمة كبيرة في توفير المعلومات حول مختلف الأنشطة داخل المؤسسة ،وهاذا راجع في نظرنا الى سهولة تبادل المعلومات وسرعة تدفقها بين العاملين في مختلف المستويات اذا تم الاعتماد على وسائل الاتصال الرقمي بمختلف انواعها (الأنترنت، البريد الالكتروني...الخ)،ثم نلاحظ بأن هناك 12 عاملا يتفقون على أن الاتصال الرقمي من شأنه أن يعزز الثقة والمصداقية

بين العاملين ،وهذا راجع في نظرنا الى دقة الوسائل المستخدمة التي يمكنها ان تسجل وتوثق كل المعلومات المتبادلة بين العاملين ،ليبقى في الأخير 09 عامل يتفقون على ان وسائل الاتصال الرقمي من شأنها ان تخلق جو تعاوني تفاعلي ،وهذا راجع في نظرنا الى تلك الثقة والمصداقية التي تنجر من استخدام العاملين لوسائل الاتصال الرقمي، الامر الذي يكون له دور كبير في تحقيق فعالية العمل الجماعي داخل المؤسسة.

الجدول 10 :الاضافة التي قدمها الاتصال الرقمي في المؤسسة حسب الاقدمية في العمل

الإجابة/ا لمتغير	معارف الأفراد		اساليب العمل		السرعة		المرونة في العمل		المجموع	
	ا لتكرار	النسبة%	ا لتكرار	النسبة%	ا لتكرار	النسبة%	ا لتكرار	النسبة%	ا لتكرار	النسبة%
اقل من 5سنوات	0	%0	0	%0	0	%0	4	9،0 %9	4	9،0 %9
من6سنوا ت الى10	0	%0	1	2،2 %7	4	9،0 %9	3	6،8 %2	4	18، %18
من11الى 20سنة	1	2،2 %7	3	6،8 %2	5	11، %36	5	11، %36	14	31, 82%
اكثر من20سنة	4	9،0 %9	4	9،0 %9	6	13، %64	4	9،0 %9	18	40, 91%
المجموع	5	11، %36	8	18، %18	15	34، %09	16	36، %36	44	100 %

يوضح الجدول اعلاه ان الموظفين الذين يعملون في المؤسسة منذ اقل من 5سنوات يرون ان الاتصال الرقمي قدم اضافة للمؤسسة من ناحية المرونة في العمل بحيث بلغ عددهم

4مفردات بأعلى نسبة قدرت ب9،09%، بينما لا نجد أي موظف قال يان الاتصال الرقمي يقدم اضافة من ناحية معارف الافراد واساليب العمل او السرعة وكانت نسب منعدمة اما بالنسبة للموظفين الذين يعملون في المؤسسة من 6 الى 10سنوات يرون ان الاتصال الرقمي يقدم اضافة للمؤسسة من حيث السرعة بلغ عددهم 4مبحوثين بأعلى نسبة قدرت ب9،09%، ثم يليها 3مفردات من قالوا ان الاتصال الرقمي يقدم اضافة من ناحية المرونة في العمل بنسبة6،82%,بينما نجد مبحوث واحد فقط من قال ان الاتصال الرقمي يقدم اضافة من ناحية اساليب العمل بنسبة 2،27%، اما الموظفين الذين يعملون في المؤسسة منذ 11الى 20سنة يرون ان الاتصال الرقمي قدم اضافة للمؤسسة من ناحية السرعة والمرونة في العمل قد بلغ عددهم 10مبحوثين بنسبة 22،72%، ينقسمون كما يلي 5مبحوثين قالوا ان الاتصال الرقمي يقدم الاضافة من ناحية السرعة بنسبة 11،36%، بينما 5مبحوثين قالوا ان الاتصال الرقمي يقدم اضافة من ناحية المرونة في العمل بنسبة 11،36%، في حين نجد 3مبحوثين يرون ان الاتصال الرقمي قدم اضافة من ناحية اساليب العمل بنسبة 21.43%, وفي الاخير نجد مبحوث واحد فقط من يرى ان الاتصال الرقمي قد قدم اضافة من ناحية معارف الافراد بنسبة6،82%.

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال الجدول أن اغلبية العملاء الذين لديهم خبرة (تفوق 20سنة ومن 11الى 20سنة) يرون ان الاتصال الرقمي زاد من معارفهم بنسبة قدرت 40.91%،وهاذا راجع في نظرنا الى سهولة عملية الاتصال فيما بينهم ،الامر الذي يجعلهم يتبادلون المعارف والخبرات وبالتالي اكتسابهم مهارات ومعارف جديدة ،كما نلاحظ بأن هناك 08أفراد اتفقوا على أن الاتصال الرقمي كان له دور في تحسين اساليب العمل ،وهذا راجع في نظرنا الى مساهمة وسائل الاتصال الرقمي في إمكانية تناقل كميات هائلة من البيانات والمعلومات بين العاملين ،الامر الذي يحسن أسلوبهم في العمل ويحسن أدائهم ،وحين نلاحظ ان العمال الذين يرون

بأن لوسائل الاتصال الرقمي مساهمة في انجاز الأعمال بسرعة فائقة ،وهذا راجع في نظرنا الى مدى تفادي مضيعات الوقت التي قد يترتب حدوثها لو تم انجاز الأعمال بالطريقة اليدوية ،ولكن الوسائل الرقمية تختصر ذلك مما يساهم في تحقيق كفاءة وفعالية إدارة الوقت وبالتالي سرعة الاعمال المنجزة ،اما بالنسبة للعملاء الذين يرون بان الاتصال الرقمي له دور كبير في تحقيق المرونة في العمل راجع الى أهمية المعارف والمهارات التي يكتسبها العاملين والتي تجعلهم أكثر استجابة للتحديات المرتبطة بعملهم.

الجدول 11 : تسهيل الاتصال الرقمي عملية التواصل بين مختلف هياكل المؤسسة

التكرار/الإجابة	**التكرار**	النسبة%
نعم	**43**	**97,73%**
لا	**1**	**2,27%**
المجموع	**44**	**100%**

يوضح الجدول اعلاه ان عدد العمال الذين اجابوا بان الاتصال الرقمي يسهل عملية التواصل بين مختلف هياكل المؤسسة قد بلغ 43مستجوب وهم بأعلى نسبة قدرت ب97.73%,في حين نجد مستجوب واحد فقط اجاب بان الاتصال الرقمي لم يسهل عملية التواصل بين مختلف هياكل المؤسسة بنسبة 2.27%.

التحليل الكيفي :

تبين لنا أن جل الموظفين أجابوا بأن الإتصال الرقمي تسهل عملية التواصل بين مختلف الهياكل المؤسسة ويعود ذلك بأنه يقوم توفير الجهد والوقت كما أنه يمكن كل الأعضاء المؤسسة من التواصل ومناقشة الأفكار والتعاون وذلك من خلال فتح قنوات الإتصال فيما

بينهم ومن أجل تحقيق الأهداف المهنية المتعددة ومصالحهم المشتركة أيضا, في حين نجد موظف اواحد قال أن الإتصال الرقمي لا يسهل عملية التواصل بين هياكل المؤسسة ويعود ذلك ربما أنه يرى أن الإتصال الشخصي أكثر مصداقية وفائدة بنسبة له كما يرى أنه أكثر فاعلية في إيصال رسالته بكل شفافية مقارنة بالإتصال الرقمي.

الجدول12 :مساعدة الاتصال الرقمي على تقديم خدمات بفاعلية المستوى التعليمي :

الإجابة/التكرار	دائما		احيانا		ابدا		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
متوسط	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
ثانوي	9	%20،45	4	%9،09	0	%0	13	%29،55
جامعي	21	%47،73	10	%22،72	0	%0	31	%70،45
المجموع	30	%68،18	14	%31،81	0	%0	44	%100

يوضح الجدول ان الموظفين الذين هم ذو مستوى تعليم جامعي يرون ان الاتصال الرقمي يساهم دائما على تقديم الخدمات بفاعلية بحيث بلغ عددهم 21مستجوب وهي اعلى نسبة ب47،73%، بينما نجد 10مستجوبين منهم يرون ان الاتصال الرقمي احيانا ما يساعد في تقديم الخدمات بفاعليةبنسبة22،72%، اما بالنسبة للموظفين الذين هم ذو مستوى تعليم ثانوي يجدون ان الاتصال الرقمي يساعد دائما على تقديم الخدمات بفاعلية وعددهم 9مستجوبين بأعلى نسبة قدرت ب 20،45%، في حين نجد 04مستجوبين فقط من يجدون ان الاتصال الرقمي ساعد احيانا فقط على تقديم خدمات بفاعلية بنسبة 9،09%، وفالأخير نجد ان من هم ذو مستوى تعليم متوسط بعدد ونسبة منعدمة في كل الحالات .

التحليل الكيفي

تبين لنا من خلال الجدول ان معظم من هم ذو مستوى ثانوي وذو مستوى جامعي يرون ان الاتصال الرقمي دائما يساهم في تقديم الخدمات بفاعلية ويعود ذلك ان الاتصال الرقمي يوفر وسائل فورية للتواصل مثل البريد الالكتروني والمحادثات الفورية كما انه يتيح الوصول السريع والسهل الى المعلومات الهامة حول الخدمات المقدمة , بينما نجد البعض منهم يقولون ان الاتصال الرقمي ساهم احيانا فقط على تقديم الخدمات بفاعلية نظرا لانهم يظنون ان كل من الاتصال الرقمي والاتصال التقليدي يساهمون بكل كبير في تقديم الخدمات بفاعلية وذلك لأن الاتصال التقليدي لا يمكن الإستغناء عنه في كل الاحوال لأنه يقوم بتوصيل المعلومات بأكثر شفافية ووضوح .

المحور الثاني :مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين اداء الموظفين

الجدول 13 :احداث الاتصال الرقمي تقدما في المؤسسة

التكرار/ الإجابة	التكرار	النسبة%
نعم	**42**	**95,45%**
لا	**2**	**4,55%**
المجموع	**44**	**100%**

يوضح الجدول اعلاه ان عدد العمال الذين قالوا ان الاتصال الرقمي أحدث تقدما في العمل داخل المؤسسة بلغ ب42مفردة بأعلى نسبة قدرت ب95.45%, بينما نجد مفردتين فقط قالوا أن الاتصال الرقمي لم يحدث أي تقدم داخل المؤسسة.

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال الجدول بأن هناك 42عاملا اتفقوا على ان الاتصال الرقمي كان له دور كبير في إحداث تقدم ملحوظ داخل المؤسسة، وهذا راجع في نظرنا الى انتقال المؤسسة من الطريقة اليدوية التي تعتمد على المعاملات الورقية الى الطريقة الالكترونية التي تعتمد على 0ورقة، الامر الذي كان له أثر كبير في إحراز المؤسسة تقدما معتبرا ،ليبقى فردان فقط اللذان كانت لهم نظرة عكسية ،وهذا في نظرنا راجع الى عدم تقبل هؤلاء للطريقة الإلكترونية والإصرار على إنجاز الأعمال بالطريقة اليدوية ،الامر الذي جعلهم ينظرون نظرة سلبية لوسائل الاتصال الرقمي.

الجدول14 تأثير الإتصال الرقمي على فاعلية العمل بالمؤسسة

التكرار	التكرار	النسبة
نعم	**35**	**79,55%**
لا	**9**	**20,45%**
المجموع	**44**	**100%**

نلاحظ من خلال الجدول (14)ان عدد الموظفين الذين اجابوا بان الاتصال الرقمي يأثر على فاعلية العمل بالمؤسسة بلغ ب35 مفردة بأكبر نسبة قدرت ب79.55%, بينما عدد الموظفين الذين قالوا ان الاتصال الرقمي لا يأثر على فاعلية العمل بالمؤسسة بلغ ب9مفردات هي اقل نسبة قدرت ب20.45%.

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال الجدول بأن هناك 35عاملا اتفقوا على ان الاتصال الرقمي كان له دور كبير في التأثير على نوعية العمل المنجز داخل المؤسسة ،وهذا راجع في نظرنا الى سهولة عملية انسياب المعرفة بين مختلف العاملين في مختلف المستويات الإدارية ،الأمر الذي كان له تأثير إيجابي علو سلوك الأفراد داخل المؤسسة ،وكذلك تأثيره على عمليات الاتصال داخل وخارج المؤسسات ،ليبقى 09 أفراد فقط قالوا بأن الاتصال الرقمي لم يكن له تأثير على فاعلية المؤسسة، وهذا ربما راجع الى سوء استخدام وسائل الاتصال الرقمي، هذا ما جعلهم يرون ان انها عديمة التأثير على أداء المؤسسة

الجدول 15 :ملاحظة الاداء بعد استخدام المؤسسة للاتصال الرقمي

التكرار	التكرار	النسبة%
انخفض	3	6,82%
لم يتغير	6	13,64%
ارتفع	35	79,54%
المجموع	44	100%

يوضح الجدول (15) ان العمال الذين يستخدمون الاتصال الرقمي ولاحظوا ارتفاع في الاداء قد بلغ عددهم 35عامل وقدرت نسبتهم ب79.54%, في حين ان عدد العمال الذين لم يلاحظوا أي تغير في الاداء بلغ استخدامهم للاتصال الرقمي بلغ عددهم 6عمال وقدرت نسبتهم ب13.64%, والعمال الذين لاحظوا انخفاض في الاداء بعد استخدامهم للاتصال الرقمي قد بلغ عددهم 3عمال وقدرت نسبتهم ب6.82%.

التحليل الكيفي :

نلاحظ بأن هناك 35عاملا يقولون ان أدائهم قد ارتفع بعد استخدامهم لوسائل الاتصال الرقمي ،وهذا راجع في نظرنا الى سهولة تدفق المعلومات وتبادلها فيما بينهم كونهم يستخدمون الوسائل الرقمية ،وهذا راجع في نظرنا الى سهولة تدفق المعلومات وتبادلها فيما بينهم كونهم يستخدمون الوسائل الرقمية ،وهذا على عكس ما كانوا عليه سابقا حينما كانوا يتعاملون بالطريقة اليدوية ،حينما كان يذهب كل فرد الى الآخر من أجل تلقي المعلومات وتبادلها ،الأمر الذي كان يشكل عائقا أمام العملية الاتصالية بين العاملين داخل المؤسسة، ليأتي بعد هذا 06أفراد قالوا يأن أدائهم لم يتغيرن، وهذا ربما راجع الى عدم تقبل هؤلاء الأفراد لعملية التغيير من الطريقة اليدوية الى الطريقة الإلكترونية الأمر الذي شكل عائقا بينهم وبين تحسين مستوى أدائهم.

الجدول 16 :مواجهة العراقيل اثناء استخدامك للاتصال الرقمي

التكرار/الإجابة	التكرار	النسبة%
نعم	12	27,27%
لا	32	72,73%
المجموع	44	100%

يوضح الجدول ان العمال الذين لم يواجه عراقيل اثناء استخدامهم للاتصال الرقمي بلغ عددهم 32 وهي اعلى نسبة قدرت ب72.73%,بينما العمال الذين واجه العراقي اثناء استخدامهم للاتصال الرقمي بلغ عددهم 12 لنسبة 27.27%.

التحليل الكيفي :

من خلال الجدول لاحظنا بأن أغلبية الموظفين لم يواجهوا أي عراقيل في عملهم وقد بلغت نسبتهم ب 72.73%،وذلك ربما راجع الى التطور التكنولوجي المستخدم في الاتصال الرقمي ،هذا ما ادى الى تقليل المشاكل التقنية وزيادة استقرار الاتصال على سبيل المثال زيادة سرعة الانترنت وتحسين جودة الشبكات....الخ، أيضا قد يكون هناك تدريب وتأهيل مناسب للموظفين على كيفية استخدام الوسائل الرقمية فيصبح الموظف متمكن لذلك لا يواجه أي عراقيل.

الجدول 17 :انواع وسائل الاتصال الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة :

التكرار/المتغير	التكرار	النسبة%
بريد إلكتروني	**9**	**20,45%**
تيلي جرام	**6**	**13,64%**
الهاتف	**8**	**18,18%**
الأنترنت	**14**	**31,82%**
الفاكس	**7**	**15,91%**
المجموع	**44**	**100%**

يوضح الجدول 17ان العمال الذين قالو بان الانترنت من انواع وسائل الاتصال الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة في اداء عملها بلغ عددهم 14عامل بأعلى نسبة قدرت ب31.82%, ثم يليها العمال الذين قالوا بان البريد الالكتروني من انواع وسائل الاتصال الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة في اداء عملها بلغ عددهم 09 عمال قدرت نسبتهم ب20.45%,بينما نجد العمال الذين قالوا بأن الهاتف من انواع وسائل الاتصال الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة في اداء عملها بلغ عددهم 08عمال بنسبة قدرت ب18.18%,ونجد العمال الذين قالو بان الفاكس من انواع وسائل الاتصال الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة في اداء عملها بلغ عددهم 07عمال بنسبة قدرت ب15.91%,ونجد ان العمال الذين قالوا بان تيلي جرام من انواع وسائل الاتصال الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة في اداء عملها بلغ عددهم 06عمال باقل نسبة قدرت ب13.64%.

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال الجدول بأن 14 فردا يتفقون على أن اكثر أنواع وسائل الاتصال الرقمية المستخدمة في المؤسسة هي شبكة الأنترنت ، وهذا راجع في نظرنا الى مدى أهمية هذه الشبكة في عمل المؤسسة والتي تحاول المؤسسة من خلالها الى تعرف على آخر التطورات الحاصلة في ميدان عملها ومحاولة الاستجابة لها، يأتي بعد هذا أن هناك 09 أفراد يتفقون على مدى استخدامهم للبريد الإلكتروني في أداء اعمالهم داخل المؤسسة ،وهاذا راجع في نظرنا الى سياسة صفر ورقة الذي تقرضه الإدارة الإلكترونية والذي يجعل العاملين يتبادلون الملفات مع بعضهم عن طريق البريد الإلكتروني عوض الطريقة الورقية اليدوية، ليأتي فيما بعد أن هناك 08أفراد يتفقون على استخدامهم للهاتف في العملية الاتصالية داخل المؤسسة ، وهذا ربما راجع الى سهولة استخدام هذه الوسيلة الاتصالية من بين باقي وسائل الاتصال الأخرى ،ثم يأتي بعد هذا أن 07أفراد يتفقون على استخدام الفاكس في المؤسسة ، وهذا راجع في نظرنا الى مدى اهمية هذه الوسيلة في إرسال مختلف الرسائل والمعلومات الى أطراف أخرى خاصة في حالات الاستعجالية التي تتطلب سرعة في معالجتها ، ليبقى في الأخير 06افراد يتفقون على استخدام التيلي جرام كوسيلة من وسائل الاتصال ، وهذا راجع في نظرنا الى كونه وسيلة اتصال سريعة وآمنة .

الجدول 18 :الوسائل الأكثر اعتمادا في المؤسسة حسب الأقدمية في العمل :

الإجابة /المتغير	الاتصال المباشر		لوحة الإعلانات		الاجتماعات		الهاتف		المجموع	
	الـ تكرار	النسبة %	الـ تكرار	النسبة %	الـ تكرار	النسبة %	الـ تكرار	النسبة%	التكرار	النسبة %
اقل من5سنوات	2	4،54 %	0	%0	2	4،54 %	0	%0	4	9،09 %
من6سنوات الى10	1	2،27 %	3	6،82 %	4	9،09 %	0	%0	8	18.18 %
من11سنوات الى20سنة	6	13،64 %	3	6،82 %	2	4،54 %	3	6،8 %2	14	31،82 %
اكثر من20سنة	8	18،18 %	5	11،3 %6	5	11،36 %	0	%0	18	40،90 %
المجموع	17	38.64 %	11	%25	13	29،54 %	3	6،8 %2	44	%100

يوضح الجدول أن الموظفين الذين يعملون في المؤسسة منذ أقل من 5 سنوات قد بلغ عددهم 4 مفرادات بنسبة 9،09%، يتقاسمها كلا من قالو ان المؤسسة تعتمد على الاتصال المباشر ولوحة الاعلانات، اما بالنسبة للذين لديهم أقدمية في العمل من 11 الى 20 سنة قالو أن المؤسسة تعتمد على الاتصال المباشر بلغ عددهم 6 مفردات بأعلى نسبة قدرت ب13،64%، تليها 6 مفردات بنسبة 13،64% من قالو أن المؤسسة تعتمد على لوحة الإعلانات والهاتف، في حين نجد مفردتين بنسبة 4،54%، قالو أن المؤسسة تعتمد أكثر على الاجتماعات، بينما نجد الموظفين الذين يعملون من 6إلى 10 سنوات بلغ عددهم 4 مفردات بأكبر نسبة قدرت ب9،09% قالو أن المؤسسة تعتمد على الاجتماعات، تليها3

مفردات قالو أن المؤسسة تعتمد على لوحة الإعلانات بنسبة 6،82%، بينما نجد مفردة واحدة قالت أن المؤسسة تعتمد على الاتصال المباشر.

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال الجدول ان هناك 11 فردا يستخدمون الاتصال المباشر، وهذا راجع في نظرنا الى مدى اهمية هذا الاتصال وتبادل المعلومات خاصة اذا عملوا على توسيع دائرة النقاش والحوار في ما بينهم ، وهذا من شانه ان يؤثر ايجابيا على ادائهم ، كذلك نلاحظ بان هناك 13 فردا يستخدمون لوحات الاعلانات ، وهذا راجع في نظرنا الى اهمية هذه اللوحات في تبادل المعلومات بين العاملين وكذا نقلها واعلامها الى الاخرين ، كما نلاحظ بان هناك ثلاثة افراد يستخدمون الاجتماعات ، ويمكن القول بان هذا قليل جدا لان الاجتماعات لها دور مهم في مبادلة الافكار فيما بين العاملين ولأنها تعتبر تكثر فعالية لصنع القرار .

الجدول19 :الشبكات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة حسب المستوى الجامعي :

الإجابة/المتغير	الأنترنت		الأنترانت		الإكسترانت		المجموع	
	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%	التكرار	النسبة%
متوسط	0	%0	0	%0	0	%0	0	%0
ثانوي	6	%13،64	3	%6،82	4	%9،09	13	%29،55
جامعي	16	%36،36	13	%29،54	2	%4.55	31	%70،45
المجموع	22	%50	16	%36،36	6	%13،64	44	%100

يوضح الجدول 19 ان الموظفين الذين هم ذو مستوى تعليم جامعي يرون ان الانترنت من الشبكات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة تبلغ عددهم 16 موظف وهي اعلى نسبة قدرت ب 36،36%, بينما نجد 13 موظف يرون أن الانترنت من الشبكات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة قدرت ب 29،54%,في حين نجد موظفين فقط يرون ان الإكسترانت من الشبكات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة وهي اقل نسبة قدرت 4،55%,والموظفين الذين هم ذو مستوى تعليمي ثانوي والذين يرون ان الانترنت من الشبكات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة قد بلغ عددهم 06 موظفين وهي اعلى نسبة قدرت ب 13،64%,بينما نجد 03 موظفين يرون ان الانترنت من الشبكات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة وهي اقل نسبة قدرت ب 6،82%,في حين نجد 04 موظفين يرون ان الإكسترانت من الشبكات الاتصالية التي تستخدمها المؤسسة بنسبة قدرت ب 9،09%.

التحليل الكيفي :

من خلال الجدول نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة جامعيين يستخدمون الأنترنت بنسبة 70.45% ،هذا ما يفسر مدى اعتماد الأفراد والمؤسسات على الأنترنت واعتبارها كمصدر مهم في الحصول على المعرفة ومعرفة آخر التطورات ،ظف الى ذلك هناك 16 فردا يستخدمون شبكة الأنترانت أغلبهم ذو مستوى جامعي ،باعتبارها شبكة اتصال محلية وهذا من أجل تسهيل عملية تبادل المعلومات فيما بينهم وتحقيق فعالية الاتصال ،ليبقى في الاخير 06أفراد يستخدمون شبكة الاكسترانت من اجل التعامل مع الاطراف الخارجية والتعرف على تطلعات الزبائن وشكياهم ومقترحاتهم.

الجدول 20 :تحسين الخدمات لدى الزبائن من خلال الرقمنة :

التكرار/النسبة	التكرار	النسبة%
نعم	**39**	**88,64%**
لا	**5**	**11,36%**
المجموع	**44**	**100%**

يوضح الجدول 20 :ان عدد الموظفين الذين قالوا بآن الرقمنة تقوم بتحسين الخدمات بلغو 39موظف وهي اعلى نسبة قدرت ب88.64% ,بينما نجد 5موظفين قالو بآن الرقمنة لم تقوم بتحسين الخدمات لدى الزبائن بنسبة قدرت ب11.36%.

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال الجدول بأن الأغلبية ترى بأن الرقمنة تحسن جودة الخدمات المقدمة الى الزبائن فأكيد هذا الشيء منطقي باعتبار الرقمنة تعتمد على استخدام الكثيف لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وبالتالي الاعتماد على المعاملات الالكترونية والتخلي عن المعاملات الورقية فالرقمنة أدت الى حدوث تغيرات كبيرة في طريقة تواصل المؤسسات مع زبائنها وخاصة المؤسسات الخدمية التي تحتاج الى الرقمنة بشكل كبير بإعتبارها تتعامل بصورة مباشرة واحتكاك مباشر مع الزبائن الأمر الذي يتطلب خدمة بالمعاير المتعارف عليها والرقمنة احسن وسيلة معاصرة لتحسين جودة الخدمة المقدمة الى الزبائن.

الجدول 21 :الدورات التكوينية في الرقمنة لتحسين الأداء الوظيفي :

التكرار/النسبة	التكرار	النسبة%
نعم	**36**	**81,82%**
لا	**5**	**18,18%**
المجموع	**44**	**100%**

يوضح الجدول 21 :العمال الذين قالوا بأن الدورات التكوينية في الرقمنة تحسن من الأداء الوظيفي قد بلغ عددهم 36 عامل وهي أعلى نسبة قدرت 81.82% في حين ان 08 عمال قالوا أن الدورات التكوينية في الرقمنة لم تحسن من الأداء الوظيفي وهي اقل نسبة قدرت 18.18%.

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال الجدول ان أغلب الموظفين يرون بأن هناك أثر لهاته الدورات على تحسين الأداء فهذا شيء منطقي ،لأن الكثير من وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصالات يحتاج العاملين فيها الى تكوين من أجل التحكم من برامجها وتطبيقاتها ،هذا بدوره سينتج عنها مزايا عديدة أهمها مساهمتها في إدارة الوقت وتنظيمه والتقليل من مضيعاته ،وكذا مساهمتها في توفير المعلومات اللازمة في الوقت والمكان المناسبين وهذا ما يضمن فعالية اتخاذ القرارات ومنه التأثير على الأداء الوظيفي والارتقاء به نحو الأفضل .

النتائج العامة

من خلال دراستنا السابقة والإحصائيات والجداول التي توصلنا إليها نستنتج أن كل الوسائل الاتصالية الرقمية الذي ذكرت فرضت نفسها على المؤسسات الخدماتية ،وهذا لان كل الأعمال أصبحت تنجز بطريقة الكترونية ،وبالتالي ما على المؤسسات إلا الاعتماد على جميع الأساليب والوسائل المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات الاتصال في تأدية خدماتها .

خاتمة

الخاتمة

لقد افضى التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال إلى إنتاج وسائل اتصال جديدة بتقنيات أكثر حداثة تمثلت في ظهور الاتصال الرقمي وثورة الاتصالات الرقمية ،هاته الأخيرة عملت على تغيير نشاط المؤسسات الخدماتية ، وبدورها أصبحت تتبنى هاته الأنواع الجديدة من الاتصالات وتستخدمها لغرض التجديد واستغلالها في تطوير خدمات المؤسسة وزيادة فعاليتها.

ومن خلال دراستنا توصلنا إلى أن الاتصال الرقمي عمل على تسير وتنظيم العمل داخل المؤسسة كما انه عزز جودة التواصل بين المؤسسة والعملاء ،بالإضافة إلى ذلك فقد اتاح للمؤسسة الوصول إلى قاعدة عملاء أوسع وأكثر تنوعا.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة الكتب

1-موريس إنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية،ط1،دار القصبة لنشر والتوزيع،

2006.

2-ناصر محمد ،ادارة المؤسسات الخدماتية ،جامعة دمشق للنشر والتوزيع ،ط1،سوريا ،2007،2006.

3-حسن اسماعيل محمود ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير،ط1 ،الدار العالمية لنشر والتوزيع ،مصر 2003.

4-خضرة عمر المفلح، الاتصال المهارات والنظريات واسس عامة،ط1،دار الجامد للنشر والتوزيع ،الاردن عمان 2015.

5-دليو فضيل ،**التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال**، ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان .2010.

6- زكي خليل، المساعد تسويق الخدمات وتطبيقاته، ط1 دار المناهج للنشر والتوزيع ،عمان 2003.

7-سيد فهمي محمد ،تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية،ط1،بالمعهد العالي للخدمة الاجتماعية ، الاسكندرية 2002.

8-شاكر العسكري احمد ،التسويق مدخل استراتيجي ،ط1،دار الشروق للنشر والتوزيع ،عمان 2000.

9-الطائي حميد ،بشير العلاق،ادارة عمليات الخدمة،ط1،دار اليازوري للنشر والتوزيع،(د،م .د،ت).

10-الطيب عيساني رحيمة ، مدخل الى الاعلام والاتصال المفاهيم الاساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الاعلامية،ط1،جدارا للكتاب العالمي ،للنشر والتوزيع ، باتنة،2005.

11- عبد الحميد محمد ، **نظريات الإعلام واتجاهات التأثير**، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000.

12-عبد الحميد محمد ،الإتصال والاعلام على شبكة الانترنت،ط1،عالم الكتب لنشر والتوزيع،القاهرة،2007.

13-عبدات محمد واخرون،منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل والتطبيقات،ط2،دار وائل لنشروالطباعة،الاردن،1999.

14-العلاق بشير ،الاتصال في المنظمات العامة :بين النظرية والممارسة، ط1،دار اليازوري للنشر والتوزيع ،(د.م، د.ت).

15-عودة الشمايلة ماهر ،محمود عزت اللحام مصطفى يوسف كافي الأعلام الرقمي الجديد،ط1،دار الاعصار العلمي لنشر و التوزيع ،عمان 2015.

16-محمد الضمور هاني ،تسويق الخدمات ،ط1،دار وائل لنشر والتوزيع ،عمان،2002.

17-محمد المصري سعيد ، ادارة وتسويق الانشطة الخدمية ،المفاهيم والاستراتيجيات، الدار الجامعية الاسكندرية ،2002.

18-محمد حسن الشماع خليل ،نظريات المنظمة,دار المسيرة لنشر والتوزيع ،ط2006،1،ط2005،2،،2007.

19-محمد دويدار عبد الفتاح ، سيكولوجية الاتصال والاعلام ،ط1،دار المعرفة الجامعية للنشر والتوزيع ،الاسكندرية 1999.

20- محيريق فوزي بن الجيلاني ،مدخل لاقتصاد المؤسسة ،مطبعة الرمال للنشر والتوزيع ،ط1 ،ولاية الوادي الجزائر 2020.

21-مروان عبد المجيد إبراهيم,اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية،ط1،مؤسسة الوراق للنشر والتوزيع.

المجلات

1. بن عيشاوي احمد ،ادارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمية، مجلة الباحث العدد الرابع ،جامعة قاصدي مرباح ورقلة ، 2006.

2. بوشخشوخة الويزة، عمار سيدي دريس ،واقع 2 2الاتصال الرقمي عند اساتذة التعليم الابتدائي ،مجلة الرسالة للدراسات الاعلامية ،المجلد 06 العدد 04 ديسمبر 2022.

3. رزوق مولود،مولاي علي الزهرة.30\06\2022،التحول الرقمي ودوره في فعالية العملية الاتصالية للمؤسسات .المجلة الدولية للاتصال الإجتماعي جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، المجلد 09\العدد 02 2022.

4. غلاب نادية امال نواري ،الاتصال الرقمي وسمعة المؤسسة ،مجلة العلوم الانسانية ،المجلد 21 ،2021.

الرسائل الجامعية

1. بولعويدات حورية ،استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة .

المواقع الإلكترونية

1-نانسي العتوم ،ماهية الرقمنة، 8فيفري2020،موقع أي عربي،ماهية الرقمنة ، .http://e3arabi.com/literature

2- نفطال .https://ar.wikipedia.org/wiki

3-R_Brenneman et S-Separi Economied'entreprise édition Dunod، paris، 2001 .

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

المحتوى	الصفحة
الاهداء	
الشكر و العرفان	
ملخص الدراسة	
مقدمة	ب
الفصل الأول : الإطار المنهجي	
الاشكالية	4
التساؤلات	4
أهداف الدراسة	5
أهمية الدراسة	5
أسباب اختيار الموضوع	6
منهج الدراسة	6
الأدوات المستعملة	7
مجتمع البحث وعينة الدراسة	7
الصعوبات	8
مصطلحات الدراسة	8
الدراسات السابقة	10
الفصل الثاني الاطار النظري	
المؤسسة الخدماتية وخصائصها	
مفهوم المؤسسة الخدماتية	16
وظائف المؤسسة الخدماتية	17

خصائص المؤسسة الخدماتية	22
مراحل تطور المؤسسة الخدماتية	24
مفهوم الاتصال	29
أنواع الاتصال	30
وظائف الاتصال	35
اهاف الاتصال	37
اهمية الاتصال داخل المؤسسة	38
تعريف الاتصال الرقمي	40
خصائص الاتصال الرقمي	41
مستويات الاتصال الرقمي	43
وظائف الاتصال الرقمي	45
الفصل الثالث الاطار التطبيقي	
تعريف مؤسسة نفطال	49
منتجات شركة نفطال	50
العملاء	51
مهام شركة نفطال	51
الهيكل التنظيمي لمؤسسة نفطال	52
قراءة وتفسير الجداول	53
النتائج العامة	78
الخاتمة	80
قائمة المصادر والمراجع	82
الملاحق	86

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	53
2	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن	53
3	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	54
4	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الاقدمية في العمل	55
5	يوضح استعمال الحاسوب في العمل حسب المستوى التعليمي	56
6	يوضح تقييم نسبة الرقمنة في المؤسسة	57
7	يوضح توفر وسائل الإتصالية الرقمية في المؤسسة	59
8	يوضح مساهمة الرقمنة في تحسين مستوى المؤسسة	60
9	يوضح أهمية الإتصال الرقمي في إدارة المؤسسة	61
10	يوضح الإضافة التي قدمها الإتصال في إدارة المؤسسة حسب الأقدمية في العمل	62
11	يوضح تسهيل الإتصال الرقمي عملية التواصل بين مختلف هياكل المؤسسة	64
12	يوضح مساعدة الاتصال الرقمي على تقديم خدمات بفاعلية حسب المستوى التعليمي	65
13	يوضح احداث الاتصال الرقمي تقدما في العمل داخل المؤسسة	66
14	يوضح تأثير الإتصال الرقمي على فاعلية العمل بالمؤسسة	67
15	يوضح ملاحظة الأداء بعد استخدام الاتصال الرقمي	68
16	يوضح مواجهة العراقيل اثناء إستخدام الإتصال الرقمي	69
17	يوضح انواع وسائل الاتصال الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة	71
18	يوضح الوسائل الاكثر اعتمادا في المؤسسة	73
19	يوضح الشبكات الاتصالية التي تستخدم في المؤسسة	74
20	يوضح تحسين الخدمات لدى الزبائن من خلال الرقمنة	76

21	**يوضح الدورات التكوينية في الرقمنة لتحسين الاداء الوظيفي**	77

الملاحق

جامعة الدكتور يحي فارس المدية

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم العلوم الاعلام والاتصال

استمارة بحث في اطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر لعلوم الاعلام والاتصال.

تحت عنوان :

دور الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية لدى الموظفين

دراسة حالة لعينة من موظفين مؤسسة نفطال المقاطعة التجارية ولاية المدية

دراسة ميدانية لعينة من موظفين في الضمان الاجتماعي بولاية المدية خلال الفترة الممتدة من 24الى31ماي 2023.

اعداد :

– حرقاس مروة **تحت اشراف الاستاذ**

– العكروم سعاد **د. بوهدة خير الدين**

ملاحظة :

نضع بين ايديكم هذه الاستمارة ونرجو ان تتكرموا للإجابة على مجموعة من الاسئلة المطروحة والتي تخدم موضوع دراستنا وهي معرفة دور الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية نفطال ولاية المدية,بوضع علامة* في الخيار المناسب, مع العلم ان هذه المعلومات لن تستخدم الا لغرض البحث العلمي.

السنة الجامعية 2022 /2023.

المحور الاول البيانات الشخصية :

الجنس :

ذكر ☐ **انثى** ☐

السن : ☐

المستوى التعليمي:

متوسط : ☐

ثانوي : ☐

جامعي : ☐

الاقدمية في العمل :

اقل من 5سنوات : ☐

من6 سنوات الى 10سنوات ☐

من11 الى 20 سنة : ☐

اكثر من 20 سنة : ☐

المحور الثاني : دور الرقمنة في تحسين مستوى المؤسسة نفطال ولاية المدية :

1-هل تستخدم الحاسوب في عملك؟

نعم ☐ **لا** ☐

2-متى ادخلت الرقمنة في ادارة مؤسستك؟

.....

3-كيف تقيم نسبة الرقمنة في مؤسستك؟

عالية ☐ **متوسطة** ☐ **ضعيفة** ☐

كيف ذلك :.....

4- هل مؤسستكم تتوفر بها وسائل الاتصالات الرقمية ؟

نعم ☐ **لا** ☐

5-كيف طبقت الرقمنة في مؤسستك ؟

كيف ذلك:..... ؟

6-هل ساهمت الرقمنة في تحسين مستوى مؤسستك ؟

نعم ☐ **لا** ☐

كيف ذلك..... ؟

7--ما اهمية الاتصال الرقمي في ادارة مؤسستك ؟

توفير المعلومات حول مختلف الانشطة ☐ **خلق تفاعل تعاوني عملي** ☐ **تعزيز الثقة والمصداقية** ☐

اخرى اذكرها :.....

8-ما الاضافة التي قدمها الاتصال الرقمي في مؤسستك؟

معارف الافراد ☐ **اساليب العمل** ☐ **السرعة** ☐ **المرونة في العمل** ☐

9-هل سهل الاتصال الرقمي عملية التواصل بين مختلف هياكل المؤسسة ؟

نعم ☐ **لا** ☐

كيف ذلك:..... ؟

10--يساعد الاتصال الرقمي على تقديم خدمات بفاعلية؟

دائما ☐ **احيانا** ☐ **ابدا** ☐

لماذا..... ؟

محور الثالث :مساهمة الاتصال الرقمي في تحسين اداء الموظفين للمؤسسة نفطال لولاية المدية

11-في نظرك هل احدث الاتصال الرقمي تقدما في العمل داخل مؤسستكم

نعم ☐ **لا** ☐

12-كيف ذلك ؟..... ؟

13- هل اثر الاتصال الرقمي على فاعلية العمل بالمؤسسة.

نعم ☐ **لا** ☐

كيف ذلك :..... ؟

14-بعد استخدام مؤسستك للاتصال الرقمي ماذا لاحظت بالنسبة للأداء؟

انخفض ☐ لم يتغير ☐ ارتفع ☐

كيف ذلك :..... ؟

15- هل تواجه عراقيل اثناء استخدامك للاتصال الرقمي؟

نعم ☐ لا ☐

16-اذا كانت اجابتك بنعم ما نوع هذه العراقيل؟

.....

محور الرابع :اهم وسائل الاتصال الرقمي في مؤسستك.

17-ماهي انواع وسائل الاتصال الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة في اداء عملها؟

بريد الالكتروني ☐ تيلي جرام ☐ الهاتف ☐ الانترنت ☐

الفاكس ☐

18- ماهي الوسائل الاكثر اعتمادا في مؤسستكم ؟

وسائل التقليدية :

الاتصال المباشر ☐ لوحة الاعلانات ☐ الاجتماعات ☐

الهاتف ☐

وسائل الحديثة :

شبكة الانترنت ☐ شبكة الانترانت ☐ شبكة الاكسترانت ☐ البريد الإلكتروني ☐

19-ماهي شبكات الاتصالية التي تستخدمها في المؤسسة؟

الانترنت ☐ الانترانت ☐ الاكسترانت ☐

المحور الخامس :مساهمة الرقمنة في تحسين خدماتها مع الزبائن

1-هل الرقمنة في مؤسسة الضمان الاجتماعي حسنت الخدمات لدى الزبائن؟

نعم ☐ لا ☐

كيف ذلك .....:

2-هل يوجد دورات تكوينية في الرقمنة للموظفين لتحسين أدائهم الوظيفي؟

نعم ☐ لا ☐

كيف ذلك .....:

3- في رأيك كيف دعمت الدورات التكوينية في تحسين الخدمات لدى الزبائن ؟

.....

4- ماهي الحلول التي تقترحها لزيادة تدعيم الرقمنة في مؤسسة نفطال لتحسين خدماتها ؟

.....

جدول المحكمين

اسم الاستاذ	الرتبة	التخصص	اسم الجامعة
وردية راشدي	استاذة محاضرة	علوم الاعلام والاتصال	يحي فارس المدية
لعيدي موسى	أستاذ محاضر	علوم الاعلام والاتصال	يحي فارس المدية
سحاري مصطفى	استاذ محاضر	علوم الاعلام والاتصال	يحي فارس المدية

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة يحيى فارس بالمدية
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

stère de L'Enseignement Supérieur et de
cherche Scientifique
ersité Yahia Farés de Médéa
lté des Sciences Humaines et Sociales
rtement des sciences de l'information et de la
nunication

رقم: 39 / ت ع إ / 2023

الى السيد: مدير مؤسسة نفطال
ولاية المدية.

الموضوع: السماح للطلبة بإجراء دراسة ميدانية

تحية طيبة بعد،

في اطار التنسيق والتعاون بين الجامعة والمؤسسات الاقتصادية والادارية ،وبهدف الرفع من المستوى العلمي للطالب وتوطيد التكامل بن الجانب النظري والتطبيقي ومن أجل اعادة مذكرة الماستر :الموسومة بعنوان :
دور الاتصال الرقمي في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية
دراسة ميدانية لعينة من موظفين مؤسسة نفطال

فإننا نرجو من سيادتكم السماح للطلبة بإجراء دراسة ميدانية في مؤسستكم.

الاسم واللقب	تاريخ الازدياد	مكان الازدياد	رقم التسجيل
العكرم سعاد	06/05/1998	الأربعاء - البليدة	181832045702
حرقاس مروة	06/04/1999	تابلاط - المدية	181832043004
السنة الجامعية :2023/2022			

كما نعلمكم ان دراسة الميدان المزمع اجراءها محددة في الفترة بين : من.....الى.....

وفي الاخير تقبلوا منا سيادة المدير اسمى عبارات الاحترام والتقدير .

رئيسة القسم

رئيسة قسم علوم الإعلام والاتصال
د. وردية راشدي

مدير المؤسسة المستقبلة

Chef Département ADM et MOG
A. BRAHIMI

NAFTAL - SPA
Dépt. ADM et MOG
Secrétariat
DISTRICT - COM - MEDEA