



جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام و الإتصال
في المؤسسة الإقتصادية
دراسة ميدانية لمؤسسة الخزف الصحي بالميلية - جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: اتصال و تسويق.

إشراف الأستاذ:
أ/عبد الوهاب بوبعة.

إعداد الطالبتين:
■ خديجة بوالغنس.
■ فايزة زعيمش.

لجنة المناقشة:

رئيسا:..... أ / خيري نبيل
مشرفا و مقرا:..... أ / بوبعة عبد الوهاب
مناقشا:..... أ.د/ بوخدوني توفيق

السنة الجامعية 2017-2018

سُبْحَانَ اللَّهِ
عَمَّا يُشْرِكُونَ

شكر وعرافان

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم

"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

صدق رسول الله صلى الله عليه وسلم

الحمد لله على إحسانه والشكر له على توفيقه وامتنانه ونشهد أن لا اله إلا الله وحده لا شريك له
تعظيماً لشأنه ونشهد أن سيدنا محمد عبده ورسوله الداعي إلى رضوانه صلى الله عليه وعلى اله
وأصحابه وإتباعه وسلم

بعد شكر الله سبحانه وتعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا البحث المتواضع نتقدم بجزيل الشكر إلى
الوالدين العزيزين الذين اعانونا وشجعونا على الاستمرار في مسيرة العلم والنجاح وإكمال الدراسة
الجامعية والبحث كما اتوجه بالشكر الجزيل إلى استاذنا الفاضل "عبد الوهاب بوبعة" الذي لن
تكفينا حروف هذه المذكرة لايفاءه حقه بصبره الكبير علينا ولتوجيهاته العلمية التي لا تقدر بثمن والتي
ساهمت بشكل كبير في اتمام بحثنا هذا. إلى كل اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال كما اتوجه
بالشكر إلى كل من ساعدنا من بعيد أو من قريب على انجاز واطمام هذا البحث.

"رب اوزعني ان اشكر نعمتك التي انعمت علي وعلى والدي وأن اعمل صالحاً ترضاه

وادخلي برحمتك في عبادك الصالحين"

اهداء

أحمد الله عز وجل على من هو عون له لإتمام هذا البحث

إلى الذي وهبني كلما يملك حتى أحقق له أماله، إلى من كان يدفعني قدما نحو الأمام لنيل المبتغى إلى الإنسان الذي امتلك الإنسانية بكل قوة، إلى من علمني العطاء بدون انتظار و سهر على تعليمي بتضحيات جسم مترجمة في تقديمه للعلم، إلى مدرستي الأولى في الحياة
أبي الغالي على قلبي أطال الله في عمره.

إلى ملاكي في الحياة إلى معنى الحب و المعنى الحنان و التفاني إلى بسمه الحياة و الوجود... إلى التي صبرت على كل شيء التي رعنتي حق الرعاية و كانت سندي في الشدائد و كانت دعواها لي بالتوفيق تتبني خطوة بخطوة في عملي، إلى من ارتحت كلما تذكرت ابتسامتها في وجهي

أمي الغالية.

إلى من رافقوني منذ أن حملنا حقائب صغيرة إلى شجرة متقدة تنير ظلمة حياتي إخوتي نجاة، عابدة، كلثوم، إليهما أهدي هذا العمل المتواضع لكي ادخل على قلبيهما شيئاً من السعادة و اخص بالذكر ابنة عمي خديجة و روح قلبي إلى أخي ورفيق دربي وتوأمي في هذه الحياة مع كأكوناً و بدونك أكون مثل أي شيء، إلى من أرى التفاؤل بعينه و السعادة في ضحكته ... في نهاية مشواري أريد أن أشكرك على مواقفك النبيلة إلى من تطلعت لنجاحي
بنظرات الأمل أخي فاتح

إلى الاخوة و الاخوات إلى من تحلو بالإخاء و تميزوا بالوفاء و العطاء إلى ينايع الصدق الصافي إلى من معهم سعدت، و برفقتهم في دروا بالحياة الحلوة و الحزينة سرت إلى من كانوا معي على طريق النجاح و الخير إلى من عرفت كيف اجدهم و علموني ان لا اضيعهم اصدقائي خديجة، امنة، فاطمة، خاتمة.

فايزة

اهداء

الى رمزي الحنان والعطاء الوالدين الكريمين

الى اخواتي: مديحة وسام وخولة وأحلام

واخواني عبد المومن يوسف و قصي

الى ابي الثاني عمي رشيد

والى امي الثانية خالتي وحيدة

الى كل من علمنا ولو حرف من اساتذتنا الكرام

الى صديقتي وزميلتي فايذة ، وهيبه، مريم، وطلبة العلم جميعا.

خدمية

خطة الدراسة

مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة.

ثانياً: فرضيات الدراسة.

ثالثاً: أسباب الدراسة.

رابعاً: أهمية الدراسة.

خامساً: أهداف الدراسة.

سادساً: مجالات الدراسة.

6-1- الحدود البشرية.

6-2- الحدود الزمنية.

6-3- الحدود المكانية.

سابعاً: مفاهيم الدراسة.

ثامناً: الدراسات السابقة.

تاسعاً: نوع الدراسة ومنهجها.

عاشراً: مجتمع البحث والعينة.

10-1- مجتمع البحث.

10-2- عينة البحث.

احدى عشر: أدوات جمع البيانات.

اثني عشر: المداخل النظرية للدراسة.

❖ نموذج انتشار المبتكرات.

الفصل الثاني: مدخل نظري حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تمهيد

1- تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال

2- نشأة تكنولوجيا الإعلام والاتصال

3- خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال

4- وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال

5- أنواع تكنولوجيا الإعلام والاتصال

5-1- الحاسوب الآلي.

5-2- تكنولوجيا الهاتف النقال.

5-2-1- خدمات الهاتف النقال.

5-3- تكنولوجيا البريد الإلكتروني.

5-3-1- البريد الإلكتروني.

5-3-2- مميزات البريد الإلكتروني.

5-4- الفايبروبوك.

5-4-1- مميزات الموقع.

5-5- تقنية الفاكسيميلي.

5-6- الانترنت.

5-6-1- مفهوم الانترنت.

5-6-2- نشأة الانترنت.

5-6-3- مميزات الانترنت.

5-6-4- شبكة الانترنت.

5-6-5- خدمات الانترنت.

5-7- الانترنت.

5-7-1- تعريف الانترنت.

5-7-2- ايجابيات الانترنت.

5-8- الاكسترانات.

5-8-1- ايجابيات الاكسترانات.

6- أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

7- مزايا وعيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

7-1 مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

7-2 عيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

خلاصة الفصل.

الفصل الثالث: مدخل مفاهيمي للمؤسسة الاقتصادية .

تمهيد

1- تعريف المؤسسة الاقتصادية.

2- مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية.

3- خصائص المؤسسة الاقتصادية.

4- أهداف المؤسسة الاقتصادية.

5- أنواع المؤسسة الاقتصادية.

6- وظائف المؤسسة الاقتصادية.

7- الاتصال في المؤسسة الاقتصادية.

8- أهمية ودور الاتصال في المؤسسة الاقتصادية.

1-8 أهمية الاتصال في المؤسسة الاقتصادية.

2-8 دور الاتصال في المؤسسة الاقتصادية.

خلاصة الفصل

الفصل الرابع: واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

1- واقع تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية.

2- إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية.

3- عوائق إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الجزائرية.

3-1- عوائق تنظيمية.

3-2- عوائق ثقافية.

4- تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على واقع المؤسسة الجزائرية.

الفصل الخامس: استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي.

أولاً: تقديم شركة الخزف الصحي

ثانياً: تحليل البيانات الشخصية.

ثالثاً: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة داخل مؤسسة الخزف الصحي.

رابعاً: أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي.

خامساً: العراقيل التي تقف أمام المؤسسة عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

سادساً: النتائج العامة للدراسة.

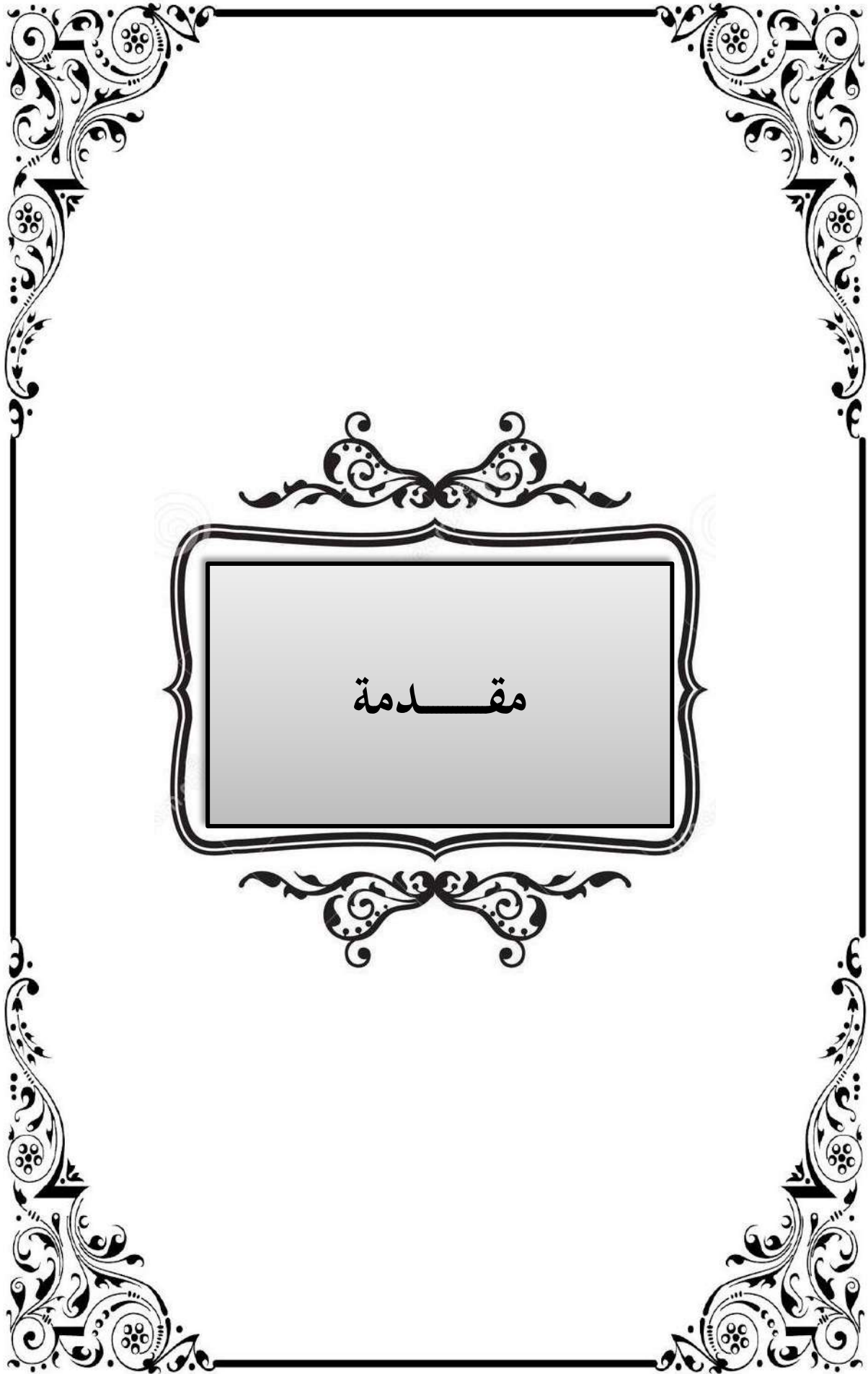
سابعاً: إثبات أو نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة.

ثامناً: الاقتراحات والتوصيات

❖ خاتمة .

❖ قائمة المصادر والمراجع.

- ❖ الملاحق.
- ❖ فهرس الجداول.
- ❖ الملخص.
- ❖ فهرس الموضوعات



مقدمة

مقدمة:

شهدت البشرية منذ القدم العديد من وسائل الاتصال انطلاقاً من المرحلة الشفوية واستعمال الرموز والإشارات إلى الاتصالات عن بعد بالصوت والصورة عن طريق الهاتف النقال والانترنت، ولكن تطور هذه الوسائل كان بطيئاً للغاية إذ كانت تفصل القرون العديدة بين ظهور وسيلة وأخرى كالكتابة والطباعة، وتقلصت المدة الفاصلة بين ظهور وسيلة إعلام واتصال وأخرى إلى بضعة سنوات في القرن العشرين كما هو الحال بالنسبة للإذاعة والتلفزيون، لتصل في بداية القرن الحادي والعشرين إلى ظهور العديد من تقنيات وخدمات الاتصال التي لا يفصل بينها إلا شهور، بل فهناك من هذه التقنيات والخدمات التي لا يفصل بين ظهورها إلا أيام معدودة، وهذا بفضل التطور السريع في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بحيث أصبح في وقتنا الحالي اعتماد المجتمع المنظم على تكنولوجيا بكل أنواعها ضرورة ملحة من ضروريات العصر خاصة بالمقارنة مع دورها الفاعل في مختلف الميادين، الاجتماعية، السياسية، الثقافية، الاقتصادية، وكلما زادت حاجة الإنسان والمؤسسات لهذه التكنولوجيا كلما زادت استمراريته وبالتالي تطويرها، ومع تطور الوسائل الالكترونية أصبحنا اليوم نعيش ثورة من المتغيرات التقنية والاقتصادية والعلمية بشكل متسارع ومذهل، جعل هذا العالم قرية صغيرة ليس فيها بعيد من خلال تكنولوجيا المعلومات وشبكات الاتصال والأقمار الصناعية، التي ينقل كل الأنظمة بشكل آني، ولم يبق لعالم الاتصالات إلا إن يحقق انتقال اللحم والدم والمادة بشكل الكتروني.

وهذه التطورات الكبيرة في ميدان وسائل الإعلام والاتصال، أدى إلى ضرورة إدخالها إلى نشاط المؤسسة كشكل من أشكال التجديد، فتزايد بذلك تسابق المؤسسات على اختلافها من أجل مسايرة واقتناء أحدث ما توصل إليه التقدم في هذا المجال حيث أصبح من الضروري في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال إعادة النظر في أسلوب الاتصال والوسائل المستخدمة على حد سواء بما

يتماشى مع أهم متطلبات المؤسسة وأهدافها المنشودة وعليه تعمل المؤسسات على تحسين استخدامات تكنولوجيا الاتصال كما وكيفا، حتى تعد سمة بارزة للمؤسسات الناجحة ولا تستغني عنها اي مؤسسة تنتمي للقطاع العام أو الخاص.

والمؤسسات الجزائرية ليست بمنأى عن هذا التطور ومن ضمن هذه المؤسسات نجد المؤسسات الاقتصادية لهذا سنحاول في هذه الدراسة " واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية" بأن نركز فيها على دراسة تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة ومساهمتها في زيادة فعالية الأداء داخل مؤسسة الخزف الصحي بالميلية، وذلك من خلال خطة منهجية تتكون من خمسة فصول، فصل يتعلق بالإطار المنهجي، وثلاثة فصول في الإطار النظري، وفصل في الجانب الميداني.

الفصل الأول: خصص للإطار المنهجي للدراسة، والذي تطرقنا فيه إلى إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وفرضياتها، كذلك حددنا أسباب وأهمية وأهداف الدراسة، بالإضافة إلى حدود الدراسة، وبعد ذلك تناولنا مفاهيم الدراسة كما عالجنا من خلال هذا الفصل جملة من الدراسات السابقة والمشاهدة لموضوع دراستنا، مرورا بنوع الدراسة ومنهجها، مجتمع الدراسة والعينة، أدوات جمع البيانات، واختتمنا هذا الفصل بالتعرض للمداخل النظرية للدراسة والتي تمثلت في نموذج انتشار المبتكرات وهذا نظرا لعلاقة موضوع الدراسة بهذه النظرية.

أما الفصل الثاني: بعنوان مدخل مفاهيمي حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث تطرقنا فيه إلى ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال حيث تطرقنا إلى تعريفها وتطورها، وخصائصها، وأنواعها، أيضا أهميتها ووظائفها، لنختم الفصل بايجابيات وسلبيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

أما الفصل الثالث: فقد تناولنا فيه ماهية المؤسسة الاقتصادية، خصائص المؤسسة الاقتصادية، أهداف المؤسسة الاقتصادية (أهداف اجتماعية، ثقافية، تكنولوجية، اقتصادية..)، دور الاتصال في المؤسسة الاقتصادية، أهمية الاتصال في المؤسسة الاقتصادية.

أما الفصل الرابع: فقد تناولنا فيه واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الجزائرية، إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات، عوائق إدماج تكنولوجيا الاتصال في المؤسسة الجزائرية، بالإضافة إلى تأثيرات تكنولوجيا على واقع المؤسسة الجزائرية.

أما الفصل الخامس: فهو الدراسة الميدانية في مؤسسة الخزف الصحي بالميلية ويتضمن تقديم مؤسسة الخزف الصحي، وتحليل وتفسير البيانات الميدانية وصولاً إلى النتائج العامة ثم النتائج في ضوء الفرضيات، لنخلص إلى تقديم جملة من الاستنتاجات و الاقتراحات لتكون آخر مرحلة قبل خاتمة الدراسة.



الاطار المنهجي

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

- أولاً: مشكلة الدراسة.
- ثانياً: فرضيات الدراسة.
- ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع.
- رابعاً: أهمية الدراسة.
- خامساً: أهداف الدراسة.
- سادساً: مجالات الدراسة.
- سابعاً: مفاهيم الدراسة.
- ثامناً: الدراسات السابقة.
- عاشراً: مجتمع البحث و العينة.
- تاسعاً: نوع الدراسة و منهجها.
- احدى عشر: أدوات جمع البيانات.
- اثنى عشر: المداخل النظرية للدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

أولاً: مشكلة الدراسة

الإنسان بطبعه كائن اجتماعي يجب العيش ضمن جماعات ولا يجب أن يكون بمعزل عن الآخرين وعمما يدور حوله في هذا العالم، فغريزته وفطرته تحثه دائماً على البقاء مع الآخرين والتواصل معهم إما بشكل مباشر أو من خلال وسائل الاتصال المختلفة فقد نشأت هذه الوسائل بسبب رغبة الإنسان الملحة في التواصل مع الآخرين ومعرفة ما يدور حوله في هذا العالم ولقد تطورت هذه الوسائل شيئاً فشيئاً منذ ظهور الإنسان على وجه الأرض.

كانت أول وسيلة للتواصل بين البشر هي اللغة التي استخدمها الإنسان واعتمد عليها كوسيلة اتصال أساسية بحيث كانوا يتواصلون مع بعضهم البعض من خلال الكلام بشكل مباشر حيث كانت الأخبار تنقل من الفم إلى الأذن، ثم جاءت الكتابة التي مرت بالعديد من مراحل التطور حتى وصلت إلى وضع أبجدية لغوية على يد الفينيقيين، ورغم أن الكتابة في بدايتها كانت محدودة التأثير على حياة الإنسان لقلة عدد الأشخاص الذين يستطيعون الكتابة والقراءة إلا أنها بمرور الزمن واختراع وسائل جديدة سهلت عملية الكتابة كاختراع الورق بالصين وانتقاله إلى العرب ثم إلى أوروبا، بعد ذلك أخذت الكتابة تحتل مكانة مرموقة في حياة البشر وانتشر التدوين والتأليف في مختلف العلوم.

وليشهد العالم في منتصف القرن الخامس عشر ظهور الطباعة التي أحدثت تغيير جذري على كل مظاهر الحياة الإنسانية بصفة عامة وكل الأنشطة الاتصالية ومنها الإعلان وكان هذا الظهور نقطة تحول وبداية لمرحلة جديدة خاصة مع بداية القرن السابع عشر حيث أن انتشار ظهور الصحافة بانتظام والنشرات كوسائل إعلانية مطبوعة مقرأه حقق الانتشار الواسع للمعلن، ثم جاء اختراع الراديو وتوالت بعد ذلك المخترعات والمكتشفات التي ما لبثت أن حققت ثورة اتصالية قلبت كل الموازين وشكلت نقلة نوعية كبيرة في وسائل الاتصال الإنساني من خلال ظهور التلفزيون والتلفون .

لتتوالى بعد ذلك تطورات سريعة في وسائل الإعلام بين البشر أدت إلى ظهور التلفزيون الذي أحدث تغييرات جذرية في جميع أنحاء العالم واتسع أفق الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له مثيل، بحيث لم يعد بإمكان عزل الناس عقليا أو سيكولوجيا عن بعضهم البعض فقد أصبحت وسائل الإعلام جزء لا يتجزأ من الحياة اليومية للأفراد.

ومع ظهور الحواسيب التي عرفت في البداية مجرد حاسبة أولية تستعمل في التطبيقات العلمية قبل أن يستعان بها مع نهاية الستينيات في تسيير المؤسسات وأجور العمال، الحسابات الالكترونية، إنتاج المصانع ومخزوناتهما، ومع تطور الحاسبات 1946 انتقلت من أداة لخدمة الأغراض العسكرية وبعض أهداف الجامعات إلى مختلف المجالات العلمية ليكون بعد ذلك ظهور الحاسوب سببا محفزا في اختراع الانترنت، حيث تعد شبكة الانترنت إحدى التقنيات الحديثة التي أسفرت عنها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات والتي أحدثت ثورة في عالم الكمبيوتر والاتصال حيث جعلت العالم قرية صغيرة وألغت الحدود الجغرافية والزمنية وجمعت حولها الملايين من المستخدمين في وقت وجيز ونظرا لأن الانترنت قد شملت كافة مجالات الحياة وأصبحت توجد في جميع المؤسسات التعليمية والخدمات والاقتصادية..... الخ وغيرها من المؤسسات فقد أصبح من ضروريات الحياة ولا يمكن لأي مؤسسة الاستغناء عنها كونها بمثابة مكتبة عالمية ضخمة يستوجب على كافة العاملين بمختلف القطاعات الاهتمام بها، وبذلك تطورت أساليب الاتصال وتحولت وظائف التسويق في مختلف العمليات إلى أعمال الكترونية إذ أصبح من الضروري تحويل الوظائف والملفات الورقية إلى ملفات الكترونية وأصبحت العلاقات بين منظمات الأعمال والزبائن تتم عن طريق الشبكات الداخلية والخارجية والانترنت، وظهرت إلى الوجود مصطلحات جديدة مثل أعمال الكترونية، تسويق الكتروني، الإدارة الالكترونية، الحكومة الالكترونية.

ولم تعد تكنولوجيا الاتصال لتقتصر على التواصل بين الأفراد في حياتهم اليومية بل أصبحت تمس جميع مؤسسات المجتمع وتنظيماتها وهي تتنوع بتنوع هذه المؤسسات فلا يمكن معرفة مدى تطور المؤسسة ونجاحها في القيام بمختلف مهامها دون امتلاك تكنولوجيا والقدرة على استخدامها وتشغيلها فهي تحافظ على تدفق وانسياب العمل داخل المؤسسات وبالتالي بقاءها واستمراريتها خاصة فيما يتعلق بالمؤسسات الاقتصادية .

وتأسيس على ما سبق يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام دخلت كمبتكر جديد ضمن أهم البنى التحتية للمؤسسات الاقتصادية وكمدخل مهم من مدخلات المؤسسة الحديثة فصار لزاما على المؤسسات البحث عن وسائل وتقنيات جديدة للإعلان عن خدماتها وإتاحة سلعتها ومنتجاتها في الأسواق المختلفة، ولو تحدثنا عن أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال لوجدنا أنها تساهم بشكل كبير في تحسين الأداء المؤسساتي نظرا لتأثيرها المباشر على الكيفية والطريقة التي تنفذ بها أعمال المنظمة، وذلك من خلال تنفيذ الأنشطة في أقل وقت ممكن وزيادة التكامل والتنسيق بين أقسامها، بالإضافة إلى أهميتها الكبيرة في تطوير قدرة المؤسسة في الحصول على المعلومات الأكثر حداثة بدءا بالمعلومات المتعلقة بأذواق المستهلكين وقدرتهم الشرائية وأنشطة ومنتجات المنافسين، وبمعنى آخر فان عصرنا هذا يتزايد فيه دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في صياغة الحاضر وتشكيل المستقبل.

وفي خضم هذه التحولات والتحديات والمنافسة الشديدة بين المؤسسات تجد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية نفسها مجبرة على التفاعل والتحول في أنماط العمل من الأنماط التقليدية إلى أنماط تواكب الحركة العالمية المعلوماتية، خاصة بعد جهود الدولة الجزائرية لنشر الحواسيب والتطوير في هذا الميدان إذ تمثل هذه الثورة الرقمية فرصة تاريخية أمام هذه المؤسسات من أجل التموقع في الأسواق وتعزيز مكانتها بين المؤسسات وتطوير طاقتها الإبداعية والإنتاجية.

ولقد استفادت مؤسسة الخزف الصحي من هذه الفرصة وهذا ما جعلنا نقف عند هذه المؤسسة لدراسة واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة الخزف الصحي وأثر هذا الاستخدام على المؤسسة، وعلى هذا الأساس قمنا بطرح التساؤل الآتي:

_ ما هو واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي؟

وتندرج تحت هذا السؤال عدة أسئلة فرعية تتمثل في ما يلي:

- 1- ما هي أهم تكنولوجيات الإعلام والاتصال المستخدمة في مؤسسة الخزف الصحي؟
- 2- ما هو أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي؟
- 3- ما هي العراقيل التي تقف أمام المؤسسة عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال؟

ثانيا: فرضيات الدراسة.

- 1- جهاز الحاسوب والانترنت والبريد الالكتروني من بين أكثر الوسائل المستخدمة في مؤسسة الخزف الصحي.
- 2- تلعب تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا فعالا في تحسين الأداء داخل مؤسسة الخزف الصحي.
- 3- نقص التمرن والتدريب يعد أهم عائق يواجه العمال داخل مصنع الخزف الصحي عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع.

تختلف أسباب اختيار الموضوع بين ما هو ذاتي وما هو موضوعي.

الأسباب الذاتية:

- 1- الاهتمام بالمواضيع الحديثة والرغبة في البحث والاطلاع على مثل هذه المواضيع .

2- تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص التي تلقيناه حيث يعتبر من المواضيع الذي تدخل صميم تخصص اتصال وتسويق .

3- الشعور بأهمية مثل هاته المواضيع خاصة مع التطورات العلمية والتوجهات الحديثة التي يشهدها عصرنا الحالي.

الأسباب الموضوعية:

1- الوقوف على مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة الخزف الصحي والرغبة في معرفة مدى مساهمتها في تفعيل أدائها.

2- الكشف عن مدى تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيرها على السير الاستراتيجي في مؤسسة الخزف الصحي .

3- الرغبة في التقرب من عالم الشغل من خلال الدراسة الميدانية .

رابعاً: أهمية الدراسة.

تتمحور دراستنا حول "استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسة الاقتصادية" ولأن قيام البحث العلمي هو الإحساس بالمشكلة وأهميته وفائدته، يمكن أن نلخص أهمية هذه الدراسة في النقاط الآتية:

1- تساعد هذه الدراسة في شرح كيفية استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة الخزف الصحي.

2- البحث الجدي حول التكنولوجيا المستخدمة في مؤسسة الخزف الصحي ومعرفة الآثار الناجمة عنها .

3- إبراز مخاطر وإيجابيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة الخزف الصحي.

4- تبحث هذه الدراسة عن مختلف العوائق التي تقف أمام العمال عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل مؤسسة الخزف الصحي.

خامسا: أهداف الدراسة.

إن الأهداف التي نرغب الوصول إليها من خلال هذه الدراسة كالآتي:

1- التعريف بالمفاهيم الأساسية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وكيفية بناء هيكل معلوماتي متطور بالمؤسسة.

2- تبيان طبيعة تكنولوجيا الاتصال المعتمدة عليها في المؤسسة الاقتصادية ومدى مواكبتها للتطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم.

3- إعطاء صورة عن واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية

4- تبيان عوائق وسلبيات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية .

سادسا: مجالات الدراسة.

تعد حدود الدراسة نقطة أساسية في البحث العلمي وذلك لما تكتسبه من أهمية أثناء

الدراسة الميدانية، ولكل دراسة ثلاث حدود هي الحدود البشرية، الحدود الزمنية، الحدود المكانية.

1-6 الحدود البشرية:

يعني مجتمع البحث محل الدراسة أي المجتمع الذي سيتعين به الباحث في جمع المعطيات

والمعلومات لمساعدته في اختيار فرضياته امبريقيا.

ويشمل مجال بحثنا الطاقم البشري العامل بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية، باعتبار متغير الجنس

من ذكر وأنثى، وعلى اختلاف أعمارهم ومستواهم المعرفي والأقدمية في العمل .

2-6 الحدود الزمنية:

يقصد بها المدة الزمنية المستغرقة في انجاز الدراسة الميدانية ويمكن تقسيم مجال بحثنا حسب كل جانب من الدراسة

فالجانِب النظري استغرقتنا فيه حوالي حوالي 4 أشهر وذلك من أواخر شهر جانفي إلى غاية شهر

مارس 2017

أما الجانب الميداني فقد تم في أواخر شهر مارس إلى نهاية شهر أفريل ويمكن تقسيمه إلى:

- مرحلة تصميم الاستمارة وتوزيعها على عينة البحث بالمؤسسة.
- مرحلة استرجاع الاستمارة وتفرغ بياناتها.

3-6 الحدود المكانية:

ويقصد بها المكان الذي أجريت فيه الدراسة الميدانية، وفي بحثنا هذا قمنا بدراسة ميدانية بمؤسسة الخزف الصحي التي تقع في جنوب شرق مدينة الميلية على بعد حوالي 2 كلم من وسط المدينة، حيث تتربع الشركة على مساحة إجمالية تقدر بـ 12 هكتار من بينها 9 هكتارات مغطاة 3 هكتارات مساحة حرة

حيث تضم المساحة المغطاة بالدرجة الأولى ما يلي:

المباني الإنتاجية بما في ذلك ورشات الإنتاج، ورشة الصيانة، المخازن والمباني التجارية 5920 المباني الإدارية، المباني 324م الاجتماعية (بما في ذلك المطعم والعيادة) 3111م

أما المساحة غير المغطاة فهي عبارة عن طرقات وممرات بالإضافة إلى حدائق وحظيرة لتوقيف سيارات المستخدمين .

سابعاً: مفاهيم الدراسة.

1-7 مفهوم الواقع :

➤ لغة: مشتق من الفعل الثلاثي وقع، يقع، وقوع ومعناه الحاصل في الواقع، أي الشخص الموصوف بالواقع بمعنى الحصول والوجود.¹

➤ اصطلاحاً: عرف على أنه فهم أحوال الناس والوقائع المعاصرة والأحداث الجارية عامة أو خاصة لمعرفة حقيقتها وأسبابها وأثارها.²

2-7 مفهوم الاستخدام

➤ لغة: "استخدم، استخدام (الرجل غيره) استخدمه استخداماً فهو مستخدم والأخر مستخدم: اتخذهُ خادماً، طلب منه أن يخدمه

في حين يشير الدكتور " عبد الوهاب بوخنوفة" إلى أن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى معنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات والأشياء التقنية ويحيل بدوره على مسألة التملك الاجتماعي للتكنولوجيات.³

➤ اصطلاحاً: كما يستند كذلك إلى التميز الذي قامت به "جوزيان جوي تين" مفهوم الاستخدام والممارسة، إذ ترى أن مفهوم الاستخدام يحيل إلى مجرد استعمال عشوائي أو غير منتظم ، في حين أن الممارسة هي أكثر صياغة ولا تفعل التقنيات فقط وإنما تغطي أيضاً سلوكيات الأفراد واتجاهاتهم.⁴

¹مي عبد الله : المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (المشروع العربي لتوحيد المصطلحات)، درا النهضة العربية، بيروت-لبنان، ط1، 2014، ص913.

²صالح عبد العزيز:إدارة العامة المقارنة، العالمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000، ص03.

³مُجد الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص دعوة وإعلام، غير منشورة، جامعة الحاج لخضر باتنة، 2009، ص18.

⁴خليل حمزة، فوزية بلطاس، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الإدارة المحلية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، قسم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية-جيجل، 2017، ص05.

7-3- التكنولوجيا

➤ **لغة:** لفظ "التكنولوجيا" مصطلح يوناني الأصل (technology) وهي مشتقة من كلمتين (TECK NE) وتعني تقنية أو فن وكلمة (logos) وتعني علما أو دراسة، وعلى هذا الأساس تشير التكنولوجيا إلى الدراسة الرشيدة للفنون ويرى الأستاذ "litrrre" في قاموسه الصادر سنة 1876، إن اصطلاح التكنولوجيا تعني تفسير الألفاظ الخاصة للفنون والمهن العديدة.¹

➤ **اصطلاحا:** هي مجموعة من النظم والقواعد التطبيقية وأساليب العمل التي تستقر لتطبيق المعطيات المستخدمة للبحوث ودراسات مبتكرة في مجال الإنتاج والخدمات، كونها التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتبية والتي تمثل مجموعة الرسائل والأساليب الفنية التي يستخدمها الإنسان في مختلف نواحي حياته العلمية وبالتالي فهي مركب قوامه المعدات والمعرفة الإنسانية.²

➤ كما يعرفها "إبراهيم مذكور" على أنها "فن الإنتاج أي العمليات المادية اللازمة له، وتطلق على المبادئ العملية والمخترعات التي يستفيد منها الإنسان في تطوير الجهود الصناعي فيشمل مصادر القوى والعمليات الصناعية وما يمكن أن يطرأ عليها من تحسين وسائل الإنتاج، باختصار كل ما يفيد الإنتاج، ويرفع من شأن السلع والخدمات."³

➤ ويعرفه قاموس أوكسفورد للتكنولوجيا: بأنها "الدراسة العلمية للفنون العلمية" أو الصناعية وكذلك باعتبارها تطبيقا للعلم.⁴

7-4- تعريف الإعلام

➤ **لغة:** علم الشيء بالكسرة يعلمه (علما) عرفه واستعلمه الخبر (فأعلمه) إياه

¹ نصيرة بوجمعة سعدي، عقود نقل التكنولوجيا في مجال التبادل الدولي، ديوان المطبوعات الجامعية، 1992، ص 08.

² عبد الأمير الفيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 2005، ص 14، 15.

³ فضيل دليو: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (المفهوم - الاستعمالات - الأفاق)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط 2010، ص 1، 20.

⁴ محمد الهاشم الهاشمي: التكنولوجيا ووسائل الاتصال الجماهيرية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط 1، 2012، ص 44.

والإعلام مصدر الفعل الرباعي المزيد (أعلم) ومجرد الفعل الثلاثي (علما) وهو أصل صحيح واحد يدل على أثرا بالشيء، يتميز بع عن غيره ومن ذلك العلامة، وهي معروفة يقال: علمت الشيء علامة، ويقال: أعلم الفارس إذا كانت له علامة في الحرب، ومن مشتقات مادة (ع ل م): أعلام، إعلام، علامات، معلم، وعالم، وعالم، ومعلوم، ومعلومات، واستعلم، والعلمين، والتعليم، ويعني الإعلام في اللغة الأخبار والأنباء والتعليم والإعلام بالشيء إظهار حقيقته ونقل العلم به إلى الغير، فلا بد للإعلام بكل أشكاله من علم وحقيقة ... ثم نقل هذا العلم وإبراز تلك الحقيقة إلى للغير أو الجمهور (الناس على وجه العموم).¹

— ويعرفه أيضا: بأنه أسلوب فاعل في تحقيق تزويد الجماهير بقدر كبير من المعلومات الصحيحة والحقائق الواضحة.²

➤ اصطلاحا:

➤ الإعلام هي تلك العملية التي يترتب عليها نشر الأخبار، والمعلومات الدقيقة التي تتركز على الصدق والصراحة ومخاطبة عقول الجماهير وعواطفهم السامية، والارتقاء بمستوى الرأي ويقوم الإعلام على التنوير والتثقيف مستخدما أسلوب الشرح والتفسير والجدل المنطقي.³

➤ عرف أيضا "بأنه إعداد رسائل واقعية موحدة لتصل إلى أعداد كبيرة من الناس يختلفون فيما بينهم من النواحي الاقتصادية والثقافية والسياسية في مناطق متفرقة ويعني بالرسائل الواقعية مجموعة الإخبار والمعلومات والتعليمات التي تدور حول الأحداث وتنشرها الصحف وتذيعها الإذاعة وبقية وسائل الإعلام."⁴

¹ فارس جميل أبو خليل: وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، ص16.

² مجدي عزيز إبراهيم: معجم مصطلحات ومفاهيم التعليم، عالم الكتب، القاهرة، (د.ط)، 2009، ص131.

³ محمد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014، ص60.

⁴ مصطفى يوسف كافي: الرأي العام لنظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص133.

➤ الإعلام هو فن استقصاء الأنباء الآنية ومعالجتها ونشرها على الجماهير المتاحة بوسائل الإعلام المختلفة.¹

7-5- مفهوم الاتصال :

➤ لغة: ترجع أصل كلمة اتصال "communication" إلى الكلمة اللاتينية communis، ومعناها common أي "مشترك" أو "عام"، وبالتالي فإن الاتصال كعملية يتضمن المشاركة أو التفاهم حول شيء أو فكرة أو إحساس أو اتجاه أو سلوك أو فعل ما.²

— اصطلاحا: يعرف الإتصال على أنه هو انتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء، والاتصال نشاط إنساني حيوي وأن الحاجة إليه في ازدياد مستمر، وعملية الاتصال قد تكون نشاط عفويا لا شعوريا أو عملا مخططا هادفا.³

— ويعرف أيضا على أنه العملية التي يتم من خلالها نقل رسالة معينة أو مجموعة من الرسائل من مرسل أو مصدر معين إلى مستقبل، أما الاتصال الجماهيري فهو ذلك النمط من الاتصال الذي يتم بين أكثر من شخصين لإتمام العملية الاتصالية والتي غالبا ما تقوم بها المؤسسات أو الهيئات عن طريق رسائل جماهيرية.⁴

— كما يعرف على أنه هو العملية التي من خلالها ينقل الفرد أو الجماعة، المرسل، المرسلون، بعض الرسائل من أجل التأثير على سلوك أفراد أو جماعات أخرى (المتلقي، المتلقون) وتغييره حسب رغبة محددة.⁵

¹ سناء الجبور: الإعلام الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص08.

² حسن عماد مكاي، ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، (د.ط)، 2003، ص23.

³ عبد القادر تومي، نُجْد الفاتح حمدي: مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 27، السداسي الثاني، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014، ص239.

⁴ مراد كامل خورشيد: الاتصال الجماهيري والإعلام، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2011، ص61.

⁵ فضيل دليو: الاتصال في المؤسسة، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، فسنطينة، (د.ط)، (د.س)، ص8.

— يعرفه اندرسون (Anderson) الاتصال بأنه النقل والاستلام مع الفهم للخواطر والتعليمات والمعلومات.¹

— يعرفه أبراهام مورس يقول أن الاتصال هو النشاط الهادف إلى اشتراك جهاز أو تنظيم موجود في نقطة معينة "ن" في مخفر وتجارب محيط شخص آخر أو نظام موجود في مكان آخر وفي زمن آخر "ز" باستعمال عناصر المعرفة المشتركة بينهم.²

6-7- تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال (information and communication technology)

لا يوجد تعريف شامل وواضح لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، "فحسب التعريف الدولي: فان تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي تلك النشاطات الاقتصادية التي تساهم في جعل المعلومات مرئية ثم معالجتها، تخزينها ونقلها بطرق الكترونية، كما أنها هي نتيجة تلاقي التكنولوجيات المتنوعة مما يسمح بتبادل ومعالجة المعلومات عن طريق وسائل اتصالية جد متطورة مثل الانترنت."³

— يعرفها البنك الدولي على أنها مجموعة من الأنشطة تسهل تجهيز المعلومات وإرسالها وعرضها بالرسائل الالكترونية.⁴

التعريف الإجرائي: تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال مزيج من مجموعة من التقنيات أو الأدوات المختلفة، التي يتم توظيفها لمعالجة المحتوى والمضمون الذي يراد للقائم بالاتصال إيصاله إلى الجمهور المستقبل، ويتم من خلالها جمع البيانات والمعلومات بواسطة تكنولوجيا

¹ محمد أبو سمرة: الاتصال الإداري والإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009، ص10.

² أحمد عظمي: منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2009، ص26.

³ محمد بن ذهبية، إشكالية السياحة الأجنبية بالجزائر في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال (T.I.S)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2016، ص47.

⁴ هاشم الشمري، نايا اللبني: الاقتصاد المعرفي، دراهم للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 2008، ص74.

الحاسبات الالكترونية التي يتم من خلالها تخزين المعلومات ومعالجتها وتبويبها واسترجاعها في الوقت المناسب.

7-7- تعريف المؤسسة الاقتصادية

➤ لغة: ورد في معجم لسان العرب لابن منظور في فعل (أسس) الأس، الأسس، والأساس، لكل مبتدئ شيء والأسس الأساس أصل البناء والأسيس أصل كل شيء وأس الإنسان قلبه لأنه أول متكون من الدهر وأس البناء مبتدؤه، وقد أس البناء بؤسسه، أس، وأسس تأسيسا وتأسست دار إذا بنيت حدودها ورفعت من قواعدها.¹

— وحسب القاموس العربي الشامل فالمؤسسة الجمع: مؤسسات، وتعني جمعية أو معهد أو شركة أسست لغاية اجتماعية أو خيرية أو اقتصادية²

➤ اصطلاحا: هي كل تنظيم اقتصادي مستقل ماليا في إطار قانوني واجتماعي معين بهدف دمج عوامل الإنتاج، ودمج وتبادل السلع والخدمات تختلف الحيز المكاني والزمني الذي توجد فيه تبعا لنوع وحجم نشاطه.³

— ويمكن تعريفها أيضا على أنها منشأة ذات طابع اقتصادي خاص، لها القدرة على الاندماج مع البيئة المحيطة بها من خلال تدفق المدخلات ومعالجتها، ويتم تحويلها إلى مفردات وتقديمها إلى الزبون المستهدف على شكل سلع أو خدمة⁴

¹ جمال العيفة: مؤسسات الإعلام والاتصال (الوظائف والهياكل والأدوار)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (د.ط)، 2010، ص ص 6. 5.

² القاموس العربي الشامل، دار الراتب الجامعية، لبنان، (د.ط)، 1997، ص 17.

³ مصطفى عتوي: أسس علم النفس الصناعي، الجزائر، (د.ط)، 1992، ص 11.

⁴ أمينة مخلفي، محاضرة حول اقتصاد وتسيير المؤسسة، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، كلية العلوم الاجتماعية، 2014، ص 03.

كما تعرف أنها عبارة عن مجموعة من الأفراد يعملون معا لإنجاز هدف أو أهداف مشتركة، وهذا يعني أن المؤسسة هي كيان اجتماعي، جامع للأفراد والعاملين على أداء أعمال ونشاطات لا يمكن لفرد واحد القيام بأعبائها.¹

التعريف الإجرائي: من جهتنا يمكن إعطاء تعريف للمؤسسة الاقتصادية وهي تعريف تتلاقى فيه وجهات نظر العديد من الاقتصاديين والذي يعتبر المؤسسة نظام مفتوح يضم مجموعة من العناصر المتفاعلة فيما بينها قصد تحقيق هدف معين.

ثامنا: الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى: دراسة بولعويدات حورية "استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية"

- دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG بقسنطينة-

وتدور إشكالية هذه الدراسة حول أن المؤسسات تتوقف قوتها على امتلاكها لأكثر قدر من المعلومات، ومعرفة كيفية التحكم فيها وتصنيفها ثم إرسالها من أجل ذلك تم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لقدرتها الهائلة على التخزين وسرعتها الفائقة في الاسترجاع وقد أدت التطورات التكنولوجية الحديثة في ميدان المعلوماتية خصوصا إلى ظهور أنظمة اتصالية حديثة تعمل على توفير الظروف الملائمة لنقل الرسائل وتداولها في أسرع وقت وبأقل تكلفة

وعلى ضوء هذا قامت الباحثة بصياغة إشكالية بحثها في التساؤل الرئيسي التالي :

ما هو واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا اتصال الحديثة بالمؤسسات الاقتصادية؟

والذي أدرج تحت هذا التساؤل الأسئلة الفرعية التالية :

¹ حسين إبراهيم بلوط: المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسة، دار النهضة العربية، لبنان، (د.ط)، 2005، ص18.

- 1- ما هو ترتيب الوسائل التكنولوجية الاتصالية الأربعة (جهاز الحاسوب، شبكة الانترنت، شبكة الانترنت، شبكة الاكسترنات) من ناحية الاستخدام في المؤسسة
 - 2- هل تؤثر العوامل الذاتية للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة ؟
 - 3- ما هو أثر هذا الاستخدام على مستوى أداء المؤسسة ؟
- وانطلاقا من هذه التساؤلات توصلت الباحثة إلى الفروض الآتية :
- 1- هناك تباين في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة الأربع (جهاز الحاسوب، شبكة الإنترنت، شبكة الانترنت، شبكة الاكسترنات) في مؤسسة سونلغاز تسير الشرق بحيث :
 - يحتل جهاز الحاسوب المرتبة الأولى من ناحية الاستخدام
 - يحتل جهاز الانترنت المرتبة الثانية من ناحية الاستخدام
 - يحتل جهاز الانترنت المرتبة الثالثة من ناحية الاستخدام
 - يحتل جهاز الاكسترنات المرتبة الرابعة من ناحية الاستخدام
 - 2- تؤثر العوامل الذاتية للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة المدروسة
 - _ المستوى التعليمي
 - _ المنصب
 - _ الاهتمام بمتابعة وسائل الاتصال الجماهيري (صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون)
 - _ الاستفادة من التدريب الحالي
- اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي ونظرا لكون هذه الدراسة لا تتوقف على وصف مجرد وجمع المعلومات عن طريق التكميم باستخدام الأساليب الإحصائية، لجئت أيضا إلى

استخدام "المسح التحليلي" ضمن المنهج المسحي للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية

و قد اعتمدت الباحثة على عدة أدوات لجمع البيانات وهي :

- الملاحظة والتي أفادتها في الاطلاع على بعض المعلومات التي لا يمكن الحصول عليها عن طريق الأدوات الأخرى

- المقابلة حيث اعتمدت الباحثة هنا على دليل المقابلات

- وتوصلت الباحثة من خلال دراستها هذه إلى النتائج الآتية:

- نسبة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة قد بلغت 81.76% وهذا واقع لاستخدام التكنولوجيات الأربع قد كان متباينا بحيث :

- يستخدم جهاز الحاسوب في المرتبة الأولى بنسبة 100%

- يستخدم شبكة الانترنت في المرتبة الثانية بنسبة 91.53%

- تستخدم شبكة الانترنت في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب 78.88%

- المرتبة الأخيرة من ناحية الاستخدام هي شبكة الاكسترنات قدرت بنسبة 63.15% ويرجع

السبب لعدم الاستخدام إلى عدم المعرفة بدور هذه الشبكة

- يؤثر المستوى التعليمي للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حيث

توصلت الباحثة إلى أن نسبة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تزداد كلما ارتفع المستوى التعليمي

- يؤثر المنصب الذي يشغله المبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة

حيث توصلت من خلال التحليل إلا أن نسبة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تزداد بارتفاع

الرتبة الوظيفية

● تؤثر استفادة الباحثين من التدريب الحالي على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة حيث توصلنا إلى أن الذين يستفيدون من التدريب الحالي أثر استخدامها لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من الذين لا يستفيدون من ذلك

التعقيب على الدراسة :

لقد ركزت هذه الدراسة على استخدام تكنولوجيا الاتصال في الاتصال الداخلي للمؤسسة وحصرت هذه التكنولوجيا في الشبكات الاتصالية الأربع (الحاسوب، الإنترنت، الانترنت، الاكسترنات) متجاهلة بذلك التكنولوجيات الاتصالية الأخرى والتي سنقوم نحن في دراستنا هذه بالنظر إليها وتوضيح أهميتها ودورها الفعال في المؤسسة.¹

الدراسة الثانية: " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين التسويق الداخلي في المؤسسة "

دراسة حالة مديرية العمليات لاتصالات الجزائر بالبويرة

هذه الدراسة من إعداد الطالبة "كافي هدى" وهي مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، تخصص تسويق جامعة العقيد أكلي مُجد أولحاج بالبويرة وهذا في الموسم الجامعي (2015/2014)

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على تساؤلات حول الموضوع المدروس قصد الوصول إلى إجابات لها بما يتماشى مع الهدف من الدراسة وتمحورت تساؤلات الدراسة في تساؤل رئيسي جاء كالآتي :

_ كيف يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم وتؤدي إلى تحسين التسويق الداخلي بالمؤسسة؟

وللإجابة عن هذا التساؤل أضافت الباحثة مجموعة من التساؤلات الفرعية وجاءت على هذا النحو :

¹ بولعويديات حورية، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري بقسنطينة، 2008.

- __ ما المقصود بتكنولوجيا المعلومات والاتصال؟
- __ ما مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين التسويق الداخلي للمؤسسة؟
- __ ما هو تأثير تكنولوجيا المعلومات على التسويق الداخلي لمديرية العمليات لاتصالات الجزائر بالبويرة؟ وللإجابة عن الأسئلة وضعت الطالبة مجموعة من الفرضيات جاءت على النحو الآتي:
- __ تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال ساهم في تحسين أساليب و آليات العمل بالمؤسسة.
- __ ساهم تطور وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين التسويق الداخلي .
- __ تطبق بمديرية العمليات لاتصالات الجزائر بالبويرة إجراءات التسويق الداخلي مما ساهم في تحقيق الرضا لدى العمال والشعور بالانتماء والعمل بروح الفريق.
- اعتمدت الطالبة في دراستها هذه على المنهجين الوصفي والتحليلي وهذا فيما يخص الجانب النظري لرؤيتها أنه مناسب لتقرير الحقائق والتعريفات بمختلف المفاهيم ذات الصلة بالموضوع، أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدت على أسلوب دراسة حالة بغية تحليل واقع الوسائل الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين إجراءات التسويق الداخلي للمؤسسة المختارة .
- أما فيما يخص أدوات البحث فقد اعتمدت الطالبة في الجزء النظري من هذا البحث على المسح المكتبي لمجموعة المراجع المتنوعة من الكتب والرسائل ومواقع لشبكة الأنترنت ... وغيرها، أما عن أدوات الدراسة الميدانية فتم جمع المعلومات والبيانات من خلال الملاحظة وتحليل الوثائق المقدمة من المؤسسة إلى جانب الاستبيان.
- ولقد توصلت الطالبة من خلال دراستها إلى العديد من النتائج وهذه بعض منها
- تعتبر نتائج المعلومات من بين أهم مدخلات العملية الإنتاجية وهي تساعد المسؤولين على اتخاذ القرارات في وقت الحاجة لذلك يجب أن تكون صحيحة وملائمة وإمكانية الحصول عليها في الوقت المناسب.

__ الانترنت شبكة عالمية تتوفر للجميع حق الاستفادة منها وهي وسيلة تقدم خدمات عديدة للمؤسسة وزبائنها بالإضافة إلى شبكتي الانترنت والإكسترنات التي تسهل على المؤسسة عملية الاتصال بين مختلف مستوياتها وبين زبائنها لتحقيق رضاهم.

__ إن إشباع حاجات ورغبات العاملين خاصة الذين هم على اتصال مباشر للزبائن، وتحقيق رضاهم وتفعيل جودة حياتهم الوظيفية في المؤسسة هو المعيار الأساسي لتحسين أدائهم وكسب رضاهم.

التعقيب على الدراسة:

اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين التسويق الداخلي في المؤسسة، بينما كانت دراستنا أشمل من ذلك واتفقت هذه الدراسة مع دراستنا في بعض الإجراءات المنهجية حيث اعتمدت على المنهج الوصفي بالإضافة إلى الاتفاق في أدوات مع البيانات فكلا الدراستان اعتمدت على الملاحظة والاستبيان.¹

الدراسة الثالثة: "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة"

- دراسة حالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بالجزائر -

وتدور إشكالية هذه الدراسة حول أهمية تقييم الوضعية الراهنة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية، وكذا السياسات المتبعة في هذا المجال من طرف الدولة وعلى ضوء كل هذا صاغ الباحث إشكاليته في التساؤل الرئيسي التالي:

__ هل يمكن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أن تساهم في الرفع من أداء المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة في ظل الأوضاع الراهنة وتوجه الجزائر إلى بناء مجتمع المعلومات؟

ولمعالجة هذه الإشكالية وضع الباحث مجموعة من الأسئلة الفرعية كالتالي:

__ ما هو واقع المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية ودورها اقتصاديا؟

¹كافي هدى، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين التسويق الداخلي في المؤسسة، مذكرة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج- بالبويرة، 2015.

__ إلى أي مدى يتم اعتماد تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة الجزائرية؟
هل لتطور البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال للدولة دورا في تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لهذه التكنولوجيات؟

__ هل لتكنولوجيا المعلومات والاتصال أثر على الأداء الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات وضع الباحث فرضيات تمثلت في :

- يعد التوجه والاهتمام بالمؤسسات الصغيرة والمتوسطة ضرورة اقتصادية نظرا للدور الذي تلعبه في توفير فرص العمل وتحقيق النمو الاقتصادي

- يتناسب حجم المؤسسة فرديا مع درجة امتلاك المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

- تلعب البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال والقوانين المنظمة في الدولة دورا مهما في درجة تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال

- تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الرفع من مستوى الأداء الاقتصادي للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة

هذا وقد استعان الباحث في دراسته بالمنهج الوصفي، مستخدم أسلوب دراسة الحالة في شقه الطبيعي، أما العينة المقصودة من الدراسة في مؤسسات صغيرة ومتوسطة يتراوح عدد عمالها من 1 إلى 250 عامل حيث بلغ عدد المؤسسات التي أجابت عن الاستبيان 41 مؤسسة وفيما يخص الأدوات المستعملة في جمع البيانات والمعلومات فتمثلت في استمارة استبيان شملت 3 محاور :

المحور الأول: يحتوي على أسئلة عامة حول المؤسسة

المحور الثاني: من الاستبيان فقد سمح بإعطاء صورة واضحة على مستوى تبني المؤسسات الصغيرة والمتوسطة لتكنولوجيا الاتصال.

المحور الثالث: فقد خضع لقياس مدى تأثير هذه التكنولوجيا على مستويات مختلفة من أداء المؤسسة وقد توصلت هذه الدراسة إلى نتائج مفادها أن المؤسسات الصغيرة والمتوسطة معدل استخدامها لتكنولوجيا الاتصال لا يتجاوز 29% أما عن تأثير هذه التكنولوجيا على أداء المؤسسة فقد تبين أن لها تأثير في ذلك من حيث أنها سهلت القيام بعدة عمليات من استقبال وتسيير الطلبات والاتصال بالموردين وخدمة الزبائن كل هذا أدى إلى الرفع من مستويات أداء المؤسسات من خلال خفض التكاليف وتحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن .

التعقيب على الدراسة:

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا من حيث اعتمادنا على نفس المنهج وعلى نفس أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان، بالإضافة إلى أن هذه الدراسة ركزت على المؤسسات الصغيرة والمتوسطة عامة في حين دراستنا ركزت على المؤسسة الاقتصادية.¹

الدراسة الرابعة: من إعداد الطالب معطى سيد أحمد بعنوان "واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية" - دراسة تحليلية استبائية حالة بنوك سعيدة-

وتدور إشكالية هذه الدراسة حول المشاكل التي تواجه القطاع المصرفي الجزائري المتمثلة في البرامج ونظم المعلومات ومما لا شك فيه أن مواكبة هذه التكنولوجيا لا يتم إلا باستخدام وسائل الإعلام والاتصال الحديثة والقيام بعمليات التدريب لرفع مقدرة المستخدمين على رفع كفاءتهم والتحسين في أدائهم، وعلى ضوء هذا صاغ الباحث إشكاليته في التساؤل الآتي:

__ ما هو واقع استخدام التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على نشاط البنوك الجزائرية والرفع من قدرتها التنافسية؟

¹ شادلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة، 2008.

وقد تفرع عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية جاءت كما يلي :

__ ما هي التكنولوجيا المستخدمة في البنوك الجزائرية؟

__ هل استطاعت البنوك الجزائرية إتقان هذه التكنولوجيا؟

__ هل يمكننا اعتبار هذه التكنولوجيا الحديثة مورد استراتيجي للبنك؟

__ ما هي الإيجابيات وسلبيات استخدام التكنولوجيا الحديثة في البنوك الجزائرية؟

__ ما هو وضع البنوك الجزائرية بالمقارنة مع البنوك المتقدمة ؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات قام الباحث بوضع مجموعة من الفرضيات والتي تمثلت فيما يلي :

__ يمكن أن تكون الأنظمة الحديثة ووسائل الدفع الحديثة من أهم الوسائل المؤثرة على العمل البنكي

__ التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال لها دور فعال في تطوير النظام البنكي الجزائري

__ التكنولوجيا الحديثة تؤثر سلبيا وإيجابيا على نشاط البنوك الجزائرية

ومن جملة النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة نذكر ما يلي :

نتائج الدراسة النظرية:

__ أهمية لتكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال في تغيير النظرية لعالم المصارف وتميز العمل المصرفي

__ سيطرة البنوك الجزائرية على الودائع المصرفية في الجزائر واحتكار العمل المصرفي

انعدام المنافسة ما بين البنوك نتيجة لاحتكار البنوك العمومية وبالتالي الافتقار لخدمات جديدة

وتكنولوجيا جديدة .

نتائج الدراسة التطبيقية:

__ محدودية وسائل الدفع وقلتها إضافة إلى الأعطاب ما يؤثر على الوظيفة التي وجهت لها البنوك

__ صعوبة التكيف مع التكنولوجيا الجديدة المتجددة بشكل يومي

— سعي البنوك الجزائرية لتقديم الجيد والحسن لنيل رضا الزبون وتسهيل العمليات المصرفية عن طريق اعتماد التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال

— محدودية الاستثمار في مجال الإعلام الآلي في البنوك الجزائرية

التعقيب عن الدراسة:

إذن فهذه الدراسة ركزت على واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، بينما ركزت دراستنا على واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، لذلك فكل منهما يبحث عن الآثار الناجمة عن استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسات بالإضافة إلا أن هذه الدراسة اعتمدت على المنهج الإحصائي باستخدام البرنامج التطبيقي SPSS VERSION 17، لتحليل الاستمارة.¹

الدراسة الخامسة: " اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية"

— دراسة حالة مؤسسة توزيع الكهرباء والغاز (سونلغاز) ورقلة حضري—

هذه الدراسة من إعداد الطالبة صبيحة بوعمره مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي، الطور الثاني في الميدان علوم اقتصادية والتسيير وعلوم تجارية، وهذا في الموسم الجامعي 2015/2014

وعلى العموم تناولت صاحبة هذه الدراسة الإشكالية المتمحورة حول:

— ما مدى تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي لمؤسسة توزيع الكهرباء والغاز حضري (سونلغاز) خلال الفترة 2013/2010؟

ولتحليل هذه الإشكالية صاغت الباحثة الفروض الآتية :

— ما هي الاستخدامات الرئيسية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة الاقتصادية ؟

¹ معطى سيد أحمد، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، تخصص حوكت الشركات، جامعة أبو بكر بلقايد-تلمسان- مذكرة لنيل شهادة ماجستير، 2012.

__ ماذا نقصد تحديداً بمفهوم الأداء المالي ؟ ما هي مؤشراتته التي تبين مدى التأثير بتكنولوجيا

المعلومات والاتصال المستخدمة في المؤسسة الاقتصادية ؟

__ هل توجد علاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وخصائص المؤسسة؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات وضعت الباحثة جملة من الفرضيات تتمثل في ما يلي :

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على نسب الهيكل المالي في

المؤسسة والمعبرة عنها بكل تغطية القيم الثابتة تغطية رأس المال المستثمر وتغطية المديونية الإجمالية

- يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على نسب الديناميكية

(التسيير) في المؤسسة والمعبر عنها بكل من معدل تغيير، رقم الأعمال ومعدل تغيير القيمة المضافة

ومعدل القيمة الربح الصافي .

يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على نسب النتيجة (المردودية) والمعبر

عنها بكل من القدرة على التسديد

- ومعدل الهامش الإجمالي للاستغلال والمردودية الاقتصادية الإجمالية والمردودية المالية

اعتمدت الباحثة في دراستها هذه على المنهج الوصفي التحليلي وهذا فيما يخص الجانب النظري

لرؤيتها أنه يتناسب مع طبيعة ونوع الدراسة والكشف عن مختلف الجوانب ذات الصلة بالموضوع أما

في الجانب التطبيقي فقد اعتمدت على أسلوب دراسة حالة، أما فيما يخص الأدوات المستخدمة في

الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على المسح المكتبي من الكتب والدوريات والأطروحات على مستوى

المكتبات الوطنية والدولية، بالإضافة إلى استخدام برنامج التحليل الإحصائي EXCEL

ولقد توصلت الباحثة من خلال دراستها إلى العديد من النتائج نذكر البعض منها :

__ وجود تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تغطية القيم الثابتة في المؤسسة

__ لا يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على تغطية المديونية الإجمالية في المؤسسة.

__ يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على معدل تغيير رقم الأعمال في المؤسسة.

__ يوجد تأثير ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على المردودية الاقتصادية الإجمالية في المؤسسة.

التعقيب عن الدراسة

تشابه هذه الدراسة مع دراستنا في كونها اعتمدت على المنهج الوصفي، واختلفت معها في الجانب الميداني حيث أنها قامت بدراسة حالة في حين دراستنا اعتمدنا على دراسة ميدانية فكلًا من الدراستان اعتمدت على أداة مختلفة¹.

الدراسة السادسة: تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية

—مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية— نموذجاً—

هذه الدراسة من إعداد الطالبة لبنى عبد الله العلاوين وهي مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا وهذا في الموسم الجامعي نيسان 2009.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، ودراسة الفروق بين متوسطات تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وفقاً للخصائص الديموغرافية المتمثلة في (النوع الاجتماعي، والعمر، والمؤهل العلمي، والخبرة، والمسمى الوظيفي) وكذلك قياس أثر تكنولوجيا الاتصال على

¹ صبيحة بوعمر، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تقنيات في المالية الكمية، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - 2015.

أنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية متمثلاً بمجالات (التخطيط والتنظيم، والمتابعة والتقييم، واتخاذ القرارات والموارد البشرية والإنتاجية، وكفاءة الأداء) .

وقد حاولت هذه الدراسة الإجابة عن الأسئلة الآتية:

__ ما مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية؟

__ ما مستوى تقييم أفراد مجتمع عينة الدراسة لأنشطة وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية باستخدام تكنولوجيا الاتصال؟

__ هل توجد فروقات ذات دلالة إحصائية بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول مدى استخدام تكنولوجيا الاتصال وأداء مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الأردنية وفقاً للخصائص الديموغرافية؟

اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي وهذا فيما يخص الجانب النظري لرؤيتها أنه يتناسب مع دراستها، أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدت على دراسة ميدانية بغية معرفة واقع تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية.

أما في ما يخص أدوات الدراسة الميدانية فقد اعتمدت الباحثة على الاستبيان بالإضافة إلى أسلوب تحليل التباين (ANOVA) .

ولقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج منها:

__ عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية، بين تقديرات أفراد عينة الدراسة حول الأداة ككل تعزى لخصائص (النوع الاجتماعي، والعمر، والخبرة) .

__ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $a=0.01$ لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال (التخطيط) .

__ يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى المعنوية $a=0.01$ لاستخدام تكنولوجيا الاتصال في مجال (كفاءة الأداء) .

التعقيب عن الدراسة :

اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية في حين دراستنا كانت أشمل من ذلك، واتفقت هذه الدراسة مع دراستنا في بعض الإجراءات المنهجية حيث اعتمدت على المنهج الوصفي بالإضافة الاتفاق في أدوات جمع البيانات فكلا الدراستان اعتمدت على الاستبيان .¹

تاسعا: نوع الدراسة ومنهجها :

إن دراسة أي علم من العلوم لا تكتمل إلا بدراسة مناهج البحث حيث عرف المنهج بمعناه العلمي: "على انه البرنامج الذي يحدد مسبقا سلسلة من المعطيات من اجل القيام بها، وبذلك فان المنهج يوحي باتجاه محدد المعالم ومتبع بانتظام في عملية ذهنية".²

ولكل علم مناهج البحث الخاصة به، والتي تتلاءم مع الخصائص النوعية التي تميز موضوعاته. وباعتبار دراستنا المعنونة "بواقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية" تندرج ضمن البحوث الوصفية هذه الأخيرة التي تهدف إلى توضيح خصائص أية ظاهرة أو أي حدث أو أية جماعة أو وضعية كما تحدد سرعة ظهور أو تكرار أية ظاهرة، كما تستهدف هذه الدراسات إلى تقرير خصائص ظاهرة معينة أو موقف تغلب عليه صفة التحديد وتعتمد على جميع الحقائق و تحليلها وتفسيرها لاستخلاص دلالتها، وبما أن هذه الدراسة تسعى إلى التعرف على "واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية" فان المنهج الملائم لهذه الدراسة هو المنهج الوصفي، حيث عرف المنهج الوصفي على "أنه المنهج الذي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها، وعلاقتها، والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني أن المنهج

¹لبنى عبد الله العلاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا 2009.

²فاضلي ادريس: الوجيز في المنهجية والبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص10.

الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث بعكس المنهج التاريخي الذي يدرس الماضي، مع ملاحظة أن المنهج الوصفي يشمل في كثير من الأحيان على عمليات تنبؤ لمستقبل الظواهر والأحداث التي يدرسها.

— يرتبط استخدام المنهج الوصفي غالباً بدراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية والتي تستخدم فيها منذ نشأته وظهوره، ولكن هذا لا يعني أن استخدامه وتطبيقه يقتصر على هذه العلوم فحسب بل أنه يستخدم أحياناً في دراسات العلوم الطبيعية لوصف الظواهر الطبيعية المختلفة .

يقوم المنهج الوصفي على رصد ومتابعة دقيقة لظاهرة أو حدث معين بطريقة كمية أو نوعية في فترة زمنية معينة أو عدة فترات، من أجل التعرف على الظاهرة أو الحدث من حيث المحتوى والمضمون، والوصول إلى نتائج وتعميمات تساعد في فهم الواقع وتطويره¹.

— ويرى آخرون أن "المنهج الوصفي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة"².

واعتمدنا على المنهج الوصفي في دراستنا لما له من فوائد تساعد على فهم مختلف الظواهر الاجتماعية والإنسانية وذلك من طريق :

— اتساع النطاق وتعدد الطرق المتاحة أمام الباحث من حيث اللجوء إلى المسح وتحليل العمل أو المضمون كما قد يلجأ الباحث إلى دراسة العلاقات مما يعطي الباحث مجالاً وحرية ولا يحصره ضمن نطاق ضيق من حيث تزويد الباحث بالمعلومات والتي تزيد من وضوح الرؤية بفهم الظاهرة أو الحدث.

— تقديم التفسيرات والتحليلات للظواهر المختلفة مما يساعد الباحث على فهم المؤثرة في الظاهرة .

¹ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد عنيم: مناهج واساليب البحث العلمي: النظرية والتطبيق، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000، ص ص 42.43.

² عمار بوحوش، محمد محمود الدينيات: مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط5، (د.س)، ص 139.

عاشرا: مجتمع البحث والعينة:

10-1 مجتمع البحث: إن القصد بمجتمع البحث أو الدراسة كما عرفه الباحثون "هو مجموع محدود أو غير محدود من المفردات، أي أن تعريف مجتمع البحث حسب باحثين آخرين: "هو جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أي هو المجموع الكلي من المفردات والأشياء الأخرى المحدودة، المجتمع الذي بإمكان الباحث تحديد حجمه الحقيقي"¹

ويقصد به أيضا "أنه جميع مفردات أو وحدات الظاهرة تحت البحث فقد يكون مجتمع مكون من سكان مدينة أو مجموعة من الأفراد في منطقة ما. أو مجموع العمال الذين يعملون في شركة معينة أو مجموعة الحقول في منطقة معينة أو مجموعة من الحيوانات أو سلعة معينة ينتجها معمل معين ويمكن القول أن المجتمع الإحصائي هو مجموعة من الوحدات الإحصائية معرفة بصورة واضحة. بحيث تميز الوحدات الإحصائية التي تدخل ضمن هذا المجتمع عن غيره"².

10-2 عينة البحث

قمنا في هذه الدراسة بالاستعانة بأسلوب المسح الشامل.

وهي طريقة جمع البيانات والمعلومات من جميع عناصر ومفردات مجتمع الدراسة لأساليب مختلفة.³ وقد تم اختيار هذا الأسلوب بحكم أن حجم مجتمع الدراسة صغير وهم مستخدمي تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة والذي يقدر عددهم بـ 50 مفردة، ولذلك يمكن التحكم فيه وتحديد بدقه بالإضافة إلى توفر الوقت لذلك، أما طريقة اختيارها فهي تطبق على جميع المفردات.

¹ احمد بن مرسلبي: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010، ص160.

² محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، (د.ط)، 2015، ص 77.

³ ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم، مرجع سبق ذكره، ص138.

احدى عشر: أدوات جمع البيانات.

تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة فهي تحتاج إلى عناية كبيرة من طرف الباحث لأن الاختيار الأمثل للأداة التي ستعتمد في جمع البيانات ستساعد في جمع البيانات بأكبر قدر ممكن ويقصد بها الأدوات المراد توظيفها للحصول على بيانات الدراسة وتم تحديد طريقة جمع البيانات بناء على طبيعة البيانات المراد الحصول عليها وعلى طبيعة مشكلة البحث والمنهج المتبع فيه وكذلك مراعاة مجتمع البحث وعينته، وباعتبار دراستنا تتمحور حول " واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية" فقد قمنا باختيار الأدوات الأكثر فاعلية ودقة في جمع المعلومات وبذلك قد اخترنا "الاستبيان" وقد روعي في أسئلته التنوع وبساطة الصياغة ووضوح الفكرة .

❖ يعرف الاستبيان: على "أنه أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري تعبئتها من قبل المستجيب، ويكون المستجيب سيد الموقف، فهو يعبئ الاستمارة بكلماته وبخط يده وبحسب فهمه للأسئلة ومدى رغبته للاستجابة".¹

— يعرف أيضا: على "أنها أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة أو الجمل الخيرية تتطلب الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث بحسب أغراض البحث".²

وحتى تتمكن من اختيار صحة الفرضيات المقدمة اعتمدنا على استمارة وقمنا بتوزيعها على العاملين داخل مؤسسة الخزف الصحي وقد احتوت هذه الاستمارة على 04 محاور.

— المحور الأول: البيانات الشخصية.

— المحور الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في مؤسسة الخزف الصحي .

— المحور الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء مؤسسة الخزف الصحي.

¹ فهد خليل زايد: أساسيات منهجية البحث في العلوم الانسانية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص126.

² حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي(مدخل لبناء المهارات البحثية)، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013، ص147.

— المحور الرابع: عراقيل وصعوبات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي.

وبعد إعداد الاستبيان تم عرضه على لجنة من الخبراء وهم مختصين في علوم الإعلام والاتصال، وبعد مرحلة التحكيم والتعديل تم طباعة عينة من الاستمارات قدرت بـ 50 استمارة، وبعد توزيعها تم استرجاع (44) استمارة في حين لم تسترجع 6 استمارات ، وبعد المراجعة تم الوصول إلى (44) استمارة قابلة للتبويب والتفريغ والتحليل.

اثني عشر: المداخل النظرية للدراسة:

— نظرية انتشار المبتكرات:

مفهوم الانتشار: يذكر روجارز أن الانتشار عبارة عن انتقال الأفكار والتكنولوجيا والممارسات الجديدة من مصادر ابتكارها إلى الناس والنجاح الذي يصادف بعضها في هذا الطريق وال فشل الذي يصاحب البعض الآخر وظروف النجاح وأسباب الفشل فالانتشار مرتبط بالتجديدات والابتكارات أما التجديدات والابتكارات فهي أفكار يدركها الفرد بوصفها شيئاً جديداً. وقد تتعلق هذه الأفكار الجديدة بأمور محددة جداً مما يشغل ذهن الإنسان كما أنها قد تصل بمجال واسع من الأمور والاهتمامات الإنسانية، وتقاس مدى حداثة الفكرة بالبعد الزمني الذي استخدمت فيه لأول مرة، كما أن حداثة هذه الفكرة هي التي تحدد رد فعل الشخص اتجاهها.¹

منطلقات النظرية : انطلقت هذه النظرية من الدراسات والأبحاث المنجزة في إطار تمديد وتعميق العلاقات الشخصية، وأطلق عليها بعض الباحثين نظرية التأثير المحدود أو البحوث التي تجري حول انتشار المبتكرات أو الأفكار المستحدثة وهذه النظرية تشبه نظرية تدفق انتقال وسائل الاتصال على مرحلتين مع توسعها في مراحل التدفق ووسائطه.

¹ محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، مكتبة ومطبعة درا الاشعاع الفنية، الاسكندرية، ط1، 2001، ص 210، 211.

إن هذه النظرية تركز على تحليل مجموع عملية الابتكار حيث تركز الاهتمام على انتشار المبتكرات على مراحل وعلى المعرفة الامبريقية "التجريبية" للعوامل المساعدة على تبني الابتكار المدروس من طرف الأشخاص، ولقد أكد الباحثون في هذا المجال على الأهمية الرئيسية للاتصال ولعنصر الوقت في عملية تبني المبتكرات ومن جهة أخرى تفترض هذه النظرية أن وسائل الاتصال أكثر فاعلية في التعريف بالمبتكرات مقابل فاعلية قادة الرأي خصوصا والاتصال الشخصي عموما في تشكيل المواقف حول هذه المبتكرات.

هذا وقد حدد علماء الاتصال الخصائص المؤثرة في قبول وانتشارا لمبتكرات في خمسة عناصر وعلى رأسهم عالم الاتصال روجرز وشموخر :

- الفقه المادي.
- الانسجام مع القيم السائدة.
- درجة التعقيد من حيث الفهم والاستخدام .
- القابلية للتقسيم والتجزئة.
- قابلية التداول "الوضوح وسهولة النشر".
- كما وحد العالمان عملية تبني المبتكرات في ما يلي :
- الوعي بالفكرة " الاطلاع "
- الاهتمام .
- التقويم¹ .

¹ بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 2015، ص ص 177، 178.



الإطار النظري للدراسة

الفصل الثاني

مدخل نظري حول تكنولوجيا الاعلام والاتصال

تمهيد.

- 1 - تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 2 - نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 3 - خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 4 - وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 5 - أنواع تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 6 - أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 7 - مزايا وعيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

شهد القرن الواحد والعشرين تطورات كثيرة في مجالات عدة ومنها التطور في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال التي أثرت في الحياة الإنسانية بشكل كبير والتي أصبحت لا غنى عنها في حياة الدول والشعوب والأفراد والمؤسسات، وبالتالي سنحاول في هذا الفصل تسليط الضوء على ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

1- تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

تعدد التعاريف المقدمة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وتتنوع، حسب وجهة نظر الباحثين حيث لا يوجد تعريف واضح وشامل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال، فحسب التعريف الدولي "فإن تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي تلك النشاطات الاقتصادية التي تساهم في جعل المعلومات مرئية ثم معالجتها وتخزينها ونقلها بطرق إلكترونية"، كما أنها "هي نتيجة تلاقي التكنولوجيات المتنوعة مما يسمح بتبادل ومعالجة المعلومات عن طريق وسائل اتصالية جد متطورة مثل الانترنت"¹

— يعرفها البنك الدولي على "أنها مجموعة من الأنشطة تسهل تجهيز المعلومات وإرسالها وعرضها بالوسائل الإلكترونية"².

2- نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

شهد العالم 1824 اكتشاف العالم الانجليزي "وليم سترجون" الموجات الكهرومغناطيسية، واستطاع "صمويل مورس" اختراع التلغراف في عام 1837، و ابتكر طريقة للكتابة تعتمد على النطق والشرط وقد تم مد خطوط التلغراف السلكية عبر كل أوروبا وأمريكا والهند من خلال القرن التاسع عشر.

وفي عام 1876، استطاع "براهم بل" أن يخترع التلغراف لنقل الصوت الآدمي إلى مسافات بعيدة مستخدما نفس تكنولوجيا التلغراف إي سريان الستار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلا بمطرقة التلغراف شريحة رقيقة من المعدن تمز حين تصطدم بها الموجات الصوتية.

وفي عام 1877، اخترع "توماس أيدسون" جهاز الفوتوغرافي ثم تمكن العالم الألماني "إميل برلنجر" في عام 1887، من ابتكار القرص المسطح الذي يستخدم في تسجيل الصوت.

¹ محمد بن ذهبية: مرجع سبق ذكره، ص 47.

² هاشم الشمري، نايا اللبني: مرجع سبق ذكره، ص 7.

وفي عام 1895، شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية ثم أصبحت السينما ناطقة في 1928.

وتمكن العالم الايطالي الأصلي "جوجليلمو ماركو ني" من اختراع اللاسلكي في عام 1896، تلك هي المرة الأولى التي ينقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبيا دون استخدام الأسلاك. وكان الألمان والكنديون أول من بدا في توجيه خدمات الراديو المنظمة منذ عام ثم تبعتها الولايات المتحدة الأمريكية في 1920.

كذلك بدأت تجارب التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية منذ أواخر العشرينيات مستفيدة بما سبقها من دراسات وتجارب عملية في مجالات الكهرباء والتصوير الفوتوغرافي والاتصالات السلكية واللاسلكية.¹

وخلال القرن العشرين اكتسبت وسائل الاتصال الجماهيرية أهمية كبيرة وخاصة (برامج التلفزيون) الوسائل الالكترونية، باعتبارها قنوات أساسية لنقل الأخبار والمعلومات وأصبحت برامج التلفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافته وأنماط معيشته وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم الحالية مع ظهور ونجاح الصحافة الجماهيرية التي اكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين، فقد شهد القرن التاسع عشر ظهور عدد كبير من وسائل الاتصال (التلغراف، التلفزيون، الفوتوغراف، ثم التصوير الفوتوغرافي فالفيلم السينمائي ثم الإذاعة المرئية (التلفزيون)، وهذا استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية فقد أحدثت هذه المرحلة ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم إلى قرية كونية عالمية الكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت والصورة والكلمة المطبوعة كل ما يحدث وقت وقوعه.

¹حسان عماد مكاوي، محمود سلمان علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2009، ص ص67-

إلا أن هذا الانفجار لمعلوماتي جعل الإنسان العادي يعبر عن متابعة ما يحدث في العالم على مستوى الأحداث اليومية، أو على مستوى التخصص العلمي والمهني وأصبحت وسائل الاتصال الالكترونية وفق هذا المفهوم النافذة السرية التي نرى بها أنفسنا.

شهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالا لتكنولوجيا والإعلام والمعلومات ما يتضاءل أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة ولعل أبرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث ثورات ببعضها البعض شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية، وهي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار ضخم في المعرفة وكمية هائلة من المعارف المتعددة والأشكال والتخصصات واللغات وثورة الاتصال، وتتجسد في تطور تكنولوجيا الاتصال والإعلام.

الحديثة بدءا بالاتصالات السلكية مرورا بالتلفزيون وانتهاء بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية وثورة الحاسبات الالكترونية التي امتدت إلى كافة جوانب الحياة وامتزجت بكافة وسائل الاتصال، وقد أطلق على هذه المرحلة عدة تسميات أبرزها مرحلة الاتصال المتعددة الوسائط، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية ومرحلة الوسائط المنهجية .

ومركزاتها الأساسية هي الحاسبات الالكترونية في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي والألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية.

وتميزت التكنولوجيا الجديدة للاتصال والإعلام والمعلومات والحاسبات الالكترونية للاتصالات الفضائية، وإمكانية الاتصال المباشر بقواعد البيانات، انتشار التلفزيون الكابلي التفاعلي والرقمي وخدمات الفيديو تكس والتيلتكس الفيديو ديسك الرقمي نظم الليزر المايكرو ويف الألياف الضوئية، الاتصالات الرقمية، خدمات الهاتف المحمول، البريد الالكتروني، عقد المؤتمرات عن بعد.¹

¹ رضوان بلخيري: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، جسر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014، ص ص 244-245.

3- خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تتميز تكنولوجيا الإعلام والاتصال بعدة سمات وخصائص ولقد ذكر بعضها هارون منصر في كتابه ومن أبرزها ما يلي: ¹

➤ التفاعلية: من أبرز صفاتها هي تبادل الأدوار بين المرسل والمستقبل، أي أن هناك أدوار مشتركة بينهما في العملية الاتصالية ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلا من مصادر ومن ذلك نجد استعمال مصطلحات جديدة في عملية الاتصال مثل الممارسة الثنائية، التبادل، التحكم، ومثال على ذلك استعمال النظام يعد واحد من أنظمة النصوص.

➤ اللاتزامنية: وتبرز أهمية هذه السمة كونها تسمح بإمكانية تراسل المعلومات بين أطراف العملية الاتصالية من دون شرط تواجدها في وقت إرسالها وهنا يعني أن هناك إمكانية لحزن المعلومات المرسلة عند استقبالها في الجهاز واستعمالها وقت الحاجة فمثال في أنظمة البريد الإلكتروني، ترسل المعلومات من منتجها إلى المستفيد منها في أي وقت.

كما ذكر حسن عماد مكاوي ومُحَمَّد سلمان علم الدين بعضا من الخصائص من أهمها: ²

➤ الشبوع والانتشار: ويعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم وفي داخل كل طبقة من طبقات المجتمع وكل وسيلة تبدو في البداية على أنها ترفية ثم تتحول إلى ضرورة نلمح ذلك في التلفون وبعده وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام لكل الأطراف المعنية، وفي رأي "ألفن توفلر" أن من المصلحة القوية للأثرياء هنا أن يجدوا طرق لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليستمر من هم اقل ثراء، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.

¹ هارون منصر، تكنولوجيا الاتصال الحديثة المسائل النظرية والتطبيقية، دار الألفية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2012، ص ص 51. 52.

² حسن عماد مكاوي، مُحَمَّد سلمان علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص ص 321-322.

➤ الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومات أن تتبع المسارات المعقدة تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال الكترونيا عبر الحدود الدولية وذهابا من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان في العالم.

كما ذكر مُجد الفاتح حمدي وآخرون مجموعة من الخصائص منها:¹

➤ التعقيد وكثافة الاستخدام: تكنولوجيا الاتصال وبالذات المنعدمة منها تتسم بكثافة استخدام رأس المال والتعقيد الشديد وارتفاع التكلفة، وهي لكل ذلك تأخذ صبغة احتكارية حيث تتركز عادة في أيدي بناء القوة والنفوذ السائد في المجتمع .

➤ الاحتكارية وسيطرة قلة قليلة عليها: إن صناعة هذه التكنولوجيا تتسم بالتركيز الشديد حاليا في عدد محدود من الدول الصناعية الكبرى ومن الشركات العالمية متعددة الجنسيات، ويؤدي هذا التركي إلى السيطرة المطلقة لهذه الشركات الاحتكارية ليس فقط على عملية نقل وتسويق هذه التكنولوجيا في الدول الأقل تقدما، ولكن أيضا في التأثير على طريقة إدارتها واستخدامها بل وصياغتها في أحيان كثيرة.

في هذه الدول، مما يعزز من أحكام قبضة المجتمعات المصنعة لهذه التكنولوجيات على الدول المستوردة لها وترسيخ تبعية ثانية للأولى في المجال الثقافي .

كما تطرقت إليها إيمان محداب وحسنى شيرانة في مذكرتهم إلى جملة من الخصائص من أهمها:²

¹ مُجد الفاتح حمدي، مسعود بوسعدية، ياسين قرناي: تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011، ص10

² إيمان محداب، حسنى شيرانة : أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة على فعالية الأداء داخل المؤسسة الخدمانية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة مُجد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017، ص41.

➤ اللامهائية: لم تعد وسائل الاتصال تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في ووسائل عامة ومنظمة بل أصبحت من إمكاناتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى الفرد بعينه تستهدفه برسائلها أو جماعة أو فئة تتبعا لاهتماماتها وحاجاتها الخاصة فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعا لحاجة مستقبلها.

➤ قابلية التوصيل: وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنوعه كبرى من أجهزة أخرى بغض النظر من الشركة الصانعة لها أو البلد الذي يتم فيه الصنع.

➤ قابلية التحرك أو الحركة: فهناك وسائل اتصالية كثيرة يمكن لمستخدميها الاستفادة منها في الاتصال من أي مكان ونقلها من مكان إلى آخر أثناء حركتها.

➤ قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسيط إلى أخرى لتقنيات التي يمكنها تحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة وبالعكس.

➤ التوجه نحو التصغير: نتيجة الوسائل الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك عكس مستهلك العقود الماضية التي اتسمت بالسكون والثبات ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة تلفزيون الهاتف النقل والحاسب النقل المزود بطابعة الكترونية.

4- وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

لتكنولوجيا الاعلام والاتصال وظائف عدة ولقد ذكر منها مُجَّد الفاتح وآخرون ما يلي:¹
إن الانتشار الواسع والمتسارع في تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة في وقتنا الحاضر أدى إلى زيادة التفات الجماهير حولها والاستفادة مما قدمته من خدمات اتصالية وإعلامية في شتى الميادين ومن بين

¹ مُجَّد الفاتح وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص ص 11، 13.

هذه الوظائف التي جاءت بها تكنولوجيا الإعلام والاتصال نذكر:

__ وظيفة التوثيق: لعبت تكنولوجيا الاتصال والإعلام المتمثلة بالحاسوب والأقراص المضغوطة وآلات التصوير الرقمية دورا كبيرا في توثيق الإنتاج الفكري في مجال الاتصال والإعلام، وذلك بتناول البحوث والدراسات الأكاديمية والتطبيقية والعملية والمعلومات المتخصصة في فروع الإعلام والاتصال بتناولها لعمليات التجميع ووضع النظم والأساليب الفنية الكفيلة باسترجاع مضمون هذا الإنتاج وتحليله من خلال فهرسته وتصنيفه ثم الإعلام عنه ليتحقق الاستخدام الأمثل لهذا الرصيد الفكري.

عملت تكنولوجيا الاتصال والإعلام الجديدة على الزيادة في سرعة إعداد الرسائل الإعلامية وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية ومن مرئية إلى مطبوعة)، وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان.

وفي إطار الوظيفة السابقة، تنشأ ما يسمى بالمجتمعات الافتراضية التي يجتمع أفرادها حول أهداف أخرى قد تكون غائبة في المجتمعات الحقيقية لهؤلاء الأفراد مثل مناهضة العنصرية أو تحديد الجنس أو النوع.

ظهور العديد من خدمات الاتصال الجديدة مثل: الفيديو تكس والتلكست والبرامج الالكترونية والأقراص المدججة الصغيرة (cd) التي يمكن من خلالها تخزين مكتبة عملاقة على قمة مكتب صغير.

بجانب المواقع الإعلامية المعروفة على شبكة الانترنت تقوم الآلاف أو مئات الآلاف من المواقع الأخرى التي تقوم الخدمة الإعلامية، حول الوقائع والأحداث التي تتم في بقاع كثيرة من العالم وكتابة التقارير الإخبارية والتعليقات عليها في إطار الخدمة الإعلامية المتكاملة تراها هذه المواقع.

كما تطرق إليها رضوان بلخيري ويمكن حصرها أهمها في ما يلي:¹

¹ رضوان بلخيري، مرجع سبق ذكره، ص ص 201، 202.

– وظيفة إنتاج المادة الصحفية وجمعها الكترونيا: ومن بين وسائلها الحاسوب الآلي، وقواعد المعلومات وشبكة المعلومات العالمية والتصوير الالكتروني، والأقمار الصناعية والمساحات الضوئية والاتصالات السلكية والألياف البصرية.

– وظيفة تخزين المعلومات الصحفية واسترجاعها: وتقوم مصارف المعلومات وشبكاتهما ومراكز المعلومات الصحفية باستخدام الأقراص المدججة في توثيق أرشيفها ووثائقها، وهي تساعد على البحث في المعلومات واسترجاعها بشكل سريع.

– وظيفة نقل المعلومات الصحفية ونشرها وتوزيعها: مثل الفاكس والأقمار الصناعية والاتصالات السلكية واللاسلكية والشبكات الرقمية وشبكات الألياف والكابل.

– وظيفة معالجة المعلومات الصحفية رقميا: ومن بينها الحاسوب الآلي والنشر الالكتروني سواء كانت تلك المعلومات مادة مكتوبة أم مصورة أم مرسومة فان هناك العديد من البرامج التي تتعامل ومثل هذه المعلومات وتعالجها.

5- أنواع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

5-1- الحاسوب الآلي:

تعريف الحاسب الآلي: هو آلة يتم تغذيتها بالبيانات (مدخلات) فيقوم بمعالجتها وفقا لبرامج موضوعة مسبقا (المعالجة) للحصول على النتائج المطلوبة التي تخرج (المخرجات) في شكل من أشكال المخرجات مثل شاشة العرض أو في صورة تقرير أو في شكل جدول بيانات.¹

إن استخدام الكمبيوتر في مجال الاتصال تتنوع وتختلف استخدامات الحاسب الآلي من فرد إلى آخر وهذا راجع إلى اشباكات واحتياجات كل فرد وهذا الاختلاف ناتج عن اختلاف مجال العمل أو الدراسة أو البحث العلمي ومن بين استخدامات الحاسب الآلي الذي تطرق إليها فضيل دليو نجد:¹

¹ محمود عزت اللحام وأخرون: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015، ص ص 110، 109.

- الحساب والمعالجة السريعين للبيانات الرقمية والرموز والمعادلات.
- حفظ واسترجاع المعلومات الحرفية والرقمية بسرعة كبيرة وبكميات هائلة.
- معالجة الكلمات والنصوص مع إتاحة متابعة مرئية مباشرة وواضحة لها وإمكانية التعديل والتصحيح وإعادة الترتيب الجزئي أو الكلي للمادة وكذا تخزينها بسهولة كبيرة.
- تصميم الرسوم وتحسين أدائها باستخدام نظم معلوماتية تسمح بتخزين رسوم جاهزة وتعديلها وسهولة معالجتها والتصرف فيها.
- التواصل والدردشة عبر شبكات المعلومات "الانترنت" "الاكسترنات" (داخل المؤسسات أو بينها وبين محيطها الخارجي) والانترنت العالمية.
- أعمال التركيب والتشغيل الدائمين لبرامج وسائل الاتصال الجماهيرية الأخرى راديو، سينما، تلفزيون.....
- محاكاة بعض الأجهزة الالكترونية الأخرى مثل: الفيديو، التلفزيون، الهاتف، الفاكس. كما تستعمل الحواسيب العملاقة في تحسين :
 - تحديد موقع ومسار وحجم وطبيعة الثروات الباطنية.
 - دقة توقعات الرصد الجوي.
 - دقة وسرعة انجاز معظم البحوث العلمية في المجال الصحي، البيئي، الفلكي.....

5-2- تكنولوجيا الهاتف النقال:

الهاتف النقال عبارة عن جهاز اتصالي صغير الحجم مربوط بشبكة الاتصالات اللاسلكية والرقمية يسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية عن بعد وبسرعة فائقة ونظرا لطبيعة مكوناته

¹فضيل دليو: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة بعض تطبيقاتها التقنية، دار حمومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014، ص ص

الالكترونية واستقلاليتها العلمية (عدم ارتباطه المادي المباشر) فقد يوصف أو النقال أو الجوال أو المحمول ومعروف أن الهاتف النقال الحالي هو التنقل المتطور للهاتف التقليدي الثابت أو الخيطي الذي كانت طرفياته موصلة بشبكة من الخيوط لا تسمح بنقله إلا لمسافات محدودة.¹

5-2-1 خدمات الهاتف النقال: للهاتف النقال خدمات جديدة ومتنوعة تخدم بهم المشتركين ومن أهم هذه الخدمات الذي ذكرها الباحث خالد منصر في مذكرته مايلي:²

✓ **تحديد الأرقام:** تتيح هذه الخدمة للمستخدم تحديد الأرقام التي يتم الاتصال بها سواء أرقام محلية أو دولية فلا يتم الاتصال إلا بهذه الأرقام مميزات التحكم بالاتصالات الصادرة وتقليل المصاريف الخاصة بخدمة الهاتف الجوال.

✓ **الوسائط المتعددة:** تتيح هذه الخدمة نقل الصور وبيانات لا يمكن إرسالها برسالة نصية إلى أشخاص بعدين عنه ومن مميزات التواصل مع الأهل بإرسال صور للعائلة ونقل ملفات الفيديو التي لا يمكن إرسالها برسالة نصية.

✓ **الاتصال المرئي:** وهي تمكن المستخدم من إجراء واستقبال المكالمات المرئية عبر جهازه وهذه الخدمة فقط للجيل الثالث ومن مميزات التواصل مع الأهل والأصدقاء بالصوت والصورة مباشرة وإمكانية الاختيار بين استقبال خدمة الاتصال المرئي أو تحويلها إلى مكالمة صوتية.

✓ **القنوات التلفزيونية:** وهي إمكانية مشاهدة القنوات التلفزيونية التي يوفرها الهاتف الجوال في بث حي مباشر عبر شاشة الهاتف الجوال ومن مميزات سرعة عالية في استعراض القنوات التلفزيونية ومشاهدتها وخيارات متعددة بين القنوات التلفزيونية، جودة عالية ووضوح في الصوت والصورة وإمكانية استقبال المكالمات من خلال مشاهدة البث الحي.

¹ فضيل دليو: الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله)، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2003، ص 170.

² خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر -باتنة- 2013، ص91.

3-5 تكنولوجيا البريد الالكتروني:

1-3-5 البريد الالكتروني: وهو ابرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الانترنت، ويستمد البريد الالكتروني تعريفه من تعريف الوسائل الالكترونية وهي تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل الاتصال الشخصي بنوعيه الفردي والجماعي سواء للمعلومات النصية text أو الصوتية voice أو الصور المرئية photos، وهو نظام يمكن بموجبه لمستخدم الانترنت تبادل الرسائل مع مستخدم آخر أو مجموعة مستخدمين من خلال تخصيص مساحة على الخدام الخاص بهم لتكون مخصصة للبريد الالكتروني وبالتالي يكون لكل مشترك مع هذا المزود مساحة فرعية خاصة به، ويعطي المشترك عنوانا خاصا به يمكن من خلاله استقبال الرسائل الالكترونية والتواصل مع الآخرين.¹

2-3-5 مميزات البريد الالكتروني:

ولقد أشار إليها هارون منصر في كتابه على أنها:²

- وسيلة اتصال سريعة وسهلة حيث يصل البريد الالكتروني إلى صندوق بريد المرسل إليه في ثوان ودقائق.
- وسيلة اتصال رخيصة الثمن ولنا أن نتخيل كم يتكلف إرسال الخطاب إلى شخص في أحد الأقطار أو مخاطبته هاتفيا، ولكن إرسال البريد الالكتروني يأخذ نفس الوقت سواء أرسلت الرسالة إلى أحد جيرانك أو إلى شخص يبعد عنك آلاف الأميال.
- يعمل البريد الالكتروني طوال الوقت دون إجازات أو رسمية أو غير رسمية ، كذلك فانه لا يضل طريقة الصندوق البريد الالكتروني كما قد يحدث في البريد العادي.
- تسجيل وقت تاريخ إرسال الرسائل وحفظها وان كان وقتا غير دقيق مائة بالمائة.

¹ فيصل أبو عيشة: الاعلام الالكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010، ص ص 80 . 81

² هارون منصر، مرجع سبق ذكره، ص ص 170، 171

- إمكانية إرسال أكثر من رسالة لأكثر من شخص في وقت واحد.

4-5 الفيس بوك: هو عبارة عن موقع اجتماعي تم إطلاقه في شهر فبراير عام 2004، وهو يتبع

شركة تحتل نفس الاسم ويسمح هذا الموقع لمستخدميه بتكوين عدة شبكات فرعية والانضمام إليها من نفس الموقع وتتمحور الشخصيات التي تنتمي إليها عادة في دائرة فئة معينة مثل كونهم من مهنة محددة أو منطقة جغرافية معينة أو كلية أو مدرسة معينة وغيرها من التجمعات والأماكن التي تساعد المستخدم التعرف على المزيد من الأصدقاء والأشخاص الذين ينتمون أو يتواجدون في نفس فئة الشبكة أما عنوان الموقع فهو ¹facebook.com

1-4-5 مميزات الموقع: يضمن الفيس بوك عدد من المميزات التي تتيح للمستخدمين إمكانية

التواصل مع بعضهم البعض ومن بين هذه السمات الذي ذكرتها مروى عصام صلاح منها:²

✓ **سمة wall أو لوحة الحائط:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي

لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

✓ **سمة pokes أو النكزة:** تتيح للمستخدمين إرسال نكزة افتراضية لإثارة الانتباه إلى بعضهم

البعض (وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به).

✓ **سمة الصور photos:** يمكن المستخدمين تحميل الألبومات والصور من أجهزتهم إلى الموقع،

حيث يوفر الفيس بوك لمستخدميه إمكانية تحميل كم هائل من الصور إلى الموقع مقارنة بالمواقع

الأخرى التي تقدم خدمات استضافة الصور مثل موقعي فوتوبا كيت، وفليكر اللذان يضعان حدا

لعدد الصور الذي يسمح للمستخدم بتحميلها في الماضي.

¹ عامر ابراهيم القندلجي: الاعلام والمعلومات والانترنت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عملن، (د.ط)، 2012، ص 350.

² مروى عصام صلاح: الإعلام الالكتروني الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015، ص 250،

✓ **سمة facebook wotes** (أو تعليقات الفاييس بوك): تم تقديم هذه السمة في 22 من شهر أغسطس لعام 2006 وهي سمة متعلقة بالتبويب بإضافة العلامات والصور التي يمكن تضمينها وقد يمكن تضمينها وقد تمكن المستخدمون في وقت لاحق من جلب المدونات من مواقع "زاني" ولايف جورنال " وبلوجر " وغيرها من المواقع الأخرى التي تقدم خدمات التدوين.

✓ **سمة إرسال الرسائل الفورية (CHAT)** : خلال الأسبوع الذي وافق 7 أبريل 2008 صدر الفاييس بوك تطبيق إرسال رسائل فورية إلى شبكات الاتصال باستخدام برنامج coment وأطلق عليه اسم chat ويوفر هذا التطبيق للمستخدمين إمكانية التواصل مع أصدقائهم، وهو يشبه في أداء وظيفته برامج إرسال الرسائل الفورية الموجودة على سطح المكتب.

✓ **سمة market place أو السوق**: في 14 مايو عام 2007 أطلق الفاييس بوك سمة market place أو السوق الذي يتيح للمستخدمين نشر الإعلانات مبنية مجانية وقد قامت شركة سي نت بمقارنة هذا التطبيق مع موقع كريجز ليست حيث أشارت إلى أن الفارق الرئيسي بينهما يتمثل في أن القوائم التي ينشرها المستخدم باستخدام market place تتم مشاهدتها من قبل المستخدمين من الشبكة نفسها، أما القوائم المنشورة في كريجز ليست فيمكن لأي شخص مشاهدتها.

5-5 تقنية الفاكس ميلي facsimile: وهي عبارة عن طريقة أو نظام لإرسال الصور والأشياء المكتوبة باليد أو المطبوعة الكترونياً عن طريق سلك أو راديو أو أقمار صناعية يمتاز بنقل الأشياء الثابتة وليس المتحركة.

ولقد شاع استعماله في الثلاثينات وفي سنة 1954، بدأت وكالات الأنباء في استخدام نظام الفاكس في إرسال الصور الفوتوغرافية والكلمات المطبوعة بحيث يستخدم الفاكس في إرسال الأخبار من وكالات الأنباء إلى أماكن طباعة الصحف.¹

5-6 الانترنت:

5-6-1 مفهوم الانترنت : مشتق من مسمى شبكة المعلومات الدولية التي يطلق عليها باللغة الانجليزية international Net work كما يطلق على الانترنت عدة تسميات منها the wet أو الشبكة العالمية world Net أو الشبكة العنكبوتية the web أو الطريق الالكتروني السريع للمعلومات.

والانترنت شبكة عالمية تربط ملايين من أجهزة في العالم ويتكون الانترنت من شبكات تمكن أي شخص متصل بها من التجول في رحابها الواسعة والمتنوعة بلا حدود حيث يتم فيها ربط مجموعة شبكات بعضها مع بعض في جميع دول العالم عن طريق جميع وسائل الاتصال المعروفة.² ويعرف أيضا " هو تلك الشبكة الالكترونية المكونة من مجموعة من الشبكات التي تربط الناس والمعلومات من خلال أجهزة الكمبيوتر والأجهزة الرقمية بحيث تسمح بالاتصال بين شخص وآخر، ما وتسمح باسترجاع هذه المعلومات.³

5-6-2 نشأة الانترنت: تعود الفكرة الأولى للانترنت إلى عام 1945 عندما طرح فانيفار بوش آلة أطلق عليها اسم ميمكس ماشين لتنظيم المعارف الإنسانية والربط بينهما وتمكين الباحثين من الاستفادة المعلومات بطريقة إلكترونية والوصول على المعلومات المرتبطة بها

¹ أسماء مرعش، شبيرة سميحة: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة ودورها في صناعة الإشهار المسموع، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2017، ص52.

² ماهر عودة الشمالية وآخرون: الاعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015، ص39.

³ حلمي خضر ساري: ثقافة الانترنت (دراسة في التواصل الاجتماعي)، دار مجد لاوي للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2005، ص ص 19، 20.

في عام 1948 طورت شركة A.T.F.T الأمريكية المتخصصة في مجال الاتصالات جهاز الترانزستور الذي أصبح أهم أحد التكنولوجيات التي تعتمد عليها الانترنت والذي قاده إلى الثورة الرقمية وتكنولوجيا الضغط الرقمي ودون الجهاز لم يكن من الممكن قيام الانترنت¹.

وفي عام 1950 ساور القلق وزارة الدفاع الأمريكية من قيام حروب نووية تقضي على نظام الاتصالات المحرك للأعمال الأمر الذي طرح سؤالاً عن كيفية ضمان استمرار الاتصال في حالة قيام هذه الحرب، وكانت الإجابة تكوين شبكة اتصالات مركزية إذا دمرت إحداها فإنها تستمر في العمل وهذه الشبكة هي الانترنت، وهذا كانت فكرة الانترنت حكومية عسكرية امتدت إلى قطاع التعليم ثم التجارة حتى أصبحت في متناول الأفراد، دليل الهاتف والخدمات الإدارية المتعدد، توفير جميع خدمات الانترنت من بريد إلكتروني ومؤتمرات الفيديو، الحوار... الخ من خلالها يمكن تبادل البيانات النصية والصوتية والفيديو والصور والرسوم².

في أواخر الستينات من القرن الماضي تمثل مطلباً عسكرياً في المؤسسات العسكرية الأمريكية، إذ أنه إبان الحرب الباردة بين روسيا وأمريكا الباردة بين روسيا وأمريكا ظهر تساؤل "البنجاجون" فحواه ماذا يحدث إذا أطلق الإتحاد السوفيتي صواريخه على أمريكا فانقطعت الاتصالات داخلها، فكيف يمكن تحريك الوحدات العسكرية الأمريكية في حال انقطاع خطوط الاتصال، وبعد عدة سنوات من العمل ظهرت شبكة الانترنت كإجابة على هذا السؤال ثم انقسمت الشبكة بين المجتمع العسكري الأمريكي والمجتمع العلمي هناك ليتولى الجزء المدني منها مجموعة من الجامعات وأخذت في التطور حتى ظهرت شبكة الانترنت³.

¹ حسني محمد نصر: الانترنت والاعلام الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، د.ط، 2003، ص ص 19.20

² عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص53.

³ محمد حامد الخضر، الإعلام والانترنت، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص59.

وفي عام 1961 اقترح "بول باران" وهو باحث أمريكي يعمل في شركة (RAND) الحكومية، نظاماً لربط الحواسيب مع بعضها البعض في الولايات المتحدة كافة من خلال شبكة لامركزية إذا دمر بعضها فإنها تستمر في اتصالاتها، وفي عام 1968 وافقت وزارة الدفاع الأمريكية دعم هذا الاقتراح من خلال وكالة مشاريع الأبحاث لتطوير العالم والتشجيع من خلال تطبيق أفكارهم على الحواسيب.

في 1969 أسس وكالة (ARBA) شبكة "أربانيت" ووضعت أول أربعة نقاط اتصال شبكة في موقع جامعات أمريكية منتقاة بعناية وهذه الشبكة ربطت بين أربع جامعات أمريكية وهي جامعة كاليفورنيا في لوس أنجلوس، ومعهد أبحاث ستانفورد وجامعة كاليفورنيا في "سانتا باربارا" بجامعة أوتا¹

وفي عام 1971 تطورت شبكة "أربانيت" حتى وصلت إلى عشرين موقعا من بينها جامعة "هارفارد" ومعهد "مساوشوستن" للتكنولوجيا وفي عام 1972 أعلنت الحكومة الأمريكية رسمياً شركة "أربانيت" كشبكة دفاع²

- 1973: إضافة النرويج وإنجلترا إلى الشبكة
- 1974: الإعلان عن تفاصيل بروتوكول التحكم بالنقل، إحدى التقنيات التي ستحدد انترنت
- 1977: أصبحت شركات الكمبيوتر.... مواقع خاصة بها على الشبكة
- 1983: أصبح البروتوكول TCP/IP معيار لشبكة أربانيت
- 1984: أخذت مؤسسة العلوم الأمريكية (NSF) على عاتقها مسؤولية أربانيت، وتقديم نظام إعطاء أسماء لأجهزة الكمبيوتر الموصولة بالشبكة المسماة (Demian name system DNS)
- 1985: أول شركة كمبيوتر تسجل ملكية انترنت خاصة بها .

¹ عبد الرزاق مُجّد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص54.

² مُجّد عبدو حافظ: التسويق عبر الانترنت، دار الفروق للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 1998، ص32.

- 1986: أنشأت مؤسسة العلوم العالمية شبكاتهما الأسرع (TNSFNE) مع ظهور برتوكول (Protocol network news transfer) جاعلا أندية النقاش التفاعلي المباشر أمرا ممكنا
- 1990: تم إغلاق " اربانيت " و "انترنت " تتولى مهمة بالمقابل
- 1991: جامعة "مينوسوتا" الأمريكية تقدم برنامج (GOPHER)، وهو برنامج لاسترجاع المعلومات من الأجهزة الخادمة في الشبكة
- 1992: مؤسسة الأبحاث الفيزيائية العالمية "CERN" في سويسرا تقدم شفرة النص المترابط (Hyperiert)، المبدأ المبرجي الذي أدى إلى تطوير الشبكة العالمية "world wide web"
- 1993: ابتداء الإبحار من خلال إصدار أول برنامج مستعرض الشبكة "موزايك" ثم تبعه آخرون مثل برنامج نت
- سكايب 1994: وبرنامج إكسبلورر عام 1995
- 1995: اتصل بشبكة انترنت 6 ملايين جهاز خادم .
- 1996: أصبحت "انترنت" و "ويب" كلمات متداولة عبر العالم، حيث أصبح العديد مزود بخدمة الانترنت.¹
- 3-6-5 مميزات الانترنت:** من بين أهم المميزات التي ذكرتها وهيبة غرامي تتمثل في ما يلي:²
- ✓ **مصادر رقمية:** مصادر المعلومات الالكترونية المتداولة عبر الانترنت كلها مصادر رقمية مكتوبة بالنظام الرقمي الثنائي والتي تجعلها قابلة للقراءة في أجهزة الكمبيوتر بالاستعانة بالبرمجيات الآلية للحاسوب.

¹ عبد الرزاق مجد الدليمي، مرجع سبق ذكره، ص ص 55،56 .

² وهيبة غرامي : تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2014، ص161.

✓ شبكة واسعة: الانترنت شبكة تمتد لكافة أطراف المعمورة بحيث يمكن وصل جميع المتعاملين على اختلاف توأجدهم على سطح الأرض ومن ثم إرسال وتبادل المعلومات بينهم أي حواجز جغرافية.

✓ مصادر متعددة الوسائط: والمتمثلة في :

➤ النص texte

➤ الصورة Image

➤ الصوت son

➤ الفيديو video

✓ الروابط: وأهم ميزة في الانترنت هي خاصية الروابط المتمثلة في :

➤ النصوص.

➤ الوسائط.

➤ الروابط.

✓ الضغط: الملفات المتداولة عبر الانترنت على اختلاف وسائطها تضغط لتقليل حجم

ملفاتها حتى يسهل تداولها بسرعة داخل الشبكة ويتم ذلك بالاستعانة ببرمجيات الكبس والتعديل.

5-6-4 شبكة الانترنت: يمكن أن تكون أداة فاعلة في تثقيف المجتمعات وكسر حواجز

الأمية التكنولوجية وذلك من خلال نشر الوعي المعلوماتي عند المستخدمين وتطوير إمكاناتهم البحثية.

إن استخدام شبكة الانترنت في المدارس يقلل من عزلتها عن العالم الخارجي فمن خلال

استخدام البريد الإلكتروني وخدمات الانترنت الأخرى يمكن الاتصال بين المعلمين في العالم ويتبادل

الآراء والوثائق والدراسات كما يمكن الاتصال بأولياء أمور الطلبة واطلاعهم على مستوى أبنائهم ومشاركتهم في العملية التربوية.¹

5-6-5 خدمات الانترنت.

من بين أهم خدمات الانترنت الذي ذكرها مُجّد صاحب سلطان في كتابة مايلي:²

- البريد الالكتروني: لإرسال واستقبال الرسائل ونقل الملفات مع أي شخص له عنوان بريدي بصورة سريعة جدا لا يتعدى دقائق.
- قوائم العناوين البريدية: تشمل إنشاء وتحديث قوائم العناوين البريدية لمجموعات الأشخاص الذين لهم اهتمامات مشتركة.
- خدمة المجموعات الإخبارية: تشبه خدمة القوائم البريدية باختلاف أن كل عضو يستطيع التحكم في نوع المقالات التي يريد استلامها.
- خدمة الاستعلام الشخصي: يمكن الاستعلام عن العنوان البريدي لأي شخص أو هيئة تستخدم الانترنت على المسجلين لديها.
- خدمة المحادثات الشخصية: يمكن التحدث مع طرف آخر صوت وصورة.
- خدمة تحويل أو نقل الملفات: لنقل الملفات من حاسب إلى آخر وهي اختصار.
- خدمة الأرشفة الالكتروني: يمكن البحث عن ملفات معينة قد تكون مفقودة في برامجك المستخدمة في حاسبك.

¹ كريمة صوفان، مليكة بوراوي: استخدامات الانترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة جيجل، 2017، ص ص77، 78.

² مُجّد صاحب سلطان: وسائل الاعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص ص338، 339.

- خدمة شبكة الاستعلامات الشاملة: تسمح للمستخدم بتشغيل والاستفادة من خدمات الكثير من الموارد الأخرى مثل خدمة نقل الملفات وخدمة المشاركة في قوائم العناوين البريدية حيث يفهرس المعلومات الموجودة على الشبكة.
- خدمات الاستعلامات واسعة النطاق: تسمى هذه الخدمة باسم حاسبتها الخادمة نفسها وهي أكثر ذكاء ودقة وفاعلية من الأنظمة الأخرى حيث تبحث داخل الوثائق أو المستندات ذاتها عن بعض الكلمات المحورية أو الدالة التي يحددها المستخدم ثم تقدم نتائج في شكل قائمة بأسماء المواقع التي تحتوي على المعلومات المطلوبة.
- خدمة الدخول عن بعد: تسمح باستخدام برامج وتطبيقات في الحاسب الآلي الأخر.

5-7 الأنترانت :

5-7-1 تعريف الأنترانت: تعرف على أنها شبكة داخلية خاصة تستخدم كل أدوات الأنترنت، يهدف استخدامها إلى تحسين آليات الاستغلال المشترك للموارد والمعلومات والرفع من كفاءة العمل الذي يغير المؤسسة أو الشركة المعنية، فشبكة الأنترانت تقتصر على المؤسسة بعينها ولا يمكن الدخول إليها إلا للعاملين بالمؤسسة وعن طريق كلمة مرور خاصة تستخدم تطبيقات الأنترنت بحيث تسمح بتبادل المعلومات المختلفة داخل المؤسسة التي قد تكون سرية خاصة المؤسسات المستخدمة فقط والحصول عليها في الوقت المطلوب وبشكل أسهل وأسرع.¹

¹ هشام بوبكر: محاضرات في مقياس مؤسسات الاعلام والاتصال للسنة أولى ماستر، قسم علم الاجتماع، 2017، ص73.

5-7-2 ايجابيات الانترنت :

وتتمثل ايجابيات الانترنت كما ذكرها محمود القدوة في مايلي:¹

__ اعادة التنشيط بصفة متزايدة، تغيير المتطلبات الداخلية والخارجية تكون بسرعة اكبر حيث تقوم

المؤسسة بزيادة نشاطها في كل المجالات

__ التنسيق، فالاتصال السريع يسمح للهياكل المعقدة بالعمل بسرعة

__ تقسيم العمل بين الوظائف بين المواقع الجغرافية لا تمنع التبادلات، مما يؤدي إلى تناسق بين هذه

الوظائف

__ التقليل من استنساخ الوثائق والأرشيف وانخفاض تكاليف الإرسال.

__ إعطاء أكثر ثقة للشركاء الخارجيين، حيث يزدادون في ارتباطهم بالمؤسسة

__ تسمح الانترنت من خلق نظام معلوماتي بتكلفة منخفضة جدا وبالتالي تؤدي شبكة الانترنت إلى

تحسين الأداء الاقتصادي للمؤسسة.

5-8 الاكسترنات:

ظهرت شبكة الاكسترنات نتيجة الانتقادات التي وجهت إلى نظام الانترنت وفي مقدمتها

"الاستقلالية" والبعد عن الأطراف الخارجية، حيث يرى البعض أن نجاح أي مشروع لن يأتي إلا

بعلاقة متواصلة واتصال دائم مع موزعيه وعملائه، والذي يؤدي في النهاية إلى علاقة متشابهة.

وشبكة الاكسترنات هي شبكة المؤسسة الخاصة التي تصمم لتلبية احتياجات الناس من المعلومات

ومتطلبات المؤسسات الأخرى الموجود في بيئة الأعمال وتستخدم في هذه الشبكة أيضا تقنية الحماية

ويتطلب الدخول إليها استخدام كلمة المرور، وذلك أن الشبكة غير موجهة إلى الجمهور العام.²

¹محمود القدوة: الحكومة الالكترونية والادارة المعاصرة، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1، الاردن، 2010، ص74.

²حورية بوالعويديات، مرجع سبق ذكره، ص96.

5-8-1- ايجابيات شبكة الاكسترات

ومن بين الايجابيات التي ذكرها مُجَّد حافظ حجازي في كتابه مايلي:¹

- 1- تسهيل عملية الشراء في الشركات، إذ يمكن لشركة في منطقة الشرق الأوسط أن ترسل طلب الشراء إلى شركة يابانية ترتبط معها عبر شبكة الاكسترات .
- 2- متابعة سداد وتحصيل الفواتير، حيث يمكن وضع العلامات التي تشير إلى كل عملية تجرى على الفاتورة أثناء تناقلها بين الفروع والأقسام .
- 3- تواصل شبكات التوزيع، عن طريق ربط الموزعين المحليين بالمزود الرئيسي لتشريع عملية الطلب والشحن وتسوية الحسابات.

6- أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال :

لقد ساهم التطور العلمي والتكنولوجي في تحقيق رفاهية الأفراد، ومن بين التطورات التي تحدث باستمرار ذلك المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وما تبلغه من أهمية من ناحية توفير خدمات الاتصال بمختلف أنواعها وخدمات التعليم والتثقيف وتوفير المعلومات اللازمة للأفراد والوحدات الاقتصادية، حيث جعلت من العالم قرية صغيرة يستطيع أفرادها الاتصال فيما بينهم بسهولة وتبادل المعلومات في أي وقت وفي أي مكان وتعود هذه الأهمية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

وتعد تكنولوجيا المعلومات سلاحا استراتيجيا يساعد في بناء وتعزيز إستراتيجية المؤسسة من خلال توفير البيانات من داخل وخارج المؤسسة بما يساعد في دعم علاقاتهم مع الزبائن والموردين والمؤسسات الأخرى، كذلك فهي تقدم الدعم الكبير للمؤسسات لتحقيق الاستراتيجيات التالية:²

¹ مُجَّد حافظ حجازي: إدارة الموارد البشرية، الإسكندرية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، 2008، ص ص47،46

² خلود عاصم: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية العلوم الاقتصادية، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013، ص23،

- 1- إستراتيجية الكلفة الأدنى: تقليص التكاليف في الإنتاج، التجهيز، خدمة الزبائن والتسويق لمنتجاتها وغيرها وبهذا ترتفع أرباحها.
- 2- إستراتيجية التمييز: تطوير تكنولوجيا المعلومات الخاصة بالمؤسسة يمكنها من تمييز منتجاتها وخدماتها عن غيرها من المنافسين وهذا يساهم في تحسين قدرتها التنافسية.
- 3- إستراتيجية التجديد(الإبداع): وهذا باستخدام الطرق الحديثة للعمل إذ أن أهمية تكنولوجيا المعلومات تتجلى من خلال قدرتها على خلق الحواجز أمام دخول الصناعة، تغيير موازين القوى في علاقة المؤسسة بمورديها، تغيير أسس المنافسة ورفع الكفاءة الإنتاجية وخلق ميزة تنافسية. وتكمن أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال داخل المؤسسة فيما يلي:
 - 1- تقليل تكاليف العمل وزيادة المبيعات.
 - 2- المساهمة في تحسين الجودة وتسريع أوقات تسليم المنتجات من خلال تقليل أوقات العمل والتأثيرات في العمل
 - 3- تحسين الظروف البيئية إذ تساهم في القضاء على الضوضاء، فضلا عن تقليل نسب التلوث البيئي بشكل كبير
 - 4- تساعد على الاختراعات والتجديدات والإبداعات في السلع والخدمات والوسائل والعمليات لإشباع الحاجيات والرغبات التي هي في تطور دائم.
 - 5- تساعد على تحقيق الميزة التنافسية وكذا المحافظة على البقاء والاستمرارية¹

¹خلود عاصم، مرجع سبق ذكره، ص24.

7- مزايا وعيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

1-7 مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

❖ تعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال على تقديم المعلومات (information) المتعددة والمتنوعة التي تتميز بالضخامة بشكل غير مسبوق، ذلك أن الاتصال الرقمي والانفجار المعلوماتي والمعرفي جاء نتاجا للتطور غير المسبوق في تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجال، نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وأهمها سعة التخزين.¹

❖ عملت تكنولوجيا الاتصال والإعلام على الزيادة في سرعة إعداد الرسائل الإعلامية، وفي القدرات العالية من حيث تحويلها إلى أشكال مختلفة (من مطبوعة إلى مرئية إلى مطبوعة) وفي القدرة على نشرها وتوزيعها وتخطي حاجزي الزمان والمكان.²

❖ التكنولوجيا والاتصال تفتح آفاق جديدة تدعم استخدامات ووظائف الاتصال في المجالات تمر بها تقديم التواصل التقليدي في الاتصال الجماهيري والاتصال الشخصي وتعد إلى نمط متكامل يعتمد عليها كتفاعل الحر والمباشر بين الطرفين العملية واتساع والتنوع حرية كل منهما في البحث والاختبار لما يشير العملية التعليمية، ويؤكد أهمية التكنولوجيا والإعلام لخدمات التعليمية وارتفاع برامجها.³

❖ كما قدمت تكنولوجيا لمستخدميها أبعاد ثلاث ذكرتها الباحثة حورية بالعويدات في مذكرتها كما يلي:⁴

¹ محمد عبد الحميد: الاتصال والاعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1، ص40،

² شطاح محمد وآخرون: القنوت الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دار الهدى، عين مليلة، (د.ط)، 2002، ص 100.

³ أحمد معوض ابراهيم: تكنولوجيا الاعلام - تطبيق على الاعلام في بعض الدول العربية - دار الكتاب الحديث، (د.ط)، مصر، 2008، ص9.

⁴ حورية بالعويدات، مرجع سبق ذكره، ص88.

__ البعد الزمني: حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد ألغت الفرق بين زمان البث و زمان الواقعي في حالة البث المباشر عبر أقمار الصناعية.

__ البعد المكاني: حيث وفرت كم هائل من المساحات المطلوبة لتخزين المعلومات ولنقلها، كما أنها تكاد تحيد العنصر المسافات مهما يحدث.

__ البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي: حيث أتاحت ثورة الاتصال للمتلقي درجة من التفاعل الايجابي مع هذه التكنولوجيا، كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج.

❖ هناك اختراعات جديدة يبدو أنها ستغير من شكل التسلية المنزلية بشكل أكبر من الانقلاب الذي حدث نتيجة الانتقال من الفونوغراف إلى الراديو في النصف الأول من القرن العشرين ومن ذلك الفيديو كاسيت، أقراص الفيديو، ألعاب الفيديو، الفيديو الرقمي DVD.¹

❖ استعانة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال في التشخيصات الطبية وتطبيق القوانين ومساهمتها في زيادة الإنتاجية واستخداماتها لوظائف جديدة في العمل، كما اعتبرت المسؤولة في ارتفاع المستوى المعيشي في زمن وجيز، حيث وفرت الوقت للعديد من الأفراد وقضت على العديد في المهام المتعبة والمملة، وبصفة عامة رفعت من مستوى جودة أداء الأعمال الحياضية.²

❖ عملت على توفير أكبر قدر من التسهيل في تخزين المعلومات وتراكمها ونقلها بإمكاننا من خلالها أن ندير الأعمال وندرس العالم ونستكشف ثقافته المغايرة ونختار أصدقاء جدد يماثلوننا في اهتماماتهم، كذلك توفر لنا حيزات أوسع فيما يتعلق بجميع الأشياء والعلاقات من الخدمات والربح

¹ عبد الأمير الفيصل: مرجع سبق ذكره، ص ص 20، 21.

² رضوان بلخيري، مرجع سبق ذكره، ص 255.

الاقتصادي إلى الأفكار والنظريات والقيم الإنسانية لما يوسع إمكاناتنا الإنسانية والمادية ويفتح إحساسا بالهوية.¹

2-7 عيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في خلق العديد من المشاكل في حياة البشر منها ما حصل للفرد ومنها ما تسبب في مخاطر بيئية ومن هذه المخاطر والسلبيات نجد:

❖ حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا والدول المستوردة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية والدول العربية، فان لم تتسارع الدول العربية إلى المشاركة في هذه الثورة التكنولوجية الاتصالية والإعلامية الجديدة فان هناك خطر احتمال زيادة تهميشها، وزيادة حدوث العزلة الثقافية والدينية والعرقية التي يمكن أن تؤدي إلى صراعات محلية إقليمية.²

❖ اندماج تكنولوجيا الاتصال والإعلام والمعلومات في منظومة واحدة وهو أخذ الأدوات الرئيسية للعملة الراهنة بأبعادها الاقتصادية والسياسية والثقافية، وأيا كان رأينا تأييدا أو قبولا، أو نقدا أو اعتراضا فان ذلك لا يغير في الأمر شيئا، وهذا ما يجعل الناس في مختلف أنحاء العالم لا يتنفسون هواء جماعيا عالميا إلى درجة كبيرة.³

❖ إن خطورة تكنولوجيا الاتصال والإعلام تتجسد من خلال تفكيك الثقافات والغزو الثقافي والتلوث الثقافي وإفساد الثقافات الوطنية، ومسائل الهوية الثقافية لأنه وبكل بساطة أن هذه التكنولوجيات الحديثة لا تعبأ بانتقاداتنا و أخلاقياتنا ولا تنتظر حتى نكمل بقلمنا ونقدنا وتفنيدينا لسلبياتها بل هي تتقدم دون أن تنتظر أن نصبح مهنيين حيث أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي نتاج ثقافي عربي ظهرت لتلبي حاجات موضوعية بصيغة وثقافة هذه المجتمعات، ولم تراعي ما هو

¹ محمد الفاتح حمدي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص15.

² رضوان بلخيري، مرجع سبق ذكره، ص255.

³ محمد الفاتح حمدي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص16.

موجود في مجتمعاتنا من أعراف وتقاليد ومبادئ وقيم جاء بها الدين الإسلامي، وهذا ما جعلها تشكل خطرا كبيرا على هذه المقومات.¹

❖ تنميط العالم على نحو نمط المجتمعات الغربية وبالذات المجتمع الأمريكي وذلك من خلال نقل قيم المجتمع القومي والأمريكي ليكون المثال والقدوة، وكذلك ترويج الإيديولوجيات الفكرية الغربية وفرضها في الواقع من خلال الضغوط الإعلامية والسياسية وهذا ما تلعبه تكنولوجيا اليوم.²

❖ التأثيرات الصحية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على الجانب البيولوجي والفيزيولوجي والنفسي للأفراد، فالعديد من الأمراض كان سببها الاستخدام المفرط لهذه التكنولوجيات مثل الصداع والاكتئاب والعزلة وضعف البصر و الإرهاق والقلق وضغط الدم أوجاع الظهر وضعف السمع.... الخ، وهذا ما أثبتته العديد من الدراسات الغربية في هذا المجال.³

¹ خالد منصر، مرجع سبق ذكره ، ص 64.

² ياسر خضر البياني: الاتصال الدولي العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006، ص 88.

³ شريف دويش اللبان: تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2000، ص 23.

خلاصة الفصل:

نستخلص من كل هذا أن تكنولوجيا الاتصال هي عبارة عن أدوات تقوم على جمع البيانات والمعلومات وتخزينها واسترجاعها وقت الحاجة، وقد شهدت هذه التكنولوجيا تطورا كبيرا عبر العصور إلى أن وصلت إلى ما هي عليه الآن والتطور مازال مستمرا يوم بعد يوم، وظهور وسائل وتقنيات لم يتصورها العقل البشري، فالتطورات المتلاحقة لهذه التكنولوجيا زادت من خصائصها كالعالمية، الشبوع والانتشار وكذا تقليص الوقت كل هذا أدى إلى إلغاء الحواجز الجغرافية وأصبح العالم قرية صغيرة.

كما أن تطور تكنولوجيا الاتصال جعلها تدخل جميع مجالات الحياة من تعليم واقتصاد وعمل بالإضافة إلى المزايا والوظائف التي تقوم بها فهذا لا يمنع من وجود عيوب وسلبات لهذه التكنولوجيا وهذا ما جعل واقعها في المؤسسات الجزائرية متدنيا ولا يرقى إلى التطورات التي تشهدها مؤسسات الدول المتطورة.

الفصل الثالث

مدخل نظري للمؤسسة الاقتصادية

تمهيد.

مدخل مفاهيمي للمؤسسة الاقتصادية.

- 1 - تعريف المؤسسة الاقتصادية.
- 2 - مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.
- 3 - خصائص المؤسسة الاقتصادية.
- 4 - أهداف المؤسسة الاقتصادية.
- 5 - أنواع المؤسسات الاقتصادية.
- 6 - وظائف المؤسسة الاقتصادية.
- 7 - الاتصال في المؤسسة الاقتصادية.
- 8 - أهمية ودور الاتصال في المؤسسة الاقتصادية.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

لقد شغلت المؤسسة الاقتصادية حيزا معتبرا في كتابات وأعمال الاقتصاديين بمختلف اتجاهاتهم، باعتبارها النواة الأساسية في النشاط الاقتصادي للمجتمع، كما أنها تعتبر علاقات اجتماعية، لان العملية الإنتاجية داخلها أو نشاطها بشكل عام يتم ضمن مجموعة من العناصر البشرية متعاملة فيما بينها من جهة والعناصر المادية وعناصر أخرى معنوية من جهة ثانية ونظرا للتداخلات والتعقيدات المتواجدة في المؤسسة الاقتصادية فان التطرق إلى إدارتها يتطلب الدقة وتجنب المعالجة العامة لهذا الموضوع خاصة بعد التطورات الذي شهدتها الساحة الاقتصادية والاجتماعية عبر العصور مما أدى إلى إعادة النظر إلى طرق وكيفية التنظيم الاقتصادي سواء على المستوى الكلي أو الجزئي (المؤسسة).

تبعاً لذلك فالمؤسسة اتخذت أشكالاً وأنماطاً أخرى كما أن دورها يشمل مجالا واسعا نذكر منه تطور دورها إلى الناحية السياسية شركات (متعددة الجنسيات) ثم إلى الناحية العسكرية والعلمية (أبحاث داخل المخابر المؤسسة) وعليه سنتعرض إلى عدد من النقاط المتعلقة بتعريف المؤسسة الاقتصادية، أهدافها ومراحل تطورها وأنواعها ...

الفصل الثالث: مدخل مفاهيمي للمؤسسة الاقتصادية.

1- تعريف المؤسسة الاقتصادية :

"هي الوحدة الاقتصادية التي تمارس النشاط الإنتاجي و النشاطات المتعلقة به من تخزين و شراء و بيع من اجل تحقيق الأهداف التي أوجدت المؤسسة من اجلها".¹

— ويعرف مكتب العمل الدولي للمؤسسة الاقتصادية هي كل مكان لمزاولة نشاط اقتصادي ولهذا المكان سجلات مستقلة.²

— ومن التعاريف الشاملة للمؤسسة الاقتصادية " المؤسسة يمكن أن تعتبر كعميل اقتصادي، مهيكّل عضوي، وكنظام أو منظومة"³

— وتعرف أيضا " كمجموعة من الموارد البشرية والمالية المنظمة والهيكلة التي تخضع لأهداف دقيقة وتسير على أسس طريقة معينة من التسيير وتمجيد مهامها بصفة عامة في إنتاج السلع أو تقديم الخدمات الموجهة لإشباع حاجيات المستهلكين بصورة مباشرة أو غير مباشرة وذلك بحسب طبيعة المؤسسة مع العمل على تحقيق أفضل تشغيل ممكن في سياق التوثيق أو الدمج المحكم بين هذه البطاقات البشرية والموارد أو الوسائل المادية المتاحة في لحظة زمنية محددة.⁴

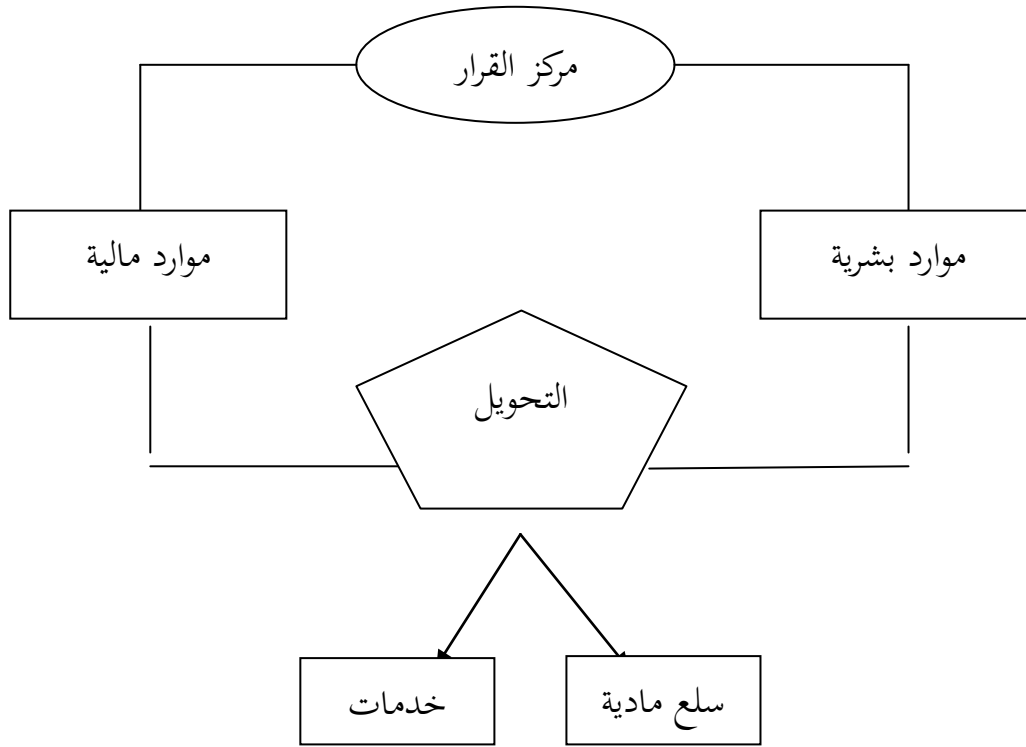
¹ زكي حنوش، الرقابة والتخطيط في المشروع، مديرية الكتب والمطبوعات، الجزائر، 1981، ص 05

² عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2006، 24.

³ رابح خوي، رفيقة حساني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، ابتراك للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2008، ص12.

⁴ سهام الشجيري: اقتصاديات الإعلام، دار الكتاب الجامعي، ط1، 2014، ص8.

الشكل رقم 1: تطوير بياني لنظام المؤسسة الاقتصادية



2- مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية:

1-2 المرحلة الأولى: ما قبل 1980 اعتمدت عملية البناء الاقتصادي و الاجتماعي في هذه المرحلة على ما يسمى بالربع النفطي الذي يعتبر ينبوع المتدفق في تغذية و تعويض ميزانيات المؤسسات العمومية و يمكن تقسيم هذه المرحلة إلى عشرين أو فترتين و التي مازالت آثارها و معالمها قائمة حتى الآن.

الفترة الأولى 1962-1970 و يمكن تقسيمها إلى مرحلتين:

مرحلة التسيير الذاتي التي أعقبت الاستقلال مباشرة وامتدت إلى حوالي 1956 المؤسسة المسيرة ذاتيا و تعتبر هذه التجربة للمؤسسات الاقتصادية تكريسا لتوجهات سياسية معينة ذلك إن الأساليب و التقنيات المعتمدة لضمان التنمية الاقتصادية قد سادتها ووظفت عليها فكرة الإيديولوجية الاشتراكية.

مرحلة التسيير البيروقراطي و التي امتدت حتى سنة 1970 حيث تقلص حجم المشاركة العمالية إلى درجة كبيرة و تعتبر هذه الفترة فترة هيمنة الدولة على القطاع العام و الاستمرار في إضفاء الطابع الاشتراكي للمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي و التجاري كما عرفت هذه المرحلة تراكمات كثيرة من التجارب و الإصلاحات المتكررة في خضم سيرة التنمية الوطنية بحيث بادرت السلطة السياسية آنذاك إلى ذلك الارتباط بالفرنك الفرنسي قصد تقليص التبعية اتجاه الخارج و بعث قطاع اقتصادي تابع للدولة يأخذ على عاتقه عملية البناء الاقتصادي و الاجتماعي.

الفترة الثانية 1980-1071 وهي فترة أسلوب التسيير الاشتراكي للمؤسسات فترة الانتقال من شكل المؤسسة العامة أو المشروع العام إلى شكل المؤسسة الاشتراكية و كان هذا بتأثير عوامل عدة أهمها إلى اعتبار تجربة التسيير الذاتي بكل إيجابياتها و سلبياتها باعثا على ضرورة إيجاد صيغة لتجسيد المشاركة الفعالة في التسيير و كذلك تحول تسيير المؤسسة الوطنية العمومية من الأسلوب التقليدي إلى أسلوب جديد يتخذ من العاملين عناصر نشطة نضطلع بمهام التسيير و الرقابة من خلال مساهماتهم الفعلية في ذلك إضافة إلى ذلك تتجسد المشاركة العمالية في تسيير المؤسسة الوطنية العمومية وفقا لميثاق التسيير الاشتراكي للمؤسسات من خلال المجلس المنتخب الذي يسهر على حسن تسيير المؤسسة و على زيادة الإنتاج و على التحسين المستمر للجودة و على القضاء على التبذير و مراعاة النظام في العمل و تحقيق أهداف المخطط.

إن المشاركة العمالية في الجزائر هي نتيجة مباشرة للتسيير الاشتراكي للمؤسسات الذي ينظم وظيفتين رئيسيتين لمصلحة هؤلاء العاملين و التي تتمثل في المساهمة في اتخاذ القرار من جهة أخرى و لقد عرفت هذه الفترة عوائق عديدة يمكن الوقوف عليها على مستويين :

— على مستوى المحيط الداخلي للمؤسسة .

— على مستوى المحيط الخارجي للمؤسسة.

2-2 المرحلة الثانية استقلالية المؤسسات ما بعد سنة 1980.

كانت المؤسسة العمومية بحكم التجربة المتحققة مستهدفة آنذاك لعملية إصلاح شامل تأخذ على عاتقها الفعالية و الكفاءة أو المهارة التي يمكن تحقيقها نتيجة حرية العمل و حرية أخذ القرار للارتقاء بمستوى أداء المؤسسة و تحفيزها على النشاط الموكل إليها إلى مستوى الأهداف المرجوة في هذه المرحلة و هذا ما أكده الميثاق الوطني لسنة 1986 على صنع المزيد من الاستقلالية الاقتصادية قصد تحسين فعاليتها سواء على مستوى نموها الخاص أو على مستوى مساهمتها في التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و الشاملة خاصة عن طريق احترام معايير الإنتاج و الإنتاجية و عن طريق تحكم أفضل في قواعد التسيير و مما تجدر الإشارة إليه انه سبق عملية استقلالية المؤسسات.

2-3 المرحلة الثالثة: الخصخصة الأفاق المستقبلية للمؤسسة الاقتصادية.

أصبح موضوع التحول إلى اقتصاد السوق من الأهمية بمكان في السنوات القليلة الماضية حيث برزت ظاهرة التحول هذه و التي أطلق عليها وصف الخصخصة و بشكل ملموس بعد انهيار الاتحاد السوفيتي.

تزايد الاهتمام بالخصخصة في السنوات الأخيرة و ذلك بفعل الضغوطات التي يمارسها صندوق النقد الدولي على الدول النامية المدينة أكثر من ذلك أصبحت فكرة الخصخصة أمرا مقبولا حتى في الدول التي كانت تعارضها خاصة بعد انهيار الاقتصاديات المركزية في دول الكتلة الشرقية حيث ترافق الانهيار الاقتصادي فيها مع الانهيار السياسي لذا أصبح التفكير في البدائل أمرا منطقيا و مطلبا ملحا و أولى هذه البدائل هو التخلي عن الملكية العامة لأدوات الإفصاح و بالتالي المشاريع الإنتاجية لصالح ما يعرف بالملكية الخاصة أي التحول نحو اقتصاد السوق.¹

¹ بن عنتر عبد الرحمان: مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وأفاقها المستقبلية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثاني، 2002، ص ص 2، 7

3- خصائص المؤسسة الاقتصادية.

ذكر عمر صخري مجموعة من الخصائص أهمها:¹

__ للمؤسسة الاقتصادية شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها حقوق و صلاحيات أو من حيث واجباتها و مسؤولياتها.

__ للمؤسسة الاقتصادية القدرة على الإنتاج أو أداء الوظيفة التي وجدت من اجلها .

__ أن تكون المؤسسة قادرة على البقاء بما يكفل لها من تمويل كاف و ظروف سياسية مواتية و عمالة كافية و قادرة على تكيف نفسها مع الظروف المتغيرة .

__ التحديد الواضح للأهداف و السياسة و البرامج و أساليب العمل فكل مؤسسة تضع أهداف معينة تسعى إلى تحقيقها أهداف كمية و نوعية بالنسبة للإنتاج تحقيق رقم أعمال معين .

__ ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها و يكون ذلك إما عن طريق الإعتمادات و إما عن طريق الإيرادات الكلية أو عن طريق القروض أو الجمع بين هذه العناصر كلها أو بعضها حسب الظروف.

__ لابد من أن تكون المؤسسة مواتية البيئة التي وجدت فيها و تستجيب لهذه البيئة فالمؤسسة لا توجد منعزلة فإذا كانت ظروف البيئة مواتية فإنها تستطيع أداء مهمتها في أحسن الظروف إما إذا كانت معاكسة فإنها يمكن أن تعرقل عملياتها المرجوة و تفسد أهدافها.

__ المؤسسة وحدة اقتصادية أساسية في المجتمع الاقتصادي فبالإضافة إلى مساهمتها في الإنتاج و نمو الدخل الوطني فهي مصدر رزق الكثير من الأفراد.

__ يجب أن يشمل إصلاح مؤسسة بالضرورة فكرة زوال المؤسسة إذا ضعف مبرر وجودها أو تضاءلت كفاءتها.

¹ عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 2003، الجزائر، ط3، ص ص، 25، 26.

كما ذكر محمود أحمد الخطيب بعض الخصائص منها:¹

وبالإضافة إلى الخصائص التقليدية للمؤسسة ظهرت في ظل العولمة خصائص جديدة، حيث إن العولمة هي تعبير في السلوك والقوة، وذلك فهي تتطلب طرق ونماذج جديدة الإدارة الناس وتمكينهم من مواجهة المنافسين ويمكن إجمال أهم خصائص المؤسسات في عصر العولمة في النقاط التالية:

- أنها مؤسسات موجهة بالمعلومات
- أنها مؤسسات عضوية، من خلال التفاعل المتبادل بين إجراءاتها الداخلية من ناحية وبينها وبين البيئة من تحليل أثارها ثم الاستجابة بتبني سياسات وهيكل تتلاءم مع هذه المتغيرات.
- المؤسسة الوثيقة: والتي من المتوقع أن تحل محل المؤسسة البدنية، وذلك بالاعتماد على أعداد أقل من العاملين ولكنهم أكثر التكلفة والمرونة ولكن يفرض مزيداً من الضغوط على العاملين ومخاطر حول الأمان الوظيفي
- التحول الهياكل الوثيقة التقليدية القائمة على تعدد السلطة يتم تصنيف الموظفين طبقاً لمراكزهم الوظيفية وسلطاتهم وأجورهم إلى الهياكل الأفقية التي تقوم على فرق العمل وحدات الأعمال التي تتسم بقدر كبير من الاستقلالية وحرية التعرف والتعاون، بدلاً من النموذج الكلاسيكي، وبالتالي أصبحت السلطة الرسمية أقل أهمية وزادت أهمية الخبرة والقيادة والمعرفة.

4- أهداف المؤسسة الاقتصادية :

إن المؤسسة الاقتصادية مهما كان حجمها أو طبيعة نشاطها فإنها تنشأ لغرض تحقيق غاية معينة أو هدف رئيسي، يتم تحقيقه عبر جملة من الأهداف الفرعية التي تصب في مسار الهدف الرئيسي. بشكل عام وعلى المدى البعيد تسعى المؤسسة الاقتصادية إلى تحقيق الاستعمال العقلاني للموارد الاقتصادية المتاحة (المادية، البشرية، المالية والتقنية) خلال ممارستها للنشاط الذي تخصص به في

¹محمود احمد الخطيب، إدارة الموارد البشرية ، عمان، 2011، ص 91.

محاولة إلى تحقيق التراكم وخلق الثروات، أما على المدى المتوسط والقصير فإن المؤسسة تحاول أن تنتج منتجاتها بالكمية والنوعية التي تشبع رغبات المستهلك وتدفعها لزيادة الطلب على منتجاتها أو خدماتها، وتوسيع حصتها في السوق الذي تعمل فيها مما يؤدي إلى زيادة رقم أعمالها وحجم أرباحها وتحقيق معدل الربحية المطلوب بمعنى آخر إن غاية المؤسسة الاقتصادية أو هدفها الرئيسي في ظل اقتصاد السوق هو: تحقيق أعلى معدل ممكن من الربحية وتطوير وتحسين هذا المعدل سنة بعد أخرى.¹

بالإضافة إلى أن المؤسسة الاقتصادية تسعى من خلال النشاطات التي تقوم بها إلى تحقيق عدة أهداف تختلف باختلاف أصحاب المؤسسات وطبيعة ميدان نشاطها، وتتمثل هذه الأهداف في الأهداف الاجتماعية، الأهداف الثقافية، الأهداف التكنولوجية، الأهداف البيئية ولقد ذكرتها فايز الزعبي كما يلي:²

4-1 الأهداف الاجتماعية للمؤسسة الاقتصادية:

أ- ضمان مستوى أجر مقبول: يعتبر العامل من أوائل المستخدمين في النشاط الذي تمارسه المؤسسة وذلك من خلال حصوله على مقابل لعمله الذي يتمثل في الأجر الذي يتأرجح بين الزيادة والنقصان، وهذا حسب طبيعة المؤسسة وعوامل اقتصادية أخرى، ولهذا نجد أن الدولة قد تتدخل لضبط حد أدنى للأجور مما يسمح للعملية بتلبية حاجاته الأساسية

ب- تحسين مستوى معيشة العمال: إن رغبات العمال في تجدد وتطور مستثمرين نتيجة للتطورات السريعة التي تشهدها المجتمعات في مختلف الميادين وخصوصا ميدان التكنولوجيا، هذه الأخيرة التي

¹ خالص صافي صالح، رقابة تسيير المؤسسة في ظل اقتصاد السوق، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية- بن عكنون- الجزائر، 2007، ص ص 19، 20.

² فايز الزعبي ومجد الذنبيات: أساسيات الإدارة الحديثة، دار النشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 1997، ص 02.

تؤدي إلى ظهور منتجات جديدة يسمح لها بالتأثير على أدوات المستهلكين مما يتطلب بتنوع وتعدد المنتجات لتلبية الحاجات.

ت- إنشاء وإقامة أنماط استهلاكية معينة: إن الإشهار والدعاية التي تقوم بها المؤسسة لترويج وتقديم منتجات جديدة يسمح لها بالتأثير على أذواق المستهلكين وتغييرها وهي تطرح لهم أيضا في بعض الأحيان منتجات بديلة تكون بأقل تكلفة.

ث- توفير تأمينات للعاملين: تعمل المؤسسة في بعض التأمينات كالتأمين الصحي، التأمين ضد حوادث العمل، التقاعد..... الخ إضافة إلى المرافق الأخرى مثل: المطاعم داخل المؤسسة، التعاونيات مختلف المرافق الأخرى، وهذا يظهر بشكل واضح في المؤسسات العمومية

ج- الدعوة إلى الاتحاد والتماسك بين العمال: حيث تتوفر داخل المؤسسة علاقة مهنية واجتماعية بين الأشخاص وهذا رغم الاختلافات في مستوياتهم العملية والتكوينية حيث أن تماسكهم يعد الأداة الأساسية لخلق وضمان حركة مستمرة للمؤسسة

ح - امتصاص الفائض من العمالة: أي تهدف المؤسسة إلى التشغيل الكامل لأفراد المجتمع وذلك للحد من البطالة.

كما أشارت رفيقة حروش في كتابها بعض الأهداف والتي تتمثل في ما يلي:¹

2-4 الأهداف الثقافية:

توفير وسائل ترفيهية، تدريب العمال المبتدئين ورسكلة القدامى، تخصيص أوقات للرياضة.

3-4 الأهداف التكنولوجية:

البحث والتنمية، التعاون مع مؤسسات البحث العلمي مثل الجامعات والمؤسسات الاقتصادية الأخرى للقيام بعمليات البحث العلمي لتطوير المؤسسة.

¹ رفيقة حروش: اقتصاد وتسيير المؤسسة، شركة دار الأمة للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2013، ص34.

4-4 الأهداف البيئية:

وضع أنظمة خاصة للمحافظة على البيئة، وذلك باستخدام آليات لتصفية الغازات المنبعثة من الورشات، وتطبيق نظام الأيزو 14000، حيث أصبحت المؤسسات الاقتصادية اليوم ملزمة على المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة محليا، وإقليميا، وعالميا.

4-5 الأهداف الاقتصادية:

__ تزويد السوق الوطنية بمختلف أنواع الخرف.

__ تصدير الفائض على السوق الوطنية.

__ تحقيق معدل من الربح يوزع قسم منه على العمال.¹

5- أنواع المؤسسات الاقتصادية:

المؤسسات الاقتصادية أنواعا وأشكالا مختلفة تظهر فيها تبعا:

__ حسب الملكية

__ حسب الشكل القانوني

__ حسب النشاط الاقتصادي

❖ أنواع المؤسسات تبعا لطبيعة الملكية:

قسمها أحمد بوراس في كتابه حسب هذا المعيار إلى مايلي:²

5-1 المؤسسات الخاصة: هي التي تعود ملكيتها لشخص أو مجموعة من الأشخاص تكون في

مجموعها ما يسمى بالقطاع الخاص.

¹ رشيد بوخالفة، الثقافة التنظيمية وإدارة الصراع التنظيمي بالمؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تنظيم وعمل، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016.

² أحمد بوراس: تمويل المنشآت الاقتصادية، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2008، ص13.

2-5 المؤسسات العمومية: يعود رأس مالها للدولة أو الجماعات المحلية وهي تكون ما يسمى بالقطاع العام، والدولة أو من ينوب عنها من جماعات محلية هي التي تتكفل بتوفير الأموال اللازمة لنشاط هذه المؤسسات وتشرف على تسيير وتحديد إستراتيجيتها وأهدافها كما تتحمل أعبائها وديونها.

وتأخذ المؤسسات العمومية حسب ما ذكرها يوسف سعداوي إلى أشكال مختلفة أهمها:¹

3-5 المؤسسات العمومية المسيرة مباشرة: تملكها السلطة العامة وتديرها، تربط بالموازنة العامة للدولة.

4-5 المؤسسات العمومية المستقلة: تملكها الدولة ولها كيان قانوني مستقلا عن الموازنة العامة للدولة، ولها ميزانية مستقلة تخضع للرقابة خاصة وتأخذ أشكال قطاع أعمال عام هدفها تحقيق الربح ويعرف الاقتصاد الجزائري ثلاث أنواع من المؤسسات الاقتصادية وهي :

5-5 المؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري (EPIC).

6-5 المؤسسات العمومية الاقتصادية الوطنية (EPE).

7-5 المؤسسات العمومية الاقتصادية المحلية (EPL).

8-5 الشركات: وتعرف بأنها المؤسسات التي تعود ملكيتها إلى شخصين أو أكثر يلتزم كل واحد منهم بتقديم حصة من مال من عمل الاقتسام ما قد ينشأ عن هذه المؤسسة أرباح أو خسائر ولا تنشأ الشركات إلا بتوفير شروط طبقا للقانون التجاري الرضي بين الشركاء و وجود محل.

وتنقسم الشركات بصفة عامة إلى:

1-8-5 شركات الأشخاص: وتنقسم حسب القانون التجاري الجزائري شركات التضامن، شركات

التوصية البسيطة، شركات المحافة.

¹ يوسف سعداوي: أساسيات في إدارة المؤسسات، دار مومة، الجزائر، 2013، ص 18.

5-8-2 شركات التضامن: هي التي تحمل تحت عنوان معين لها وتؤلف ما بين شخصين أو عدة أشخاص مسؤولين بصفة شخصية ومسؤولين بالتضامن عن ديون الشركة .

5-8-3 شركة التوصية البسيطة: هي التي تقوم بأعمالها تحت عنوان تجاري يشمل فئتين من الشركاء المنوطين الذين يحق لهم دون سواهم أن يقوموا بأعمالها الإدارية وهم المسؤولون بصفتهم الشخصية ويوجه التضامن عن إبقاء ديون الشركة.¹

5-8-4 شركة التوصية البسيطة: حسب الشركاء الموصين لا يمكن لهم تداول حصصهم.

5-8-5 شركة القومية بالاسم: تتخذ فيها حصص الموصين طبيعة الاسم وهي فاعلية للتداول.

5-8-6 شركة المحاصة: وهي نوع خاص من الشركات رغم توفر الشروط الأساسية للشركة فهي لا تتمتع بشخصية معنوية ولا رأس مال ولا عنوان، فهي عقد يلتزم بمقتضاه شخصان أو أكثر بأن يساهم كل منهم في مشروع اقتصادي بتقديم حصة مالية أو عمل بهدف اقتسام ما ينتجه المشروع من أرباح أو خسائر دون أن تشهر أو تكون معلومة لدى الغير.²

❖ أنواع المؤسسات تبعا للمعيار الاقتصادي:

هذا المعيار يصنف المؤسسات حسب طبيعة نشاطها وهذا ما أكده دادي عدون في كتابه، ويطلق على هذا الترتيب: القطاع الأول، القطاع الثاني، القطاع الثالث.³

القطاع الأول: يشمل جميع المؤسسات المتخصصة في الزراعة بمختلف أنواعها ومنتجاتها وتربية المواشي حسب تفرعاتها أيضا إضافة إلى أنشطة الصيد البحري.

وغيره من نشاطات مرتبطة بالأرض والمواد الطبيعية القريبة إلى الاستهلاك واستغلال الغابات، أيضا تضاف إليها أنشطة المناجم لتصبح جميع هذه المؤسسات ضمن القطاع الأول.

¹ نبيل جواد: إدارة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، ط1، 2001، ص21.

² يوسف سعداوي، مرجع سبق ذكره، ص8.

³ ناصر دادي عدوان: الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دار المحمدية العامة، الجزائر، ص ص 77، 78.

القطاع الثاني: في هذا القطاع تتجمع مختلف المؤسسات التي تعمل في تحويل المواد الطبيعية أساسا إلى منتجات قابلة للاستعمال أو الاستهلاك النهائي أو الوسيط ويشمل بعض الصناعات المرتبطة بتحويل المواد الزراعية إلى منتجات غذائية وصناعية مختلفة وكذا صناعات تحويل وتكرير المواد الطبيعية من معادن و طاقة وغيرها وكذلك نجد مؤسسات صناعة التجهيزات ووسائل الإنتاج المختلفة وهناك صناعة مواد البناء بالإضافة إلى المؤسسات الصناعية الاستهلاكية بشكل عام.

أما القطاع الثالث فقد تناوله عربي اسماعيل في كتابه كالتالي:¹

القطاع الثالث: يتضمن هذا القطاع جميع المؤسسات التي تنشط خارج القطاعين السابقين ونعني بها :

- مؤسسات الخدمات: هي التي تقوم بتقديم خدمات كمؤسسات النقل، عيادات الطب، البريد والمواصلات.

- المؤسسات المالية: هي التي تقوم بالنشاط المالي كالبنوك، ومؤسسات التأمين.

- المؤسسات التجارية: هي التي يتمثل نشاطها في التجارة أي القيام بعملية التوزيع.

❖ أنواع المؤسسات تبعا للمعيار القانوني.

تبعا للمعيار القانوني يمكن تصنيف المؤسسات حسب الشكل التالي:

- المؤسسات الخاصة: يتفرع هذا النوع من المؤسسات الى مؤسسات فردية و شركات.

- مؤسسات فردية هي المؤسسات التي يمتلكها شخص واحد أو عائلة تضم التجار الصغار

أصحاب المهن الحرة و لهذا النوع من المؤسسات مزايا أهمها .

- السهولة في التنظيم والإنشاء.

- سهولة إمكانية الحصول على قروض و زيادة القدرة المالية للمؤسسة و ذلك بسبب تضامن

الشركاء .

¹عربي اسماعيل: اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 1996، ص17.

أما المساوى تتمثل فيما يلي:

- تعرض حياة المؤسسة للخطر بسبب انسحاب أو وفاة احد الشركاء.
- مسؤولية الشركاء غير محدودة.

6- وظائف المؤسسة الاقتصادية:

للمؤسسة مجموعة من الوظائف التي تكتسي أهمية بالغة للقيام بنشاطها حيث تتلقى من خلالها من المحيط في شكل مواد أولية، طاقة، معلومات، تم تحويلها إلى خرجات في شكل منتجات مادية وخدمات موجهة للسوق حيث تطرق كامل المغربي في كتابه إلى أهم الوظائف داخل المؤسسة كما يلي:¹

6-1 الوظيفة الإدارية:

وهي الوظيفة التي تدير المؤسسة وذلك بتحديد الأهداف والسياسات وتنظيم الإجراءات العلمية لتنفيذها وتتمثل هذه الوظائف في التخطيط، التنظيم، الاتصال، المراقبة.

6-2 وظيفة الإنتاج:

هي الوظيفة المكلفة بتصنيع المنتجات المطلوبة في السوق كما يتطابق مع المواصفات والشروط التي حددتها إدارة هندسة الإنتاج ويتمثل هذا النشاط في كميتين أساسيتين هما:

- _ **الصنع:** هو تحويل المواد الأولية بغرض الحصول على منتجات جاهزة للاستهلاك أو الاستعمال
- _ **التركيب:** هو ضم القطع النصف المصنعة والتأليف بينهما للحصول على منتجات أخرى للاستهلاك أو الاستعمال.

ومن الجهة الاقتصادية يمكن اعتبار الإنتاج على انه عملية تحويل المدخلات المادية إلى مخرجات صناعية بهدف الاستهلاك المباشر أو الغير المباشر.

¹ كامل المغربي، أساسيات في الادارة، دار الفكر للنشر والتوزيع، الطبعة 1، 1995. ص 64.

3-6 وظيفة التمويين:

التمويين من الوظائف التي ينطلق بها مختلف العمليات وأنشطة المؤسسة والتمويين كمجموعة من المهام والعمليات يعني العمل على توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليها من خارج المؤسسة أساسا بكميات وتكاليف ونوعيات مناسبة طبقا لبرامج المؤسسة وخططها وهذا يعني أن التوفير بالشراء أو الاحتياط بعناصر المخزون كم أجل تنفيذ البرامج الخاصة كنشاط المؤسسة سواء البيعية أو الإنتاجية في إطار متناسق وفي الوقت المناسب وتكمن مهام هذه الوظيفة في :

- اختيار الموارد المناسب
- تحديد طريقة الشراء أو التوريد المناسب
- تقديم الطلبات للموردين ومتابعتها

4-6 وظيفة التسويق:

يعرف التسويق على انه احد الوظائف التي تقوم على إنتاج السلع والخدمات التي تشبع حاجات الاستعمال لها أو تلك السلع التي توزعها بشكل يؤدي إلى توافرها بين يدي المستهلك في الزمان والمكان المناسبين وتقوم الوظيفة التسويقية على المزج بين أربعة عناصر أساسية هي كما يلي :

السلعة، التسعير، الترويج، التوزيع.

كما ذكرت وادة جميلة في مذكرتها جملة من الوظائف من بينها:¹

5-6 وظيفة المحاسبة والمالية:

لا تخلو مؤسسة من هذه الوظيفة لما لها من أهمية تزويد المسؤولين بمعلومات تتعلق بالوضع المالي للمؤسسة، كما تسمح بتوحيد القرارات المستقبلية على أساس النتائج التي توصلت إليها هذه المهمة، ومن المؤسسات من يصنف المحاسبة ضمن المهام الإدارية ، والكثير منها من يعتبرها من مسؤولية

¹ وادة جميلة، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات العولمة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير واقتصاد المؤسسة، جامعة قاصدي مرباح- ورقلة، 2013، ص ص19، 20.

الرجل المالي لما له من مؤهلات علمية ومهنية تسمح له بقراءة المعلومات والمعطيات بطريقة تختلف عن تلك التي يستعملها المسؤول الإداري.

وإذا نظرنا إلى الواقع، فإننا نجد ارتباط وثيق بين وظيفتي المحاسبة والمالية ولا يكون من الخطأ اعتبارهما متكاملتان من خلال الوظائف التي تقوم بها كل منهما وهي تكمن المهمة الأساسية لوظيفة المحاسبة في:

– **الاستجابة لمطلب قانوني:** حيث أن المحاسبة في كل الدول ومنها الجزائر تعتبر قانونية وإلزامية فيما يتعلق بإمسك الدفاتر المحاسبية وإعداد الميزانية.

– **المهمة الاقتصادية:** أداة تسيير داخلية ونظام معلومات خارجية، وقد تطور مفهوم هذه الوظيفة لينتقل من إعطاء الصورة الوافية لذمة المؤسسة إلى إنشاء أدوات تسمح بتسييرها، وفي هذا الإطار تقوم معظم المؤسسات بتجزئتها إلى مصلحتين.

المحاسبة العامة التي تعالج العمليات حسب الطرق القانونية، والمحاسبة التحليلية ذات الاستعمال الداخلي، والتي تعطي معلومات تسمح بتوجيه قرارات التسيير أما الوظيفة المالية فدورها يمكن في ضمان التوازن المالي للمؤسسة، وذلك باختيار أحسن مصادر التمويل وبأحسن الشروط، وهذا باحترام أهداف الملاءة والمردودية.

6-6 وظيفة الإدارة العامة:

مثل الوظيفة القانونية، الوظيفة التسويقية، وتقوم الوظيفة الإدارية بتحقيق التكامل والتنسيق بين هذه الأجزاء حيث تتمثل مهمة المدير في تشكيل كل حقيقي وكيان منتج يعطي أكبر كم من الموارد.¹

¹ لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة قاصدي مرباح - ورقلة - 2007، ص 124

تصنيف هنري فايول للمؤسسة الاقتصادية حسب ما ذكره ابراهيم بختي في كتابه جاءت كما يلي:¹

- الوظيفة الإدارية: المعنية علة مختلف المهام الإدارية اللازمة لتحقيق الهدف المنشود من طرف المؤسسة من تنظيم وتحكم ومراقبة.
- الوظيفة المالية: الجامعة لأوجه الاستخدام المالي الرأسمالي والحسابات المالية.
- الوظيفة المحاسبية: المنطوية على مجموعة العمليات المحاسبية التي تترجم نشاط المؤسسة إلى أرقام مقومة بعملية البلد.
- الوظيفة التقنية: المسؤولة عن نشاط التحويل والتحفيز لما يتماشى مع أذواق من تكيف منتجاتها حسب رغبات الزبائن وتحتوي هذه الوظيفة على وظيفتين أساسيتين (وظيفة الشراء، ووظيفة البيع).
- الوظيفة الأمنية: وهي كل نشاط موجه نحو ضمان امن العمال وحفظ المنتجات وسلامة وسائل الإنتاج.

7- الاتصال في المؤسسة الاقتصادية

لقد اهتم المختصون في الإدارة بالمؤسسة الاقتصادية منذ زمن بعيد بالاتصال فيها فمع ظهور النظريات المتعلقة بالمدرسة التقليدية أصبح ينظر إلى عملية الاتصال في المؤسسة كعنصر مهم وفعال في أداء نشاطها، كما أن هذه النظرية تنطبق مع صورة المؤسسة والإنسان فيها من طرف التقليديين .

وتطورت النظرة إلى الاتصال في المؤسسة مع المدارس الإدارية الأخرى، حيث أعطيت هذه العملية أكثر أهمية خاصة مع دخول الجوانب الاجتماعية والنفسية للجماعات الرسمية وغير الرسمية في

¹ ابراهيم بختي: التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2008، ص10.

المؤسسة، والدور الذي تلعبه في مختلف أوجه نشاط المؤسسة من الإعداد للخطط والبرامج إلى التنفيذ والمراقبة النهائية.

وأصبحت العملية الاتصالية في المؤسسة حديثا من بين ميزاتها ومكوناتها، وهي وسيلة فعالة في خلق الانسجام والتنسيق الداخلي فيها كنظام بشري من جهة، والتكيف مع محيطها الخارجي بمختلف جوانبه الاجتماعية الثقافية والاقتصادية وغيرها من جهة أخرى.

كما أصبحت الاتصالات تلعب دورا محددًا حتى للطرق الإدارية والإشراف وغيرها من المسائل التي سوف نتطرق إليها بعد هذا المحور وفي هذا الأخير سوف نكتفي ببعض العناصر المتعلقة بأهمية الاتصال في المؤسسة وبعض المبادئ المتعلقة بها انطلاقًا من أفكار بعض المتخصصين في الإدارة ابتداءً من التقليديين.

● أهمية الاتصال لدى التقليديين.

لقد أولى رواد هذه المدرسة أهمية كبيرة للاتصال في المؤسسة مقارنة مع ما كان قبلهم

- لدى ف- ونسلو تايلور: لقد اهتم أب الإدارة العلمية تايلور ب:
- توزيع الأفراد وتقسيم العمل في المؤسسة بشكل علمي ودقيق.
- كما أنه أكد على استعمال الإدارة الحديثة التي تعتمد على استعمال أدوات علمية في توزيع العمل واختيار الأفراد في المؤسسة والإشراف على العمال.
- وكذا الاتصال بالعمال والاهتمام بهم وغيرها من المبادئ التي نادى بها وهذه المبادئ التي نادى بها "تايلور" لا يمكن تطبيقها إلا من خلال إيجاد نظام اتصالات مستمرة ويضمن على الخصوص إيصال التوجيهات من الإدارة والجهاز الإداري عامة إلى مختلف المستويات السفلى في المؤسسة من خلال توجيه وتنسيق مختلف الأعمال المنوط بها.

- لدى سيشر برنارد: وقد ذهب "سيشر برنارد" إلى القول بأن أول وظيفة للمدير تتمثل في توفير نظام سليم للاتصالات إذ يرى أن هذه العملية هي أولى العمليات الإدارية، ولا يمكن أداء أي عمل إداري آخر دون تحقيق نظام فعال وسليم للاتصال ومناخ مناسب ذلك لأن عملية اتخاذ قرار معين في أي منظمة تتوقف سلامته على المعلومات والبيانات والمناخ الاجتماعي والنفسي داخل المنظمة.

وبالاطلاع على المبادئ السبعة التي وضعها برنارد للاتصال في المؤسسة لا نجد ما يواجه إلى تلك الجوانب، رغم أنه قد وضع ارتباطا وثيقا بين التنظيم الهيكلي للمؤسسة وشبكة الاتصال ويتضح هذا من مبادئه¹.

- 1- أن تكون قنوات الاتصال معروفة لجميع أفراد المنظمة.
- 2- أن تكون هناك خطوط للسلطة الرسمية واضحة ومعروفة.
- 3- أن يكون خط الاتصال أقصر ما يمكن، حتى يمكن تحقيق السرعة وعدم الوقوع في الأخطاء .
- 4- أن تمر المعلومات على جميع مراكز خط الاتصال والا حدث سوء فهم واحتكاك وازدواج في المعلومات.
- 5- أن يكون الأشخاص في مراكز الاتصال ملائمون لهذا العمل
- 6- عدم مقاطعة خط الاتصال وذلك بالعمل على وجود أشخاص باستمرار في خط الاتصال.
- 7- أن توضح التعليمات سلطة الشخص الذي قررها ويكون ذلك معروفا.

¹ ناصر داداي عدوان، مرجع سبق ذكره، ص ص (22. 24)

❖ ملاحظات حول هذه المدرسة:

هذا الالتفات المبكر إلى الاتصال كعملية لم يستفد منه الكلاسيكي بالشكل الكافي لتصورهم للمؤسسة الاقتصادية كنظام مغلق ضمن محيط هادي ويتفاعل معها في حدود المدخلات من اليد العاملة والعناصر الأساسية وكسوق لمنتجاتها.

وباعتبارها للأفراد في المؤسسة كأشخاص عقلانيين يعتمدون في أهدافهم على الجانب المادي من الأجور والمكافآت وغيرها من المبادئ جعلت هذه المدرسة لا تهتم بالاتصال إلا في حدود التوجيهات والضغط من أجل تنسيق نشاط المؤسسة دون الاهتمام بالجوانب النفسية الاجتماعية للأفراد في المؤسسة.

❖ الاتصال لدى الاتجاه الحديث للإدارة:

في هذا الاتجاه نجد أن P.DRUCKER فقد قفز بالاتصال إلى مرحلة جد متقدمة بما قدمه من مبادئ وعناصر أدخل فيها الجوانب النفسية والاجتماعية لعملية الاتصال وهي النظرة التي يتبناها حالياً المتخصصون في هذا الموضوع وفي مختلف المنظمات P.DRUCKER قد تناول عملية الاتصال من جوانب أربعة حسب ما يلي :

_ الاتصال كنوع من الإدراك الحسي.

_ الاتصال كنوع من التوقعات.

_ الاتصال كنوع من الشمول.

_ الاتصال واختلافه عن المعلومات.

8- أهمية ودور الاتصال في المؤسسة الاقتصادية :

8-1 أهمية الاتصال في المؤسسة:

لقد أخذ الاتصال اليوم منحى آخر في المؤسسة باعتبارها كائنا حيا يتكون من عدة أطراف وعوامل إنتاج فنجد مثلا Philippe Schwebig يعرف الاتصال في المؤسسة، كمؤسسة أو منظمة تتحدث عن نفسها أي أن المؤسسة هي المرسل المستقبل، وموضوع خطابها.

وهذا التعريف ينتج أن المؤسسة أو المنظمة تكون وحدة وحيدة ومنسجمة وتتحرك كذلك أي أن المؤسسة تعد شخصية معنوية مكونة من ماديين وبمجموعات من الأشخاص الماديين، يقيمون علاقات فيها بينهم ويؤثرون كذلك على حياة وتكوين الشخصية المعنوية .

والمؤسسة على هذا تكون شخصية معنوية تمتلك هوية وشخصية وتاريخ وقيم محددة بشروط إنتاجها وبالقائمين بذلك ومن جهة أخرى فالأشخاص الماديين الذين يعملون فيها لهم هوياتهم وشخصياتهم الخاصة بهم، قيمهم وحياتهم الفردية أو الجماعية في المؤسسة وقيمهم وثقافتهم وغيرها .

والعلاقة القائمة بين المؤسسة كشخصية معنوية والأفراد كأجراء فيها من جهة والأشخاص الماديين فيما بينهم من جهة أخرى تنتج وتؤثر وتغير تاريخ وثقافة المؤسسة .

8-2 دور الاتصال في المؤسسة الاقتصادية:

يتضح الدور الذي يلعبه الاتصال في المؤسسة من مدى التوافق الذي يلاحظ في طبيعة المؤسسة أو أي منظمة أخرى وميزاتها من جهة وطبيعة الاتصال من جهة أخرى وكذا من خلال اعتماد المؤسسة على المعلومات التي تفترض وجود شبكة اتصالات سليمة وفعالة وقد أدى هذا إلى وصف المؤسسات بأنها "وحدات لمعالجة المعلومات أو كمركز معلومات ولتحديد التطابق أو التشابه بين الاتصال والمؤسسة يمكن العودة إلى خصائص الاتصال كمنشآت حركية، له أهداف ويتأثر طرفاه بمجموعة من العوامل من خلال المعاملات والممارسات المتداخلة بين عناصره.

وبمقارنة هذه العناصر بالميزات العامة التي تميز المؤسسات تقطيع استنتاج مدى الترابط بين الطرفين المؤسسة والاتصال.

فالمؤسسة كائن حي متحرك يقوم بنشاطات من أجل تحقيق أهداف وفي إطار محيط معين يتميز بالحركة والتغيير ويفرض عليها متابعتها والتكيف معه وهي نظام مفتوح على هذا المحيط. وحتى تستطيع القيام بهذا النشاط والدور عليها بتوفير أداة تسمح لها بالتنسيق ونقل المعلومات والأوامر والآراء في مختلف الاتجاهات، وهي العناصر التي تتركز عليها معاملاتهما سواء داخل أو خارج المؤسسة، وكل هذا يجعل للاتصال أهمية ودور فوق العادة في المؤسسة من خلال عدة جوانب منها على سبيل المثال لا الحصر:

- اتخاذ القرارات: تلعب المعلومات دورا محددًا في عملية اتخاذ القرارات في المؤسسة، وهذه المعلومات بالكمية والنوعية ترتبط بشكل مباشر بشبكة الاتصال وقنواتها وأعوانها.
- ممارسة مختلف العمليات الإدارية بالمؤسسة انطلاقًا من عملية التخطيط والتنظيم والتنسيق والقيادة والمراقبة وغيرها من الأنشطة التي تتوقف على الاتصال المرتبط بشكل كبير بالهيكل التنظيمي للمؤسسة الذي يوضح المهام ومواقع المسؤولية وغيرها.
- إيصال مختلف المشاكل التي قد تنشأ نزاعات اجتماعية بين الأفراد والجماعات في المؤسسة وكذا عملية الحل لهذه النزاعات.¹

¹ ناصر دادي عدوان، مرجع سبق ذكره، ص ص 25، 33.

خلاصة الفصل

ونستخلص في آخر هذا الفصل أن المؤسسة الاقتصادية قد أبانت عن فعاليتها وجدواها داخل المجتمع من خلال الوظيفة الإدارية التي تقوم بها من خلال تنسيق وتوجيه جهود العاملين في المؤسسة من أجل تحقيق الأهداف المرجوة من نشاط المؤسسة، مما استوجب عليها ممارسة عدة أنواع من الإدارات وهي الإدارة الإستراتيجية المسؤولة عن وضع رؤية وأهداف إستراتيجية تعمل المؤسسة الاقتصادية على تحقيقها على المدى الطويل، كما أنها تعتبر النواة الأساسية والأداة الفعالة لأي اقتصاد والتي يعتمد عليها في حل المشكلة الاقتصادية لأي أمة.

الفصل الرابع

واقع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية.

- 1 - واقع تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية.
- 2 - إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية.
- 3 - عوائق إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الجزائرية
- 4 - تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على واقع المؤسسة الجزائرية.

الفصل الرابع: استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية

1- واقع تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية

أصبح من الواضح الأهمية الكبيرة والبالغة التي تلعبها الوسائل التكنولوجية الحديثة في تحسين ظروف العمل، وكذا تحسين أداء المؤسسات والعمل على تطويرها وبقائها في سوق المنافسة وهذا باستخدام مختلف التقنيات من حاسبات آلية التي تقوم أساسا على جهاز الكمبيوتر، وكذا الانترنت.

والجزائر كغيرها من الدول قد بذلت جهود كبيرة لترقية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، إذ تعتبر أهم معالم التنمية الاقتصادية البارزة خاصة وأن الجزائر تفتتح على اقتصاد السوق والاقتصاد العصري وتمتلك موارد هامة تشجع على تطوير هذه التكنولوجيات في السوق الجزائرية.

حيث تبرز المجهودات التي تبذلها الدولة والتي تتمثل في مشاريع وتنظيمات تهدف إلى ترقية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لما تملكه الدولة من كفاءات في هذا المجال، زد على دورها كمحرك للتنمية الاقتصادية حيث أصبحت المؤسسة الجزائرية أكثر وعيا أن الإعلام يعد وسيلة إنتاجية.

ومن جهة أخرى تعتبر السوق الجزائرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في أوج تطورها تزامنا مع نمو متوقع معتبر بالنسبة للثلاث سنوات المقبلة لأهمية السوق الجزائرية في المغرب العربي فيما يخص الإمكانيات. ويجرد الذكر أن مختلف المشاريع في مجال المعلوماتية تدخل في إطار السياسة الوطنية لتعميم التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وبالعمليات المرتبطة بالتعليم عن بعد خاصة لفائدة المناطق البعيدة وكذا المكتبات الافتراضية والشبكة التي تربط مختلف الجامعات وإعداد البرامج المعلوماتية .

ففي غضون الآجال القريبة وضع أول شبكة داخلية للحكومة ستمكن كل الوزارات من تبادل المعلومات والمراسلات الالكترونية لغاية الوصول إلى عدم استخدام الورق وان تهيئة الأجواء لانجاز الحكومة المعلوماتية ما زالت جارية على قدم وساق بهدف تقليص المسافة بين المواطن والحاكم والتي ستسمح للمواطن بالاطلاع على القضايا الوطنية التي تهمه.

وبخصوص البرنامج الذي سطرته وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال المستمد من برنامج فخامة الرئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة والخاص بتوفير لكل عائلة جزائرية حاسوبا في المنزل في أفق 2010

ويبدو أن انفتاح الجزائر وإقبالها نحو العالم التكنولوجي المتطور سيتحقق من خلال انجاز مشروع المدينة الجديدة الذي سوف يتجسد في انجاز الحظيرة المعلوماتية التي تضم 10 مشاريع، منها انجاز فندق ذي 5 نجوم يحوي على 156 غرفة وقاعة عرض ب 600 مقعد ومقر وكالة التسيير ومركز البحث لتكنولوجيات الإعلام والاتصال ومقهى بريدي ومركب تيليكوم، وتأتي هذه المشاريع والبرامج في تنمية الاتصالات وتحرير المبادرات واقتصاد السوق لفتح المجال للمنافسة إما الشركات الخاصة والعمومية وقد ثمنت الحكومة أي مبادرات شراكة تبرم بين المؤسسات الجزائرية أو الجزائرية والأجنبية.

من جهة أخرى يأتي اتفاق الشراكة بين مؤسسة "أبياد" مع مؤسسة "تيليكوم الجزائر" لتأهيل وتطوير وإعطاء دفع إضافي في مجال تكنولوجيا الاتصال عن طريق الشراكة حيث كانت هذه الخطوة أول شراكة جزائرية قبل تجسيد شراكة مع الأجانب حيث ستنشر مؤسسة التعليم المهني عن بعد (أبياد) ابتداء من السنة الجارية في تركيب ثم صناعة أجهزة الحاسوب المحمولة من نوع "لاب توب" بعد تدشين وحداتها الإنتاجية التي يتم بناؤها حاليا بعناية. إذ ستقوم المؤسسة في البداية بتركيب أجهزة الحاسوب قبل التوجه تدريجيا نحو الاندماج" هذا وتنوي ذات المؤسسة "صناعة مليون جهاز حاسوب محمول سنة 2008.

وتأتي هذه المبادرة بين المؤسسات الجزائرية لتحجب النقص الذي تركته المؤسسة الأجنبية التي اختفت من السوق لأنها لم تدرك كيف تكيف وسائلها ولم تتحالف مع المؤسسات الأخرى للاستفادة من خبرتها، كما أن تجسيد الأهداف المرسومة يستلزم مقارنة جديدة لتلك المتبعة حتى الآن. ومنها الوصول لتحقيق 10 نسب. 80% للكثافة الهاتفية و 40% في وصل الانترنت و 20% لفي نشر الحاسوب وهو ما يعد رهانا يفرض إيجاد حلول جديدة وإقامة شراكة جديدة. ضيف أن ما ينتظر المتعاملين الاقتصاديين هو العمل لتمكين الجزائر من مواصلة قطع الأشواط المتبقية في مجال التكنولوجيا حتى تقترب من نظيراتها في العالم اجمع

ولعل انخراط 70 مؤسسة صغيرة ومتوسطة جزائرية في القاعدة الإعلامية اوميديس التي اعتمدها الاتحاد الأوروبي لفائدة الشركات الصغيرة والمتوسطة للبحر المتوسط في إطار خلق مؤسسة معلوماتية متوسطة من بينها المؤسسات الجزائرية سيدعم هذا التوجه، حيث سيقوم الاتحاد الأوروبي بتمويل المشروع الذي يرمي إلى إقامة شبكة للشركات المتوسطة عبر الانترنت، والتي سيتم إيصالها لشبكة الأوروبية لتبادل المعلومات.

رغم كل هذه المعطيات التي تكشف مدة الاهتمام الحكومي والمؤسسي بمجال المعلوماتية، كشفت آخر الدراسات حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال عن وجود تأخر كبير في اكتساب هذه الوسائل في الجزائر مقارنة بالمغرب وتونس في دراسة مقارنة قدمتها كفدرالية إطارات المالية والمحاسبة بوهان حول التكنولوجيا الحديثة وتأثيرها على الاقتصاد، حيث احتلت الجزائر المرتبة العاشرة إفريقيا من حيث انتشار الإعلام والاتصال، أما ما يتعلق بتقنية الانترنت فان الجزائر لا تتوفر الا على نسبة 2,4% من السكان المتصلين بشبكة الانترنت في وقت لا يتجاوز الذين يستعملون هذه التقنية 800 ألف من السكان بمعدل 500 ألف مستعمل بصفة منتظمة في حين نسبة كبيرة من هؤلاء المستعملين يستخدمون هذه التقنية في أماكن عملهم أو في نوادي الانترنت التي يصل عددها إلى 5000 نادي

منتشرة عبر الوطن الأمر الذي يؤكد أن نسبة الربط في المنازل مازالت ضعيفة جدا مقارنة بالدول الإفريقية ويرجع هذا التأخر إلى نقص أو غياب شبه تام لثقافة نشر التكنولوجيا وكذا النقص الواضح في الخطوط الهاتفية حيث أن الجزائر لا توفر إلا 6 خطوط لكل 100 نسمة في الوقت الذي يصل فيها الرقم إلى 90 خطا لكل موطن في الدول المتقدمة تكنولوجيا

ويضاف إلى ذلك ضعف مستوى التأهيل لذا السكان إذ ان عدد الذين يملكون مستوى تعليميا مقبولا يصل 17.5 مليون نسمة في الوقت الذي لا يفوق فيه عدد المؤهلين لاستعمال هذه التقنية 13 مليون جزائري

حين وحسب دراسة الأمم المتحدة فان سنة 2004 عرفت 5 ألف مشترك في الانترنت بنسبة 148 عملية استعمال للانترنت لكل 10 ألف مواطنين، وفسر هذا التطوير بخفض قيمة الاشتراك في الانترنت ودخول تقنية الذي يأسال الاستعمال....

وحسب الأرقام التي وجدت في دراسة مقارنة التي قدمتها كفيدرالية إطارات المالية والمحاسبة فان 13.85% من السكان في الجزائر يملكون الهاتف الثابت الأمر الذي يجعل نسبة استعمال الانترنت بصفحة عادية غير مرتفعة مقارنة بالإمكانيات المتوفرة خاصة في ظل ارتفاع أسعار التجهيزات المستعملة مقارنة بالمستوى المعيشي للفرد، ناهيك عن كون الاستثمار في مجال التكنولوجيا الحديثة لا يمثل سوى 1% من الناتج الداخلي الخام، وما يزيد في اتساع الرقعة التطور الذي رافق استعمال الهاتف النقال في الجزائر، ففي 1998 كان عدد المشتركين 18 ألف

وفي سنة 2004 بلغ أكثر من 4 ملايين مشترك، في حين في هذه السنة ارتفع إلى 7.245.657 مليون مشترك

أما على مستوى المؤسسات فقد قدرت الدراسة أن الربط بالانترنت مازال يعرف تأخرا محسوسا بسبب غياب برنامج الذي جعل البنك العالمي يساهم بمبلغ 9 ملايين دولار لإنشاء قطب تكنولوجي

في الجزائر العاصمة سيسمح بتزويد المؤسسات ببنك المعلومات حول الوضعية الاقتصادية والتكنولوجية وغيرها من المعطيات لتحسين أداء هذه المؤسسات¹

2- إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية.

إن التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال بالنسبة للمؤسسة تعتبر الأداة التي تستخدم لبناء نظم المعلومات، والتي تساعد الإدارة على استخدام المعلومات المدعمة لاحتياجاتها في اتخاذ القرارات والقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة، وذلك عن طريق تحويل وتخزين ومعالجة كل أنواع المعلومات في شكل معطيات موحدة، وبثها بسرعة في كل أنحاء العالم باستخدام الانترنت، فالمؤسسة التقليدية القائمة على مبدأ التيلوري تحولت اليوم إلى مؤسسة شبكية، وتحولت أيضا وثائقها المكتوبة إلى سيرورات رقمية باعتماد أسلوب العمل عبر الشبكة.²

وعليه فقد أصبح الاستثمار في الانترنت وما توفره يشكل مصدرا جديدا لإحداث الوفورات في التكلفة ورفع الكفاءة الإنتاجية، كما أن التجارة العالمية تزايد استعمالها على صعيد المنافسة، فقد أضحت هذه التكنولوجيا تقدم وبكفاءة طرقا جديدة في إدارة واستعمال المعلومات في القطاعات وبالتالي تحقق مكاسب اقتصادية نظرا لأنها تحسن من قدرات هذه القطاعات في حيازة ومعالجة ونشر واستخدام المعلومات.³

غير أن إدماج هذه التكنولوجيات في المؤسسات يحتاج الى متطلبات متعددة نوجزها فيما يلي:

1- تطبيق الأساليب الحديثة والمعاصرة في مختلف سياسات الموارد البشرية.

¹ www.staralgeria.net، تم زيارة الموقع على الساعة 12:20، بتاريخ 2018/04/12.

² عبد الوهاب بن بريك، زينب بن العركي، اثر تكنولوجيا الاعلان والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، العدد 07، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2002.

³ أمال حاج عيسى، هواري معراج: دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي، ص 98.

- 2- إتاحة الفرصة للترقية وتنمية الكفاءات وتنمية المسارات الوظيفية أمام العاملين في مجال تكنولوجيا المعلومات.
 - 3- تدعيم وتأييد الإدارة العليا لتطبيق تكنولوجيا المعلومات يساعد على إخراج كل ما لديهم من إبداعات وطاقات.
 - 4- تدعيم وجود الكوادر البشرية ذات الاستعداد والإصرار في تبني تكنولوجيا المعلومات وتطبيقها.
 - 5- العمل بروح الفريق وتدعيم المعاونة و المساندة.
 - 6- زيادة قدرات العامل على التعلم وحثهم على كل ما هو حديث في مجال تكنولوجيا المعلومات.
 - 7- القيام بالتحليل المالي اتجاه استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة لتحقيق اقتصاديات تشغيلها.
- والحقيقة أن تسريع وتيرة الانخراط في الانترنت وكافة قطاعات تقنية المعلومات ضرورة ملحة يفرضها عالم حديد تحكمه شبكة المعلومات في المجال الاقتصادي نتيجة لتوسع قدرة الكمبيوترات بأنواعه المختلفة وازدياد سرعة التشغيل والاندماج بين أجهزة الكمبيوتر ووسائل الاتصال.¹
- إلا أن الإدماج التكنولوجي والمعلوماتي سواء على مستوى الفرد أو على مستوى المؤسسات يصطدم في كل مرة بجملة من العوائق التي تحول دون تحقيق هذا الإدماج.

¹أمال حاج عيسى، هواري معراج، مرجع سبق ذكره، ص99.

3- عوائق إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الجزائرية.

1-3 عوائق تنظيمية:

وتتضمن ما يلي

أ- غياب مشاركة حقيقة: ويتوقف إحداث التغيير بالدرجة الأولى على قبول العاملين وتعاونهم لإتاحة الفرصة لنجاحه، لذا فان عدم إشراك الأفراد في التغيير والذي تمثل تكنولوجيا الاتصال الحديثة أحد مظاهره، يمثل أحد أسباب التغيير.

وفي المؤسسة الجزائرية مظاهر عديدة لرفض التغيير ترجع في أحيان كثيرة إلى عدم وضوح أبعاده ونتائجه لدى العمال، وقد يبدو لهم أنه يمثل تهديد لأمنهم وأضرار لمصالحهم، وهي تظهر في صورة مقاومة علنية أو مقاومة سرية، الأولى تتجسد في مظاهر عديدة منها الغيابات المستمرة، عدم احترام مواقيت العمل ورفض أداء بعض الأعمال وغيرها، أما المقاومة السرية فيمكن أن تظهر في قلة التفاهم والتحاور مع المسؤولين وزملاء العمل، وانخفاض الأداء الفردي.¹

ب- عدم تلاؤمها مع أنماط التسيير المعتمدة: إن توفر أجهزة الإعلام الآلي في بعض المؤسسات الجزائرية لا يعني لدى مسيريهها أدوات مساعدة للتسيير، ولا تقنيات حديثة مكلفة ومفيدة بشكل كبير يجب استعمالها.

وفي هذا الإطار لوحظ العديد من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية أن عملية شراء واستيراد أجهزة الإعلام الآلي، وتشغيل إطارات ومستعملي هذه الأجهزة مصدر للتسلية لدى بعض المسؤولين وفي بعض المصالح دون وعي التكلفة الضائعة في ذلك، ودون استفادة إلا بما تتحمله تكاليف وميزانيات هذه المؤسسة من ثقل في الأعباء والديون.²

2-3 عوائق ثقافية:

¹ فائزة بوشلون وآخرون: واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، مجلة الباحث، عدد 5، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007، ص124.

² ناصر دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص 168.

أ- عدم توافق التكنولوجيا المنقولة مع النواحي الاجتماعية والثقافية للمؤسسة:

تؤثر القيم الاجتماعية والثقافية السائدة في المؤسسة على سلوك الأفراد العاملين بما يفرض دراسة هذه النواحي، ونجد غالبية الدراسات والبحوث ركزت على :

__ العوامل الاجتماعية والثقافية التي تؤثر على الاستيعاب التكنولوجي

__ الاختلافات الثقافية بين مديري الشركات بالفروع متعددة الجنسيات بين العاملين المحليين.

ب- **ازدواجية اللغة:** إذا تحدث شخص عربي لأخر بريطاني ولم يكن المتحدث يعرف لغة المستقبل فهل تتوقع أن يفسر المستقبل الرسالة ويفهمها.

الأمر صعب للغاية إلا إذا حاول المرسل استخدام أدوات للاتصال

وفي العديد من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، نجد الأفراد موزعين إلى مجموعات متكونة باللغة العربية في مختلف المستويات من التكوين ومن جانب آخر هناك الإطارات المتكونة باللغة الفرنسية، وهي لغة الإدارة في معظم المؤسسات الصناعية الوطنية، فهم الأكثر امتيازاً والأكثر اقتراباً من عملية الاتصال وهذا ما يولد صراعاً لغوياً يشكل بدوره عائقاً كبيراً.¹

ت- **دور الشركات متعددة الجنسيات:** يتمثل هذا الدور في محاولته السيطرة على التكنولوجيا المنقولة للدولة النامية من أجل تخفيض نفقات الإنتاج واستمرار السيطرة على حصتها من الأسواق بهذه الدول، وتتمارس هذه الشركات هذا الدور من خلال:

__ أن الشركة الناقلة للتكنولوجيا تحتفظ دائماً في إدراجها بتقنيات جديدة ترتبط بالتكنولوجيا المباعة.

وتؤثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على المجتمعات والمنظمات، وأصبحت جميع معاملات العالم تتم باستخدام الانترنت والتجارة الالكترونية والأعمال الالكترونية.²

¹ دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص 169.

4- تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على واقع المؤسسة الجزائرية.

يؤثر نقل وتطبيق تكنولوجيا المعلومات على المنظمات وكذا على سلوك وتصرفات الأفراد داخل المنظمة في صورة متعددة منها ما يتعلق بالتفاعل الاجتماعي ومنها ما يخص الاتصالات الشخصية، وفي ما يلي عرض لبعض هذه الأبعاد.

4-1 التفاعل الاجتماعي: يشير إلى شعور أعضاء الجماعة بانتمائهم إلى الجماعة والولاء لها وتمسكهم بعضويتها ومعايير أعضاء الجماعة معا في تحقيق الأهداف المشتركة للجماعة والدفاع عن هذه الأهداف من أجل تحقيقها.

وتتوقف قوة التفاعل الجماعي على كثير من العوامل منها:

- نوع التفاعل السائد بين أطراف الجماعة

- كثافة التفاعل بين أفراد الجماعة وغيرها من العوامل

ولقد أدت التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال إلى إحداث التغيرات في التفاعل الجماعي حيث أن الحاسبات الآلية أحدثت الكثير من التغيرات فالتقسيم الزائد في العمل، ووضع معايير للوظائف وغيرها من التغيرات التي أحدثتها الحاسبات الآلية جعلت العلاقة بين الأفراد تتسم بالجمود والفتور، ويرجع ذلك إلى استخدام نفس الهياكل التنظيمية للجماعة وتعديلها بما يتلاءم مع متطلبات تكنولوجيا الاتصال، وأصبح من الملائم في ظل هذه التكنولوجيا تشكيل فرق عمل من وقت لآخر انجاز مهام محددة مع تحديد صلاحيات ومسؤوليات الفريق ومعايير اختيار هذا الفريق وقائده

4-2 زيادة ضغوط العمل:

4-2-1 الضغوط المادية:

هي تلك المطالب التي تجعل الفرد يتكيف ويتعاون مع ما حوله .

4-2-2 الضغوط الزائدة:

وهي الضغوط التي تتمثل في القوى النفسية المؤدية إلى القلق والإحباط والصراع والتي تجعل الفرد غير قادر على الإنتاج

4-3 قلة الرضا الوظيفي:

يشير الرضا الوظيفي إلى الشعور النفسي بالقناعة والارتياح والسعادة الناتجة عن إشباع الفرد لحاجاته ورغباته وتوقعاته في العمل، مع التقدم المذهل لتكنولوجيا الاتصال أصبح الفرد اقل رضا عن عمله لأسباب التالية

_ انخفاض أو ارتفاع عبء الدور

_ استخدام وسائل الاتصال الالكترونية مع الحاجة إلى عمليات الإقناع والإنفاق والاتصالات غير اللفظية

4-4 محدودية الاتصال الشخصي المباشر:

الاتصال هو عبارة عن نقل للمعاني والأفكار بين طرفي العملية الاتصالية ويقوم على التفاعل وباستخدام قنوات اتصال مختلفة بهدف الحصول على استجابة أو رد فعل، ويعتبر الاتصال أساس النظم الاجتماعية و احد الدعائم الرئيسية لاستمرار العملية الإدارية في كافة المنظمات إن المادة الأساسية التي تحتاجها الإدارة لأداء وظائفها هي المعلومات، وكلما كانت هذه المعلومات أكثر دقة وتصل إلى الإدارة عند الحاجة، كلما ازدادت فعالية وظائف الإدارة وبذلك تكون تكنولوجيا الاتصال وفرت ومكنت لتوصيل معلومات للإدارة بمواصفات أفضل من خلال تصميم نظم معلومات إدارية باستعمال حاسبات الكترونية والانترنت وغيره.

إلا أن التكنولوجيا الحديثة للاتصال لها تأثيرات سلبية على الاتصالات الشخصية، بهذا الأخير يتم وجها لوجه مع المرسل والمستقبل دون اللجوء إلى وسائل الاتصال، لذلك يعد أقوى أنواع الاتصالات

والأكثر إقناعا وتأثيرا وبالمقابل فان شاشة الحاسب بديل ضعيف للتفاعل الشخصي المباشر، ومثل أي وثيقة مطبوعة فالرسالة الالكترونية تبدو أكثر جفاء من رسالة منطوقة.¹

¹عزيزة مقيدش، سلمى بولحاج، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017، ص 97، 98.



الاطار الميداني

الفصل الخامس

واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي.

أولاً: التعريف بمؤسسة الخزف الصحي.

1- تقديم شركة الخزف الصحي

2- نشأة الشركة وأهميتها الاقتصادية.

ثانياً: تحليل البيانات الشخصية.

ثالثاً: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في مؤسسة

الخزف الصحي.

رابعاً: أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في

مؤسسة الخزف الصحي.

خامساً: العراقيل التي تقف أمام المؤسسة عند استخدام

تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

سادساً: النتائج العامة للدراسة.

سابعاً: اثبات أو نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسات.

ثامناً: الاقتراحات و التوصيات

الخاتمة

الفصل الخامس: واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية.

أولاً: التعريف بمؤسسة الخزف الصحي

1- تقديم شركة الخزف الصحي.

دفعت التطورات الاقتصادية الجديدة الكثير من المؤسسات الاقتصادية إلى التوجه نحو تنوع مجالات نشاطاتها كأسلوب لمواجهة التنافسية. وبدخول شركة الخزف الصحي جبرياً في الصراع التنافسي تحتماً عليها معرفة الوضعيات المختلفة لمجالات نشاطها حتى يتمكن من تقييمها ومن ثم تحديد الإجراءات والواجب اتخاذها. ولهذا الغرض سيتم تقديم والتعرف على الشركة ومختلف فروعها

2- نشأة الشركة وأهميتها الاقتصادية

سيتم التطرق إلى نشأة الشركة وتطورها التاريخي وكذلك أهمية الشركة على المستوى الوطني

1-2- النشأة والتطور

1-1 نشأة وحدة الخزف الصحي بالميلية شرق ولاية جيجل سنة 1971، غير أنها لم تشرع في الإنتاج إلا في سنة 1975، والتي كانت تابعة للمؤسسة الوطنية لمواد البناء (S.N.MC)، التي أنشأ حسب المرسوم الوزاري رقم 68/455 المؤرخ في 23 جويلية 1986 الكائن مقرها بولاية قسنطينة مع إعادة هيكلة المؤسسات الوطنية بمقتضى المرسوم الوزاري 82/315 المؤرخ في 28 أكتوبر 1982، أصبحت تسمى شركة الخزف الصحي الشرقي (E.C.E)، وتتمثل الوحدات المكونة لمؤسسة مواد البناء في: وحدة ابن زياد بقسنطينة، وحدة العثمانية بميلة، وحدة الميلية، وحدة عاشور بالجزائر العاصمة ووحدة ميزور ببجاية.

في 13 ديسمبر 1997، قررت الشركة القابضة لمواد البناء (Holding) تحويل وحدة الخزف الصحي للشرق إلى شركة الخزف الصحي بالميلية (S.C.S)، ودخل هذا القرار حيز التنفيذ في

19 فرييل 1998 وهي الآن شركة ذات أسهم يقدر رأسمال الشركة بـ 208.000.000 وتبلغ طاقتها الإنتاجية حوالي 490000 قطعة خزفية سنويا.

تقع شركة الخزف الصحي جنوب شرق الميلية محايمة للطريق رقم الرابط بيت مدينتي جيغل وقسنطينة حيث تتربع على مساحة تقدر ب هكتار من بينها 9 هكتارات مغطاة و 3 هكتارات غير مغطاة إذ تقدر مساحة دائرة الإنتاج وحدها ب 30 ألف متر مربع، يعمل عمال شركة الخزف الصحي مدة 40 ساعة أسبوعيا موزعة على شكل 8 ساعات في اليوم، أما الراحة تتمثل في يومي الجمعة والسبت وأيام الأعياد الوطنية والدينية.

2-2- المديرية الرئيسية :

تتكون من:

أ_ الرئيس المدير العام: من مهامه إعداد السياسة العامة للشركة، وتحديد الاستراتيجيات المناسبة مع مراقبة تطبيقها.

ب_ مساعد الرئيس المدير العام.

ج_ سكرتارية المديرية الرئيسية: من المهام التي تقوم بها: القيام بالاتصالات، استقبال زوار المدير، وحفظ المراسلات الخاصة به.

د_ مسؤول تسيير الجودة: من مهامه وضع نظام الجودة والعمل على تسييرها مع المراقبة و تقديم التقارير الدورية إلى المدير العام.

و_ المراجع الداخلي: يقوم بإعداد برنامج شامل لتقييم المراقبة الداخلية للشركة، مع السهر على تنفيذ هذا البرنامج.

ي_ مصلحة الأمن: تعني بتحقيق الأمن والسلامة لممتلكات الشركة.

2-3- مديرية الإدارة والمالية

تشمل مديرية الإدارة والمالية دائرتين هما: دائرة التموين والتجارة ودائرة الموارد البشرية، بالإضافة إلى اشتغالها بمصلحتين: مصلحة المحاسبة التحليلية والموازنة ومصلحة المحاسبة العامة.

1- دائرة التموين والتجارة: من المهام التي تقوم بها هذه الدائرة: الإشراف على عملية شراء المواد الأولية، تسويق منتجات الشركة، وتعتبر هذه الدائرة من أهم الدوائر بالشركة حيث أنها تضم مصلحتين:

_ مصلحة التجارة: تتكفل بعمليات البيع

_ مصلحة التموين: تقوم بعملية التموين بفرعيها: الشراء والتخزين.

2- دائرة الموارد البشرية: تهتم هذه الدائرة بكل ما يتعلق بالعنصر البشري بالشركة، تضم مصلحتين:

_ مصلحة الأفراد: تقوم بعملية التوظيف والترقية، متابعة ملفات العاملين، مراقبة حضور أو غياب العمال، إعداد الأجور، إعداد برامج التكوين والتدريب وكذلك وضع برنامج الإنتاج .

_ مصلحة الخدمات الاجتماعية: وتهتم بالشؤون الاجتماعية للعمال كالتكفل بالتعويضات والضمان الاجتماعي وتقديم وجبات غذائية للعمال.

3- مصلحة المحاسبة العامة: تساعد على تقديم معلومات مالية خاصة تلك المتعلقة بالنفقات النقدية للشركة، كما تقوم بعدة مهام كإعداد جدول حساب النتائج والقيام بعملية الجرد السنوي للمخزون.

4- مصلحة المحاسبة التحليلية والموازنة: تقدم هي الأخرى معلومات مالية خاصة تلك المتعلقة بمعرفة المركز المالي للشركة .

2-4- مديرية الاستغلال :

تشمل مديرية الاستغلال على دائرتين: دائرة الإنتاج، والدائرة التقنية .

1- دائرة الإنتاج: تشرف هذه الدائرة على عملية الإنتاج وتضم مصلحتين بالإضافة إلى المخبر .

__ مصلحة الإنتاج: تهتم بكل مراحل العملية الإنتاجية، حيث تضم هذه المصلحة 06 ورشات:

ورشة تحضير خليط الطين، ورشة السكب، ورشة الطلاء، ورشة الأفران وورشة الفرز.

__ مصلحة مراقبة الجودة: تقوم بمراقبة نوعية المواد الأولية الداخلة في تركيبة المنتج، كذلك المراقبة

أثناء عملية الإنتاج وبعدها، وهذا من اجل ضمان جودة عالية للمنتج النهائي .

__ المخبر: القيام بالتحاليل المخبرية اللازمة من اجل مراقبة الخليط الطيني المستعمل في العملية

الإنتاجية بأخذ عينات من المواد الأولية والقيام بتحليلها من اجل معرفة مدى مطابقتها للمقاييس

المعمول بها، وحساب نسبة الرطوبة داخل ورشات الإنتاج والقيام بكل التجارب للتحسين والتقليل

من التلف.

2- الدائرة التقنية: من مهامها: القيام بالمعالجات والإصلاحات الضرورية لتجنب تعطيل مهام

الشركة وتضم هذه الدائرة مصلحتين:

__ مصلحة الصيانة.

__ مصلحة الوسائل العامة: تتولى هذه المصلحة شراء قطع الغيار والسيارات، متابعة عمليات

التأمين على وسائل النقل، متابعة وصيانة البنايات (ترميم وطلاء) الإشراف على حظيرة الشركة،

ومتابعة استهلاك البنزين وتقوم كذلك بصيانة تجهيزات الادارة. .

3- الأهمية الاقتصادية للشركة :

إن إنشاء شركة الخزف الصحي بالميلية يدخل ضمن مخطط الدولة الهادف إلى خلق وتنمية

الصناعة الوطنية وذلك من اجل تحقيق الاكتفاء الذاتي وتغطية حاجيات ومتطلبات السوق من

منتجات الخزف الصحي بمختلف أنواعه (المغاسل، أحواض، أحمام...) وتسعى الشركة إلى تكثيف جهودها باستخدام مختلف الوسائل والطرق العلمية في حدود قدرتها وإمكانياتها المادية من أجل تلبية نسبة كبيرة من الطلبات على منتجاتها التي تشهد رواجاً كبيراً في السوق الوطنية خاصة لارتباطها بقطاع البناء، كما تلعب المؤسسة دوراً مهماً في التنمية المحلية وإنعاش الاقتصاد الوطني والعمل على سد الحاجات الوطنية ببعض مواد البناء واستغلال الثروات الموجودة داخل الوطن والحصول على مكانة مرموقة والبقاء في ظل الاقتصاد العالمي.

ثانيا: تحليل وتفسير البيانات الشخصية :

الجدول رقم 01: يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس.

المتغير الفئات	التكرارات	النسبة
ذكور	24	54%
إناث	20	45.45%
المجموع	44	100%

الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجداول

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) الذي يمثل توزيع مفردات الدراسة حسب متغير الجنس أن هناك تقارب بين النسبتين حيث جاءت نسبة الذكور ب(54%) ممثلة من 24 مفردة، أما نسبة الإناث فقد نالت (45.45%) ممثلة من 20 مفردة.

ونفسر سبب هذا التقارب في النسب إلى كون طبيعة العمل داخل مؤسسة الخزف الصحي بالميلية أنها لا توظف جنس على آخر بل هو في متناول كلا الجنسين، وهذا ما ساعد المؤسسة في اختيار الكفاءات القادرة على تأدية المهام على أكمل وجه، دون مراعاة نوع الجنس ومن هنا نستنتج أن مؤسسة الخزف الصحي توظف كلا الجنسين دون إقصاء فئة.

الجدول 02: يمثل توزيع مفردات العينة حسب الجنس و السن.

المتغير الفئات	ذكور		إناث		المجموع	النسبة
	ت	%	ت	%		
[29-20]	3	12.5	3	15	6	13.64
[39-30]	14	58.33	11	55	25	55.56

22.72	10	30	6	16.67	4	[49-40]
6.82	3	00	00	12.5	3	50 فما فوق
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أن نسبة (55.56%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين (30-39) سنة، وتأتي في المرتبة الثانية نسبة (22.72%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين (40-49) سنة، لتأتي في المرتبة الثالثة نسبة (13.64%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم (-20-29)، وتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة (6.82%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم بين 50 سنة فما فوق.

وعليه نستنتج أن المؤسسة تعتمد على فئة الشباب الذي يعكس نشاط المؤسسة وحيويتها.

الجدول رقم (03): يمثل توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس والمستوى التعليمي

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
15.91%	7	10	2	20.83	5	ثانوي
45.45%	20	50	10	41.67	10	ليسانس
38.64	17	40	08	37.5	09	دراسات عليا
00	00	00	00	00	00	تكوين مهني
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (03) أن النسبة الأكبر من المبحوثين هم ذوي مستوى الليسانس والتي قدرت ب(45.45%) حيث قدرت نسبة الإناث ذوي مستوى ليسانس ب (50%) وفعلة الذكور ب(41.67%) وتأتي في المرتبة الثانية بنسبة (38.64%) ذوي مستوى دراسات عليا حيث تقدر فعلة الإناث ب(40%) وفعلة الذكور ب(37.5%)، وتأتي في المرتبة الثالثة بنسبة (15.91%) ذوي المستوى الثانوي حيث تقدر فعلة الإناث ب(10%) وفعلة الذكور بنسبة (5%)، بينما نسبة التكوين كانت منعدمة

ويمكن تفسير ارتفاع النسبة الأولى بأن المؤسسة تستقطب كوادر وكفاءات لقيادة وتسيير أعمالها، خاصة شؤونها الإدارية، وبذلك هي استطاعت تغطية نقص التعليم، وقد سجلت فعلة الإناث أعلى نسبة نظرا لكونها تكمل دراستها في سنوات التدرج وما بعد التدرج، بينما يقتحم الذكور مجال عالم الشغل مبكرا.

ومما سبق نستنتج أن أغلب المبحوثين ذوي مستوى جامعي.

الجدول رقم (04): يمثل أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس والأقدمية في العمل

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
27.27	12	20	4	33.33	8	أقل من 5 سنوات
29.54	13	40	8	20.83	5	[5-9]
22.73	10	25	5	20.83	5	[10-14]
13.64	6	15	3	12.5	03	[15-19]
6.82	03	00	00	12.5	03	[20-24]

00	00	00	00	00	00	[25-29]
00	00	00	00	00	00	30 سنة فما فوق
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (04) أن نسبة (29.54%) من المبحوثين ذو أقدميه في العمل ببحث تقدر مدة عملهم بالمؤسسة ما بين 5 إلى 9 سنوات، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (40%) وفئة الذكور بنسبة (20.83%)، أما المرتبة الثانية فكانت للعمال الذين لديهم خبر أقل من 5 سنوات بنسبة (27.27%) وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (33.33%) وفئة الإناث بنسبة (20%)، أما نسبة (22.73%) فكانت للعمال الذين لديهم خبرة من 10 إلى 14 سنة وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (25%) وفئة الذكور بنسبة (20.83%)، في حين كانت نسبة (13.64%) للعمال الذين لديهم خبرة من 15 إلى 19 سنة وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (15%) ونسبة الذكور بنسبة (12.5%)، في حين كانت نسبة (6.82%) للعمال الذين لديهم خبرة من 20 إلى 24 سنة وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (12.5%) في حين فئات البنات كانت منعدمة .

ويرجع سبب ارتفاع النسبة الأولى والثانية إلى اعتماد المؤسسة على التجديد في مواردها، وعدم إبقاء كفاءات ذو خبرة طويلة جدا.

ومما سبق نستنتج أن المؤسسة تعتمد على عمال ذو خبرة متوسطة لسيت بالطويلة.

المحور الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في مؤسسة الخزف الصحي

الجدول رقم (05): يمثل مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
81.82	36	70	16	91.67	22	نعم
18.18	8	30	6	8.33	2	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أن نسبة (81.82%) من المبحوثين يرون بأن مؤسستهم تهتم باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (91.67%) وفئة الإناث بنسبة (70%)، في حين أن إجابات المبحوثين الذين يرون بأن مؤسستهم لا تهتم باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال فكانت جد منخفضة حيث قدرت بنسبة (18.18%) وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (30%) وفئة الذكور بنسبة (8.33%).

ويمكن تفسير سبب ارتفاع النسبة الأولى إلى أن أغلب المؤسسات الاقتصادية وبما فيها مؤسسة الخزف الصحي تسعى إلى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لضمان التعاون بين العاملين وسريان العمل بشكل جيد، وهذا من خلال إجابات المبحوثين التي أغلبيتها تستخدم هذه التكنولوجيات ما يسمح لها بتحسين أداء المؤسسة في وقت قياسي وتسهيل التواصل بين مختلف الإدارات والمصالح في المؤسسة

ومنه نستنتج بأن مؤسسة الخزف الصحي تهتم باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل كبير.

الجدول رقم (06): يمثل أهم التكنولوجيات المستخدمة في المؤسسة

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
26.36	34	25.49	13	26.92	21	كمبيوتر
25.58	33	25.49	13	25.64	20	الانترنت
4.65	06	5.88	03	3.85	03	الانترانت
1.55	02	3.92	02	00	00	الاكسترنات
19.38	25	17.65	09	20.51	16	الهاتف المحمول
22.48	29	21.57	11	23.08	18	البريد الالكتروني
00	00	00	00	00	00	أخرى تذكر
100	129	100	51	100	78	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (05) أن المؤسسة تتوفر على أكثر من تكنولوجيا واحدة وهذا نظرا لإجابات الباحثين المتعددة، حيث نلاحظ أن النسبة الكبيرة من إجابات الباحثين كانت للكمبيوتر بنسبة (26.36%) وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (26.92%) وفئة الإناث بنسبة (25.49%)، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة (25.58%) من إجابات الباحثين كانت عن الانترنت وهذا ما تؤكد فئة الذكور (25.64%) وفئة الإناث بنسبة (25.49%)، تليها المرتبة الثالثة بنسبة (22.48%) ما إجابات الباحثين كانت عن البريد الالكتروني وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (23.08%) وفئة الإناث بنسبة (21.57%)، وهذا راجع إلى أنه يضمن الاتصال والتقليل من الأخطاء ويحافظ على سرية المعلومات أما نسبة (19.38%) فكانت إجابات الباحثين

لصالح الهاتف النقال وهذا ما تؤكدُه ففئة الذكور بنسبة (20.51%) وفئة الإناث بنسبة (17.65%) وهذا باعتبارها تكنولوجيا متوفرة عند جميع الأفراد والعمال بالمؤسسة خاصة بالمناصب العليا لإعطاء بعض التعليمات والاتصال بالمصالح الأخرى وكذلك أن نسبة (4.65%) من الباحثين اختاروا الانترنت حيث قدرت فئة الإناث التي يستخدمون الانترنت بنسبة (5.88%) أما فئة الذكور بنسبة (3.85%) وتعود هذه النسبة الضئيلة لإجابات أغلب الباحثين بأن الانترنت غير متاحة أي لا يجيدون استخدامها، ثم المرتبة الأخيرة للاكسترات بنسبة (3.92%) والتي آلات لفئة الإناث بنسبة (3.92%) أما فئة الذكور فكانت النسبة منعدمة وتعود هذه النسبة الضئيلة للاكسترات لإجابات الباحثين لعدم إجادتها استخدامها

وهذا ما اثبتته محمد عبد الحميد في كتابه "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير" حيث قال: "إن إطار الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجات معينة في وقت معين، أصبحت رغبة الفرد في إشباع حاجات معينة في التعرض لهذه الوسائل..... ومدى ما يحققه من التعرض لهذه الوسائل لإشباع حاجات معينة وتلبيتها"، وهنا نربط بعلاقة ترابطية بين استعمال الموظفين لإحدى هذه التقنيات والحاجات النفسية التي يرغب في تلبيتها وراء هذا الاستخدام.¹

وفي الأخير نستنتج أن التكنولوجيات التي يستخدمونها الباحثون في مؤسسة الحزف الصحي متنوعة، وهذا راجع إلى الخصائص والمزايا التي تدمها هاته التكنولوجيات، ومدى الحاجة التي يراود الموظفون إشباعها من وراء استخدام إحدى هذه التقنيات دون سواها.

¹ أسماء مريمش، سميحة شبيبة، مرجع سبق ذكره، ص120.

الجدول رقم (07): يمثل مدى ضرورة توفير جهاز كمبيوتر لكل عامل حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
22.73	10	35	07	12.5	03	ضروري جدا
40.91	18	45	09	37.5	09	ضروري
20.45	09	10	02	29.17	07	غير ضروري
15.90	07	10	02	20.83	05	غير ضروري جدا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجداول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (07) أن نسبة (40.91%) من المبحوثين يرون أنه من الضروري توفير جهاز كمبيوتر لكل عامل وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (45%) وفئة الذكور بنسبة (37.5%)، أما المرتبة الثانية فكانت للعمال الذين يرون بأنه من غير الضروري توفير جهاز كمبيوتر لكل عامل وذلك بنسبة (20.45%) وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (29.17%) وفئة الإناث بنسبة (10%)، أما نسبة (22.73%) من العمال يرون انه ضروري جدا توفير جهاز كمبيوتر لكل عامل وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (35%) وفئة الذكور بنسبة (12.5%)، لتأتي في المرتبة الأخيرة إجابات المبحوثين الذين كانت نسبتهم ب (15.90%) صرحوا بأنه من غير الضروري جدا توفير جهاز كمبيوتر لكل عامل وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (20.83%) وفئة الإناث بنسبة (10%).

ومما سبق نستنتج بأن المبحوثين يتطلعون لتحسين محيط العمل لزيادة المردودية وتحسين الأداء

الوظيفي في المؤسسة وانجاز الأعمال بسرعة أكبر.

الجدول رقم (08): يمثل مدى استخدام العمال جهاز الحاسوب في المؤسسة حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
95.45	42	95	19	95.83	23	نعم
4.54	02	05	01	4.17	01	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (08) أن اغلب المبحوثين يستخدمون جهاز الحاسوب بنسبة قدرت ب (95.45%) وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (95.83%) وفئة الإناث بنسبة (95%) بينما قدرت نسبة هؤلاء الذين لا يستخدمونه ب (4.54%) وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (5%) وفئة الذكور بنسبة (4.17%)

ويرجع سبب الاستخدام الواسع للحاسوب أن المؤسسة تعتمد على هذه الوسيلة في مختلف الوحدات الإدارية كما تعتمد عليها في ورشات الإنتاج من اجل تسيير بعض الآلات ومراقبتها ويمكن تفسير عدم استخدام الحاسب الآلي لذا الفئة الثانية نظرا لطبيعة عملهم التي لا تتطلب استخدام هذه التقنية وقد يكون يسبب نقص التمرن والتدريب .

ونلخص مما سبق أن اغلب المبحوثين يستخدمون الحاسوب في أعمالهم بشكل كبير وهذا راجع إلى الأهمية الكبرى الذي توليها الشركة لهذه التقنية.

الجدول رقم (09): يمثل استخدامات الحاسوب لأفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
20.37	33	22.86	16	18.48	17	كتابة التقارير
15.43	25	14.28	10	16.30	15	القيام بإحصائيات
20.37	33	22.86	16	18.48	17	حفظ المعلومات
17.90	29	18.57	13	17.39	16	نقل الملفات
14.20	23	10	07	17.39	16	المعالجة
11.11	18	11.43	08	10.87	10	استرجاع البيانات
0.62	01	00	00	1.09	01	أخرى تذكر
100	162	100	70	100	92	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (09) أن نسبة (20.37%) من المبحوثين يستخدمون الحاسوب لكتابة التقارير وحفظ المعلومات وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (22.86%) وفئة الذكور بنسبة (18.48%) بينما تستخدمه نسبة (17.90%) من المبحوثين من اجل نقل الملفات وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (18.57%) وفئة الذكور بنسبة (17.39%) وتأتي في المرتبة الثالثة بنسبة (15.43%) من المبحوثين يستخدمونه من اجل القيام بإحصائيات وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (16.30%) وفئة الإناث بنسبة (14.28%) بينما تستخدمه بنسبة (14.20%) من اجل المعالجة وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (17.39%) وفئة الإناث بنسبة (10%) لتأتي في المرتبة الخامسة استرجاع البيانات بنسبة (11.11%) وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (11.43%) وفئة الذكور بنسبة (10.87%) لتأتي في

المرتبة الأخيرة الاستخدامات الأخرى للحاسوب بنسبة (0.62%) وهذا ما تؤكد فحة الذكور بنسبة (1.09%) بينما عند الإناث منعدمة.

ويرجع سبب ارتفاع النسبة الأولى نظرا إلى الدور الهام الذي يلعبه الحاسوب في تصميم وبناء نظم المعلومات الحديثة فهو يوفر السرعة والدقة والصلاحية أثناء تنفيذ العمليات وادارة البيانات وما يترتب عليها الكفاءة العالية في الأداء.

وفي الأخير نستنتج أن الاستخدامات في مؤسسة الخزف الصحي يتمثل أساسا في كتابة التقارير وحفظ المعلومات ونقل الملفات .

الجدول رقم (10): يمثل مدى استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
65.91	29	60	12	70.83	17	نعم
34.09	15	40	08	29.17	07	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

نلاحظ من خلال قراءة البيانات الموضحة في الجدول أعلاه رقم (10) أن نسبة (65.91%) من المبحوثين يستخدمون شبكة الانترنت وهذا ما تؤكد نسبة الذكور بنسبة (70.83%) أما فئة الإناث فقدرت بنسبة (60%)، وهي نسبة مرتفعة مقارنة مع الفئة التي لا تستخدم الانترنت حيث قدرت ب(34.9%) وهذا ما تؤكد فحة الإناث بنسبة (40%) وفئة الذكور بنسبة (29.17%).

ويمكن تفسير ارتفاع استخدام العمال لشبكة الانترنت كونها تعد وسيلة تبادل متميزة تلبي حاجاتهم الضرورية المتمثلة في تامين الاتصال وتوزيع وتبادل المعلومات ونقل الملفات وتبادل الوثائق المنجزة بين أقسام المؤسسة وفروعها وكل الأطراف التي لها علاقة بالمؤسسة وهذا ما يسهل عليهم إقامة روابط مع الآخرين.

وأخيرا نستنتج أن شبكة الانترنت تحتل مكانا بارزا في المؤسسة وهو ما يفسره الاستخدام الواسع من قبل أغلبية العمال فهي تسعى إلى مواكبة التكور الحاصل في تكنولوجيا الاتصال والاستفادة من خدمات هذه الشبكة والتقنيات المرتبطة بها .

الجدول رقم (11): يمثل استخدامات لشبكة الانترنت لأفراد العينة حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
6.15	04	16.67	03	2.13	01	التواصل مع العمال
36.92	24	50	09	31.91	15	البحث عن المعلومات
26.15	17	16.67	03	22.79	14	التواصل مع مؤسسات أخرى
13.85	09	11.11	02	14.89	07	الترويج والإعلام
15.38	10	5.55	01	19.15	09	الاستشارات
1.54	01	00	00	2.13	01	أخرى تذكر
100	65	100	18	100	47	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) أن نسبة (36.92%) من المبحوثين يستخدمون شبكة الانترنت في البحث عن المعلومات، وهذا ما تؤكدُه فئة الإناث بنسبة قدرت (50%) أما فئة الذكور فقدرت ب (31.91%) كما صرحت نسبة (26.15%) من المبحوثين أنهم يستخدمون شبكة الانترنت للتواصل مع مؤسسات أخرى وهذا ما تؤكدُه فئة الذكور بنسبة (29.79%) وفئة الإناث بنسبة (16.67%)، في حين نجد نسبة (15.38%) من المبحوثين يستخدمون شبكة الانترنت من اجل الاستشارات وهذا ما تؤكدُه فئة الذكور بنسبة (19.15%) وفئة الإناث بنسبة (5.55%)

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة استخدام المبحوثين للشبكة كونها تمكن المتصفح من الحصول على الآلاف من مصادر المعلومات.

وقد توصلت دراسة "سامي طايح" 2000 بعنوان استخدامات الانترنت في العالم العربي إلى أن الانترنت تعد مصدرا هاما للمعلومات لذا الغالبية العظمى من المبحوثين.¹ كما يشير الجدول أعلاه أن مؤسسة الخزف الصحي تستخدم الانترنت في التواصل مع مؤسسات أخرى خاصة التي تكون في نفس المجال وذلك من اجل الحصول على آخر ما توصلت إليه.

وفي الأخير نستنتج أن الاستعمالات الرئيسية لشبكة الانترنت في مؤسسة الخزف الصحي تتمثل في البحث عن المعلومات والتواصل مع المؤسسات الأخرى.

¹صباح بن قيدوم، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية، رسالة منشورة، جامعة قسنطينة 2، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2002، ص115.

الجدول رقم (12): يمثل مدى تواصل أفراد العينة عبر البريد الإلكتروني حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
52.27	23	30	06	70.83	17	نعم
47.72	21	70	14	29.17	07	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (12) أن نسبة (52.27%) من المبحوثين يستخدمون البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (70.83%) وفئة الإناث بنسبة (30%) أما أولئك الذين لا يستخدمون البريد الإلكتروني الخاص بالمؤسسة قدرت نسبته ب(47.72%) وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (70%) أما فئة الذكور بنسبة (29.17%). وقد يرجع سبب ارتفاع نسبة المبحوثين الذين لا يستخدمون البريد الإلكتروني إلى طبيعة عملهم واختلاف المستويات الإدارية بينهم .

ومنه نستنتج أن البريد الإلكتروني ايجابي في المؤسسة لذلك لابد من تعميمه على العمال حيث بواسطته تصل المعلومات لكافة العاملين في نفس الوقت وبسرعة، وبدون تحريف كما أن البريد الإلكتروني يعمل على تقريب المصالح المركزية في الإدارات الفرعية لمؤسسة الخزف الصحي.

الجدول رقم (13): يمثل استخدامات المؤسسة (لموقع أو صفحة) حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
100	44	100	20	100	24	نعم
00	00	00	00	00	00	لا
100	44	00	20	100	24	المجموع

الجدول من اعداد الطالبين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (13) أن نسبة (100%) من المبحوثين يجزمون بان المؤسسة

تحوز على (صفحة أو موقع) الكتروني على شبكة الانترنت ومن خلال إجابة المبحوثين يتبين لنا أن

المؤسسة تسعى إلى توسيع سوق منتجاتها ورسم صورة ذهنية جيدة في أذهان زبائنها.

ومن هنا نستنتج أن مؤسسة الخزف الصحي تمتلك (صفحة أو موقع) الكتروني.

الجدول رقم (14): يمثل استخدامات موقع المؤسسة بالنسبة للمبحوثين حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
34.69	34	35.56	16	33.96	18	التواصل مع الموردين والزبائن والشركاء
25.51	25	20	09	30.19	16	عرض لمختلف السلع والخدمات
30.61	30	33.33	15	28.30	15	عرض معلومات عن المؤسسة

9.18	09	11.11	05	7.55	04	تسديد الفواتير على الخط
00	00	00	00	00	00	أخرى تذكر
100	98	100	45	100	53	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (14) أن نسبة (34.69%) من المبحوثين صرحت أن محتويات موقع المؤسسة عبارة عن التواصل مع الموردين والزبائن والشركاء وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (35.56%) أما فئة الذكور فكانت بنسبة (33.96%) تليها في المرتبة الثانية نسبة (30.61%) من المبحوثين صرحوا بان موقع المؤسسة يستخدم لعرض معلومات عن المؤسسة وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (33.33%) وفئة الذكور بنسبة (28.30%)، تليها في المرتبة الثالثة نسبة (25.51%) من المبحوثين صرحوا بان موقع المؤسسة يستخدم لعرض السلع والخدمات وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (30.19%) وفئة الإناث بنسبة (20%).

ويمكن تفسير استغلال الموقع للتواصل مع الموردين والزبائن والشركاء وذلك من اجل كسبهم ورفع مبيعاتها باختراق أسواق جديدة، أما فيما يخص عرض معلومات عن المؤسسة فيمكن تفسير ذلك بان المؤسسة تهدف إلى الشهرة وتأسيس قاعدة بيانات وخلق حركية، بالإضافة إلى ذلك يضمن الموقع السرعة في أداء المعاملات والاتصالات وتخفيض تكاليف والترويج والاتصالات.

في حين كانت نسبة تسديد الفواتير على الخط ضئيلة نوعا ما حيث قدرت بنسبة (9.18%) وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (11.11%) وفئة الذكور بنسبة (7.57%)

ويمكن القول أن تواجد المؤسسة على شبكة الانترنت يبقى محتشما حيث لم يتعد المستوى البدائي في التعامل مع التجارة الالكترونية.

ومما سبق نستنتج أن أهم استخدامات موقع مؤسسة الخزف الصحي يتمثل في التواصل مع الموردين والزبائن والشركاء وعرض معلومات عن المؤسسة.

الجدول رقم (15): يمثل مدى استخدام الشبكة الداخلية (Intranet) للمبحوثين حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
47.73	21	30	06	62.5	15	نعم
52.27	23	70	14	37.5	09	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (15) أن نسبة (52.27%) من المبحوثين لا يستخدمون الشبكة الداخلية وهذا ما تؤكدُه فئة الإناث بنسبة (70%) وفئة الذكور بنسبة (37.5%) أما أولئك الذين يستخدمون الشبكة الداخلية (Intranet) فقد قدرت نسبتهم ب(47.73%) وهذا ما تؤكدُه فئة الذكور بنسبة (62.5%) وفئة الإناث بنسبة (30%)

ويمكن تفسير ارتفاع النسبة الأولى إلى أن المبحوثين يعتمدون على وسائل أخرى كالهاتف مما سبق نستخلص أن اغلب المبحوثين لا يستخدمون شبكة الانترنت داخل المؤسسة.

الجدول رقم (16): يمثل استخدامات المبحوثين للشبكة الداخلية (Intarnet) حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
29.55	13	22.22	02	31.43	11	الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة
52.27	23	66.67	06	48.57	17	الحصول على المعلومات
15.91	07	11.11	01	17.14	06	مراقبة سير المؤسسة
2.27	01	00	00	2.86	01	أخرى تذكر
100	44	100	100	100	00	المجموع

الجدول من اعداد الطالبين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (16) أن نسبة (52.27%) من المبحوثين يستخدمون شبكة الانترنت للحصول على المعلومات، وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (66.67%) وفئة الذكور بنسبة (48.57%)، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة (29.55%) من المبحوثين الذين يستخدمون شبكة الانترنت للاتصال بالموظفين داخل المؤسسة وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (31.43%) وفئة الإناث بنسبة (22.22%)، وهذا ما تؤكد دراسة منية بوتيوته وحنان بن بلي حول " دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي لمؤسسة اتصالات الجزائر لسنة 2017، حيث توصلوا إلى أن الانترنت زادت فعالية الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة بالإضافة إلى الحصول على المعلومات.¹

¹ منية بوتيوته، حنان بن بلي، مرجع سبق ذكره، ص 80.

ومنه نستنتج أن استخدام شبكة الانترنت من قبل أفراد العينة يتجلى في الحصول على المعلومات والاتصال بالموظفين داخل المؤسسة.

الجدول رقم (17): يمثل عدم استخدام المبحوثين لشبكة الانترنت حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
2.56	01	6.67	01	00	00	لا تجيد استخدامها
82.05	32	66.67	10	91.66	22	غير متاحة
5.13	02	13.33	02	00	00	غير مسموح لك الدخول اليه
7.69	03	13.33	02	4.17	01	غير ضرورية في أداء العمل
2.56	01	00	00	4.17	01	أخرى تذكر
100	39	100	15	100	24	المجموع

الجدول من اعداد الطالبين

نلاحظ لنا من خلال الجدول رقم (17) أن نسبة (82.05%) من المبحوثين يصرحون أن عدم استخدام شبكة الانترنت يرجع إلى عدم تواجدها في المؤسسة وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (91.66%) وفئة الإناث بنسبة (66.67%)، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة (7.69%) من المبحوثين يصرحون بان شبكة الانترنت غير ضرورية في أداء العمل وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (13.33%) وفئة الذكور بنسبة (4.17%)

ومما سبق نستنتج أن عدم استخدام شبكة الانترنت في المؤسسة يرجع إلا أنها غير متاحة لجميع العمال بالإضافة إلا أنها غير ضرورية في أداء العمل وقد يرجع سبب ذلك إلى طبيعة العمل وعدم الحاجة إليها.

الجدول رقم (18): يمثل مدى استخدام المبحوثين لشبكة الاكسترنات حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
22.73	10	15	03	29.17	07	نعم
77.72	34	85	17	70.83	17	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (18) أن نسبة (77.72%) من المبحوثين لا يستخدمون شبكة الاكسترنات (الشبكة الخارجية) وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (85%) وفئة الذكور بنسبة (70.83%)، بينما نسبة (22.73%) من المبحوثين يستخدمون شبكة الاكسترنات وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (29.17%) وفئة الإناث بنسبة (15%).

ويمكن تفسير ارتفاع النسبة الأولى إلا أن المبحوثين لا يجيدون استخدامها أي أنها غير متاحة، كما يمكن أن يكون هؤلاء من عمال التنفيذ. وبالتالي فإن تسيير الاتصالات والعلاقات مع شركاء العمل ليست من صلاحياتهم بل تقتصر على رؤساء الأقسام والمصالح والأعوان الإداريين وهو ما تمثله النسبة الثانية .

ونستخلص أن اغلب عمال مؤسسة الخزف الصحي لا يستخدمون شبكة الاكسترنات.

الجدول رقم 19: يمثل عدم استخدام المبحوثين لشبكة الاكسترنات حسب متغير الجنس

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
14.71	05	5.88	01	23.53	04	لا تجيد استخدامها
58.82	20	52.94	09	64.71	11	غير متاحة
20.59	07	41.18	07	00	00	ليس لديك معلومات عن دورها
5.88	02	00	00	11.76	02	أخرى تذكر
100	34	100	17	100	17	المجموع

الجدول من اعداد الطالبين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (19) أن نسبة (58.82%) من المبحوثين لا يستخدمون شبكة الاكسترنات لأنها غير متاحة وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (64.71%) وفئة الإناث بنسبة (52.94%) كما صرحوا آخرون بنسبة (20.59%) بأنهم لا يستخدمونها وذلك لأنهم ليس لديهم معلومات عن دورها وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (41.18%) بينما عند الذكور كانت منعدمة.

ونستخلص مما سبق أن سبب عدم استخدام المبحوثين لشبكة الاكسترنات غير متاحة أي أن طبيعة عملهم لا تسمح لهم باستخدامها .

الجدول رقم 20: يمثل مدى استخدام المبحوثين للهاتف النقال حسب متغير الجنس

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
52.27	23	30	06	70.83	17	نعم
47.71	21	70	14	29.17	07	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجداول من اعداد الطالبين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (20) أن نسبة (52.27%) من المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال في عملهم وهذا ما يؤكد فئة الذكور بنسبة (70.83%) وفئة الإناث بنسبة (30%) ، أما أولئك الذين لا يستخدمون الهاتف النقال في عملهم فقد قدرت نسبتهم ب (47.71%) وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (70%) وفئة الذكور بنسبة (29.17%).

ويمكن تفسير استخدام اغلب المبحوثين للهاتف النقال في عملهم كونها وسيلة اتصالية تتميز بالسهولة وبساطة الاستخدام وهذا ما توصلت إليه "دراسة kown حول دوافع ومدركات مستخدمي الهاتف النقال الخليوي في هاواي وكوريا الجنوبية" من خلال تقديم معلومات حول تقبل الناس للهاتف الخليوي وكانت مدركاتهم حول سهولة فهم وإدراك طرق الاستخدام للهواتف وسرعتها كما توصلت الباحثة خلود إبراهيم قصي في دراسة أعدتها في الجامعة الأردنية حول دوافع الاستخدام لذا مشترك في الهاتف الخليوي في الأردن عام 2000، إلا أن من بين دوافع الاستخدام دوافع مهنية والمتمثلة في الاستجابة لمتطلبات العمل.¹

وفي الأخير نستنتج أن اغلب المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال في عملهم.

¹مجد الهاشم الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص256، 257

الجدول رقم (21): يمثل استخدامات المبحوثين للهاتف النقال حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
51.21	21	62.5	05	48.48	16	استخدام لأداء العمل
24.39	10	25	02	24.24	08	الاتصال بالزبائن
4.88	02	00	00	6.06	02	تكوين علاقات مع المستثمرين
19.51	08	12.5	01	21.21	07	توسيع نشاط العمل
100	41	100	08	100	33	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (21) أن نسبة (51.21%) من المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال لأداء العمل وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (62.5%) وفئة الذكور بنسبة (48.48%)، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة (24.39%) من المبحوثين الذين يصرحون بأن استخدامهم للهاتف النقال من أجل الاتصال بالزبائن وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (25%) وفئة الذكور بنسبة (24.24%).

ويمكن تفسير ارتفاع نسبة استخدام العمال للهاتف من أجل أداء العمل والاتصال بالزبائن وكذلك استجابة لمتطلبات العمل الذي تقتضي التفاعل بين الأنساق الفرعية والمركبات الداخلية للمنظمة لتبادل المعلومات حول شؤون العمل وتبادل الاستشارات والاقتراحات والنصائح في مختلف مراحل الإنتاج.

ومنه نستنتج أن الاستخدام للأداء العمل والاتصال بالزبائن من أهم مجالات استخدام الهاتف النقال.

الجدول رقم (22): يمثل عدم استخدام المبحوثين للهاتف النقال حسب متغير الجنس

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
59.09	13	53.33	08	71.43	05	غير ضروري في العمل
00	00	00	00	00	00	مضيق للوقت
40.90	09	46.67	07	28.57	02	وجود مصادر أخرى
100	22	100	15	100	07	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (22) أن نسبة (59.09%) من المبحوثين صرحوا أن عدم استخدام الهاتف النقال في العمل راجع إلى كونه غير ضروري في أداء العمل وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (71.43%) وفئة الإناث بنسبة (53.33%)، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة (40.90%) من المبحوثين يرون بأنه هناك مصادر أخرى وهذا ما تؤكد فئة الإناث (46.67%) وفئة الذكور (28.57%).

ومنه نستنتج أن عدم استخدام الهاتف النقال من قبل المبحوثين يرجع إلى كونه غير ضروري في أداء العمل ووجود مصادر أخرى كالبريد الإلكتروني أو صفحة الفيسبوك.

الجدول رقم (23): يمثل مدى استخدام المبحوثين للفاكسيميلى حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
15.91	07	10	02	20.83	05	دائما
6.82	03	10	02	4.17	01	غالبا
22.78	10	15	03	29.17	07	أحيانا
13.64	06	25	05	4.17	01	نادرا
40.90	18	40	08	41.66	10	أبدا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) استخدام الفاكسيميلى والذي جاءت بياناته كالتالي:

— المرتبة الأولى كانت الإجابة أبدا بنسبة (40.90%) وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (41.66%) وفئة الإناث بنسبة (40%)، لتأتي في المرتبة الثانية حيث كانت إجابات المبحوثين أحيانا وذلك بنسبة (22.78%) وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (29.17%) وفئة الإناث بنسبة (15%)، لتأتي في المرتبة الثالثة والتي كانت إجابتهم دائما بنسبة (15.91%) وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (20.83%) وفئة الإناث (10%) بينما كانت الإجابة في غالبا و نادرا ضئيلة وهذا ما تؤكد دراسة ركوك سهام و ملجم مسعودة حول واقع استخدام تكنولوجيا العالم والاتصال الحديثة في البنك الجزائري لسنة 2017 من حيث تطابق نتائجهم مع نتائج دراستنا في عدم استخدام الفاكسيميلى.¹

¹ ركوك سهام، وملجم مسعودة، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في البنوك الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى -جيجل-، 2017، ص 96.

ومنه نستنتج بأن مجتمع دراستنا لا يستخدم الفاكسيميلي بشكل واسع.

الجدول رقم (24): يمثل استخدامات المبحوثين للفاكسيميلي حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
40	14	33.33	05	45	09	سهل الاستخدام
14.28	05	20	03	10	02	رخيص الثمن
42.86	15	46.67	07	40	08	لا تحتاج لمتطلبات كثيرة
2.86	01	00	00	5	01	أخرى تذكر
100	35	100	15	100	20	المجموع

الجدول من اعداد الطالبين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) الذي يوضح إذا كنت تستخدم الفاكسيميلي لماذا والذي

جاءت بياناته كالتالي: في المرتبة الأولى كانت الإجابة لا تحتاج لمتطلبات كثيرة بنسبة (42.86%) وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (46.67%) وفئة الذكور بنسبة (40%)،

تليها المرتبة الثانية بنسبة (40%) الإجابات كانت سهل الاستخدام وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (45%) وفئة الإناث بنسبة (33.33%)، تليها في المرتبة الثالثة بنسبة (14.28%) كانت الإجابة رخيص الثمن وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (20%) وفئة الذكور بنسبة (10%)، وفي الأخير أخرى تذكر والتي كانت شبه منعدمة.

ومما سبق نستنتج أن مجتمع دراستنا يستخدم الفاكسيميلي كونه لا يحتاج لمتطلبات كثيرة وسهل الاستخدام.

الجدول رقم (25): يمثل عدم استخدام المبحوثين للفاكسميلي حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
33.33	07	30	03	36.36	04	غير ضروري في أداء العمل
66.67	14	70	07	63.64	07	غير متاحة
00	00	00	00	00	00	وجود مصادر أخرى
00	00	00	00	00	00	أخرى تذكر
100	21	100	10	100	11	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (24) الذي يوضح إذا كنت لا تستخدم الفاكسميلي لماذا؟

والذي جاءت بياناته كالأتي:

في المرتبة الأولى كانت الإجابة غير متاحة بنسبة (66.67%) وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (70%) وفئة الذكور بنسبة (63.64%)، تليها في المرتبة الثانية الإجابة التي كانت غير ضروري في أداء العمل بنسبة (33.33%) وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (36.36%) وفئة الإناث بنسبة (30%).

ومما سبق نستنتج أن مؤسسة الخزف الصحي لا تستخدم الفاكسميلي لأنه غير متاح وغير

ضروري في أداء العمل .

المحور الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء مؤسسة الخزف الصحي

الجدول رقم (26): يمثل مدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الاتصال داخل

المؤسسة حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
79.55	35	65	13	91.67	22	نعم
20.45	09	35	07	8.33	02	لا
100	44	101000	20	100	24	المجموع

الجدول من اعداد الطالبين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (26) أن نسبة (79.55%) من المبحوثين صرحوا بان تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال داخل المؤسسة وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (91.67%) وفئة الإناث بنسبة (65%)، في حين صرحت نسبة (20.45%) من أفراد عينة الدراسة بان تكنولوجيا الإعلام والاتصال لم تحسن الاتصال داخل المؤسسة، ويرجع سبب ارتفاع النسبة الأولى إلى أن هذه الفئة تعتمد على كل من الهاتف والانترنت والانترنت والاكسترنات في الاتصال في حين أن الفئة الثانية لا تستخدم هذه التكنولوجيا بل تعتمد على الطرق التقليدية وقد توصلت الباحثة حورية بالعويدات إلى نتائج مقارنة في دراستها حيث تبين أن (69.76%) من المبحوثين يعتقدون أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت بشكل كبير في تحسين طرق وأساليب الاتصال الداخلي و (11.62%) يعتقدون أنها حسنت قليلا من الاتصال الداخلي في حين (18.6%) من المبحوثين صرحوا بأنها لم تحسن الاتصال داخل المؤسسة.¹

¹حورية بالعويدات، مرجع سبق ذكره. 167

مما سبق نستنتج أن اغلب عمال مؤسسة الخزف الصحي اجمعوا على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال داخل المؤسسة .

الجدول رقم (27): يمثل مظاهر تحسين الاتصال الداخلي التي نتجت عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال. حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
21.65	21	22.86	08	20.97	13	سهولة الاتصال بالموظفين
17.52	17	22.86	08	14.52	09	سرعة استرجاع المعلومات
17.52	17	11.43	04	20.97	13	تفعيل التخطيط والرقابة
23.71	23	25.71	09	22.58	14	سرعة تداول وتبادل المعلومات
19.59	19	17.14	06	20.96	13	التفاعل والتنسيق بين الأقسام
00	00	00	00	00	00	أخرى تذكر
100	97	97	35	100	62	المجموع

الجدول من إعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (27) أن نسبة (23.71%) من المبحوثين صرحت بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسنت الاتصال الداخلي عن طريق تداول وتبادل المعلومات وهو ما تؤكد فئمة الإناث بنسبة (25.71%) وفئمة الذكور بنسبة (22.58%)، يليها في المرتبة الثانية نسبة

(21.65%) صرحت بان ذلك من خلال تسهيلها الاتصال بين الموظفين وهو ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (22.86%) وفئة الذكور بنسبة (20.97%)، لتأتي في المرتبة الثالثة نسبة (19.59%) من المبحوثين صرحوا بأنها حسنت الاتصال الداخلي من خلال التفاعل والتنسيق بين الأقسام وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (20.96%) وفئة الإناث بنسبة (17.14%)، لتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة (17.52%) من المبحوثين صرحوا بان استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسنت الاتصال الداخلي بالمؤسسة من خلال سرعة استرجاع المعلومات والتخطيط والرقابة ويرجع سبب تكنولوجيا الإعلام والاتصال في استرجاع المعلومات إلى ما قدمته الانترنت وسرعة الحاسوب الآلي والانترانت من تسهيلات تتمثل في سرعة وكفاءة عملية انتقال البيانات وتبادل المعلومات بين كافة المصالح.

كما توصلت "دراسة الشيشاني" إلا أن تكنولوجيا شبكات الحاسوب تساهم في زيادة التنسيق بين الأقسام الداخلية للشركة وفروعها الخارجية المنتشرة.¹

ونلخص مما سبق أن مظاهر تحسين الاتصال الداخلي في مؤسسة الخزف الصحي والتي نتجت عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تجلت في سرعة تداول وتبادل المعلومات وسهولة الاتصال بالموظفين والتفاعل والتنسيق بين الأقسام.

¹ صليحة خربوش، فضيلة حمودة، دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017.

الجدول رقم 28: يمثل مدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الاتصال الخارجي حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
77.27	34	70	16	83.33	20	نعم
22.73	10	30	06	16.67	04	لا
100	44	100	20	100	44	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من الجدول أعلاه رقم (28) أن نسبة (77.27%) من المبحوثين صرحوا على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال الخارجي وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (83.33%) وفئة الإناث بنسبة (70%)، في حين أن نسبة (22.73%) من المبحوثين يعتقدون أنها لم تساهم في تحسين الاتصال الخارجي، وهو ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (30%) وفئة الذكور بنسبة (16.67%).

ويرجع سبب ارتفاع النسبة الأولى إلى الاستخدام الكبير للهاتف النقال وشبكة الانترنت من طرف عمال المؤسسة وخاصة شبكة الانترنت التي يستخدمونها في البريد الالكتروني والتواصل مع المؤسسات أخرى ويرجع سبب انخفاض النسبة الثانية إلى عدم استخدام بعض العمال لهذه التكنولوجيات.

وفي الأخير نستنتج أن اغلب المبحوثين اجمعوا على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال الخارجي.

الجدول 29: يمثل مظاهر تحسين الاتصال الخارجي التي نتجت عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
18.07	15	11.11	03	21.43	12	حسنّت صورة المؤسسة
22.89	19	25.93	07	21.43	12	عرفت بالمؤسسة
16.87	14	14.81	04	17.86	10	دعمت روابط المؤسسة مع مؤسسات أخرى
15.66	13	18.52	05	14.28	08	روجت لمنتج المؤسسة
26.51	22	29.63	08	25	14	ربطت المؤسسة مع الجمهور الخارجي
00	00	00	00	00	00	أخرى تذكر
100	83	100	100	100	56	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (29) أن نسبة (26.51%) من المبحوثين صرحوا بان تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال الخارجي من خلال ربط المؤسسة مع الجمهور الخارجي وهذا ما تؤكده فئة الإناث بنسبة (29.63%) وفئة الذكور بنسبة (25%) تليها نسبة (22.89%) من المبحوثين صرحت أنها ساهمت في تحسين الاتصال الخارجي من خلال التعريف بالمؤسسة وهو ما تؤكده فئة الذكور بنسبة (25.93%) وفئة الإناث بنسبة (21.43%)، تليها نسبة (18.07%) من المبحوثين صرحوا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين

الاتصال الخارجي من خلال تحسين صورة المؤسسة أما نسبة (16.87%) من المبحوثين صرحوا بان تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال الخارجي من خلال أنها دعمت روابط المؤسسة مع مؤسسات أخرى وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (17.86%) وفئة الذكور بنسبة (14.81%) ويرجع ذلك إلى استغلال المؤسسة لشبكة الانترنت من خلال موقعها الالكتروني. ومما سبق نستنتج أن مظاهر تحسين الاتصال الخارجي الذي أفرزتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال تمثلت في ربط المؤسسة مع الجمهور الخارجي والتعريف بالمؤسسة.

الجدول رقم 30: يمثل مدى التأثير الايجابي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على إنتاجية المؤسسة حسب متغير الجنس.

المتغير الفئات	الذكور		الإناث		النسبة
	ت	%	ت	%	
نعم	19	79.17	13	65	72.73
لا	05	20.83	07	35	27.27
المجموع	24	100	20	100	100

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول رقم (30) أن نسبة (72.73%) من المبحوثين صرحوا بان تكنولوجيا الإعلام والاتصال كان لها تأثيرا ايجابيا على إنتاجية المؤسسة وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (79.17%) وفئة الإناث بنسبة (65%)، وتأتي في المرتبة الثانية نسبة (27.27%) من المبحوثين الذين أجابوا أنها لم تكن لها تأثيرا ايجابيا على إنتاجيتهم وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (35%) وفئة الذكور بنسبة (20.83%).

ويرجع سبب ارتفاع النسبة الأولى إلى الاعتماد الواسع من قبل المبحوثين على التكنولوجيا في أعمالهم وهو ما تدعمه دراسة كلاين وجينس (2001) بعنوان تأثير الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات على أداء الشركات في الولايات المتحدة الأمريكية والتي توصلت إلى أن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات أسهم في تحسين الإنتاجية في صناعة السكك الحديدية خلال فترة التسعينات من القرن الماضي.¹

ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين يعتقدون أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الإنتاجية.

الجدول رقم 31: يمثل مظاهر تحسين الإنتاجية التي أتاحتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
20.41	10	20	03	20.59	07	خفضت التكاليف
48.98	24	60	09	44.11	15	اختصرت الجهد
28.57	14	20	03	32.35	11	زادت الفعالية
2.04	01	00	00	2.94	01	أخرى تذكر
100	49	100	15	100	34	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

¹وصفي عبد الكريم الكساسبية، تحسين فعالية الأداء المؤسساتي من خلال تكنولوجيا المعلومات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2011، 137، 138.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (31) أن نسبة (48.98%) من المبحوثين يعتقدون أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسنت الإنتاجية من خلال اختصار الجهد وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (60%) وفئة الذكور بنسبة (44.11%)، لتأتي في المرتبة الثانية نسبة (28.57%) صرحوا بان ذلك من خلال زيادة الفعالية وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (32.35%) وفئة الإناث بنسبة (20%) في حين صرحت نسبة (20.41%) منهم على أنها حسنت الإنتاجية من خلال خفض التكاليف وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (20.59%) وفئة الإناث بنسبة (20%) ويرجع سبب ذلك إلى ما أحدثته تكنولوجيا الإعلام والاتصال من توفير للجهد الفكري والعضلي وقدرتها على انجاز المهام التجارية والإدارية والمالية ومما سبق نستنتج أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين إنتاجية المؤسسة من خلال اختصار الجهد وزيادة الفعالية.

الجدول رقم 32: يمثل المساعدات التي أتاحتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال للمؤسسة حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
17.17	17	21.05	08	14.67	09	التوسع في الأسواق
18.18	18	15.79	06	19.67	12	تحسين عملية اتخاذ القرار
25.25	25	26.31	10	24.59	15	جذب فئة جديدة من الزبائن
18.18	18	15.79	06	19.67	12	تدريب الموارد البشرية
7.07	07	10.53	04	4.91	03	تحقيق ميزة تنافسية
10.10	10	7.89	03	11.48	07	زيادة المبيعات
4.04	04	2.63	01	4.92	03	تفعيل التخطيط والرقابة
100	99	100	38	100	61	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال البيانات الإحصائية الذي يوضحه الجدول أعلاه رقم (32) أن نسبة (25.25%) من المبحوثين صرحوا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساعدت المؤسسة على جذب فئة جديدة من الزبائن وهذا ما تؤكدته فئة الإناث (26.31%) وفئة الذكور بنسبة (24.59%)،

في حين كانت النسبة متطابقة على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساعدت على تحسين عملية اتخاذ القرار وتدريب الموارد البشرية حيث قدرت النسبة ب (18.18%) لتأتي في المرتبة الثالثة بنسبة (17.17%) من المبحوثين صرحوا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساعدت على التوسع في الأسواق وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (21.05%) وفئة الذكور بنسبة (14.76%)
ومما سبق نستنتج أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساعدت مؤسسة الخزف الصحي على جذب فئة جديدة من الزبائن وتدريب الموارد البشرية وتحسين عملية اتخاذ القرار.

المحور الرابع: عراقيل وصعوبات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي

الجدول 33: يمثل مدى موافقة المبحوثين على الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
45.45	20	50	10	41.67	10	نعم
54.54	24	50	10	58.33	14	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (33) أن نسبة (54.55%) من المبحوثين لا يواجهون صعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (58.33%) وفئة الإناث بنسبة (50%) في حين أن نسبة (45.45%) من المبحوثين صرحوا بعدم وجود صعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال، وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (50%)

وفئة الذكور بنسبة (41.66%)، وقد يرجع سبب ارتفاع نسبة المبحوثين الذين صرحوا بعدم مواجهة صعوبات عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في كون هذه الفئة من الموظفين قد تكون لهم مهارات خاصة في المجال تمكنهم من تجاوز بعض هذه الصعوبات، ويرجع سبب مواجهة الفئة الثانية لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى ضعف التكوين ونقص التأهيل في مجال استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

ومنه نستنتج أن اغلب المبحوثين لا يواجهون صعوبات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وذلك نظرا لاكتسابهم ثقافة معلوماتية تتوافق مع المستوى التعليمي لأغلبية المبحوثين .

الجدول رقم 34: يمثل طبيعة الصعوبات التي تواجه المبحوثين أثناء استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
34.78	08	50	06	18.18	02	نقص التمرن والتدريب
39.13	09	33.33	04	45.45	05	تدفق منخفض للالانترنت
21.74	05	8.33	01	36.36	04	صعوبات تقنية
4.35	01	8.33	01	00	00	أخرى تذكر
100	23	100	12	100	11	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (34) أن نسبة (39.78%) من المبحوثين صرحت بأنها تواجهها صعوبات تدفق الانترنت أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (45.45%) وفئة الإناث بنسبة (33.33%)، وتأتي في المرتبة الثانية نسبة (34.78%) من المبحوثين الذين أجابوا بأن نقص التمرن والتدريب من بين العوائق الذي تواجههم، وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة (50%) وفئة الذكور بنسبة (18.18%)، لتأتي في المرتبة الثالثة نسبة (21.74%) من المبحوثين صرحوا بأن الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال ترجع إلى صعوبات تقنية وهذا ما تؤكد فئة الذكور بنسبة (36.36%) وفئة الإناث بنسبة (8.33%) .

ومنه نستنتج أن الصعوبات التي تواجه عمال مؤسسة الخزف الصحي أثناء استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تتمثل في التدفق المنخفض للانترنت ونقص التمرن والتدريب.

الجدول رقم 35: يمثل مدى نقص التجهيزات والوسائل التكنولوجية الحديثة التي تعيق المبحوثين أثناء عملهم في المؤسسة.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
68.29	28	65	13	62.5	15	نعم
39.02	16	35	07	37.5	09	لا
100	41	100	20	100	24	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (35) بأن نسبة (63.64%) من المبحوثين يرون أن نقص التجهيزات والوسائل التكنولوجية تعيق العمل في المؤسسة وهذا ما تؤكد فئة الإناث بنسبة

(65%) وفتحة الذكور بنسبة (62.5%)، في حين يرى البعض الآخر من المبحوثين الذي قدرت نسبتهم ب (36.36%) بأن نقص التجهيزات والوسائل لا تؤثر على سيرورة العمل وهذا ما تؤكدته فتحة الذكور بنسبة (37.5%) وفتحة الإناث بنسبة (35%)

أما المبحوثين الذين يرون بان نقص التجهيزات والوسائل التكنولوجيا الحديثة تعيق عملهم في المؤسسة التي قدرت نسبتهم ب 63.64% فكانت مبرراتهم كالتالي:

— تؤثر على سرعة الاتصال ومعالجة مختلف التقارير والأعمال الإحصائية والتقنية.

— العمل يكون غير دقيق وضياع الوقت .

— عدم السرعة في العمل وعدم دقته.

ومنه نستنتج أن نقص التجهيزات يعيق سيرورة العمل لان الوسائل التقليدية لا تفي بالغرض لأنه إذا كانت المؤسسة تتوفر على تجهيزات كافية فهذا احتمال تؤدي إلى تنمية كفاءات الموظفين وتنمية مهاراتهم وزيادة مجهوداتهم وقدراتهم من اجل تطوير المؤسسة.

الجدول رقم 36: يمثل موافقة المبحوثين على سلبات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة

حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
52.27	23	50	10	54.17	13	نعم
47.73	21	50	10	45.83	11	لا
100	44	100	20	100	24	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (36) أن نسبة (52.27%) من المبحوثين صرحوا بان هناك سلبيات لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (54.17%) وفئة الإناث بنسبة (50%)، في حين يرى آخرون الذي قدرت نسبتهم ب (47.73%) أن هذه التكنولوجيا لا تحتوي على سلبيات وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (50%) وفئة الذكور بنسبة (45.83%).

ومنه نستنتج أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال سلبيات مختلفة وقد تتمثل أساسا في الأضرار بالصحة بالإضافة إلى التعقيد في الاستعمال، وسوء استغلال هذه التكنولوجيا من طرف الأفراد.

الجدول رقم 37: يمثل السلبيات الناتجة عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	إناث		ذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
50	15	72.73	08	36.84	07	خطر الفيروسات والاختراقات الأمنية
6.67	02	00	00	10.53	02	العزلة
13.33	04	9.09	01	15.79	03	الأضرار الصحية للعاملين
26.67	08	18.18	02	31.58	06	تلف المعلومات
3.33	01	00	00	5.26	01	أخرى تذكر
100	30	100	11	100	19	المجموع

الجدول من اعداد الطالبتين

نلاحظ من خلال البيانات الواردة في الجدول أعلاه رقم (37) نلاحظ أن نسبة (50%) من الباحثين الذين يرون أن لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال سلبيات تتمثل في خطر الفيروسات والاختراقات الأمنية وما يترتب عنها من مخاطر وأضرار على الملفات والبرامج وهذا ما تؤكدته فئة الإناث بنسبة (72.72%) وفئة الذكور بنسبة (36.84%)، في حين أن نسبة (26.67%) يرون أنها قد تسبب في تلف المعلومات المخزنة وضياعها وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (31.58%) وفئة الإناث بنسبة (18.18%)، في حين أن نسبة (13.33%) منهم يرون أنها تسبب في الأضرار الصحية للعاملين، وهذا ما تؤكدته فئة الذكور بنسبة (15.79%) وفئة الإناث بنسبة (9.09%).

ومنه نستنتج أن التكنولوجيا سلاح ذو حدين له سلبيات وإيجابيات.

الجدول رقم 38: يمثل مدى تطلع الباحثين لتجاوز العوائق التي تواجههم أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب متغير الجنس.

النسبة	المجموع	الإناث		الذكور		المتغير الفئات
		%	ت	%	ت	
63.64	28	50	10	75	18	نعم
36.36	16	50	10	28.67	06	لا
100	24	100	20	100	24	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه رقم (38) أن نسبة (63.64%) من الباحثين يتطلعون لتجاوز العوائق التي تواجههم أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا ما تؤكدته فئة الذكور

بنسبة (75%) وفتة الذكور بنسبة (50%)، في حين أن نسبة (36.36%) من المبحوثين لا يتطلعون لتجاوز العوائق أثناء استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

أما المبحوثين الذين يتطلعون لتجاوز العوائق التي تواجههم أثناء استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والتي تقدر نسبتهم ب 63.63% فكانت اقتراحاتهم لذلك كالآتي :

__ التكوين المستمر

__ عن طريق الدعم

__ تطوير شبكة الاتصال

__ متابعة مختلف التطورات الجديدة التي تساعد على تسهيل وتخزين البيانات ومعالجة مختلف الإحصاءات

ومنه نستنتج أن عمال مؤسسة الخزف الصحي يهتمون للعوائق التي تواجههم ويتطلعون لتجاوزها.

ثالثا: النتائج العامة للدراسة

المحور الأول: البيانات الشخصية

توصلت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين كانت من فئة الذكور بنسبة (54.55%) كما أثبتت نسبة (55.56%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين (30 - 39) تليها نسبة (22.72%) منهم تتراوح أعمارهم ما بين (40 - 49) وكشفت الدراسة الميدانية ذو مستوى ليسانس بنسبة (45.45%) تليها نسبة (38.64%) للمبحوثين ذوي مستوى دراسات عليا، كما توصلت الدراسة الميدانية إلى أن نسبة (29.54%) من المبحوثين تتراوح مدة عملهم بالمؤسسة من 5 إلى 9 سنوات، تليها نسبة (27.27%) من المبحوثين كانت مدة عملهم في المؤسسة أقل من 5 سنوات .

المحور الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في مؤسسة الخبز الصحي

— كشفت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين يعبرون بان مؤسستهم تهتم باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وذلك بنسبة 81.82%

— بينت الدراسة الميدانية أن نسبة 65.91% من المبحوثين يستخدمون شبكة الانترنت

— بينت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين يستخدمون جهاز الحاسوب وذلك بنسبة 95.45% وذلك من اجل كتابة التقارير وحفظ المعلومات بنسبة قدرت 20.37%

— خلصت الدراسة أن مجالات استخدام الانترنت تتمثل في البحث عن المعلومات بنسبة 36.92%، تليها في المرتبة الثانية استخدامه في التواصل مع مؤسسات أخرى بنسبة 26.15% .

— أوضحت الدراسة الميدانية أن نسبة 52.27% من المبحوثين صرحوا بأنهم يستخدمون البريد الالكتروني الخاص بالمؤسسة.

— بينت الدراسة أن نسبة 100% من المبحوثين يجزمون بان المؤسسة تحوز على (صفحة أو موقع) الكتروني.

__ كشفت الدراسة أن 34.69% من المبحوثين يستخدمون صفحة المؤسسة من اجل التواصل مع الموردين والزبائن والشركاء، تليها في المرتبة الثانية نسبة 30.61% لعرض معلومات عن المؤسسة.

__ أظهرت الدراسة الميدانية أن نسبة 52.27% من المبحوثين لا يستخدمون شبكة الانترنت.

__ بينت الدراسة أن 52.27% من المبحوثين يستخدمون الانترنت من اجل الحصول على المعلومات.

__ كشفت الدراسة الميدانية أن نسبة 77.72% من المبحوثين لا يستخدمون شبكة الاكسترنات.

__ أثبتت الدراسة الميدانية ان نسبة 58.82% من المبحوثين صرحوا بأن سبب عدم استخدامهم لشبكة الاكسترنات في العمل في كونها غير متاحة، تليها نسبة 20.59% من المبحوثين صرحوا بأنه ليس لديهم معلومات عن دورها .

__ بينت الدراسة الميدانية أن نسبة 52.27% من المبحوثين صرحوا بأنهم يستخدمون الهاتف النقال في عملهم .

__ كشفت الدراسة الميدانية أن نسبة 51.21% من المبحوثين يستخدمون الهاتف لأداء العمل .

__ أثبتت الدراسة الميدانية أن نسبة 40.90% من المبحوثين صرحوا بعدم استخدامهم للفاكسيميلي.

__ بينت الدراسة الميدانية أن نسبة 66.67% صرحوا بأنهم سبب عدم استخدامهم للفاكسيميلي يعود لعدم وجوده في المؤسسة (غير متاح).

المحور الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الأداء داخل مؤسسة الخبز الصحي.

__ توصلت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين يعتقدون أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال الداخلي بالمؤسسة وذلك بنسبة 79.55%

— كشفت الدراسة الميدانية أن نسبة 23.71% من المبحوثين صرحوا بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسنت الاتصال الداخلي عن طريق سرعة تداول وتبادل المعلومات، ثم سهولة الاتصال بالموظفين بنسبة 21.65% .

— كشفت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين وافقوا على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال الخارجي وذلك بنسبة 77.27% .

— أوضحت الدراسة الميدانية أن أهم مظاهر تحسين الاتصال الخارجي التي نتجت عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تمثلت في ربط المؤسسة مع الجمهور الخارجي بنسبة 26.51% ثم التعريف بالمؤسسة بنسبة 22.89%

— بينت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين صرحوا بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال كان لها تأثير إيجابي على إنتاجية المؤسسة وذلك بنسبة 72.73% .

— بينت الدراسة الميدانية أن من أهم مظاهر تحسين الإنتاجية التي أتاحتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي اختصار الجهد وذلك بنسبة 48.98%، ثم زيادة الفعالية بنسبة 28.57%

— كشفت الدراسة أن من أهم المساعدات التي أتاحتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال للمؤسسة تمثلت في:

جذب فئة جديدة من الزبائن بنسبة 25.25%، ثم تأتي في المرتبة الثانية مساعدتها على تدريب الموارد البشرية وتحسين عملية اتخاذ القرار بنسبة 18.18%.

المحور الرابع: العراقيل وصعوبات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في شركة الخزف الصحي

— كشفت الدراسة الميدانية أن نسبة 54.55% من المبحوثين يواجهون صعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

__ بينت الدراسة إن أكبر الصعوبات التي تواجه العمال أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي التدفق المنخفض للانترنت بنسبة 35.72%، تليها نقص التمرن والتدريب بنسبة 34.78%
__ أوضحت الدراسة الميدانية أن نسبة 68.29% يرون أن نقص التجهيزات تعيق العمل في المؤسسة.

__ بينت الدراسة أن نسبة 52.27% من المبحوثين صرحوا بأن هناك سلبيات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة.

__ كشفت الدراسة الميدانية أن نسبة 50% من المبحوثين يرون ان لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال سلبيات تتمثل في خطر الفيروسات والاختراقات الأمنية، تليها في المرتبة الثانية نسبة 26.67% يرون أنها قد تتسبب في إتلاف المعلومات المخزنة .

__ أوضحت الدراسة أن نسبة 63.64% من المبحوثين يتطلعون لتجاوز العوائق التي تواجههم أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ومن اقتراحات المبحوثين لتجاوز تلك العراقيل نجد:

__ عن طريق التكوين المستمر والدعم .

رابعاً: اثبات او نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة

1- اثبات أو نفي الفرضية الأولى في ضوء نتائج الدراسة " جهاز الحاسوب والانترنت

والبريد الالكتروني من بين أكثر الوسائل استخداما في مؤسسة الخزف الصحي"

__ كشفت الدراسة الميدانية أن أغلب المبحوثين يعتمدون على جهاز الحاسوب بنسبة قدرت ب(95.45%).

__ توصلت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين يستخدمون شبكة الانترنت بنسبة قدرت ب (65.91%).

_ كشفت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين يستخدمون البريد الالكتروني بنسبة قدرت ب (52.27%).

_ خلصت الدراسة الميدانية إلى أن اغلب المبحوثين لا يستخدمون شبكة الانترنت وذلك بنسبة (52.27%).

_ أثبتت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين لا يستخدمون شبكة الاكسترنات وذلك بنسبة قدرت ب (77.72%).

وبالتالي فان الفرضية الأولى للدراسة والتي تفترض أن "جهاز الحاسوب والانترنت والبريد الالكتروني من بين أكثر الوسائل استخداما في مؤسسة الخزف الصحي" قد تحققت جزئيا.

وبالتالي نستنتج أنه ليس هنالك تنوع كبير في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي فهي تعتمد بدرجة كبيرة على الانترنت والحاسوب والبريد الالكتروني في حين نلمح غياب واضح للانترنت والاكسترنات وبالتالي فالمؤسسة تواكب التطورات الحاصلة في العالم بشكل جزئي

اثبات أو نفي الفرضية الثانية في ضوء نتائج الدراسة

"تكنولوجيا الإعلام والاتصال لها دور فعال في تحسين الأداء التي تقوم به مؤسسة الخزف الصحي".

_ توصلت الدراسة الميدانية أن اغلب المبحوثين وافقوا على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسنت الاتصال الداخلي للمؤسسة بنسبة (79.55%) وقد تم تحقيق ذلك من خلال:

_ سرعة تداول وتبادل المعلومات بنسبة (23.71%).

_ سرعة الاتصال بالموظفين بنسبة (21.65%).

- كما حسنت الاتصال الخارجي وذلك بنسبة (77.27%) عن طريق مساهمتها في ربط المؤسسة مع الجمهور الخارجي والتي قدرت نسبتها ب(26.51%).
- __ التعريف بالمؤسسة بنسبة (22.89%).
- __ تحسين صورة المؤسسة بنسبة (18.07%).
- __ كشفت الدراسة الميدانية أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال تأثير ايجابي على إنتاجية المؤسسة وذلك بنسبة (72.73%) وقد تم تحقيق ذلك من خلال:
- __ اختصرت الجهد بنسبة (48.98%).
- __ زادت الفعالية بنسبة (28.57%).
- __ خفضت التكاليف بنسبة (20.41%).
- __ توصلت الدراسة الميدانية إلا أن من بين أهم المساعدات التي قدمتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال للمؤسسة تمثلت في:
- __ جذب فئة جديدة من الزبائن بنسبة (25.25%)، ثم تأتي ي المرتبة الثانية تدريب الموارد البشرية وتحسين عملية اتخاذ القرار بنسبة (18.18%)، تليها مساهمتها في التوسيع في الأسواق بنسبة (17.17%).
- وذلك يعني ثبوت فرضية الدراسة القائلة "أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور فعال في تحسين الأداء التي تقوم به مؤسسة الخزف الصحي".
- وذلك من خلال تحسين الاتصال الداخلي والخارجي في المؤسسة بالإضافة إلا أنها ساعدت على جذب فئة جديدة من الزبائن وكذلك تحسينها للإنتاجية .

اثبات أو نفي الفرضية الثالثة في ضوء نتائج الدراسة

"نقص التمرن والتدريب يعد أهم عائق يواجه العمال داخل مؤسسة الخزف الصحي عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال. "

يؤكد 54.55% من المبحوثين أنهم لا يواجهون صعوبات أثناء استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

يرى 39.13% من المبحوثين أن الصعوبات التي تواجههم أثناء استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال قد تكون بسبب التدفق المنخفض للانترنت، تليها في المرتبة الثانية نقص التمرن والتدريب بنسبة 34.78%

يرى 68.29% من المبحوثين أن نقص التجهيزات تعيق العمل في المؤسسة

52.27% من المبحوثين يؤكدون أن هنالك سلبيات لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

50% من المبحوثين يرون أن سلبيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتمثل في خطر الفيروسات والاختراقات الأمنية .

63.64% من المبحوثين يتطلعون لتجاوز العوائق التي قد تواجههم أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

ويمكن القول بأن الفرضية القائلة "نقص التمرن والتدريب يعد أهم عائق يواجه العمال داخل مؤسسة الخزف الصحي عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال" لم تتحقق.

وذلك من خلال تصريحات المبحوثين الذين اقرروا أن أكبر عائق يواجههم داخل المؤسسة عند استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال كان بسبب التدفق المنخفض للانترنت.

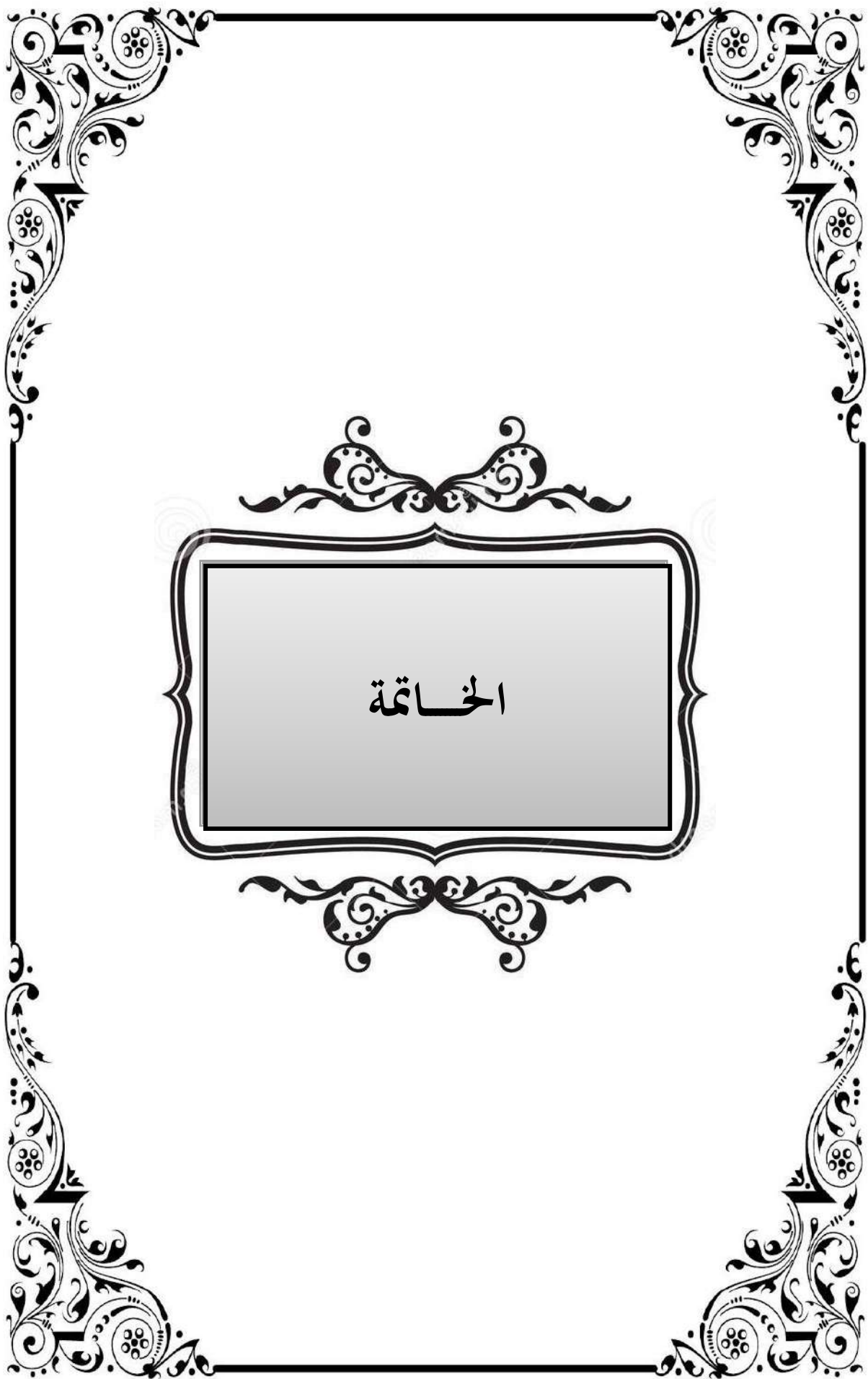
ثامنا: الاقتراحات و التوصيات.

من خلال ما توصلت إليه الدراسة من نتائج يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والاقتراحات والتي يمكن أن تساهم في تحسين استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وزيادة مستوى الأداء في المؤسسة. _ إعطاء أولوية وأهمية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وربطها بالإستراتيجية الكلية للمؤسسة حتى تلي حاجاتها.

_ ضرورة عصرنة المؤسسة بأحدث الوسائل التكنولوجية والسعي لمواكبة أهم التطورات الحاصلة في العالم.

_ فتح دورات تكوينية لمستخدمي تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أجل زيادة الخبرة في هذا المجال. _ حتمية استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في جميع الأنشطة والوظائف التي تقوم بها المؤسسة. _ لا بد من متابعة وقياس التكنولوجيا واستخدامها لكشف نقاط القوة ودعمها، وكشف نقاط الضعف وتداركها.

_ ضرورة استغلال الموارد المادية والبشرية لإنجاح فعالية تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة.



الخاتمة

الخاتمة

نلخص من هذه الدراسة التي كانت بعنوان "واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية" دراسة ميدانية بمؤسسة الخزف الصحي بالميلية، إلا أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال باتت تلعب دورا كبيرا في حياة الأفراد والمجتمعات مما جعلها تدخل ضمن البنى التحتية للعديد من المؤسسات التي تريد مواكبة التطورات الحديثة لا سيما منها المؤسسات الاقتصادية التي تستمد قوتها من كفاءة العنصر البشري الأكثر استخداما وممارسة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مما يضمن بذلك تحقيق أهداف المؤسسة المتمثلة في زيادة الأرباح.

وبالتالي يمكن القول أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال عملت على زيادة فعالية خدمات المؤسسة وبالتالي فعلى كافة المؤسسات الاقتصادية الجزائرية أن تعي جيدا أهمية التطورات التكنولوجية وهذا بناء على هذه الدراسة الذي توصلنا من خلالها أن مؤسسة الخزف الصحي تعتمد على أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهي الانترنت، البريد الإلكتروني، الهاتف النقال، بينما لا تعتمد على الانترنت و الاكسترنات و الفاكسيميلي بالرغم من أهمية هاته الوسائل، لذلك لابد من تفعيل نشاط المؤسسة من حيث استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوسيع مجال استخدامها نظرا للمميزات العديدة التي تتمتع بها وعلى رأسها تقليل نسبة التدخل البشري في العمليات المتكررة وتحسين صورة وأداء المؤسسة.

ولكن في المقابل يجب التعمق أكثر في دراسة واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأهميتها في المؤسسات الجزائرية من ناحية الرفع في الأداء مع التركيز على قضايا الأمن الإلكتروني للمؤسسة الجزائرية لأن استهلاك التكنولوجيا فقط دون أن يكون للمؤسسة إستراتيجية مدروسة من كل الجوانب قد يكون لها انعكاسات سلبية على المؤسسة لذا من المهم أن نستفيد من إيجابيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالمقابل العمل والحرص على التقليل من مخاطرها وسلبياتها.

وختما تبقى تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي المحرك الأساسي للمؤسسات الاقتصادية مهما بلغت من تطورات فلا يمكن الاستغناء عنها.

قائمة المراجع

أولا :الكتب العربية :

- 1- إبراهيم بجتي: التجارة الالكترونية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2008.
- 2- أحمد عظمي: منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراة في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2009.
- 3- أحمد معوض إبراهيم: تكنولوجيا الاعلام (تطبيق على الاعلام في بعض الدول العربية) ، دار الكتاب الحديث، (د.ط)، مصر، 2008.
- 4- أحمد بوراس: تمويل المنشآت الاقتصادية، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2008.
- 5- أحمد بن مرسللي: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010.
- 6- إسماعيل عرباجي: اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 1996.
- 7- بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 2015.
- 8- جمال العيفة: مؤسسات الاعلام والاتصال (الوظائف والهياكل والأدوار)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، (د.ط)، 2008.
- 9- حسن عماد مكاوي، ليلي حسين: الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، (د.ط)، 2003.
- 10- حسين ابراهيم بلوط: المبادئ والاتجاهات الحديثة في ادارة المؤسسة، دار النهضة العربية، لبنان، (د.ط)، 2005.

- 11- حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي (مدخل لبناء المهارات البحثية)، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013.
- 12- حسان عماد مكاوي، محمود علم الدين: تكنولوجيا المعلومات والاتصال، دار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2009.
- 13- حسني محمد نصر: الانترنت والاعلام الصحافة الالكترونية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، الكويت، (د.ط)، 2011.
- 14- حلمي خضر ساري: ثقافة الانترنت (دراسة التواصل الاجتماعي)، دار مجد لاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015.
- 15- خاص صافي صالح: رقابة تسيير المؤسسة في ظل اقتصاد السوق، ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية - بن عكنون - الجزائر، 2007.
- 16- رابح خوفي، رفيقة حساني: المؤسسات الصغيرة والمتوسطة ومشكلات تمويلها، ابتراك الطباعة للنشر والتوزيع، ط1، 2008.
- 17- ربيحي مصطفى عليان، وعثمان محمد غنيم: مناهج واساليب البحث العلمي (النظرية والتطبيق)، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2000.
- 18- رضوان بلخيري: مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال ونشأتها وتطورها، جسور للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- 19- رفيقة حروش: اقتصاد و تسيير المؤسسة، شركة دار الأسماء للطباعة والنشر والتوزيع، ط1، 2013.
- 20- زكي حنوش: الرقابة والتخطيط في المشروع، مديرية الكتب والمطبوعات، الجزائر، 1981.
- 21- سناء الجبوري: الاعلام الاجتماعي، دار أسماء للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.

- 22- سهام الشجيري: اقتصاديات الاعلام، دار الكتاب الجامعي، ط1،
2014
- 23- شريف دوش اللبان: تكنولوجيا الاتصال المخاطر والتحديات والتأثيرات الاجتماعية، دار
المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2000.
- 24- صالح عبد العزيز: ادارة العامة المقارنة، العالمية الدولية للنشر والتوزيع، عمان، ط1،
2000.
- 25- عبد الأمير الفيصل: الصحافة الالكترونية في الوطن العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع،
عمان، (د.ط)، 2005.
- 26- عامر ابراهيم القندلجي: اعلام والمعلومات الانترنت، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع،
عمان، (د.ط)ن 2012.
- 27- عبد الرزاق الدليمي: الإعلام الجديد والصحافة الالكترونية، دار وائل للنشر والتوزيع،
عمان، ط1، 2011.
- 28- عمر صخري: اقتصاد المؤسسة، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2006.
- 29- عمر صخري: اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2003.
- 30- عمار بوحوش ومحمد محمود الدنبيات: مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان
المطبوعات الجامعية، ط5، الجزائر.
- 31- فارس جميل أبو خليل: وسائط الإعلام بين الكبت وحرية التعبير، دار أسامة للنشر
والتوزيع، الأردن، ط1، 2011.
- 32- فايز الزغبي ومحمد الدنبيات: أساسيات الادارة الحديثة، دار النشر والتوزيع، عمان، (د.ط)،
1967.

- 33- فاضلي ادريس: الوجيز في المنهجية والبحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
- 34- فضيل دليو: الاتصال في المؤسسة، مؤسسة الزهراء للفنون المطبعية، قسنطينة، (د.ط)، (د.س).
- 35- فضيل دليو: تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال (مفهوم، استعمالات، الأفاق)، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
- 36- فضيل دليو: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الجديدة بعض تطبيقاتها التقنية، دار حمومة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2014.
- 37- فضيل دليو: الاتصال (مفاهيمه، نظرياته، وسائله)، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2003.
- 38- فيصل أبو عيشة: الإعلام الإلكتروني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2010.
- 39- فهد خليل زايد: أساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية، دار النفائس للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007.
- 40- كامل المغربي: أساسيات في الإدارة، دار الفكر للنشر والتوزيع، ط1، 1995.
- 41- ماهر عودة الشمالية وآخرون: الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2015.
- 42- مجد الهاشم الهاشمي: تكنولوجيا ووسائل الاتصال الجماهيرية، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2012.
- 43- محمد أبو سمرة: الاتصال الإداري والإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009.

- 44- محمد حامد الخضرة: الإعلام والانترنت، دار البداية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
- 45- محمد عبدو حافظ: تسويق عبر الانترنت، دار الفروق للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 1998.
- 46- محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والاتصال (دراسة في النشأة والتطور)، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
- 47- محمد حافظ حجازي: إدارة الموارد البشرية، دار الوفاء لدنيا للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2008.
- 48- محمد عبد الحميد: الاتصال والإعلام على شبكة الانترنت، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط1.
- 49- محمد شطاح وآخرون: القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دار الهدى للنشر والتوزيع، الجزائر، (د.ط).
- 50- محمد محمد عمر الطنوبي: نظريات الاتصال، مكتبة ومطبعة دار الإشعاع الفنية، الإسكندرية، ط1، 2001.
- 51- محمد عبد العال النعيمي وآخرون: طرق ومناهج البحث العلمي، الوراق للنشر والتوزيع، الأردن، (د.ط)، 2015.
- 52- محمود عزت اللحام وآخرون: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- 53- محمود احمد الخطيب : إدارة الموارد البشرية، عمان، 2001، ص91.
- 54- محمود القدوة: الحكومة الالكترونية والإدارة المعاصرة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010.

- 55- مراد كامل خورشيد: الاتصال الجماهيري والإعلام، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2011.
- 56- مروى عصام صلاح: الإعلام الإلكتروني الأسس وأفاق المستقبل، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الأردن، ط2015، 1.
- 57- مصطفى يوسف كافي: الرأي العام لنظريات الاتصال، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2015.
- 58- مصطفى عتوي: أسس علم النفس الصناعي، الجزائر، (د.ط)، 1992.
- 59- ناصر دادي عدوان: الاتصال و دوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية ، دار المحمدية العامة ، الجزائر.
- 60- نبيل جواد: إدارة المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، مجد المؤسسة الجامعية للدراسات و لنشر والتوزيع ، بيروت، ط1، 2001.
- 61- هاشم الشمري، نيا الليثي: الاقتصاد المعرفي، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، (د.ط)، 2008.
- 62- هارون منصر: تكنولوجيا الاتصال الحديثة (المسائل النظرية و التطبيقية)، دار الأهمية للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2012.
- 63- وصفي عبد الكريم الكساسبية: تحسين فعالية الأداء المؤسسي من خلال تكنولوجيا المعلومات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
- 64- وهيبه غرامي: تكنولوجيا المعلومات في المكتبات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط2، 2014.

65- يوسف سعادوي: أساسيات في إدارة المؤسسات، دار مومة للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2013.

66- ياسر خضر البياني: الاتصال الدولي العربي، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2006.

ثانيا: الرسائل جامعية.

67- أسماء مريمش، سميحة شبيرة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ودورها في صناعة الإشهار المسموع، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017

68- بولعويادات حورية، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص الاتصال والعلاقات العامة، جامعة منتوري بقسنطينة، 2008.

69- جميلة وادة، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات العولمة، مذكرة مكملة لنيل شهادة ليسانس في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير واقتصاد المؤسسة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.

70- خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2013.

71- خليل حمزة، فوزية بلطاس، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والمعلومات في الإدارة المحلية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص الاتصال وعلاقات العامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017.

72- رزيقة لقصير، دور العلاقات العامة في تسحين صورة المؤسسة الاقتصادية، مذكرة لنيل

شهادة الماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، 2007.

73- رشيد بوخالفة، الثقافة التنظيمية وإدارة الصراع التنظيمي بالمؤسسة الاقتصادية، رسالة

مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تنظيم وعمل، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة

محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2016.

74- سهام ركوك، مسعودة ملجم، واقع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في البنوك

الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية

والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017.

75- شادلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على أداء المؤسسات الصغيرة

والمتوسطة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة والمتوسطة،

جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008.

76- صباح بن قيدوم، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات (NTIC) على التسيير

الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية، رسالة منشورة، جامعة قسنطينة2، كلية العلوم الاقتصادية

وعلوم التسيير، 2002.

77- صبيحة بوعمر، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي في المؤسسة

الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص تقنيات في المالية الكمية، جامعة قاصدي

مرباح، ورقلة، 2015.

78- صبيحة خربوش، فضيلة حمودة، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين أداء

المؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال

وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017.

- 79- عزيزة مقيدش، سلمى بوالجاج، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص علاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، 2017.
- 80- كريمة صوفان، مليكة بوراوي، استخدامات الانترنت في المؤسسة الاقتصادية وأثرها على الأداء المهني للعمال، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017.
- 81- لبي عبد الله العلاوين، تكنولوجيا الاتصال وعلاقتها بأداء المؤسسات الإعلامية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2009.
- 82- محمد بن ذهبية، إشكالية السياحة الأجنبية بالجزائر في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال (I.T.S)، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراة، قسم العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2016.
- 83- محمد الفاتح حمدي، استخدامات تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة وانعكاساتها على قيم الشباب الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص دعوة وإعلام، غير منشورة، جامعة لحاج لخضر، باتنة، 2009.
- 84- معطى سيد أحمد، واقع وتأثير التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال على أنشطة البنوك الجزائرية، تخصص حوكت الشركات، جامعة أبو بكر بلقايد، تلمسان، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير، 2012.
- 85- منية بوتويوتة وحنان بن بلي، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة فعالية الاتصال الداخلي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، 2017.

86- هدى كافي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين التسويق الداخلي في المؤسسة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في العلوم التجارية، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2015.

ثالثا: الدوريات العلمية.

87- خلود عاصم، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحسين جودة المعلومات وانعكاساته على التنمية الاقتصادية، مجلة كلية العلوم الاقتصادية، العدد الخاص بمؤتمر الكلية، 2013.

88- عبد الرحمان بن عنتر، مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وآفاقها المستقبلية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد الثاني، 2012.

89- عبد القادر تومي، محمد الفاتح حمدي، مجلة الحكمة للدراسات الاتصالية والإعلامية، العدد 27، السادسي الثاني، كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2014.

90- عبد الوهاب بن بريكة، زينب بن العركي، اثر تكنولوجيا الاعلان والاتصال في دفع عجلة التنمية، مجلة الباحث، عدد 07، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2002.

91- فايزة بوشلون وآخرون، واقع الاقتصاد الجديد في العالم العربي والجزائر، مجلة الباحث، عدد 05، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2007.

رابعا: المعاجم والقواميس.

92- مجدي عزيز إبراهيم: معجم المصطلحات ومفاهيم التعليم، عالم الكتب، القاهرة، (د.ط)، 2009.

93- مي العبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (المشروع العربي لتوحيد المصطلحات)، دار النهضة العربية، بيروت، ط1، 2014.

94- محمد جمال الفار: معجم المصطلحات الإعلامية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2014.

95- القاموس العربي الشامل، دار الراتب الجامعية، لبنان، (د.ط)، 1997.

خامسا: محاضرات

96- أمينة مخلفي، محاضرة حول اقتصاد وتسيير المؤسسة، جامعة قاصدي مرباح، كلية العلوم الاجتماعية، ورقلة، 2014.

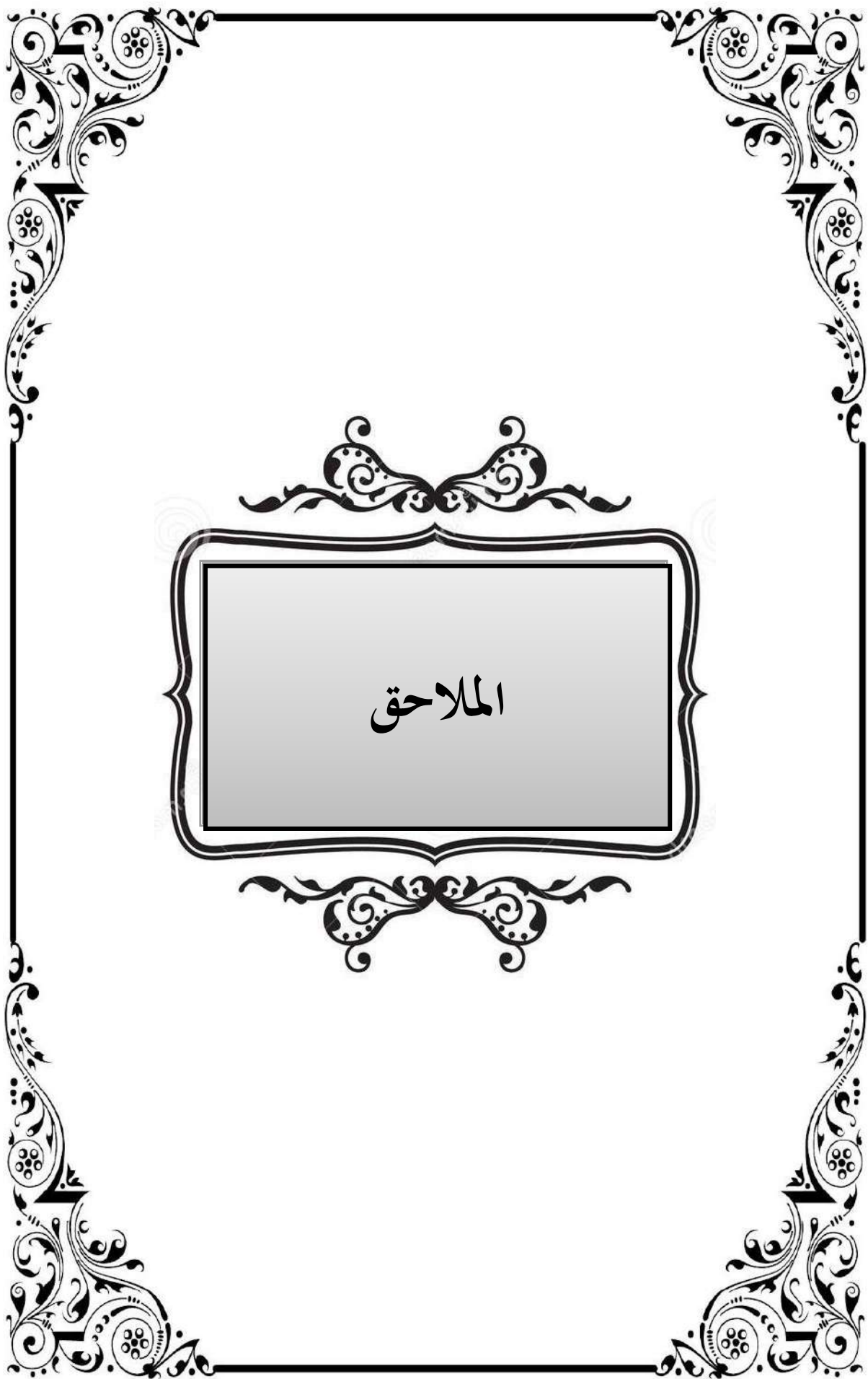
97- هشام بوبكر، محاضرات في مقياس مؤسسات الإعلام والاتصال لسنة أولى ماستر، قسم علم الاجتماع، 2017.

سادسا: الملتقيات العلمية

98- أمال حاج عيسى، هواري معراج، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية وتحديات المناخ الاقتصادي.

سابعا: المواقع الالكترونية.

99- منتديات www.staralgeria.net تم زيارة الموقع بتاريخ 2018/04/29.



الملاحق



جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



استمارة استبيان حول:

واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام و الإتصال
في المؤسسة الاقتصادية
دراسة ميدانية لمؤسسة الخزف الصحي بالميلية - جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال و تسويق.

إشراف الأستاذ:

أ/عبد الوهاب بوبعة.

إعداد الطالبتين:

▪ خديجة بوالغنس.

▪ فايزة زعيمش.

- ✓ الرجاء الإجابة على الأسئلة بوضع علامة (X) أمام الخيار المناسب.
✓ معلومات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لغرض البحث العلمي.

السنة الجامعية 2017-2018

المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1- الجنس: ذكر أنثى
- 2- السن: 29-20 39-30 49-40 50 سنة فما فوق
- 3- المستوى التعليمي: متوسط
- ثانوي
- ليسانس
- دراسات عليا
- تكوين مهني
- 4- الأقدمية في العمل: أقل من 5 سنوات من 5-9 سنوات 10-14س
- 15 إلى 19 سنة 20 إلى 24 سنة
- 25 إلى 29 سنة 30 سنة فما فوق

المحور الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في مؤسسة الخزف الصحي

- 5- هل تهتم مؤسستك باستخدام تكنولوجيا الاتصال؟
- نعم لا
- 6- إذا كانت إجابتك ب "نعم" ما هي تكنولوجيات الاتصال المستخدمة في مؤسستك؟ (يمكنك اختيار أكثر من إجابة)
- كمبيوتر الانترنت الانترنت الاكسترنات
- الهاتف المحمول البريد الالكتروني أخرى تذكر
- 7- هل ترى أن توفير جهاز كمبيوتر لكل عامل؟
- ضروري جدا ضروري

غير ضروري جدا - غير ضروري

8- هل تستخدم جهاز الحاسوب في عملك ؟

نعم لا

9- إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما تتمثل استخداماتك لجهاز الحاسوب؟ (تستطيع اختيار أكثر من إجابة)

كتابة التقارير - القيام بإحصائيات - حفظ المعلومات

نقل الملفات - المعالجة - استرجاع البيانات

أخرى تذكر.....

10- هل تستخدم شبكة الانترنت في عملك؟

نعم لا

11- إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما تستخدم الانترنت؟ (تستطيع اختيار أكثر من إجابة)

التواصل مع العمال - التواصل مع مؤسسات أخرى

البحث عن معلومات - الترويج والإعلام - الاستشارات

أخرى تذكر.....

12- هل سبق وأن تواصلت عبر البريد الالكتروني الخاص بالمؤسسة ؟

نعم لا

13- هل تحوز مؤسستك على (صفحة أو موقع) الكتروني على شبكة الانترنت ؟

نعم لا

14- إذا كانت الإجابة ب "نعم" فيما تتمثل استخدامات موقع مؤسستك ؟

التواصل مع الموردين والزبائن والشركاء - عرض معلومات عن المؤسسة

عرض لمختلف السلع والخدمات - تسديد الفواتير على الخط

أخرى تذكر.....

15- هل تستخدم الشبكة الداخلية في مؤسستك؟ (intranet)

نعم لا

16- إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما تستخدمها؟

الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة الحصول على المعلومات
مراقبة سير عمل المؤسسة أخرى تذكر.....

17- إذا كنت لا تستخدم الانترنت (intranet) لماذا؟

لا تجيد استخدامها غير مسموح لك بالدخول إليه
غير متاحة غير ضرورية في أداء العمل
أخرى تذكر.....

18- هل تستخدم شبكة الاكسترنات (الشبكة الخارجية) في عملك؟

نعم لا

19- إذا كانت الإجابة ب "لا" لماذا؟

لا تجيد استخدامها ليس لديك معلومات عن دورها
غير متاحة أخرى تذكر.....

20- هل تستخدم الهاتف النقال في عملك؟

نعم لا

21- إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما يتمثل هذا الاستخدام؟

استخدام لأداء العمل الاتصال بالزبائن
تكوين علاقات مع المستثمرين توسيع نشاط العمل

22- إذا كنت لا تستخدم الهاتف النقال لماذا؟

غير ضروري في العمل مضيع للوقت وجود مصادر أخرى

23- هل تستخدم الفاكسميلي في عملك ؟

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

24- إذا كنت تستخدم الفاكسميلي لماذا؟

سهل الاستخدام رخيص الثمن لا يحتاج لمتطلبات كثيرة

أخرى تذكر

25- إذا كنت لا تستخدم الفاكسميلي لماذا ؟

غير ضروري في أداء العمل غير متاحة

وجود مصادر أخرى أخرى تذكر.....

المحور الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء مؤسسة الخزف الصحي

26- هل ترى أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في تحسين الاتصال داخل المؤسسة؟

نعم لا

27- إذا كانت إجابتك ب "نعم" هل تحقق ذلك من خلال ؟

سهولة الاتصال بالموظفين سرعة استرجاع المعلومات

تفعيل التخطيط والرقابة سرعة تداول وتبادل المعلومات

التفاعل والتنسيق بين الأقسام أخرى تذكر.....

28- هل ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الاتصال الخارجي ؟

نعم لا

29- إذا كانت إجابتك ب "نعم" هل يتمثل ذلك في أنها :

حسنتم صورة المؤسسة عرفت بالمؤسسة

دعمت روابط المؤسسة مع المؤسسات الأخرى _ روجت لمنتوج المؤسسة

ربطت المؤسسة مع الجمهور الخارجي (زبائن - مساهمين - موردين)

أخرى تذكر

30- هل يوجد تأثير ايجابي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على إنتاجية المؤسسة؟

نعم لا

31- إذا كانت إجابتك ب "نعم" هل يتمثل ذلك في أنها:

خفضت التكاليف اختصرت الجهد _ زادت الفعالية

أخرى تذكر

32- هل ساعدت تكنولوجيا الإعلام والاتصال مؤسستك على:

التوسيع في الأسواق _ جذب فئة جديدة من الزبائن

تحسين عملية اتخاذ القرارات _ تدريب الموارد البشرية

تحقيق ميزة تنافسية _ زيادة المبيعات _ تفعيل التخطيط والرقابة

المحور الرابع: عراقيل وصعوبات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في شركة الخزف الصحي

33- هل تواجهك صعوبات أثناء استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال؟

نعم لا

34- إذا كانت "نعم" فيما تتمثل هذه الصعوبات؟

نقص التمرن والتدريب - تدفق منخفض للانترنت _ صعوبات تقنية

أخرى تذكر

35- هل نقص التجهيزات والوسائل التكنولوجية الحديثة تعيق عملك في المؤسسة؟

نعم لا

- إذا كانت إجابتك ب "نعم" ماهي؟

36- هل هناك سلبيات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة؟

لا

نعم

37- إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما تتمثل؟

_العزلة

_ خطر الفيروسات والاختراقات الأمنية

_الأضرار الصحية للعاملين _تلف المعلومات أ_تذكر.....

38- هل تتطلع لتجاوز العوائق التي تواجهك أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسستك؟

لا

نعم

إذا كانت إجابتك ب "نعم" كيف ذلك؟.....



جدول الفهرس

جدول الفهرس

رقم الصفحة	عنوان الجداول	رقم الجدول
109	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	01
109	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والسن.	02
110	يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس والمستوى التعليمي.	03
111	يمثل أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس والأقدمية في العمل.	04
113	يمثل مدى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة حسب متغير الجنس.	05
114	يمثل أهم التكنولوجيات المستخدمة في المؤسسة حسب متغير الجنس.	06
116	يمثل مدى ضرورة توفير جهاز كمبيوتر لكل عامل حسب متغير الجنس.	07
117	يمثل مدى استخدام العمال لجهاز الحاسوب في المؤسسة حسب متغير الجنس.	08
118	يمثل استخدامات الحاسوب لأفراد العينة حسب متغير الجنس.	09
119	مدى استخدام أفراد العينة لشبكة الانترنت حسب متغير الجنس.	10
120	يمثل استخدامات شبكة الانترنت لأفراد العينة حسب متغير الجنس	11
122	يمثل مدى تواصل أفراد العينة عبر البريد الالكتروني حسب متغير الجنس.	12
123	يمثل استخدامات المؤسسة (موقع أو صفحة) حسب متغير الجنس	13
123	يمثل استخدامات موقع المؤسسة بالنسبة للمبحوثين حسب متغير الجنس.	14
125	يمثل مدى استخدام الشبكة الداخلية (internet) للمبحوثين حسب متغير الجنس.	15

126	يمثل استخدامات المبحوثين للشبكة الداخلية (internet) حسب متغير الجنس.	16
127	يمثل عدم استخدام المبحوثين لشبكة الانترنت حسب متغير الجنس.	17
128	يمثل مدى استخدام المبحوثين لشبكة الاكسترنات حسب متغير الجنس.	18
129	يمثل عدم استخدام المبحوثين لشبكة الاكسترنات حسب متغير الجنس.	19
130	يمثل مدى استخدام المبحوثين للهاتف النقال حسب متغير الجنس.	20
131	يمثل استخدامات المبحوثين للهاتف النقال حسب متغير الجنس.	21
132	يمثل عدم استخدام المبحوثين للهاتف النقال حسب متغير الجنس.	22
133	يمثل مدى استخدام المبحوثين للفاكسيميلي حسب متغير الجنس.	23
134	يمثل استخدامات المبحوثين للفاكسيميلي حسب متغير الجنس.	24
135	يمثل عدم استخدام المبحوثين للفاكسيميلي حسب متغير الجنس.	25
136	يمثل مدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الاتصال داخل المؤسسة حسب متغير الجنس.	26
137	يمثل مظاهر تحسين الاتصال الداخلي التي نتجت عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال.	27
139	يمثل مدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الاتصال الخارجي حسب متغير الجنس.	28
140	يمثل مظاهر تحسين الاتصال الخارجي التي نتجت عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب متغير الجنس.	29
141	يمثل مدى التأثير الايجابي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على إنتاجية المؤسسة حسب متغير الجنس.	30
142	يمثل مظاهر تحسين الإنتاجية التي أتاحتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب متغير الجنس.	31

144	يمثل المساعدات التي أتاحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال للمؤسسة حسب متغير الجنس.	32
145	يمثل مدى موافقة الباحثين على الصعوبات التي تواجههم أثناء استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب متغير الجنس .	33
146	يمثل طبيعة الصعوبات التي تواجه الباحثين أثناء استخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.	34
147	يمثل مدى نقص التجهيزات والوسائل التكنولوجية الحديثة التي تعيق الباحثين أثناء عملهم في المؤسسة.	35
148	يمثل مدى موافقة الباحثين على سلبيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة حسب متغير الجنس.	36
149	يمثل السلبيات الناتجة عن تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة حسب متغير الجنس.	37
150	يمثل مدى تطلع الباحثين لتجاوز العوائق التي تواجههم أثناء استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.	38



فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوعات
	شكر وعرافان
	الإهداء
	خطة البحث
	مقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
05	اولا: مشكلة الدراسة
08	ثانيا: فرضيات الدراسة
08	ثالثا: أسباب الدراسة
08	رابعا: أهمية الدراسة
09	خامسا: أهداف الدراسة
10	سادسا: مجالات الدراسة
10	6-1- الحدود البشرية
11	6-2- الحدود الزمنية
11	6-3- الحدود المكانية
12	سابعا: مفاهيم الدراسة
18	ثامنا: الدراسات السابقة
30	تاسعا: نوع الدراسة ومنهجها
33	عاشرا: مجتمع البحث والعينة
33	10-1: مجتمع البحث

33	20-2: عينة البحث
34	احى عشر: أدوات جمع البيانات
35	اثنى عشر: المداخل النظرية للدراسة
35	10-1: نموذج انتشار المبتكرات
الفصل الثاني: مدخل نظري حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال	
38	تهد
39	1- تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال
39	2- نشأة تكنولوجيا الإعلام والاتصال
42	3- خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال
44	4- وظائف تكنولوجيا الإعلام والاتصال
46	5- أنواع تكنولوجيا الإعلام والاتصال
46	5-1- الحاسوب الآلي
47	5-2- تكنولوجيا الهاتف النقال
48	5-2-1- خدمات الهاتف النقال
49	5-3- تكنولوجيا البريد الإلكتروني
49	5-3-1- البريد الإلكتروني
49	5-3-1- مميزات البريد الإلكتروني
50	5-4- الفايسبوك
50	5-4-1- مميزات الموقع
51	5-5- تقنية الفاكسيميلي
52	5-6- الانترنت

52	5-6-1- مفهوم الانترنت
52	5-6-2- نشأة الانترنت
55	5-6-3- مميزات الانترنت
55	5-6-4- شبكة الانترنت
57	5-6-5- خدمات الانترنت
58	5-7- الانترنت
58	5-7-1- تعريف الانترنت
59	5-7-2- ايجابيات الانترنت
59	5-8- الاكسترانات
60	5-8-1- ايجابيات الاكسترانات
60	6- أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال
62	7- مزايا وعيوب تكنولوجيا الاعلام والاتصال
62	7-1- مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال
62	7-2- مزايا تكنولوجيا الاعلام والاتصال
64	7-3- عيوب تكنولوجيا الإعلام والاتصال
66	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: مدخل مفاهيمي للمؤسسة الاقتصادية
68	تمهيد
69	1- تعريف المؤسسة الاقتصادية
70	2- مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية

73	3- خصائص المؤسسة الاقتصادية
74	4- أهداف المؤسسة الاقتصادية
77	5- أنواع المؤسسة الاقتصادية
81	6- وظائف المؤسسة الاقتصادية
84	7- الاتصال في المؤسسة الاقتصادية
88	8- أهمية ودور الاتصال في المؤسسة الاقتصادية
88	8-1- أهمية الاتصال في المؤسسة الاقتصادية
88	8-2- دور الاتصال في المؤسسة الاقتصادية
90	خلاصة الفصل
الفصل الرابع: واقع تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية	
92	1- واقع تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسات الجزائرية
96	2- إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية
98	3- عوائق إدماج تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الجزائرية
98	3-1- عوائق تنظيمية
98	3-2- عوائق ثقافية
100	4- تأثيرات تكنولوجيا الاتصال الحديثة على واقع المؤسسة الجزائرية
الفصل الخامس: واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي	
أولاً: التعريف بمؤسسة الخزف الصحي	
104	1- تقديم شركة الخزف الصحي
104	2- نشأة الشركة وأهميتها الاقتصادية

109	ثانيا: تحليل البيانات الشخصية
113	ثالثا: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في مؤسسة الخزف الصحي
136	رابعا: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء مؤسسة الخزف الصحي
145	خامسا: عراقيل وصعوبات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة الخزف الصحي
152	سادسا: النتائج العامة للدراسة
155	سابعا: اثبات أو نفي الفرضيات في ضوء نتائج الدراسة
159	ثامنا: الاقتراحات والتوصيات
161	الخاتمة
163	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق
	فهرس الجداول
	ملخص الدراسة

المصدر: وثائق من شركة الخزف الصحي بالمليية- جيغل -

المهيكل التنظيمي لشركة الخزف الصحي

