الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية

دراسة ميدانية لإطارات مؤسسة سونلغاز قالمة

إعداد الطلبة:

- براهمية ماجدة
- صويلح حمزة
- مخلوف أسامة

إشراف الأستاذ:

- نايلي خالد

السنة الجامعية: 2018/2017

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة 8 ماي 1945 قالمة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية

دراسة ميدانية لإطارات مؤسسة سونلغاز قالمة

إعداد الطلبة:

- براهمية ماجدة
- صويلح حمزة
- مخلوف أسامة

إشراف الأستاذ:

- نايلي خالد

السنة الجامعية: 2018/2017

بسم الله الرحمن الرحيم

أعوذ بالله من الشيطان الرجيم

"وعلمك مالم تكن تعلم
وكان فضل الله عليك عظيما"

صدق الله العظيم

شكـر و عـرفــا ن

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات الذي وفقنا لإنجاز هذا العمل

وعملا بقول رسوله وحبيبه محمد صلى الله عليه وسلم " من صنع إليكم معروفا فاكفئوه فإن لم تجدوا ما تكفئوه فاعبدوا له حتى ترو أنكم قد كافأتموه "

لا يسعنا إلا أن نتوجه بالشكر والامتنان إلى كل من ساعدنا على إنجاز هذا العمل سواءا من قريب أو من بعيد ونخص بالذكر الأستاذ المشرف نايلي خالد الذي لم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته القيمة.

كما لا ننسى أن نتوجه بالشكر لكل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلى رأسهم الأستاذ الياس بركان.

شكر خاص: للأستاذ حسام الدين مرزوقي.

إ هـد ا ء

"الى كل من يؤمن أن العلم هو السـبيل الوحيد

لتطور الأمم و إزدهارها "

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية.

ولتحقيق هذا الهدف فقد قمنا بإجراء دراسة ميدانية على إطارات مؤسسة سونلغاز قالمة ،حيث اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الشامل من خلال حصر كل إطارات المؤسسة البالغ عددهم 80 إطار، حيث قمنا بوضع استمارة استبيان تتكون من 39 سؤال مدعمة بمقابلة مفتوحة مع بعض إطارات المؤسسة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء بالمؤسسة الاقتصادية لكن ليست بالشكل المطلوب نظرا لوجود نقائص أهمها:

-عدم توفر تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالشكل المطلوب حيث لا يتوفر بعض المبحوثين على أهم التكنولوجيات كالحاسوب، الإنترنت، الانترنت والإكسترانت.

-نقص في الجانب الفني ويظهر ذلك من خلال إهمال متابعة وتأطير عمال المؤسسة في كيفية التعامل مع تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.

الكلمات المفتاحية:

تكنولوجيا، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، تكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال، الأداء الوظيفي، المؤسسة الاقتصادية.

Summary of the study:

This study aims to identify the contribution of modern media and communicatin technology in enhancing the functionality of Algerian public economic Instituation.

In order for us to achieve this goal, we conducted a field study on the officials of SONALGAZ Guelma coporation in which we adopted the comprehensive survey methodology by listing all the 80 officials of the corporation.

This study reached a number of results, the most important of wich are:

- Modern media and communication tecgnology contributes to raising the performance of economic corporation but not in the required form due to short comings, the most important of which are:

-Media and communication technology is not available as required where some respondent lack the most important tecgnologies such as the computer, the internet and antranet ans extranet.

-A lack in the technical aspect and this is shown through the negligence of the follow-up and the formation of the institution's workers in how to deal with modern media and communication technologies.

Key Words:

-Technology -media and communication technolog -mdern media and communication technology –functionality –economic corporation.

فهرس المحتويات

الرقم	الموضوع	الصفحة
	بسملة	
	آية قرآنية	
	شكر وعرفان	
	إهداء	
	ملخص الدراسة	
	ملخص الدراسة باللغة الأنجليزية	
	فهرس المحتويات	**–**
	فهرس الجداول	**–**
	مقدمة	**–**
	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
01	**الإشكالية**	**02**
02	**.أسباب اختيار الموضوع**	**04**
03	**أهداف الدراسة**	**04**
04	**الدراسات السابقة**	**04**
05	**مجال الدراسة**	**09**
06	**تحديد المفاهيم**	**09**
07	**طبيعة الدراسة ومنهجها**	**14**
08	**أدوات جمع البيانات**	**14**
	الفصل الثاني:مدخل إلى تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة	
01	**تمهيد**	**18**
02	**تطور الإعلام الاتصال عبر العصور**	**19**
03	**خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال**	**20**
04	**مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية**	**21**

05	أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية	22
06	تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية	34
07	خلاصة الفصل	37
	الفصل الثالث: عموميات حول الأداء الوظيفي	
01	تمهيد	39
02	محددات وعناصر الأداء الوظيفي	40
03	مكونات الأداء الوظيفي	41
04	أنواع الأداء الوظيفي	43
05	أهمية الأداء الوظيفي	43
06	تقييم الأداء الوظيفي	54
07	خطوات تحسين الأداء الوظيفي	55
08	خلاصة	57
	الفصل الرابع:ماهية المؤسسة الاقتصادية العمومية	
01	تمهيد	59
02	خصائص المؤسسة الاقتصادية	60
03	أهمية وأهداف المؤسسة الاقتصادية	61
04	وظائف المؤسسة الاقتصادية ا	63
05	أنواع المؤسسات الاقتصادية	64
06	محيط المؤسسة الاقتصادية	69
07	مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية	72
08	خلاصة	78
	الفصل الخامس:التحليل الفني لبيانات الدراسة ونتائجها	
01	التعريف بالمؤسسة	80
02	الهيكل التنظيمي	81
03	تحليل بيانات الاستمارة	82
04	نتائج الدراسة	109
05	نتائج الدراسة بناءا على التساؤلات الفرعية	109

06	نتائج الدراسة بناءا على الأهداف	112
07	نائج الدراسة بناءا على الدراسات السابقة	113
08	النتيجة العامة	114
	خاتمة	115
	قائمة المصادر والمراجع	117

قائمة الجداول

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الفرق بين الإنترنت والانترنت الاكتنرانت	31
02	نمزذج صفات ومعايير التقييم للعاملين	49
03	يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس	82
04	يبين توزيع المبحوثين حسب الأقدمية	82
05	يبين أهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز	83
06	بين أهم خدمات الإنترنت التي يستخدمها إطارات المؤسسة	84
07	يبين مجالات استخدام الحاسوب	85
08	يبين مجالات استخدام الإنترنت	85
09	يبين مجالات استخدام الانترانت	86
10	يبين مجالات استخدام الإكسرانت	87
11	يبين مجالات استخدام البريد الالكتروني	88
12	يبين امتلاك المؤسسة لمجموعات خاصة بعمال المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي	88
13	يبين مجال استغلال مجموعة التواصل الاجتماعي	89
14	يبين مجالات استخدام الهاتف في المؤسسة	90
15	يبين جود انقطاعات في خدمة الانترنت	90
16	يبن سرعة تدفق الإنترنت	91
17	يبين ما إذا كانت طبيعة العمل تحتم الإلمام الجيد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال	91
18	يبن مواجهة المبحوثين لصعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الاعلام والاصال الحديثة	92
19	يبن طبيعة الصعوبات التي يواجهها المبحوثين	93
20	يبين توفير المؤسسة لدورات تكوينية للتحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لصالح عمالها	93
21	يبين امتلاك المؤسسة لمختصين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال	94

22	يبين إذا ما كانت المؤسسة تسمح لموظفيها بالعمل عن بعد	94
23	يبين اشتراط المؤسسة على المترشحين الجدد لشغل الوظائف الإدارية التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة	95
24	يبين درجة تحكم المبحوثين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة	95
25	يبين تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة سرعة تداول المعلومة	96
26	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل الوصول إلى المعلومة	97
27	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل عملية التواصل بين الموظفين	98
28	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تحسين الرصيد المعرفي للمبحوثين	99
29	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في رفع كفاءة الاتصال الإداري في المؤسسة	99
30	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في رفع الروح المعنوية للعمال.	100
31	يبين تقيم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تحسين محيط و بيئة العمل.	101
32	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تعزيز روح الفريق لدى العمال.	102
33	يبن تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في خلق روح المسؤولية لدى العمال.	102
34	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في إمكانية القيام بأكثر من عمل في وقت واحد.	103
35	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تقليل الأخطاء عند القيام بالمهام المختلفة.	104
36	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع الجودة المهنية.	104
37	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في سرعة	105

	اتخاذ القرار.	
38	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الكفاءة المهنية الكفاءة المهنية.	106
39	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة الأداء.	106
40	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة دقة الأداء.	107
41	يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في الرفع من الروح الإبداعية.	108

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	الأداء من منظور الكفاءة والفاعلية	43
02	الجهة المسؤولة عن تقييم الأداء الوظيفي	54

مقدمة

أحدثت التطورات التقنية الحديثة التي شهدها العالم ثورة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة خلال العقدين الأخيرين، إذ كان الأساس في هذه الثورة هو التلاقي والتزاوج بين عتاد وأجهزة الكومبيوتر وشبكات الاتصالات خاصة الإنترنت حيث أحدث هذا التزاوج تغييرات كبيرة وجذرية في شتى مجالات وميادين الحياة بدءا بوسائل تكنولوجيا الاعلام والاتصال نفسها إذ أصبحت تتجه نحو التصغير والسرعة وسهولة وكفاءة الاستخدام مستعملة في ذلك الكثير من المفاهيم التي أنتجها هذه التورة كتجربة الأداء، وتجربة المستخدم .

مست التغييرات التي أحدثتها ثورة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة المجال الاقتصادي سواء على مستوى الاقتصاد الكلي من خلال رفع مستوى الأداء الاقتصادي من خلال تحسين المؤشرات الاقتصادية المختلفة كالرفع من الانتاج المحلي، وكذا تحسين معدلات الدخل القومي والفردي، أو الجزئي ممثلة في أصغر وأهم وحدة اقتصادية والمتمثلة في المؤسسة الاقتصادية، فإدخال تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية أحدث تغييرات كثيرة عليها مست الهياكل والتنظيم وطرق وأساليب العمل مما انعكس على مردودية وإنتاجية المؤسسة وبالتالي تحسين أدائها. وهذا من خلال تحسين الكثير من المؤشرات الأساسية فتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة زادت في سرعة وكفاءة أداء العمال، كما أنها حسن من جودة المنتج وقربت الموظفين من الإدارة العليا من خلال تقريب وجهات النظر المختلفة كل هذه المؤشرات كان لها الانعكاس الايجابي على الأداء الوظيفي للمؤسسة، هذا الأخير الذي يعد عنصرا هاما يقاس من خلاله مدى تحقيق المؤسسة لأهدافها وبالتالي الغرض من وجودها لذا أصبحت المؤسسات الاقتصادية تبدي اهتمامها بأداء العاملين و ذلك من خلال توفير جميع الظروف التي تجعل العامل يركز على مهامه وهذا لتحقيق أقصى استفادة ممكنة، ومن هذا المنطلق جاءت دراستنا والتي تدور حول مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي للمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية، دراسة ميدانية على إطارات مؤسسة سونلغاز قالمة.

عموما فقد قمنا بتقسيم بحثنا إلى خمس فصول، الفصل الأول يعرض إشكالية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، الدراسات السابقة ، مرورا بتحديد المفاهيم، طبيعة الدراسة ومنهجها، مجالات الدراسة وانتهاءا بأدوات جمع البيانات. أما الفصل الثاني فيحتوي على مجموعة من المعلومات المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال بما في ذلك تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال، خصائصها ومميزاتها، أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، و أخيرا ذكر أهم انعكاسات تطبيق تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة الاقتصادية.

في الفصل الثالث تناولنا الأداء الوظيفي بالتفصيل من خلال ذكر محددات وعناصر الأداء الوظيفي، وطرق التقييم، وأخيرا صعوبات التقييم. أما الفصل الرابع فكان مخصص للمؤسسة الاقتصادية حيث تطرقنا فيه لخصائص وأهداف المؤسسة الاقتصادية بصفة عامة، ثم تطرقنا للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية من خلال ذكر مراحل تطورها، وأخيرا تحدثنا عن محيط المؤسسة. ويعرض الفصل الخامس تعريف بالمؤسسة، الهيكل التنظيمي للمؤسسة، تحليل الجداول، بدءا بتفريغ البيانات مرورا بالنتيجة العامة للدارسة وفي الأخير الخاتمة.

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة

1. الإشكالية

2. أسباب اختيار الموضوع

3. أهداف الدراسة

4. الدراسات السابقة

5. مجال الدراسة

6. تحديد المفاهيم

7. طبيعة الدراسة ومنهجها

8. أدوات جمع البيانات

1.الإشكالية:

لقد شهد العالم عبر مر العصور تحولات تاريخية كبرى، لها دور كبير في التطور البشري والتقدم الحضاري، بلغ هذا التطور ذروته في نهاية الألفية الثانية وبداية الألفية الثالثة، سواءا على مستوى تسارع وتيرة التطور أو على مستوى تغيير شكل ومعالم الحياة المادية والمعنوية، حيث كان لتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالغ الأهمية في تحديد معالم هذا التغيير وكذا تحديد وتيرته نظرا لتداخلها في جميع مناحي الحياة سواءا الاجتماعية، الثقافية، السياسية، والاقتصادية، فكلما تطورت تكنولوجيا الاعلام والاتصال تغير النظام الاجتماعي والاقتصادي حتى يواكب ويتكيف مع هذا التطور.

وكان من مظاهر تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال ظهور الحواسيب بمختلف أنواعها المكتبية، المحمولة والرقمية، وكذا الأقمار الصناعية والهواتف السلكية واللاسلكية وقد واكب هذا التطور الحاصل في الوسائل الاتصالية تطور في الشبكات، وكان ذروته بظهور الشبكة العنكبوتية خاصة بعد ظهور الجيل الثاني من الويب وما أتاحته هذه الأخيرة من سرعة الولوج إلى الشبكة العالمية وسهولة الحصول على المعلومة وتوفرها بأقل جهد وأقل تكلفة. وكان من مظاهر هذا التطور الحاصل على مستوى الوسائل الاتصالية والشبكات ظهور شبكات التواصل الاجتماعي وما أتاحته من القدرة على التواصل اللامحدود بالصوت والصورة مع تنوع وتعدد منصات الولوج، حيث أصبح العالم قرية صغيرة كما تنبأ مارشال ماكلوهان.

وكجميع مجالات الحياة المختلفة قد مس التغيير الذي أحدثته تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة المجال الاقتصادي سواءا من حيث خلق مصادر الثروة والاستغلال الأمثل لها او من حيث الانتاج والتسويق وصولا للاستهلاك، إذ صارت المعرفة العلمية تنافس راس المال من حيث القدرة على تحريك النشاط الاقتصادي ورفع وتيرة النمو حتى أنها أصبحت تعد من أهم مكونات رأس المال من حيث القدرة على تحريك النشاط الاقتصادي ورفع وتيرة النمو حتى أنها أصبحت تعد من أهم مكونات الرأس المال البشري الذي يعد العنصر والمحرك الأساسي للمؤسسة الاقتصادية.

فتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أحدثت تغييرات على مستوى المؤسسة الاقتصادية من خلال استغلال ما تتيحه هذه التكنولوجيا من امتيازات للمؤسسة الاقتصادية في استخدام الحاسوب والشبكات الداخلية والخارجية، وكذا البرامج والتطبيقات المتطورة واستغلال مزايا الانترنت كالسرعة والفورية في توفير المعلومة أدى إلى تسهيل العمل داخل المؤسسة الاقتصادية من خلال تسهيل عملية جمع ومعالجة البيانات وتخزينها والاستفادة منها في الوقت والمكان المناسبين.

إذ أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة قلصت الحاجة إلى استخدام الورق لصالح البرامج والتطبيقات الآلية فأصبح المسير يمارس نشاطه في أي مكان وبكفاءة عالية مما كان له فائق الأثر في رفع جودة منتوجات المؤسسة من خلال خلق مناخ تنظيمي يسوده التلاحم بين أفراد المؤسسة ما ينعكس بالإيجاب على الكفاءة والأداء الوظيفي للعمال من خلال زيادة القدرة الإبداعية للعامل وبالتالي قدرته على الابتكار وتقليل الوقت المفترض لإنجاز المهام المنوطة به، مع الحفاظ على جودتها.

والمؤسسات الاقتصادية الجزائرية ليست بمعزل عن هذا التطور حيث أنه وفي ظل التوجه نحو اقتصاد السوق وتعزيز المنافسة فان المؤسسات الاقتصادية الجزائرية أدركت المميزات الهائلة التي تتيحها تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة في ظل جهود الدولة الجزائرية الرامية إلى عصرنة الإدارات المحلية والمؤسسات الاقتصادية العمومية من خلال نشر وتعميم استخدام الوسائل الالكترونية والرقمية بغية مواكبة التطورات الحاصلة على المستوى الدولي وكذا توفير خدمة ذات جودة وكفاءة عالية.

والمؤسسة الوطنية للكهرباء والغاز "سونلغاز" التي تعد أحد أهم المؤسسات الاقتصادية العمومية على المستوى الوطني تسعي إلى تسخير كل طاقاتها وإمكانياتها لتحسين نوعية خدماتها التقنية والتجارية المقدمة لزبائنها، وهذا من خلال إدخال الوسائل التكنولوجية الحديثة لتسهيل منظومة تسيير الزبائن واستغلال الشبكات الكهربائية والغازية، لذا فقد سعت إلى توظيف أحدث تكنولوجيات الإعلام والاتصال بغية تحسين أدائها الوظيفي ومن هذا المنطلق نطرح التساؤل التالي:

مامساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء بمؤسسة سونلغاز قالمة من وجهة نظر إطاراتها؟

ومن هذا التساؤل الرئيسي نطرح التساؤلات التالية:

ماهي أهم مجالات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز قالمة؟

ماهي مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز قالمة؟

ما تقييم إطارات مؤسسة سونلغاز قالمة لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أدائهم الوظيفي؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

تتأتى أسباب اختيارنا للموضوع من النقاط التالية:

-أهمية الموضوع حيث تنبع أهمية الموضوع من أهمية الاتصال في المؤسسة الاقتصادية، إذ يعتبر الأداة الرئيسية لسيرورة المعلومات بالمؤسسة، وهذا ما ينعكس على تحسين أداء المؤسسة وتحقيق أهدافها، وبالتالي أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والتي تساهم في جودة الاتصال وسهولته، وهذا ما ينعكس على أداء الموظفين وتقليل الجهد والتكاليف.

-ميلنا إلى الدراسات المتعلقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ومحاولتنا معرفة كيفية توظيفها في المؤسسة الاقتصادية.

-حداثة الموضوع حيث يكتسب حداثته من حداثة تكنولوجيا الإعلام والإيصال نفسها واستخدامها في الميدان الاقتصادي خاصة أن الموضوع يمكن دراسته من جوانب متعددة.

-التعمق ومواصلة البحث في الموضوع.

3.أهداف الدراسة:

إن الهدف الأساسي للدراسات العلمية هو الوصول إلى نتائج علمية محكمة ن فالبحث يسعى إلى تقديم إضافات جديدة هذه الإضافات تختلف من باحث إلى آخر، إما بحثنا فكانت أهدافه كالآتي:

1- التعرف على أهم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة المستعملة في مؤسسة سونلغاز قالمة.

2-معرفة مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز.

3- الكشف عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين جودة وكفاءة الاتصال في مؤسسة سونلغاز قالمة.

4-التعرف على تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة.

4.الدراسات السابقة:

من المهم لأي باحث علمي أن يضطلع على البحوث التي سبقت بحثه، وذلك لتجنب التكرار وتفادي أخطاء الآخرين، كما يسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه أكثر لاختيار الطرق والاجراءات المنهجية الملائمة لدراسته.

وفي دراستنا تناولنا ثلاث دراسات سابقة.

الدراسة الأولى:

دراسة بعنوان " دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع الأداء الوظيفي " دراسة ميدانية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية –وكالة قالمة/ وكالة بوشقوف/ وكالة سدراتة بولاية قالمة.

تحاول هذه الدراسة الإجابة على التساؤل التالي :" ماهي فاعلية تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع الأداء الوظيفي"؟

وتتناول هذه الدراسة 3 أسئلة فرعية وهي:

1-هل تتوافق التقنيات الاتصالية الحديثة ومحددات الأداء الوظيفي؟

2-كيف تؤثر استخدامات تكنولوجيا المعلومات والاتصال على معايير الأداء الوظيفي؟

3-مادور آلية العمل عن بعد في تحسين الأداء الوظيفي؟

وقد قام أصحاب الدراسة إضافة إلى التساؤل الرئيسي والأسئلة الفرعية إلى وضع فرضية رئيسية المتمثلة في: "تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع الأداء الوظيفي.

وكذا صياغة 3 أسئلة فرعية:

1-ترتبط التقنيات الاتصالية الحديثة بمحددات الأداء الوظيفي.

2-تتأثر معايير الأداء الوظيفي باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال.

3-تعمل آلية العمل عن بعد على تحسين الأداء الوظيفي.

وللإجابة على هذه التساؤلات المطروحة واختبار الفرضيات الموضوعة، قام أصحاب الدراسة بإتباع المنهج الوصفي، وبالاعتماد على المقابلة، الاستمارة والملاحظة.

وقد توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

-الوسائل الحديثة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تساعد في تطوير ورفع الأداء الوظيفي.

-تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دورا هاما في المؤسسة حيث تقوم بمتابعة المهام، ومدى تقييم العمل، القيام بالإجراءات التصحيحية للحصول على المعلومات في الوقت المناسب بأسرع وقت وأقل تكلفة واجراء اتصالات داخلية بين العمال، وخارجية بين العمال والزبائن.

-أدت تكنولوجيا المعلومات والاتصال الحديثة الى توطيد التواصل والتفاعل الإيجابي والسريع مع العاملين والاستجابة لحاجات خاصة.

*وتكمن العلاقة بين دراستنا وهذه الدراسة في أن كلاهما يدرس المتغيرين التكنولوجيا الحديثة والأداء الوظيفي، وكلاهما دراسة وصفية، وكذلك توظيف نفس أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستبيان، والمقابلة،

ويختلفان في كون الدراسة اعتمدت على العينة القصدية وفي القابل اعتمدنا في دراستنا على المسح الشامل لجميع إطارات مؤسسة سونلغاز قالمة، إضافة الى كون الدراسة تدرس دور تكنولوجيا الحديثة في رفع الأداء، بينما دراستنا تتمحور حول مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الأداء الوظيفي،

الدراسة الثانية:

دراسة بعنوان " تأثير وأهمية المعلومات والاتصال على رفع أداء العاملين " دراسة حالة مديرية التجارة لولاية البويرة."

تحاول هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية :مامدى تأثير المعلومات والاتصال على رفع أداء العاملين داخل المؤسسة؟

ويندرج ضمن التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية التالية:

-هل المعلومات تقتضي ضمن الاتصال؟ أو أن المعلومات والاتصال واحد؟

- ما مفهوم أداء العاملين؟ وماهي عناصره؟

-ما واقع المعلومات والاتصال في رفع أداء العاملين في مديرية التجارة بولاية البويرة؟

كما قامت صاحبة الدراسة بوضع فرضيات للإجابة عن التساؤلات على النحو التالي:

-يعمل نظام الاتصال على زيادة رغبة المورد البشري في العمل بتنسيق جهودها وإحداث علاقات عمل فيما بينهم، وتدعيم المشاركة الفردية والجماعية، ورفع من أداء العاملين لتحقيق أهداف المؤسسة.

- للمعلومات والاتصال دور مهم في رفع أداء العاملين في المؤسسة.

وللإجابة على هذه التساؤلات المطروحة واختبار الفرضيات الموضوعة، قام أصحاب الدراسة بإتباع المنهج الوصفي والتحليلي في الجانب النظري، أما في الجانب التطبيقي فقد اعتمدوا على منهج دراسة الحالة، وقد اعتمدوا على المسح المكتبي في الجانب النظري، أما الجانب التطبيقي فوظفوا الملاحظات الشخصية.

وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

-يعمل نظام المعلومات في المؤسسة على إزالة الغموض وتقريب الثقة بينهما وبين الموارد البشرية، مما يخلق لديهم روح الإبداع وتحقيق أهداف مشتركة، وهذا ما ينفي صحة الفرضية الأولى.

- يعمل نظام الاتصال على زيادة رغبة المورد البشري في العمل بتنسيق جهوده، أو إحداث علاقات عمل فيما بينهم، وتدعيم المشاركة الفردية والجماعية والرفع من أداء العاملين، لتحقيق أهداف المؤسسة، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثانية.

-توجد قناعة لدى العاملين بأن لنظام المعلومات والاتصال وتقنياتها المستخدمة حديثا دورا فعالا على رفع أداء العاملين في المؤسسة، فكلما توفرت المعلومات والاتصال كلما زاد مستوى رفع أداء العاملين، وهذا ما يثبت صحة الفرضية الثالثة.

* وتكمن العلاقة بين هذه الدراسة ودراستنا أن كلاهما يدرس التكنولوجيا الحديثة والأداء الوظيفي على حد سواء، وكلاهما ينتميان للدراسات الوصفية،

ويكمن الاختلاف في المضمون، و في كون الدراسة دراسة حالة، وكذا في أدوات جمع البيانات، فقد اعتمدت الدراسة على المسح المكتبي والملاحظة الشخصية، أما في دراستنا فقد اعتمدنا على المسح الشامل، ووضفنا فيها الاستمارة والمقابلة المفتوحة كأدوات لجمع البيانات.

وقد استفدنا من هذه الدراسة خاصة في الجانب النظري من خلال الأداء الوظيفي وتقييمه، وبعض العناصر وهذا ما ساعدنا على فهم الموضوع أكثر.[1]

الدراسة الثالثة

دراسة بعنوان "استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية (دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG قسنطينة)

[1] مالك فطيمة، تأثير وأهمية المعلومات والاتصال على رفع أداء العاملين-دراسة حالة مديرية التجارة لولاية البويرة-، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص ادارة أعمال الاستراتيجية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اكلي محمد أولحاج، البويرة،2015.

تحاول هذه الدراسة الإجابة على الإشكالية التالية: ما هو واقع الاستخدام الفعلي لتكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة الاقتصادية؟

ويندرج ضمن التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

1.ما هو ترتيب الوسائل التكنولوجية الاتصالية الأربعة (جهاز الحاسوب، شبكة الإنترانت، شبكة الإنترنت، شبكة الإكسترانت) 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؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات قامت صاحبة الدراسة بإتباع المسح الشامل باستخدام كل من الملاحظة، المقابلة، واستمارة استبيان كأدوات لجمع البيانات.

وقد توصلت صاحبة البحث مجموعة من النتائج أهمها:

– يؤثر المستوى التعليمي للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، حيث توصلنا من خلال التحليل إلى أن نسبة استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة تزداد كلما ارتفع المستوى التعليمي.

–لا يؤثر اهتمام المبحوثين بمتابعة وسائل الاتصال الجماهيرية (صحافة مكتوبة، إذاعة، تلفزيون) على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، وهذا ما يدعم.

–تؤثر استفادة المبحوثين من التدريب الحالي على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة، فالذين يستفيدون من التدريب الحالي أكثر استخداما لتكنولوجيا الاتصال الحديثة من الذين لايستفيدون من ذلك.

– تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز قد ساهمت في تحسين الاتصال بشقيه الداخلي والخارجي

1. على مستوى الاتصال الداخلي من خلال: سهولة الاتصال بين الموظفين، سرعة تداول المعلومة، سرعة وصول المعلومة، القضاء على عوائق الاتصال، القضاء على التشوه الذي قد يصيب المعلومة.

2.كما حسنت الاتصال الخارجي من خلال مساهمتها في: تحسين صورة المؤسسة، التعريف بالمؤسسة، ربط المؤسسة بالجمهور الخارجي، تسهيل الاتصال بالمؤسسات الأخرى.

وتكمن العلاقة بين دراستنا وهذه الدراسة في أن كلاهما يدرس كل من المتغيرين تكنولوجيا الاتصال الحديثة والمؤسسة الاقتصادية، وكذا الاعتماد على نفس المنهج "المسح الشامل"، إلا أن هذه الدراسة تختلف عن

دراستنا من حيث التساؤلات والأهداف ونتائج الدراسة، فالهدف الرئيسي لهذه الدراسة يكمن في التعرف على استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، بينما دراستنا كان هدفها الرئيسي معرفة مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي للإطارات بالمؤسسة الاقتصادية.[1]

5. مجال الدراسة:

من أجل الإحاطة بإشكالية الموضوع وفهم جوانبه المختلفة حددنا مجال بحثنا فيما يلي:

1-المجال المكاني: ويقصد به البيئة أو المكان المحدد الذي ستجرى فيه الدراسة، وقد أجريت هذه الدراسة بمديرية توزيع الكهرباء والغاز سونلغاز قالمة، والكائن مقرها بعاصمة الولاية بشارع أومرزوق حسين، مقابل مقر البلدية.

2-المجال البشري: ويقصد به تحديد مجتمع الدراسة أو مجموعة الأشخاص الذين ستجري عليهم الدراسة, وقد حدد المجال البشري لدراستنا في إطارات مديرية توزيع الكهرباء والغاز قالمة، حيث قمنا بإجراء مسح شامل لجميع الإطارات البالغ عددهم 80 إطار، فالإطارات هم أكثر من يستعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة نظرا لطبيعة عملهم ومناصبهم التي تحتم عليهم التعامل مع هذه التكنولوجيا.

3-المجال الزماني: ويقصد به تحديد الوقت الذي استغرق في إعداد الدراسة والوقت الذي استلزم في جمع البيانات،وقد تمت الشروع في هذه الدراسة في نوفمبر 2017 وقد انقسم المجال الزماني الى فترتين

*جانب نظري: استمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من نوفمبر 2017 الى غاية فيفري 2018.

*الجانب الميداني: شرع فيه ابتداءا من شهر مارس 2018 الى غاية أفريل2018.

6. تحديد المفاهيم:

أولا: التكنولوجيا:

لغة: من الناحية اللغوية فإن مصطلح تكنولوجيا مصطلح مكون من شقين الشق الأول "تكنو" ومعناها المهارة، والشق الثاني "لوجي" ومعناه العلم أو الفن، ومعنى ذلك أن مصطلح تكنولوجيا يعني المهارة الفنية[2].

اصطلاحا:تشير بصفة عامة إلى الوسائل والأجهزة التي يستخدمها الإنسان في توجيه شؤون الحياة فهي بشكل عام الاستخدام المفيد في مختلف مجالات المعرفة.

---

[1] حورية بولعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، 2008

[2] محمود خضر، الاعلام والمعلومات والانترنت، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 199.

ويعرف معجم Web Ster التكنولوجيا بانها اللغة التقنية والعلم التطبيقي والطريقة الفنية لتحقيق غرض عملي، فضلا عن كونها مجموعة من الوسائل المستعملة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم.[1]

كما تعرف على أنها: "المجموع الكلي للمعرفة المكتسبة والخبرة المستخدمة في إنتاج السلع والخدمات في نظام اجتماعي اقتصادي معين".[2]

تعريف آخر: هي مجموعة التقنيات أو الأدوات أو الوسائل التي يتم من خلالها جمع البيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة المرئية أو الرقمية من خلال الحاسبات الالكترونية.[3]

ثانيا: الإعلام:

أ-لغة: ويعني الاطلاع، يقال أعلمته بالأمر: أبلغته أياه، وأطلعته عليه.

ب- اصطلاحا: يعرف على أنه تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات الصحيحة أو الحقائق الواضحة التي يمكن التثبت من صحتها، أو دقتها بالنسبة للمصدر الذي تنبع منه.[4]

ويعرف على أنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها واتجاهاتها في نفس الوقت.[5]

ثالثا: الاتصال:

أ-لغة: مصطلح الاتصال في اللغة العربية يعني الوصول الى الشيء أو بلوغه والانتهاء إليه، أما كلمة communication الانجليزية فهي مشتقة من الأصل اللاتيني commuins ومعناها شاسع وتعني المعلومة المرسلة، شبكة الطرق وشبكة الاتصالات، كما تعني تبادل الأفكار والمعلومات.[6]

ب-اصطلاحا: يعني الوسيلة أو الأداة أو الطريقة التي يتم عبرها نقل المعرفة والأفكار من شخص لشخص آخر قصد التفاعل والتأثير المعرفي، أو الوجداني في هذا الشخص أو في هذه الجهة.[7]

---

[1] Welster illustrated contenporaryDictiouaryDictiouaryouEncyclopedic, edition, Firguson publishing vo U.S.H 1982, p 755.

[2] محمد الزغبي، التغير الاجتماعي، دار الطبيعة، القاهرة، 1998، ص 58.

[3] سامية محمد جابر، نعمان أحمد عثمان، الاتصال والاعلام وتكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2006، ص 108.

[4] رضا أيمن، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015، ص 17.

[5] محمود محمد سفر، الإعلام موقف، تهامة للنشر والتوزيع، السعودية، 1982، ص 371.

[6] ربحي مصطفى وآخرون، الاتصال والعلاقات العامة، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2005،ص27.

[7] محمود خضر، مرجع سابق، ص 199.

تعريف آخر: هو عبارة عن عملية تفاعل معلوماتي هادفة، وهو عادة ما يوصف بالوسيلي لارتباطه بإحدى وسائل الإعلام والاتصال، والاتصال قد يكون ذاتيا (بين الشخص ونفسه)، شخصيا (بين شخصين)، تنظيميا(خاص بالمنظمات)، جماهيريا (موجه لجمهور عام وواسع).[1]

ويعرف على أنه عملية تحيق التبادلات الهادفة للأفكار والتعليمات والبيانات والمعلومات لبلوغ أهداف معينة بين أطراف الاتصال.[2]

رابعا: الحديثة:

إن استخدام كلمة حديثة في وصف التكنولوجيا يشير الى أنها ظاهرة نسبية بطبيعتها، وترتبط أشد الارتباط بدرجة تطور كل مجتمع، فما يعتبر حديثا في مجتمع يعتبر تقليديا في مجتمع أخر.[3]

خامسا: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة:

رغم شيوع عبارة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة فإنه ليس هناك تعريف محدد لها.

يعرفها "روجر كارتر Roger Carteفي كتابه The information بأنها: الأنظمة والأدوات المستخدمة للتلقي والتخزين وتحليل وتوصيل المعلومات بكل أشكالها وتطبيقاتها، لكل جوانب الحياة، ويعرفها أيضا بأنها: وسائل إنتاج تعالج البيانات والمعلومات لتحويلها إلى منتجات نهائية من سلع وخدمات ومعلومات.[4]

وتعرف أيضا على أنها: كل التجهيزات التقنية والأوتوماتيكية التي تقوم بعمليات الجمع والمعالجة ونشر لمعلومات ومعطيات.[5]

ج-التعريف الإجرائي:

تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة هي: الوسائل التكنولوجية التي تستعملها المؤسسة في الاتصال ونقل المعلومات وتخزينها واسترجاعها والمتمثلة أساسا في: الإنترنت، الأنترانت، الإكسترانت، والحاسوب.

سادسا: الأداء:

أ-لغة: يعني الأداء في اللغة القيام بالواجب، وهو مشتق من الفعل أدى تأدية، بمعنى أوصله و قضاه،

[1] فضيل دليو، تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010،ص17.

[2] محمود حسن الهواسي ،حيدر شاكر البرنيجي، تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة ص،205

[3] محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الخدمة الاجتماعية، الكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية، 2006، ص 146.

[4] ياسين فيض البياتي، الاتصال الدولي والعربي، دار الشرف، عمان، 2006، ص 20.

[5]Saidoukil,économe et gestion du l'information technologique recherche et diveloppement,opv, 1995, p 135.

والاسم أداء: أدى الأمانة، وأدى الشيء قام به.

ب-اصطلاحا:

عرف اينز الأداء بأنه: الناتج الذي يحققه الموظف عند قيامه بأي عمل من الأعمال كما يعرفه حسن إبراهيم بلوط: هو باختصار إنجاز وتحقيق هدف من أهداف المؤسسة.

ويعرف داركر: "الأداء بأنه قدرة المؤسسة على الاستمرارية والبقاء محققة التوازن بين رضا المساهمين والعمال.

ويقصد بالأداء المخرجات أو الأهداف التي يسعى النظام إلى تحقيقها، ولذا فهو مفهوم يعكس كل من الأهداف والوسائل اللازمة لتحقيقها، أي أنه مفهوم يربط بين أوجه النشاط وبين الأهداف التي تسعى هذه الأنشطة إلى تحقيقها داخل المؤسسة.

سابعا: الأداء الوظيفي:

تعددت مفاهيم الأداء بتعدد الباحثين والدارسين في هذا المجال، ولم يستطع علماء الإدارة الوصول إلى مفهوم دقيق وشامل فلكل واحد وجهة نظر الخاصة به.

ونعرض فيما يلي أهم وأكثر المفاهيم شمولا للأداء الوظيفي:

يعرف معجم المصطلحات الاجتماعية: هو القيام بأعباء الوظيفة من المسؤوليات والواجبات وفقا للمعدل المفروض أداءه من العامل الكفء المدرب، ويمكن معرفة هذا المعدل عن طريق تحليل الأداء، أي دراسة كمية العمل والوقت الذي يستغرقه وإنشاء علاقة عادلة بينهما، وللتمكن من ترقية الموظف تجرى له إشارات الأداء ويعتمد في ذلك على تقارير الأداء أي الحصول على بيانات من شأنها أن تساعد على تحليل وفهم وتقييم أداء العامل لعمله وسلوكه فيه في فترة زمنية محدودة.[1]

ويعرفه كل من ميلر وبروملي Miller et Bromily: انعكاس لكيفية استخدام المؤسسة للموارد المالية والبشرية واستغلالها بكفاءة وفعالية بصورة تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها.[2]

[1] أحمد زكي بدوي: معجم المصطلحات الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1992، ص310..

[2] مصطفى يوسف: إدارة الأداء، دار النشر والتوزيع، عمان،2016،ص16.

في حين عرف كيراكيم Kherakhem الأداء على أنه: تأدية عمل أو إنجاز نشاط أو تنفيذ مهمة،بمعنى القيام بفعل يساعد على الوصول إلى الأهداف المحددة من ذلك من ذلك نلاحظ أن الأداء يتجسد في القيام بالأقوال والأنشطة والمهمات بما يحقق الوصول إلى الغايات والأهداف المرسومة من قبل المؤسسة.[1]

التعريف اجرائي:

هو درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد، وهو يعكس الكيفية التي حقق بها الفرد متطلبات وظيفته. بما ينعكس بالإيجاب على الأداء العام للمؤسسة.

ثامنا: المؤسسة:

المؤسسة عموما حسب ما ورد في المنجد الأبجدي مأخوذة من فعل أسس، يؤسس، تأسيسا، وتعني جمعية أو شركة.[2]

تاسعا: المؤسسة الاقتصادية:

يعرف صامويل عبود المؤسسة الاقتصادية على أنها: شكل اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك عمل للعاملين فيها، وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لتقييم العمل الاجتماعي بغية إنتاج وسائل الإنتاج، أو إنتاج سلع الاستهلاك أو تقديم الخدمات في مجال النقل والتجارة.[3]

ويعرفها العربي دخموش: هي مجموعة عناصر الإنتاج البشرية والمادية والمالية، والتي تستخدم وتسير وتنظم بهدف إنتاج سلع أو خدمات موجهة للبيع، وهذا بكيفية فعالة تضمنها مراقبة التسيير بواسطة وسائل مختلفة، كتسيير الموازنات وتقنية المحاسبة التحليلية وجداول المؤشرات.[4]

ويعرفها بيير لوزيلPerre Lauzel بأنها: مجموعة أعضاء مترابطة فيما بينها، منظمون حسب غايات محددة لتأدية وظائف معينة باستعمال وسائل فكرية مادية، مالية بغية استخراج، تحويل، نقل، وتوزيع الثروات وانتاج الخدمات.[5]

[1] إبراهيم محمد المحاسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، دار النشر والتوزيع، 2014، ص104

[2] المنجد الأبجدي، ط5، المؤسسة الوطنية للكتاب،بيروت،ص40.

[3] صمويل عبود، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص58.

[4] العربي دخموش، اقتصاد المؤسسة، منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر،2001، ص3.

[5] نبيل جواد، غدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: مجد المؤسسات الجامعية، الاردن، 2007، ص30.

في حين عرفها أحمد طرطار على أنها: مجموعة من الطاقات البشرية والموارد المادية (طبيعية كانت أو مادية أو غيرها) والتي تشغل فيما بينها وفق تركيب معين وتوليفة محددة قصد إنجاز أو أداء المهام المنوطة بها من طرف المجتمع.[1]

التعريف الاجرائي:

هي كيان منظم يتكون من افراد يعملون من أجل تحقيق هدف مشترك وهو بقاء المؤسسة واستمراريتها وتحقيق الربح وتحقيق حاجات المجتمع.

7.1.طبيعة الدراسة ومنهجها:

يعرف موريس أنجر المنهج على انه: مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبعها الباحث من أجل الوصول إلى نتيجة. [2]

ويعرف على أنه: الترتيب الصائب للعمليات العقلية التي نقوم بها بصدد الكشف عن الحقيقة والبرهنة عليها.

كما يعرف على أنه: تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجربة التي توجه بالضرورة البحث العلمي. [3]

وتندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية الشائعة في علوم الإعلام والاتصال، وذلك من خلال وصف العلاقة بين المتغير المستقل ألا وهو تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والمتغير التابع الأداء الوظيفي في المؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية.

كما تم الاعتماد على منهج المسح الشامل من خلال مسح كل إطارات مديرية الغاز والكهرباء لولاية قالمة البالغ عددهم 80 إطار.

8.1.أدوات جمع البيات:

إن أي بحث علمي يمتاز بالدقة والجودة لابد أ، يراعي أدوات جمع بيانات تتناسب وتنسجم وطبيعته وتخدم أهدافه.

---

[1] أحمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999 ،ص: 15.

[2] موريس أنجر ، منهجية البحث في العلوم الإنسانية ، تدريبات عملية ن ترجمة بوزيدي صحراوي وآخرون ، دار القصبة للنشر ، الجزائر 2006، ص 98 .

[3] عبود عبد الله العسكري ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار النمير ،دمشق 2002 ، ص 01 .

وطبيعة بحثنا تحتم علينا الاعتماد على أكثر من أداة حيث اعتمدنا على وسيلتان هما:

استمارة الاستبيان كأداة رئيسة في دراستنا:

يعد الاستبيان من أكثر وسائل وأدوات جمع البيانات استخداما في منهج المسح، وذلك لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين ، من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد.[1]

ويعرف على أنه: عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد قصد الحصول على معلومات وآراء المبحوثين حول ظاهرة أو موفق معين.[2]

وتعرف أيضا على أنها: أداة جمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث، عن طريق استمارة معينة تحتوي على عدد من الأسئلة مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجرى توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها.[3]

وفي دراستنا استخدمنا الاستبيان كأداة رئيسية في البحث، وقد تم ربط الاستمارة بإشكالية وفصول الدراسة، ولما كان الهدف من الدراسة هو معرفة مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي للمؤسسة الاقتصادية، فقد قمنا في هذا الإطار بطرح عدد من الأسئلة تنوعت بين المفتوحة والمغلقة والنصف مفتوحة.

وقد قمنا بتقسيم هذه الأسئلة لثلاث محاور وهي:

المحور 1: يتضمن البيانات الشخصية.

المحور2: يتضمن أسئلة حول أهم مجالات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز قالمة.

المحور3: يتضمن أسئلة حول مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة محل الدراسة.

المحور 4: يتضمن تقييم إطارات المؤسسة محل الدراسة لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين أدائهم الوظيفي.

[1] محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ،عالم الكتب ، القاهرة ،2000 ،ص353

[2] محمد عبيدات وآخرون ،منهجية البحث العلمي :القواعد والمراحل والتطبيقات،دار وائل للطباعة والنشر ،عمان ،1999 ،ص23

[3] عصام حسن الدليمي ، علي عبد الرحيم صالح ، البحث العلمي أسسه ومناهجه ، دار الرضوان للنشر والتوزيع ، عمان ،2014 ، ص 92 .

وبعد تنظيم أسئلة الاستمارة ومحاورها تم عرضها على مجموعة من الأساتذة[1] بهدف تحكيمها ومعرفة النقص فيها ومدى مطابقتها للعنوان وأسئلة الدراسة.

المقابلة المفتوحة كأداة ثانية في دراستنا:

تعتبر المقابلة أداة أساسية في جمع البيانات والمعلومات حول الظاهرة التي تتم دراستها، وهي من الوسائل البسيطة والأكثر شيوعيا استعمالا في مختلف البحوث الاجتماعية.[2]

ويتميز هذا النوع من المقابلات بالمرونة في إدارة المقابلة وتوجيه الأسئلة والحديث، كما يترك الحرية للمبحوث في التعبير عن آرائه وأفكاره ومعتقداته.[3]

وتعرف المقابلة على أنها: علاقة ديناميكية، وتبادل لفظي بين شخصين او أكثر.[4]

ويعرفها كوبي وماكوبي على أنها: تفاعل لفظي بين شخصين في موقف مواجهة ، حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستثير بعض المعلومات أو المتغيرات لدى المبحوث والتي تدور حول معتقداته وآرائه.[5]

وقد قمنا باستعمال المقابلة المفتوحة كأداة تدعيمية للأداة الرئيسة والتي هي الاستبيان، حيث أجرينا مقابلة مع كل من: رئيس قسم الموارد البشرية في مؤسسة سونلغاز، ومع رئيسة مصلحة التكوين، والمسؤولة عن الاعلام والاتصال بالمؤسسة.

[1] تم تحكيم الاستمارة من قبل كل من الأساتذة : إلياس بركان ، زيايتة يونس ،حموش عبد الرزاق و حسام الدين مرزوقي .

[2] بلقاسم سلاطنية ، حسان الجيلاني ، منهجية العلوم الاجتماعية ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع ، عين مليلة ، 2004 ، ص 307 .

[3] محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص .396

[4] جمال معتوق ، منهجية العلوم الإجتماعية والبحث الإجتماعي ، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ،2003 ، ص 107 .

[5] بلقاسم سلاطنية ، حسان الجيلاني ، مرجع سابق . ص 308 .

الفصل الثاني: مدخل إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

تمهيد

1. تطور الإعلام والاتصال على مر العصور

2. خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

3.مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية

4.أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية

5.تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية

خاتمة

تمهيد:

تعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال احد أهم سمات العصر الحالي فمظاهر هذه الأخيرة تعد بارزة وواضحة أنما توجهنا، وهذا نظرا للاعتماد المتزايد عليها وتوظيفها في مختلف الأنشطة البشرية، فهي تستخدم في العديد من المجالات حيث يتم الاستفادة منها في المعاملات اليومية، والعمليات الاقتصادية، والمجتمعية، والشخصية، فقد عملت هذه التكنولوجيا على تغير كيفية عمل الناس، وكيفية تواصلهم، وتعاملهم، وحياتهم، كما أنّها ساعدت في التنمية الاقتصادية ونمو الأعمال، فغيرت في شكل المؤسسات سواء من حيث الهيكلة و التنظيم والتسيير حتى ظهر مابات يعرف بالمؤسسات الرقمية، وذلك من خلال المزايا التي تتيحها هذه الأخير للمؤسسة الاقتصادية كتوفير خدمة الاتصال وتحسينها وسهولة تخزين وإظهار البيانات، وتبادل المعلومات والوصول إلهيا في أي وقت ومن أي مكان، والكثير من الوسائل كالحاسوب والإنترنت وغيرها من الوسائل والخدمات تساهم في تحسين أداء و مردودية المؤسسة.

1. تطور الإعلام والاتصال على مر العصور:

ويمكن تمييز تطور الاعلام والاتصال من خلال خمس ثورات هي:

– الثورةالأولى: وتتمثل في استطاعة الإنسان أن يتكلم إذ أصبح من الممكن أن تجمع البشرية عن طريق الكلام حصيلة ابتكارها واكتشافاتها.

– الثورة الثانية: حدثت هذه الثورة عندما اخترع السومريون أقدم طريقة للكتابة في العالم واستطاعوا الكتابة على الطين اللين، وذلك منذ حوالي (3600 سنة) قبل الميلاد حيث حفظت هذه الألواح الطينية الفكر الاجتماعي والسياسي والفلسفي في مراحله الأولى لقد استغرقت هاتان الثورتان الاتصاليتان معظم التاريخ البشري، وكانت سمة هذا العصر هي الفردية الاتصالية سواء في مرحلة الحديث والمشافهة أو حتى بعد اختراع الكتابة، وظلت الفردية هي طابع الاتصال عبر هذا العصر الطويل.

– الثورة الثالثة: اقترنت بظهور الطباعة في منتصف القرن الخامس عشر على يد العالم الالماني "جونبراغ".

– الثورة الرابعة: بدأت معالم هذه الثورة الاتصالية خلال القرن التاسع عشر واكتمل نموها في النصف الأول من القرن العشرين وتتمثل هذه الثورة بظهور عدد كبير من وسائل الاتصال استجابة لعلاج بعض المشكلات الناجمة عن الثورة الصناعية.[1]

ففي عام 1824م اكتشف العالم الإنجليزي "وليم سترجون" Sturgeonالموجات الكهرومغناطيسية واستطاع" صمويل مورس " Morseاختراع التلغراف في عام 1937م وابتكر طريقة للكتابة تعتمد على "النقط والشرط "Dots &Dashesوفي عام 1876م استطاع "جرهام بل" أن يخترع التليفون لنقل الصوت البشري إلى مسافات بعيدة ، وفي عام 1877م اخترع "توماس إديسون" جهاز الفونوغرافPhonograph ثم تمكن العالم الألماني "إميل برلنجر" في عام 1887م من ابتكار "القرص المسطح " Flate Disc "الذي يستخدم في تسجيل الصوت.

وفي عام 1895م شاهد الجمهور الفرنسي أول العروض السينمائية ثم أصبحت السينما ناطقة في عام 1928م. وتمكن العالم الإيطالي "جوجليلو ماركونيMarconi "من اختراع اللاسلكي في عام 1896م وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة نسبيًا دون استخدام الأسلاك وكان الألمان والكنديون أول من بدأ في توجيه خدمات الراديو المنتظمة منذ عام 1919م أما البث التلفزيوني فقد بدأت تجاربه

[1] حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، الدار المصرية اللبنانية ، القاهرة ،1993، ص49.

في الولايات المتحدة منذ أواخر العشرينات وفي أول يوليو 1914م بدأت خدمات التلفزيون التجاري في الولايات المتحدة. واكتسبت وسائل الاتصال الجماهيري أهمية كبيرة في القرن العشرين، وخاصة الوسائل الإلكترونية

باعتبارها قنوات للمعلومات والأخبار والترفيه، وأصبحت برامج التليفزيون تعكس قيم المجتمع وثقافاته وأساليب معيشة أفراده وعكست برامج الراديو اهتمامات الناس وقضاياهم.[1]

– الثورة الخامسة: أما ثورة الاتصال الخامسة فقد أتاحتها التكنولوجيا في النصف الثاني من القرن العشرين من خلال اندماج ظاهرة تفجر المعلومات وتطور وسائل الاتصال وتعدد أساليبه. وقد تمثل المظهر البارز لتفجر المعلومات في استخدام الحاسب الإلكتروني في تخزين خلاصة ما أنتجه الفكر البشري واسترجاعه، في حيز صغير للغاية، وبسرعة فائقة. كما تمثلت ثورة الاتصال الخامسة في استخدام الأقمار الصناعية وشبكة الإنترنت لنقل البيانات والصور والرسوم والصوت عبر الدول والقارات بطريقة فورية. كذلك أتاحت التكنولوجيا الجديدة ظهور خدمات عديدة ومتنوعة لتلبية حاجات الأفراد إلى المعلومات والترفيه مثل الحاسبات الشخصية المتنقلة، والأقمار الصناعية، والاتصال الكابلي، والميكروويف، والألياف الضوئية، والاتصالات الرقمية. وأدى ذلك إلى ظهور خدمات الاتصال الجديدة مثل التلفزيون الكابلي، والتلفزيون منخفض القوة، والفيديو كاسيت، والفيديو ديسك، والفيديو تكس، والتليتكس، والاتصال المباشر بقواعد البيانات، وعقد المؤتمرات عن بعد، والبريد الإلكتروني، وقد أنتجت هذه الثورة ما بات يطلق عليه تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.[2]

2.خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة:

وقد قدمت وأتاحت التطورات الحاصلة، في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة خصائص عديدة نذكر مايلي:

1.التفاعلية: وتطلق هذه التسمية على الدرجة التي يكون فيها للمشاركين في عملية الاتصال على أدوار أخرين، واستطاعتهم تبادلها، ويطلق على ممارستهم هذه الممارسة التبادلية أو التفاعلية، وهي تفاعلية بمعنى أنه هناك سلسلة من الأفعال الاتصالية، التي يستطيع الفرد (أ) أن يأخذ فيها موقع شخص (ب)، ويقوم بأفعاله الاتصالية المرسل يرسل ويستقبل في نفس الوقت وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ المشاركين بدلا من المصادر.[3]

[1] رضوان بلخير، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص 24.
[2] ماهر عودة الشمايلة وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص69.
[3] محمد علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار الرحاب للنشر، القاهرة، 2005، ص177.

2.اللاتزامنية: (عدم الارتباط بعنصر الوقت) وتعني إمكانية إرسال الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظم البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من المرسل إلى المستقبل دونما الحاجة لتواجد هذا الأخير.[1]

3.اللامركزية: هي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا الإعلام والاتصال، فالانترنت مثلا لا يمكن لأي جهة تعطله على مستوى العلم، أي أنه يتمتع باستمرارية عمله وليس هناك كمبيوتر واحد يتحكم فيها، ويمكن أن تتعطل عقدة واحدة أو أكثر دون تعريض الإنترنت بمجملها للخطر.[2]

4.قابلية التوصيل: أي الربط بين الأجهزة الاتصالية المختلفة بغض النظر على البلد التي صنعت فيها، كما أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتميز بخاصية التحرك أو الحركة، حيث يمكن لمستخدمها الاستفادة منها أثناء تنقله لأي مكان، عن طريق وسائل اتصالي كثيرة كالحاسب الآلي النقال، الانترنت ألاسلكية، الهواتف النقالة.

5.قابلية التحويل: وهي قدرة وسائل الاتصال على نقل المعلومات من وسط لأخر، كالتقنيات التي يمكنها التحويل الرسالة المسموعة إلى رسالة مطبوعة والعكس.[3]

6.الكونية: البيئة الأساسية الجديدة لوسائل الاتصال هي بيئة عالمية دولية حتى تستطيع المعلومة أن تتبعالمسارات المعقدة، تعقد المسالك التي يتدفق عليها رأس المال الإلكتروني عبر الحدود الدولية جيئة وذهابا، من أقصى مكان في الأرض إلى أدناه في أجزاء على الألف من الثانية، إلى جانب تتبعها مسار الأحداث الدولية في أي مكان من العالم.[4]

3.مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية:

يحقق استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية العديد من المزايا نذكر منها:

1.زيادة المبيعات والأرباح: حيث تعمل تكنولوجيا الإعلام والاتصال على زيادة المبيعات من خلال مساعدة المؤسسات في إشباع حاجات ورغبات المستهلكين مع زيادة المبيعات وتحسين الربحية خاصة في ظل تخفيض التكاليف.

[1] عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الانتاج الاذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2005، ص؛ص 261،262.

[2] بومعيل سعاد، بوباكور فارس، أثر تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، جامعة تلمسان، عدد 03 ماي2004، ص206.

[3] عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 261.

[4] محمود علم الدين، مرجع سابق ذكره، ص 27.

2.الحصول على المزايا التنافسية: إذ تستخدم المؤسسات تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحسين وضعها في البيئة التنافسية، والحصول على مزايا تنافسية من خلال تصميم برامج وتطبيقات مبتكرة تسمح لها بالمنافسة بصورة أكثر فعالية.

3.تخفيض التكاليف: وذلك من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال بعدة مجالات، مثل تأدية المهام والأعمال بطريقة كتابية آلية، وكذلك استخدام الحاسبات الآلية في الرقابة والإنتاج والتخزين، وهو ما ينعكس بالإيجاب على الأداء الوظيفي.

4.تحسين الجودة: من خلال التبادل الالكتروني للبيانات حيث تتواصل المؤسسة مع المؤسسات الأخرى إلكترونيا، وكذلك إجراء الصفقات إلكترونيا وبالتالي التقليل فرص الخطأ من خلال تخفيض واختصار إجراءات عقد الصفقات.

وبالإضافة إلى ما سبق فهناك مزايا أخرى لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تتمثل في :

- ✓ تحسين الإنتاجية والكفاءات التشغيلية.
- ✓ زيادة القدرة على الخلق والإبداع والابتكار.
- ✓ مواجهة التهديدات الخارجية.
- ✓ توفير المعلومات المناسبة في الوقت المناسب.
- ✓ دعم وتحسين عمليات اتخاذ القرار.
- ✓ تحسين وتنشيط حركة الاتصالات في المنظمة.[1]

4.أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية:

1.4. الإنترنت:

تعتبر الانترنت، تطور مدهش في الصلات الفكرية، فمنذ اخترع غوتنبارغ الطابعة فإن استعمال أوساط نشر المعلومات قد أصبح مكلفا بعكس الانترنت التي تمكننا من الوصول لملايين الناس، حيث أنها تعطي وسائل غير مكلفة للاتصالات مع أي شخص معه حاسوب آلي وبعض المهارات الأساسية.[2]

[1] بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة2، العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2006، ص.ص 135، 136.

[2] فاروق حسين، الانترنت الشبكة الدولية للمعلومات، دار راتب الجامعية، بيروت، 1991، ص.ص 16 .17.

وتعد الإنترنت هي ناتج تلاحم ثلاث ثورات كونية وهي ثورة المعلومات، ثورة الاتصالات، وثورة الحواسيب، فالانترنت قناة معلومات عالمية حققت التكامل والاندماج التقني بين العديد من وسائل الاتصال.[1]

1.1.4.تعريف الإنترنت:

هي شبكة حاسوبية ضخمة تحتوي الآلاف من الشبكات المتداخلة والتي تسمح بتبادل البيانات والمعلومات بشكل جيد وسريع.

وتعرف على أنها: شبكة دولية للمعلومات عبارة عن مجموعة من الأجهزة المرتبطة فيما بينها من دون عوائق جغرافية حول العالم وتوفر للأفراد والمهيآت والمؤسسات المختلفة خدمات معلوماتية متعددة وتتيح لهم البحث والوصول، وكذلك الحصول على المعلومات والمعرفة في المجالات كافة ، وبسرعة فائقة بواسطة بروتوكولات موحدة عند جميع المستخدمين.[2]

ويرى رتشارد.ج سميث ومارك جيبس أن تعريف الانترنت يتعمد على عمل الشخص الذي يريد تعريفها، لذلك فالتعريف سوف يختلف من شخص لآخر.[3]

2.1.4نشأة وتطور الإنترنت:

لقد مرت الإنترنت في تطورها على العديد من المراحل نختصرها في المحطات التالية:

تعود الفكرة الأولى للإنترنت لسنة 1945عندما طرح "فانيقاربوش" آلة أطلق عليها اسم "ميمكس ماشين" لتنظيم وربط المعارف الإنسانية وتمكين الباحثين من استعادة المعلومات بطريقة الكترونية.

2-عام 1962 قدم "تيد نيلسون "فكرة النص الفائق ،لم تنتل هذه الفكرة إلى حيز التطبيق إلا بعد أربعة سنوات حيث قامت وزارة الدفاع الأمريكي بوضع أول أساس لقيام أول شبكة الكترونية تربط عدد من الحواسيب سمية هذه الشبكة باسم "اربانات" والتي بدأت بالعمل الفعلي سنة 1969.[4]

3-عام 1972 تم توصيل 72 جامعة ومركز دفاع خاص بوزارة الدفاع الأمريكية ،وقد تطورت بعد ذلك حيث بلغ عدد المواقع المربوطة بالانترنت لأكثر من 2000موقع سنة 1985، وفي مطلع سنة 1989 تم بربط الإنترنت بالشركات الخاصة ذات الطابع التجاري.

[1] عباس ناجي حسن، الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2016، ص 49.
[2] حيدر شاكر البيرنجي، محمود حسن جمعة، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة، ابن العربي، بغداد 2013، ص 253.
[3] زين عبد الهادي، الإنترنت العالم على شاشة الكمبيوتر، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 1996، ص 18.
[4] عباس ناجي حسين، ، مرجع سابق، ص49.

1990 تم اسدال الستار عن مشروع "الأربانت".

5-عام 1991 ظهور برامج جديدة تعطي تسهيلات للوصول للمعلومات المخزنة في الأنترنت مثل "قوفر" GOPHER.

6-عام 1992 اطلاق مشروع الشبكة العنكبوتية عبر العالم والتي تعرف باسم World-Wide Web

وتعرف اختصارا ب WWW، وهو نظام من مستندات النص الفائق المرتبطة ببعضها والتي يستطيع المستخدم من خلالها تصفح المستندات كما يستطيع التنقل بين الصفحات عبر وصلات النص الفائق.[1]

3.2.4.خصائص الإنترنت:

تتميز الإنترنت بالعديد من الخصاص تتمثل اهمها في:

-المرونة: حيث تقدم الانترنت للمستخدمين إمكانية كبيرة للوصول إلى عدد كبير من مصادر المعلومات.

- التفاعلية: حيث يتاح للمستخدمين إمكانية التفاعل المباشر والمشاركة نصا وصوتا وصورة مع الآخرين.

- إلغاء فكرة المساحة: المخصصة للنشر مقارنة مع النشر الورقي الذي يعد محدد المساحة مسبقا.[2]

- السرعة: سرعة وضمان انتشار المعلومة حيث تتيح الإنترنت سرعة إرسال واستقبال المعلومات مقارنة مع باقي وسائل الاتصال الأخرى.

- السرية في تبادل المعلومات: ويكون ذلك من خلال إمكانية وضع كود لجهاز الكمبيوتر.

- الأنترنت تجارة هائلة: فالانترنت تعد وسيطا تجاريا وتسويقيا هائلا، فالتجارة في المستقبل وأسواقها سوف تكون على الشبكة.[3]

[1] غالب عوض النواسية ، خدمات المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات ، دار الصفاء ، عمان ،2000 نص ص 283 ،285

[2] ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الاعصار العلمي، عمان، 2014، ص.ص 46.47.

[3] حسن جعفر الطائي، التطبيقات الاجتماعية لتكنولوجيا المعلومات، دار المنهاج للنشر والتوزيع، عمان، 2006، ص 128.

4.24. خدمات الأنترنت:

تتيح الأنترنت العديد من الخدمات في المؤسسة الاقتصادية نذكر نها:

أولا: البريد الالكتروني:

هو أبرز ما يميز الاتصال عبر شبكة الانترنت، ويستمد تعريفه من تعريف الرسائل الإلكترونية وهي تكنولوجيا تفاعلية تعمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وتسهل عملية الاتصال الشخصي بفرعيه الفردي والجماعي سواء بمعلومات النصية والصوتية والصورة المرئية.[1]

ويعرف على أنه خدمة وأسلوب كتابة وإرسال واستقبال الرسائل عبر نظم الاتصالات الالكترونية سواء كانت الشبكة العنكبوتية أو شبكات الاتصال الخاصة داخل الشركات والمؤسسات.

ويتميز البريد الإلكتروني بالعديد من المزايا أهمها:

- إمكانية إرسال الرسالة إلى عدة متلقين مهما بلغ عددهم.

-إرسال رسائل تتضمن نصوص، فيديوهات أو صور.

- السرعة في إرسال الرسائل حيث لا تستغرق الرسالة إلا بضع ثواني كي تصل إلى المرسل اليه، وفي حالة عدم وصول الرسالة فإن البرنامج يعلن المرسل بذلك.

- سهولة تلقي الرسائل والرد عليها.

- انعدام حاجز المكان والزمان حيث يمكن إرسال الرسائل في أي وقت وفي أي مكان.

- إمكانية تخزين الرسائل وأرشفتها.[2]

ثانيا: بروتوكول نقل الملفات:FTP: وهو اختصار ل File Transferprotocol،ويوفر هذا البروتوكول مكتبة عملاقة من ملفات الكمبيوتر، إذ يتيح إمكانية استعراض البيانات المخزنة في الأجهزة عن طريق الإنترنت، ونقل ما نشاء منها وخدمة نقل الملفات تتيح لنا الاتصال بأي جهاز كمبيوتر على الانترنت باستخدام هذا البرنامج.[3]

[1] ماهر عودة الشمايلة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، مرجع سبق ذكره، ص 48.

[2] ماهر عودة الشمايلة، المرجع نفسه،ص.ص203.204

[3] بهاء شاهين، الانترنت والعولمة، عالم الكتب، القاهرة، 1999، ص 315.

ثالثا:نظام الفهرسة: وهو نظام يرشدنا إلى الملفات المطلوبة ومكان حفظها إذ يمكننا من ارسال واستلام الملفات بين أجهزة الكمبيوتر عن طريق النت دون الحاجة لاستخدام البريد العادي أو الفاكس.[1]

رابعاّ: Haddel Room:

هي عبارة عن قاعة مؤتمرات صغيرة الحجم مجهزة بتكنولوجيا الاتصال بالصوت والفيديو، تمكن الفرق التي يصل عددها إلى 5 أو6 أفراد من الاجتماع والتعاون في العمل، فغرفة الاجتماعات السريعة تمثل ميزة حيوية جدا للتعاون والعمل الجماعي في الشركات الحديثة، فهي توفر مساحات عمل مرنة من خلال فهم احتياجات الموزعين والشركاء.[2]

خامسا: تطبيقات إدارة المشاريع: هي تطبيقات الكترونية مصممة لمساعدة مدراء المشاريع والمدراء التقنيين في تبسيط الجوانب الإدارية لإدارة المشاريع، فالشركات الناجحة في إدارتها تقوم على عدد من الأعمدة الإدارية الفعالة، كما تتميز بمحافظتها على سياق منسجم من القرارات تجاه مجمل نشاطاتها وأعمالها، ولا يظهر هذا التناغم في العمل من باب الصدفة بل يتحقق نتيجة لتخطيط مدروس والتزام على مستوى الفريق، إلى جانب استخدام بعض التطبيقات المخصصة للمشاريع، فهذه التطبيقات تتيح إنشاء غرف دردشة بين أقسام الشركة وبالتالي سهولة الوصول إلى العمال مقارنة مع الهاتف أو البريد الالكتروني، وفيما يلي عرض لبعض هذه التطبيقات.

أ.تطبيقات سلاك SLAK: هو تطبيق مخصص للاجتماعات والتراسل بين زملاء العمل ويتميز بكونه يجمع بين تطبيقات المحادثة، إدارة الأعمال، التواصل الاجتماعي والإدارة في نفس الوقت، ليبقى زملاء العمل على تواصل دائم طوال اليوم، ويلغي هذا التطبيق إلزامية التواجد بالمؤسسة حيث يمكن مباشرته من أي مكان مما يبقي الموظف أو المدير على اطلاع دائم على كل مستجدات المؤسسة وهذا مايضمن تحسين التواصل بين الموظفين وبالتالي تحقيق التماغم والانسجام.[3]

[1] هشام المرسي، الانترنت وثورة الانترنت، مجلة المستقبل الإسلامي، عدد 72، فيفري 1998، ص 18.

[2] أحمد عبد القادر، تعرف على غرفة الإجتماعات السريعة، موقع البوابة العربية للأخبار التقنية، https://aitnews.com/2018/02/21، شوهد يوم 30فيفري 2018، على الساعة 14.15.

[3] حسن عادل، تسع تطبيقات تتيح إدارة أعمالك من خلال هاتفك، موقع ساسة بوست، https://www.sasapost.com/apps-formanagement، شوهد يوم 23جانفي2018، على الساعة 15.03

ب. تطبيق ايفرونتEvernote: و هو تطبيق مثالي لتدوين الملاحظات بين أعضاء الفريق وتتبع مسار التقدم في انجاز المشاريع، ويمكن مزامنة التطبيق مع الأجهزة التي تعمل بنظام تشغيل الاندرويد، الماك، الوينداوز، مما يتيح إمكانية تدوين الملاحظات على الهاتف ومراجعتها والدخول إليها عبر أجهزة الحاسب المحمول.[1]

سادسا: الحوسبة السحابية: بدأ استخدام مصطلح الحوسبة السحابية في أواخر الستينات من القرن الماضي، وقد استلهم هذا المصطلح من رمز السحابة الذي كان يتم استخدامه لتمثيل الانترنت، ويعد أول ظهور لمصطلح الحوسبة السحابية إلى عام 1997، بمحاضرة للعالم رام ناث شيلابا من جامعة تيكساس، والتي اقترح فيها أهمية وجود نمط الحوسبة يحده المنطق الاقتصادي بدلا من المنطق التقني بمفرده.[2]

والحوسبة السحابية هي كل التطبيقات التي يتم إيصالها كخدمات عبر الانترنت، والأجهزة وبرمجيات النظام بمراكز البيانات التي تقدم هذه الخدمات، وبمعنى أوضح تشير الى التطبيقات البرمجية من البيئة الخاصة إلى مراكز بيانات طرف خارجي وإتاحتها عبر شبكة الانترنت في كل وقت ومن أي مكان.[3]

وباختصار فإن الحوسبة السحابية هي تقنية تسمح للمستخدم (المؤسسة) بتخزين الملفات في سحابة افتراضية، ويمكن له الوصل إلى تلك الملفات في أي وقت وأي مكان عن طريق الانترنت.

*ايجابيات الحوسبة السحابية: للحوسبة السحابية الكثير من الميزات على المؤسسة الاقتصادية نذكر منها:

– تخفيض التكاليف: فليس هناك حاجة لشراء المعدات القوية والمكلفة لاستخدام الحوسبة السحابية، حيث تتم عمليات المعالجة وتشغيل التطبيقات في السحابة.

– أداء أفضل: وذلك لعدم الحاجة لتحميل برامج أو ملفات على الحواسيب، وبالتالي لا يتعرض المستخدم للتأخير نتيجة تشغيل الحواسيب أو إغلاقها، وبذلك تصبح الشبكة الداخلية أسرع بكثير نتيجة حدوث أي حركات مرورية داخلية.

– تخزين غير محدودة تقريبا: وحيث يمكن زيادة لسعة التخزينية في السحابة بأي وقت برسوم إضافية بسيطة.

انخفاض تكاليف البرمجيات: فليس هناك حاجة لشراء حزم برمجيات لكل حواسيب في المؤسسة.

[1] تشاك كوهن،تطبيقات مهمة في إدارة المشاريع وطرق استخدامها، موقع أعمال،https://www.forbesmiddleeast.com، شوهد يوم 11جانفي 2018، على الساعة 20.55.

[2] Chellapp, Internediaries in cloud computing, A New computing parsdigm, inform Dallas, Tx, 1997, pp 26-29.

[3] Buyya, Pandey, and Vecchiola, CloudbusToolhit for Market oriented cloud computing, 2009, pp 26-27.

– تكاليف صيانة أقل: وذلك أن الحوسبة السحابية تقنينا عن استخدام حواسيب والخوادم الكبيرة.

– استخدام الحاسوب الشخصي من أي مكان: إذ يمكن استخدام الحاسوب الشخصي على السحابة من أي مكان، وبالتالي توفر التطبيقات والوثائق الموجودة على السحابة والوصول إليها متى شئنا.[1]

سابعا: الأعمال الإلكترونية:E –Business

هو مصطلح شامل يصف الأسلوب الذي تستخدمه المؤسسة في مواكبة ومزاولة أعمالها باستخدام الاتصالات الالكترونية المعتمدة على الانترنت مع أصحاب المصالح الأساسيين من أجل تحقيق الأغراض والأهداف بكفاءة وفاعلية.

ويعرف على أنه: تصريف الأعمال على شبكة الانترنت ، ليس فط للشراء أو البيع بل كذلك تقديم الخدم ة للزبائن والتعاون مع الشكاء عبر الانترنت.[2]

اذا فالأعمال الإلكترونية في مفهومها الواسع هي فضاء أنشطة الاعمال التي تقوم بتكوين نسيج العلاقات والاتصالات بين جميع مكونات المؤسسة ومجالات أعمالها وأنشطتها الوظيفية، فضلا عن زبائن المؤسسة والمستفيدين من انشطتها، وذلك من خلال منظومة شبكية متكاملة للدعم وتقديم الخدمة وإنتاج المعلومات ذات القيمة المضافة في الوقت الحقيقي.

*مميزات الأعمال الالكترونية على المؤسسة الاقتصادية:

–سهولة اتخاذ القرار وذلك من خلال سهولة الحصول على المعلومات التي تعد العنصر الاساسي والمهم في القرارات السليمة.

– تحسين وتنظيم حركة الاتصالات داخل المؤسسة.

– تحسين ربط المؤسسة بمحيطها الخارجي.

–تحسين المركز التنافسي للمؤسسة.

–تخفيض التكاليف وتحسين أداء المؤسسة.

[1] رحاب فاير أحمد السيد، المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات، المجلد الخامس، العدد 2، 2013، ص.ص 25.24.

[2] RanaTassabehji،.Applying E-Commerce in Business، SAGE Publications، London، 2003، P، 05.

.4.2.الانترانت:

هي ببساطة تطبيق للأعراف والتقنيات التي توفرها الانترنت لكن على نطاق خاص بمؤسسة أو شركة، وتتميز بأنها تعطي مظهرا منتظما لقواعد بيانات العملاء بهدف بناء شبكات داخلية.

كما يمكن القول أنها التطبيق الفعلي لاستخدام تقنيات الانترنت والويب في الشبكة الداخلية للمؤسسة، بغرض رفع كفاءة العمل الإداري وتحسين آليات تشارك الموارد والمعلومات والاستفادة من تقنيات الحوسبة المشتركة.

وتتيح الانترانت للمسجلين فيها إمكانية الولوج للانترنت وفي المقابل لا يمكن لغير المسجلين فيها الولوج إليها، وتوفر الانترانت حماية لمحتوياتها عن طريق جدار النار File willsوعادة ما تحتوي على خدمات البريد الالكتروني، وتنظيم مساحات المناقشات، قائمة البيانات والمعلومات والخبرات، فهي باختصار وسيلة اتصال بين موظفي وأقسام المؤسسة ووسيلة لإنجاز الأعمال.[1]

1.2.4.خدمات الانترانت:

المشاركة في الملفات حيث تتيح للعاملين في المؤسسة إمكانية الحصول على المعلومات المرادة في أي لحظة ومتابعة المتغيرات التي تطرأ عليها أول في أول.

-نقل وتحويل الملفات، أي إمكانية نقل الملفات من قسم إلى آخر.

- المشاركة في التطبيقات: إذ أن المؤسسة ليست ملزمة بتنصيب التطبيقات في كل الحواسيب بل تكتفي بتنصيب البرامج في جهاز معين ويقوم العمال بمشاركة زملائهم هذه التطبيقات دون الحاجة إلى تنصيب نسخة إضافية.

-اعتماد أفضل على النظام في حالة حدوث عطل في جهاز معين فإن النظام لا يختل لأن باقي الأجهزة تقوم بالعمل والتغطية.[2] وبالإضافة إلى ذلك :

-إمداد العمال بالمعلومات المطلوبة أينما تواجدت.

-تقليل التكلفة.

لقد وجه البعض انتقادات لنظام الانترانت بعده عن الأطراف الخارجية، فنجاح أي مؤسسة لا يتسنى إلا لوجود علاقة دائمة مع محيطها الخارجي، (موزعين، عملاء..) وتبعا لهذه الانتقادات كان لابد لشبكة الانترانت أن

[1] عبد المالك دمان الذيابي، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، دار راتب الجامعية، بيروت، 2001، ص 62.

[2] نبيل محمد مرسي، التقنيات الحديثة للمعلومات، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2005، ص 156.

تتسع لتشمل أطراف خارجية، وبالفعل أصبحت هذه الشبكة مفتوحة على المحيط التي تتعامل معه هذه المؤسسة وأصبحت بالاكسترانت.

3.4.الاكسترانت:

تعد الاكسترانت ناتج تزاوج بين الانترنت والانترانت فهي شبكة انترانت مفتوحة على المحيط الخارجي للمؤسسة (المؤسسات المتعاون معها والتي لها علاقة بطبيعة نشاطها) إذ يمكن لشركاء عمل المؤسسة المرور عبر جدار النار والوصول إلى بيانات المؤسسة أو على الأقل جزء منها، وقد يكون هؤلاء شركاء عمل، موردين، موزعين، أو شركاء أو تجمعهم شراكة عمل في مؤسسة واحدة.[1]

وتستخدم الاكسترانت تقنيات الانترنت في ربط المسئولين داخل المؤسسة بأطراف خارجها ونظر لكون شبكة الاكسترانت شبكة خاصة فهي تتطلب كلمة سر حتى تتمكن من الدخول إليها والتعامل معها بغية حماية بياناتها.[2]

ويمكن القول أن الاكسترانت هي المشاركة بين الانترنت الخاصة بالشركة وشركائها التجاريين.[3]

.3.4أصناف الاكسترانت

تنقسم الاكسترانت من وجهة نظر الأعمال إلى ثلاث أصناف أساسية هي:

– شبكة اكسترانت التزويد: تربط هذه الشبكة مستودعات البضائع الرئيسية مع المستودعات الرئيسية بغرض تسيير العمل فيها أليا للحفاظ على قيمة ثابتة من البضائع في المستودعات الفرعية استناد لنقطة تحكم في المعروض، وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبيات بسبب عجز في المستودع.

– شبكة اكسترانت التوزيع: تمنح هذه الشبكة صلاحيات للمتعاملين مستندة إلى حجم تعاملاتهم وتقدم لهم خدمة الطلب الالكتروني، تسوية الحسابات مع التزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات وما إلى ذلك من خدمات أخرى.

–شبكة الاكسترنت التنافسية: هذا النوع من الشبكات يمنح المؤسسات الصغيرة والكبيرة فرصا متكافئة في مجال البيع والشراء مما يرفع من مستوى الخدمة ويعزز جودة الخدمات ويقضي على الاحتكار.[1]

[1] محمود الخالدي، التكنولوجيا الالكترونية، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007، ص 150.

[2] طارق طه، نظم المعلومات والحاسبات الآلية من منظور إداري معاصر، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008، ص 492.

[3] محمد الصالح حناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004، ص 162.

2.3.4..مزايا الاكسترنت:

وتتيح الاكسترانت مزايا للمؤسسة نذكر منها:

- أداة فعالة في زيادة فاعلية العمليات التشغيلية والصفقات.

- عامل مهم لتخفيض التكاليف من خلال تدفق المعلومات والسرعة في نقلها والمقدرة على توفير المرونة والعمق في عملية التزويد.

- ربط المؤسسة بمحيطها الخارجي وإبقائها على اطلاع دائم على مستجدات السوق.

جدول رقم(1) يبين العلاقة بين الانترنت والانترانت والإكسترانت

نوع الشبكة	المستخدمين	الوصول	نوع المعلومات
الانترنت	أي شخص عن طريق الهاتف أو شبكة العمل	عدد غير محدود من العامة، بدون قيود	عامة، شعبية، تسويقية
الانترانت	العاملون المرخص لهم فقط	خاص و مقيدو محظور على العاملين	خاصة بالمؤسسة و بما يرتبط بالعمل
الاكسترانت	مجموعات خاصة من شركاء العمل	خاص و محضور على شركاء العمل الرخص لهم	مشتركة بين مجموعات الشركاء

المصدر :خالد ممدوح إبراهيم، الإدارةالإلكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010 ص96.

4.4.الحاسوب:

يعتبر الحاسوب احد أكثر تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة استخداما وانتشار في المؤسسات المختلفة وذلك لأهميته وكذا لكونه أدم هذه التكنولوجيات ولوجا لعالم الأعمال والإدارة وكونه وسيلة ضرورية للاستفادة من أغلب باقي التكنولوجيات الأخرى كالإنترنت والانترانت وغيرها.

[1] ابراهيم بختي، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003، ص ص 24-25.

1.4.4.تعريف الحاسوب:

يعرف على انه جهاز الكتروني يأخذ البيانات كمدخلات ويتم تخزينها ومعالجتها وتنفيذها بحسب الأوامر الصادرة لتنفيذ مهام محددة ثم عرضها كمخرجات.[1]

ويعرف علىّ انه عبارة عن معالج بيانات بامكانه آداء حوسبة مقادير ضخمة بضمنها عمليات حسابية ومنطقية كثيرة دون تدخل الإنسان القائم بتشغيله خلال عملة التنفيذ.[2]

و يعتمد نظام تشغيل الحاسوب مثل النظم التكنولوجية الأخرى على وحدات إدخال ومعالجات ووحدات إخراج . ويتم إدخال المعلومات من خلال منفذ**Terminal** عن طريق استخدام شريط او قرص او استخدام لوحة مفاتيح تشبه الآلة الكاتبة , ويقوم الحاسب بالاستجابة والتعامل مع البيانات التي يتم إدخالها حسب نمط النظام ثم يتم إخراج البيانات من الحاسب بعد معالجتها بالطرق المرغوبة , ويمكن أن يكون هناك رجع صدى Feedbackمن جانب المستخدم نفسه او يتم رد الفعل بشكل أوتوماتيكي من خلال برامج التجهيزات المادية Hardware او برامج التجهيزات الفكرية، Software ويستخدم رجع الصدى لتعديل البيانات للحصول على النتائج المطلوبة.

2.4.4.مراحل تطور الحاسوب:

مر تطور الحاسوب بعدة مراحل نختصرها في الأجيال التالية:

الجيل الاول(1946-1958)

ابتكاره من قبل العالمان "جون موشلي" و "جولد شياتي" سمي الحاسب ومن بعدها انشات أول شركة لانتاج الحاسبات على المستوى التجاري باسم UNIVAC[3] " ENIAC وقد استخدمت هذه الحواسيب الصمامات المفرغة ومن خصائص هذا الجيل:

-استخدام الصمامات المفرغة ، وكانت درجات الحرارة العالية تؤد الى تغيير الصمامات كل يوم.

-حجم هذه الحواسيب كبيرا جدا، ووزنها ثقيل.

- سرعة العمليات بطيئة (20 ألف عملية في الثانية).

[1] محمد الديب الحسيني، الحاسبات الإلكترونية ومكينة المعلومات ،دار مفيس للطباعة ،القاهرة ،1970ص31

[2] حيدر شاكر البرنيجي، محمود حسن جمعة، مرجع سبق ذكره، ص96.

[3] محمد ديب الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص31.

- اعتمدت على لغة الآلة (النظام الثنائي) في كتابة البرامج ، وبالتالي كانت البرامج معقدة.

الجيل الثاني(1959-1965):

استبدلت الصمامات المفرغة بالترانزيستور، وكان أصغر حجما وأطول عمرا ومن خصائصه:

-حجم حواسيب أل من الجيل الأول.

-ارتفاع سرعة تنفيذ العمليات حيث بلغت مئات الآلاف في الثانية الواحدة.

-استخدام الأقراص المغناطيسية الصلبة.

الجيل الثالث (1965-1970):

ظهور الرقائق المتكاملة والمصنوعة من السيليكون ، ومن خصائص حواسيب هذا الجيل:

-أصبحت أقل حجما بكثير ، وانخفضت تكلفة إنتاج الحواسيب.

-أصبحت سرعة الحواسيب تقاس بعدد العمليات /النانو ثانية.

-ظهور الشاشات الملونة ، وأجهزة الطباعة الضوئية.

-تم إنتاج أجهزة إدخال وإخراج سريعة.[1]

الجيل الرابع(1971-1989):

ظهر هذا من الحاسبات بعد تطور الدوائر الإلكترونية المتكاملة بسرعة كبيرة وبعد تطويع المواد فوق الموصلة وأشباه الموصلات الحرارية[2](semiconductor)، ومن خصائص هذا الجيل:

-صغر الحجم وزيادة السرعة والدقة والموثوقية وسعة الذاكرة.

-أصبحت السرعة تقاس بملايين العمليات في الثانية.

---

[1] محمود علم الدين، مرجع سبق ذكره، ص59.

[2] Singieton .Log A Telecommunication in the Information age Cambridge – 2nd .Ed.BallingerPublishingCompany .1986.P.164

الجيل الخامس (1990 –الى يومنا هذا):

ويتمتع بصغر الحجم وسهولة التشغيل والربط من خلا وسائل الإتصال المختلفة Personal computer،ويطلق عليها الحاسبات الشخصية.

ومن خصائصها :

-زيادة هائلة في السرعة وعمليات التخزين.

-ظهور الذكاء الصناعي ولغات جد متطورة.

-حواسيب ذات قدرات كبيرة ، وتمتاز بدرجة عالية جدا من الدقة.[1]

5.تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية:

تأثرتكنولوجياالإعلام والاتصال تأثيرا كبيرا في المؤسسات الاقتصادية وتمس جوانب عديدة نذكر منها:

1.5.تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في العلاقة بين عمال المؤسسة:

تعد مهارات الافراد العاملين في المؤسسة من العناصر الاساسية لنجاح المؤسسة و هطا الامر يلزم ادارة المؤسسة بتوجيه اهتماماتها الى العمال و فهم حاجياتهم و رغباتهم ليكونوا راضين عن الاعمال التي ينجزونها، فلتكنولوجيا الاعلام و الاتصال الحديثة اثر في نوع المهارات و الخبرات التي يتطلبها الافراد الذين يشغلون الوظائف الجديدة اذ يشترط فيهم خبرات و مهارات للتمكن من التعامل مع التقنيات الجديدة وتشغيلها وصيانتها، ولتكنولوجيا الإعلام و الاتصال دور كبير في تنويع مهارات العاملين من خلال تزويدهم بإمكانات تحليلية من خلال نظم المعلومات.

كما أنها تلعب دور كبير في تحسين نوعية العلاقات بين أفراد المؤسسة و ذلك من خلال تسهيل عملية التواصل بينها و كذا تذليل العوائق الاتصالية المختلفة كالجغرافية و الإدارية و غيرها.[2]

[1] محمد الديب الحسيني، مرجع سبق ذكره، ص31.

[2] حيدر شاكر ، مرجع سبق ذكره، ص.325.326.

2.5.تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على الاتصال في المؤسسة:

إن خاصية السرعة في الأداء التي تتميز بها تكنولوجيا الإعلام والاتصال أدت في إحدى صورها الى تحسين الاتصال بين المستويات الادارية على شكل نقل البيانات والمعلومات ، سواءا كان ذلك داخل المؤسسة أو خارجها وكذلك حرية ممارسة ذلك الاتصال ، حيث تحتفظ الوسائط التقنية بسلامة المعلومات وسهولة انسيابها يسر ، حيث استطاعة المؤسسة عن طريق الحاسوب الاتصال بعدد من قواعد المعلومات ، داخل الإدارة أو خارجها ، للحصول على المعلومات التي تهمها ، ويتم ذلك خصوصا عن طريق الإنترنت ، الانترانت و الإكسترانت ، وما تتيحه هذه الشبكات من المشاركة في الوقت ، أو ما يطلق عليها بالمشاركة الزمنية، بمعنى أ، إمكانية الحصول على أجهزة الإدخالوالإخراج في الحاسوب المركزي متاحة لعدة أشخاص في الوقت نفسه.

3.5.تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في صناعة القرا:

صناعة القرار هي الاختيار القائم على أسس موضوعية لبديل واحد من بين بديلين أو أكثر، ويكون القرار هو البث أو التحديد لما يجب أن يتم وذلك لإنهاء وضع معين بصورة نهائية للحصول على نتيجة ملموسة بحل مشكلة موضوع القرار.[1]

فصناعة القرار هو الاختيار الامثل بين البدائل المتاحة ، بهدف جعل القرارات أكثر رشدا وعقلانية.

وتلعب المعلومات دوراً أساسياً و مهما في عملية صناعة القرارات و هذا سواء على المستوى الفردي أو الجماعي ف 90 % من مسببات نجاح القرار تعود إلى توافر المعلومة، فالعامل الأساس لاتخاذ القرارات الفعالة هو تدفق المعلومات بين المستويات الادارية وتكنلوجيا الاعلام والاتصال الحدثة تساعد في تبسيط الاجراءات وذلك من خلال تزويد المديرين والعمال من مختلف المستويات الإدارية بالمعلومات والبيانات اللازمة لاتخاذ القرارات الصحيحة فتكنولوجيا الاعلام والاتصال لها تأثير واحد في عملية صنع القرار وذلك من خلال:

-تسهيل تبادل المعلومات ونقل المعلومات.

- تسهيل الحصول على البيانات وتجميعها وتخزينها وكذا سهولة معالجة وتحليل البيانات والوصول إليها.

- تسهيل التشاور والمشاركة في صناعة القرار.

- الاستفادة من الخبرات في المواقع المتباعدة جغرافيا.[2]

[1] غنايم عمر والشرقاوي علي: تنظيم إدارة الأعمال الأسس والأصول العلمية، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان ،1977 ،ص130.

[2] محمود حسن الهواسي، حيدر شاكر، مرجع سبق ذكره، ص 322.

4.5.تأثير تكنولوجيا الإعلام ولاتصال على إنتاجية المؤسسة:

أكدت العديد من الدراسات والتقارير أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تؤثر تأثيرا مباشرا في نمو المؤسسات، خاصة عندما يرافق إدخالها إحداث تغيرات تنظيمية وإدارية ملائمة، فقد بنيت تلك الدراسات أن معدل الإنتاجية كان أعلى ما يمكن لدى المؤسسات التي استثمرت في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، إلا أن هذه الدراسة أظهرت أن هذا الاستثمار لابد أن يرافقه إعادة تأهيل لكل من النظام الإداري والتنظيمي القائم فيها وإلا لن ترافقه زيادة محسوسة في الإنتاج.فالاستفادة القصوى من تكنولوجيا الإعلام والاتصال تتحقق فقط عندما يرافقها استثمار في كل من الإستراتيجيات والهيكلة، وإذا كان الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وما يرافقها من تغييرا تنظيمية وإدارية، يحسن إنتاجية المؤسسات في قطاع ما، فإن الاستثمار في هذه التكنولوجيا على مستوى القطاع يظهر نمو أعلى في إنتاجيته بالنسبة للقطاعات الأخرى.[1]

5.5.تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على الأداء الوظيفي:

لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة أثر كبيرا في المؤسسة وذلك من خلال تأثيرها على تحسين أداء المؤسسة وهذا من خلال:

- زيادة قدرة المؤسسة على الإشراف على المشاريع في جميع أقسام وفروع المؤسسة.

- زيادة فاعلية المؤسسة في تحقيق أهدافها، وبخاصة طويلة الأجل والمتعلقة بالخطط الإستراتيجية ،فضلا عن قصيرة الأجل، من خلال استخدام شبكات العمل المحلية والعالمية وذلك من خلال زيادة فاعلية عملية صنع واتخاذ القرار وزيادة جودتها.

- زيادة فاعلية عملية الاتصالات الادارية داخل المؤسسة وخارجها ،فضلا عن تحسين التنسيق بين متلف المستويات الادارية داخل المؤسسة والتي تعمل على انجاز أهدافها.

- زيادة كفاءة المؤسسة في استغلال مواردها المختلفة لتوليد المخرجات المطلوبة ،وبأقل التكاليف وذلك من خلال أتمتة عملياتها وأنشطتها اعتمادا على تطبيقات الحاسوب وهو ما يساهم في تحسين نوعية المنتجات وتقليل التباين والتفاوت في مستوى الأداء.[2]

[1] آمال حاج عيسى، هواري معراج، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ورقة عمل قُدمت إلى الملتقى الوطني الأول حول "المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد" 22-23 أفريل 2003 كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة سعد دحلب البليدة، الجزائر.

[2] غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا مفاهيم و مداخل تقنيات تطبيقات عملية، دار المناهج للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص43.

خلاصة:

من خلال تطرقنا في هذا الفصل الى تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وأشكال استغلالها في المؤسسة الاقتصادية استنتجنا إن الاهتمام بهذه التكنولوجيا وتطبيقها في المؤسسة أصبح أمرا ضروريا نظرا لمساهمتها في زيادة الإنتاجية من خلال رفع الأداء العام للمؤسسة والعاملين فيها .

إن أهم مميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة التي تساعد على تحسين الأداء هي قدرة هذه الخيرة على تقليص عاملي الزمان والمكان وذلك من خلال إمكانية مباشرة الأعمال في أي مكان وأي وقت،بل وحتى إلغاء العامل المكاني من خلال الاعتماد على العالم الافتراضي والتحول إلى الاقتصاد الرقمي.

أتاحت التكنولوجيا للعاملين في المؤسسات الاقتصادية فرصة توفير الكثير من الوقت والجهد من خلال المرونة التي توفرها هذه الأخيرة، وكذا إمكانية تخزين البيانات وحفظها وتوفيرها في الوقت المناسب ،كما أنها تحسن من حركة الاتصالات في المؤسسة، الأمر الذي ينعكس على فعالية أداء النشاط وسهولته وإتاحة عدد لا نهائي من البدائل التي يتم توظيفها وفقا للظروف المختلفة.

الفصل الثالث: مدخل للأداء الوظيفي

تمهيد

1.محددات وعناصر الأداء الوظيفي

2.مكونات الأداء الوظيفي

3.أنواع الأداء الوظيفي

4.أهمية الأداء الوظيفي

5.تقييم الأداء الوظيفي

6.خطوات تحسين الأداء الوظيفي

خلاصة

تمهيد:

إن نجاح أي مؤسسة لا يكون دون وجود كفاءات ومهارات تدير المؤسسة، تتعاون وتتنافس فيما بينها لضمان بقاء واستمرارية المؤسسة وتحقيق أهدافها، ومع ذلك فإن الكفاءة والمهارة وحدهما لا يكفيان المؤسسة لتحقيق أهدافها وضمان البقاء والاستمرارية، بل يجب الاهتمام بهذه الكفاءات من خلال توفير كل الظروف التي تساعدها على الخلق والابداع والابتكار، وهذا ما ينعكس على الأداء العام للمؤسسة بالإيجاب من خلال تحسين أداء موظفيها،

وفي الآونة الأخيرة، تزايد الاهتمام بالأداء الوظيفي وذلك لما لهذا المجال من أهمية في مواجهة التحديات المعاصرة التي تواجها الكثير من المؤسسات مثل: حدة المنافسة، التطور التكنولوجي والتقنيات الجديدة. وذلك من خلال زيادة الكفاءة والفعالية وتقليل التكلفة و مواءمة الفرد مع متطلبات الوظيفة التي يشغلها، لكي يكون قادرا على التأقلم مع برامج العمل والطرق الحديثة، من أجل هذا كله ازداد اهتمام المؤسسات بالأداء الوظيفي حيث اتجهت هذه الأخيرة إلى زيادة الإنفاق في مجال الأداء الوظيفي و تحسينه.

1.محددات و عناصر الأداء الوظيفي:

تتشابه محددات وعناصر الأداء الوظيفي الى حد كبير، فهما يتقاطعان في كثير من النقاط ، ومع ذلك فان مفهومان مختلفان لذا سنتناول كل على حدى.

2.1.محددات الأداء الوظيفي:

يتطلب تحديد مستوى أداء الأفراد بالمؤسسات الاقتصادية أو الخدماتية للقيام بأعمال وأنشطة ومهام مختلفة، ويبرز معظم الباحثين محددات الأداء الوظيفي كالتالي:

أ. الجهد المبذول من طرف الفرد: وهو الذي يعكس درجة حماس الفرد لأداء عمله ووظيفته وذلك للوصول إلى أعلى معدلات عطائه في مجال عمله.[1]

ب. *قدرات الفرد وخبراته السابقة*: وتشير القدرات إلى خصائص الفرد الشخصية التي يستخدمها لأداء وظائفه ومهامه، وهي التي تحدد درجة فعالية الجهد المبذول.[2]

ج. مدى إدراكه لمتطلبات وظيفته: ويعني بها الاتجاه الذي يعتقد الفرد أنه من الضروري توجيه جهوده في العمل من خلاله والشعور بأهميته في الأداء، ويجب أن تتكون في مخيلته مجموعة من التطورات والانطباعات عن السلوك والأنشطة التي يتكون منها عمله وكذا عن الكيفية التي ينبغي أن يمارس بها دوره في المؤسسة.[3]

2.2.:عناصر الأداء الوظيفي:

من أهم عناصر الأداء الوظيفي ما يلي:

---

[1] يوسف حسن آدم بشير: أثر الرضا الوظيفي على أداء العاملين في مؤسسات التعليم العالي، بحث تكميل لنيل درجة الماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، 2015، ص30.

[2] عبد الكريم بن رزوق: الأداء الوظيفي/www.oujdacly.net/ national – artxle, 61706-01, html

مفتش في التوجيه التربوي، الأداء الوظيفي، 2018/02/04، 18:00.

[3] بلخيري سهام، عشيط حنان: أثر الرضا الوظيفي على أداء الموظفين في المؤسسات الجامعية، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص إدارة الأعمال الاستراتيجية، قسم علوم التسيير، معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2012، ص83.

1-المعرفة بمتطلبات الوظيفة: وتشمل المعارف العامة والمهارات الفنية والمهنية والخلفية العامة عن الوظيفة والمجالات المرتبطة بها.

2-نوعية العمل: وتتمثل في ما يدركه الفرد عن عمله الذي يقوم به وما يملكه من رغبة ومهارات فنية وقدرة على التنظيم.

3-كمية العمل المنجز: أي المقدار الذي يستطيع العامل إنجازه في الظروف العادية للعمل ومقدار سرعة الإنجاز.

4-المثابرة: وتشمل الجدية والتفاني في العمل وقدرة العامل على تحمل مسؤولية العمل وإنجاز الأعمال في أوقاتها المحددة ومدى حاجة هذا العمل للإرشاد والتوجيه من قبل المشرفين وتقديم نتائج عمله.

ويحدد هاينز Haynes ثلاثة عناصر للأداء وهي:

أ.الموظف: من حيث ما يمتلكه الموظف من معرفة ومهارات واهتمامات وقيم واتجاهات ودوافع.

ب.الوظيفة : من حيث ما تتصف به الوظيفة من متطلبات وتحديات، وما تقدمه من فرص عمل ، فيه تحد يحتوي على عنصر التغذية الاسترجاعية كجزء منه.

ج.الموقف: من حيث ما تتصف به البيئة التنظيمية، كمناخ العمل والإشراف ووفرة الموارد والأنظمة الإدارية والهيكل التنظيمي[1].

2. مكونات الأداء الوظيفي:

يتكون الأداء الوظيفي من مكونين أساسيين، الكفاءة والفعالية بمعنى المؤسسة التي تتميز بالأداء، تجمع بين الكفاءة والفعالية ولذلك فإنه من المفيد أن نعرض لكل من المفهومين بالتحليل على النحو الآتي:

أ.الفعالية :

ينظر الباحثون في علم التسيير إلى مصطلح الفعالية على أنه أداة من أدوات مراقبة التسيير في المؤسسة، وهذا من منطلق أن الفعالية هي معيار يعكس درجة الأهداف المسطرة، وتجدر الإشارة من جهة أخرى إلى أنه توجد إسهامات كثيرة مختلفة حاولت تحديد ماهية هذا المصطلح، فقد اعتبر المفكرون الكلاسيك الفعالية بمثابة الأرباح المحققة، ومن ثم تقاس فعالية المؤسسة بكمية الأرباح المحققة.[2]

[1] محمد الصالح بوطوطن، زديرة خمار: دور ثقافة المؤسسة في تحسين الأداء الوظيفي، مجلة الدراسات المالية، المحاسبية والإدارية، العدد الثاني، جامعة الجزائر، ص43-44.

[2] المنيف، إبراهيم عبد الله: الإدارة، المفاهيم الأسس والمهام، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، 1983، ص350.

-تعريف الفعالية حسب VineetPlauchel: ينظر هذا الكاتب إلى الفعالية على أنها: القدرة على تحقيق النشاط المرتقب، والوصول إلى النتائج المرتقبة.

-تعريف الفعالية حسب Waller et Ruibert: حسب وجهة نظر هذين الكاتبين في أن الفعالية ترتبط بالأهداف الإستراتيجية للمؤسسة، ومن ثم فالفعالية حسبهما تتجسد في قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها الإستراتيجية من نمو مبيعات وتعظيم حصتها السوقية مقارنة بالمنافسين.

إذ نستنتج مما سبق أن الفعالية تعني عمل الأشياء الصحيحة من وجهة نظر أفضل التفسيرات الممكنة لظروف التجارة وإمكانات الربح.[1]

ب.الكفاءة :

لا يوجد اتفاق محدد بين المهتمين على تعريف الكفاءة وسنعرض فيما يلي أهم التعريفات لمفهوم الكفاءة، فقد عرفها كل من ولبر وروكيرتس Wellber et Ruekerstzبأنها "قدرة المؤسسة ومعنى ذلك أنها تشير إلى العلاقة بين المدخلات والمخرجات وتقاس من خلال نسبة المخرجات إلى المدخلات"، أما الكفاءة حسب فنسنت vincent فهي" القدرة على القيام بالعمل المطلوب بأقل الإمكانيات، والنشاط الكفء هو الأقل كلفة".

حيث نستنتج من هذا التعريف أن الكفاءة: ترتبط بتحقيق ما هو مطلوب بشرط تدني المدخلات، أي استعمال مدخلات أقل.[2]

وتعرف الكفاءة بأنها أداء الأعمال بطريقة صحيحة وتشير الكفاءة إلى العلاقة بين الموارد والنتائج وترتبط بمسألة ما هو مقدار المدخلات من المواد الخام والأموال والناس اللازمة لتحقيق مستوى معين من المخرجات أو الهدف المنشود، وتعني الكفاءة تحقيق أعلى منفعة مقابل التكاليف، وأن تكون المنظمة كفء، يعني أن تحصل على أعلى ما يمكن من الهدف الذي تسعى إليه الإنتاجية لقياس الكفاءة.[3]

كما تعرف الكفاءة بأنها الاستخدام الأمثل للموارد المؤسساتية بأقل تكلفة ممكنة، دون حصول أي هدر يذكر.

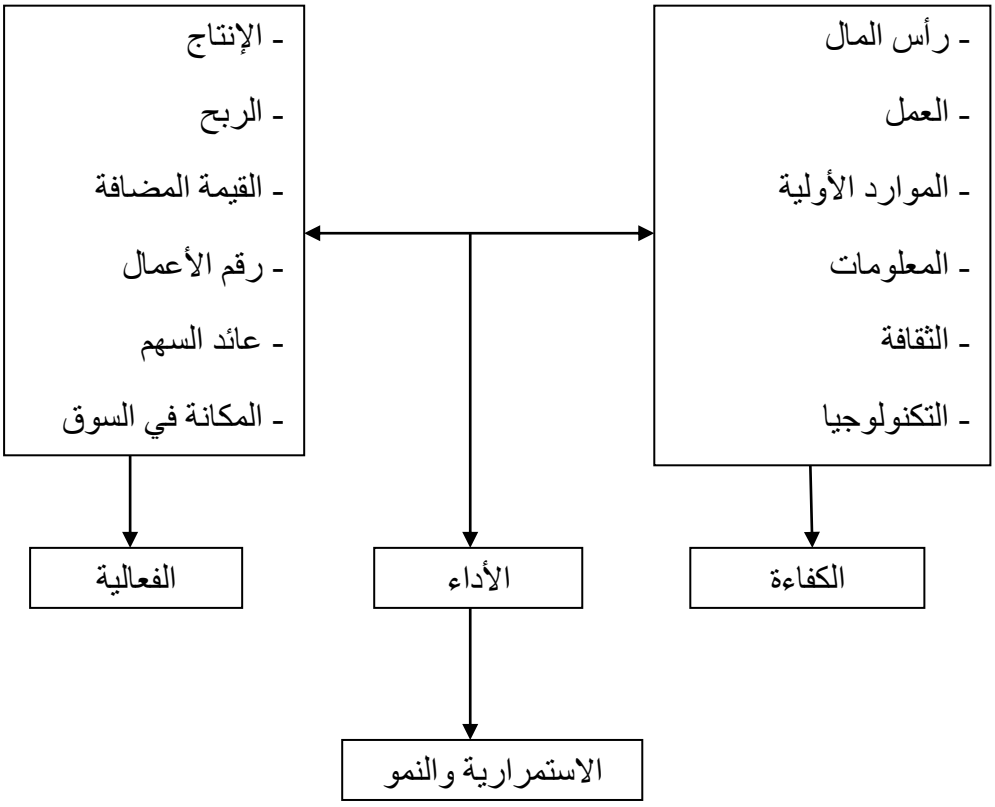
[1] إبراهيم محمد المحاسنة: إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، دار النشر والتوزيع، 2014،ص 109.

[2] إبراهيم محمد المحاسنة: المرجع نفسه ، ص110.

[3] المرجع نفسه، ص351.

نستنتج من التعريفات التي أوردناها سابقا أن الكفاءة تعني عمل الأشياء بطريقة صحيحة، كما أن جوهر الكفاءة يتمثل في تعظيم الناتج، وتدني التكاليف، بمعنى آخر يمكن تمثيل الكفاءة تمثيل الكفاءة بمعادلة يحتوي أحد طرفيها على بلوغ أقصى ناتج بتكاليف محدودة ومعينة، بينما يحتوي الطرف الآخر على بلوغ الحد المقرر من الناتج بأقل تكلفة، وتقاس الكفاءة عادة من خلال نسبة المخرجات إلى المدخلات.

الشكل "**1**":يمثل الأداء من منظور الكفاءة والفاعلية.



المصدر[1]: عبد المليك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفعالية، مفهوم وتقييم، ص88.

3.أنواع الأداء الوظيفي:

يمكن تقسيم الأداء الوظيفي إلى ثلاث معايير كالآتي:

1.3: حسب معيار المصدر: وينقسم أداء المؤسسة حسب هذا المعيار إلى:

[1]عبد المليك مزهودة: الأداء بين الكفاءة والفعالية، مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ص88.

1- الأداء الداخلي: هو الأداء المتأتي من قدرة المؤسسة على تسيير نشاطها من مواردها الضرورية والتي تتمثل في الموارد البشرية، المالية، المادية، تقنية.

2-الأداء الخارجي: هو الأداء الذي تحدثه التغيرات في المحيط الخارجي على المؤسسة هذه التغيرات تنعكس على الأداء سواء بالإيجاب أو بالسلب، كارتفاع رقم الأعمال نتيجة ارتفاع سعر البيع أو خروج أحد المنافسين، هذا النوع من الأداء يساعد على تحليل نتائج المؤسسة، وإذا كانت المتغيرات كمية يمكن قياسها[1] .

2.3.حسب معيار الشمولية: ويمكن تقسيم الأداء حسب هذا المعيار إلى:

1-الأداء الكلي: وهو الأداء الذي يتجسد في الإنجازات التي ساهمت كل الوظائف الأنظمة الفرعية للمؤسسات في تحقيقها، دون انفراد جزء أو عنصر، ومن خلال الأداء الكلي يمكن الحكم على مدى تحقيق المؤسسة وبلوغها إلى أهدافها الشاملة كالاستمرارية والنمو والربحية... الخ.

1-الأداء الجزئي: هو الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية للمؤسسة والوظائف الأساسية وينقسم بدوره إلى عدة أنواع باختلاف المعيار المعتمد لتقييم عناصر المؤسسة حيث يمكن أن تقسم حسب الوظائف إلى أداء وظيفته المالية، أداء وظيفة الإنتاج... الخ[2] .

3.3.حسب المعيار الوظيفي: يرتبط هذا المعيار وبشدة التنظيم لأنه يحدد الوظائف والنشاطات التي تمارسها المؤسسة أو حسب هذا المعيار ينقسم الأداء إلى ما يلي:

1-أداء الوظيفة المالية: يتمثل هذا الأداء في قدرة المؤسسة على بلوغ أهدافها المالية بأقل التكاليف الممكنة، فالأداء المالي يتجسد في قدر أنها على تحقيق التوازن المالي وتوفير السيولة اللازمة لتسديد ما عليها وتحقيق مردودية جيدة وتكاليف منخفضة.

2-أداء وظيفة الإنتاج: يتحقق إنتاج المؤسسة عندما تتمكن من تحقيق معدلات مرتفعة للإنتاجية مقارنة بمثلها ، أوبالنسبة للقطاع الذي ينتمي إليه.

[1] عبد المليك مزهودة،مرجع سبق ذكره،ص89
[2] عادل محمد زايد،إدارة الموارد البشرية رؤية استراتيجية،دار الكتب العربية،القاهرة،2003،ص86

3-أداء وظيفة الأفراد: وتتمثل أهمية أداء هذه الوظيفة في قدرة الموارد البشرية على تحريك الموارد وتوجيهها نحو هدف المؤسسة، فلكي تضمن المؤسسة بقائها يجب عليها أن توظف الأكفاء وذوي المهارات العالية وتسيرهم تسييرا فعالا .

4.3حساب معيار الطبيعة: يمكن تصنيف الأداء حسب هذا المعيار إلى:

1- الأداء الاقتصادي: يتم قياس الأداء الاقتصادي عادة باستخدام مقاييس الربحية بأنواعها المختلفة ويعتمد قياسه على السجلات ودفاتر المؤسسة، وكذلك ماتعده من قوائم وتقارير ومن ثم فإن أدوات تقييم الأداء الاقتصادي في تحليل المالي.

2-الأداء الاجتماعي: يعرج الأداء الاجتماعي لأي منظمة أساسا لتحقيق المسؤولية الاجتماعية مثلا،التعاون مع المشروعات الأخرى في ميادين متعددة مثل،تبادل الخبرات الفنية ...الخ .

4 .أهمية الأداء الوظيفي:

وتتمثل أهمية الأداء الوظيفي فيما يلي:

1-دعم أهمية الهدف الذي تسعى المنظمات والمؤسسات إلى تحقيقه، كما أن الأداء الوظيفي يساعد في الترجمة العملية لكل القرارات التي يتم اتخاذها على جميع المستويات في المؤسسة، وحتى يتحقق الأداء الفعال ينبغي أن يتصف الأداء بالجدية والنزاهة عند اتخاذ القرارات والابتعاد عن القرارات المزاجية كما أنه يعد مقياسا لقدرة الفرد على أداء عمله وبالتالي يساعد على اتخاذ قرارات النقل والترقية.

2-كما ترجع أهمية الأداء الوظيفي بالنسبة للمنظمة إلى الإسهام في القدرة الدائمة على تقديم نتائج إيجابية ومعنية على فترات، ودعم قائمة المهام الرئيسية الموكولة للإدارة بل يأتي في مقدمتها وأولاها بالاهتمام والعناية لتحقيق أهدافها، واستثمار القدرات لدى الفرد على العمل، والتي تتولد من التدريب واكتساب المهارات اللازمة لأداء عمله.[1]

[1]مؤيد سعيد سالم و آخرون،إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي،الكتاب العالمي،عمان،2009،ص103

5. تقييم الأداء الوظيفي:

1.5. أهمية تقييم الأداء الوظيفي:

لقد حظي موضوع تقييم أداء العاملين بأهمية واسعة في إطار الفعالية الإدارية بصورة عامة، إذ أن التقييم من شأنه أن يخلق الأجواء الإدارية القادرة على متابعة الأنشطة الجارية في المؤسسة والتحقق من مدى التزام الأفراد العاملين بإنجاز مسؤولياتهم وواجباتهم وفق معطيات العمل، وتتجلى هذه الأهمية من خلال ما يلي:

1-وضع نظام عادل للحوافز والمكافآت: إن التقييم العادل للأداء من شأنه أن يبين بوضوح مستوى الإنجاز الفعلي للعامل ومدى قدرته على تحقيق متطلبات وواجبات العمل بدقة، لذا فإن الحوافز والمكافآت التي تقوم لهؤلاء العاملين تعتمد الجهد الفعلي المبذول من قبلهم، ولذا فإن المكافآت المعطاة للعامل تستند على الجهد المنجز في تحقيق الأداء، وهذا ما يعزز لدى العاملين عدالة التوزيع للحوافز والمكافآت أو الحرمان منها وفق طبيعة وفلسفة المؤسسة بشأن الثواب والعقاب وأسس استخدامه.

2-إن التقييم السليم لأداء العاملين من شأنه أن يساهم في تحديد البرامج التدريبية التي يتطلبها تحسين وتطوير أداء العاملين في المؤسسة، إذا أن الاحتياجات التدريبية وتحديدها لا يتم عشوائيا وإنما يتركز على الحاجات الحقيقية التي يتطلبها تحسين أداء العاملين في المؤسسة.

3-إنجاز عمليات النقل والترقية: ساعد الإدارة العليا بمعرفة حقيقة الأفراد العاملين لديها من حيث المهارات والقرارات، إذ يساهم التقييم الموضوعي بمعرفة الفائض أو النقص لدى العاملين من ناحية ويمكن للإدارة بنقل أو ترقية الموظفين العاملين ذوي الكفاءات العلمية والعملية لمواقع أو مراكز وظيفته ينسجم مع قدراتهم وقابليتهم في الأداء، وهذا ما يجعل الإدارة العليا بالمؤسسة على دراية تامة بإمكانية النقل أو الترقية أو الاستغناء عن العاملين ذوي الكفاءات المتدنية في الأداء[1].

4-معرفة معوقات ومشاكل العمل : يساهم بتوفير الفرص المناسب لمعرفة الإدارة العليا بمكامن الخلل أو الضعف في اللوائح والسياسات والبرامج والإجراءات والتعليمات أي يكشف مكامن القوة والضعف في جميع العناصر الإنتاجية وبالتالي يمكن المؤسسة من تحسين أو تطوير قدرات هؤلاء الأفراد من خلال إجراءات التحسين والتغيرات

[1] خضير كاظم محمود ،ياسين كاسب الخرشة،إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي ،دم ن،2009،ص152.

المطلوبة بمختلف البرامج والسياسات والإجراءات والموازنات وغيرها من المتطلبات التي يمكن أن تكون رافدا أفعالا في تحقيق إنجاز العاملين بفاعلية وكفاءة عالية.

5-تحسين الأداء وتطويره : إن عملية التقييم بشكل فعال في تحسين الأداء وتطويره، إذ أن عملية التقييم تساعد الإدارة العليا في المؤسسة في معرفة وتحديد نقاط القوة والضعف لدى الأفراد العاملين لديها ثم أن هؤلاء الأفراد لابد من معرفة مستوى التقييم الدوري لهم من قبل الإدارة وهذا من شأنه أن يحفز الأفراد العاملين ويدعو كل منهم استثمار جوانب القوة في مساره الوظيفي وتطويره بالشكل الأفضل.[1]

2.5.:أهداف تقييم الأداء الوظيفي:

تعتبر عملية قياس أداء العاملين من أهم الأنشطة التي يجب أن تحتل مكان الصدارة في إدارة الموارد البشرية، وبالإمكان تناول الأهداف التي تحققها عملية تقييم الأداء وفق ثلاثة مستويات كالتالي:

أ-أهداف تقييم الأداء على مستوى المؤسسة :

من بين أهم الأهداف التي تسعى إدارة الموارد البشرية إلى تحقيقها على مستوى المؤسسة ما يلي:

1-خلق مناخ من الثقة والتعامل الأخلاقي عن طريق تأكيد الأسس العلمية في التقييم والموضوعية في إصدار الأحكام، ما يبعد عن المؤسسة احتمالات شكوى العاملين أو اتهامها بالمحاباة وتفضيل بعضهم على بعض، لاعتبارات شخصية، وليس لاعتبارات علمية أو موضوعية.

2-النهوض بمستوى العاملين من خلال استثمار قدراتهم الكامنة، وتوظيف طموحاتهم بأساليب تؤهلهم للتقدم، وكذلك تطوير من يحتاج منهم إلى تدريب أكثر.

3-وضع معدلات موضوعية لأداء العمل، من خلال دراسة تحليلية للعمل ومستلزماته.

تقييم برامج وأساليب إدارة الموارد البشرية، لأن عملية التقييم مقياس مباشر للحكم على مدى سلامة ونجاح الطرق المستخدمة في هذه الإدارة.[2]

[1] خضير كاظم محمود و آخرون ،مرجع سابق ذكره ، ص152

1محمد جاسم شعبان، محمد صالح الأبهج: إدارة الموارد البشرية في ظل استخدام الأساليب العلمية الحديثة، الجودة الشاملة، الهندسة، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص273.

ب-أهداف تقييم الأداء على مستوى المديرين:

لضمان نجاح عملية قيام المديرين والمشرفين بعملية تقييم أداء مرؤوسيهم لابد من تنمية مهاراتهم وقدراتهم في المجالات التالية:

1-التعرف على كيفية أداء الموظف بشكل علمي وموضوعي.

2-الارتفاع بمستوى العلاقات مع الموظفين، من خلال تهيئة الفرصة الكاملة لمناقشة مشاكل العمل مع أي منهم، الأمر الذي يقود في النهاية إلى أن تكون عملية التقييم وسيلة جيدة لزيادة التعرف بين المدير والموظف[1]

3-تنمية قدرات المدير في مجالات الإشراف والتوجيه واتخاذ القرارات الواقعية فيما يتعلق بالعاملين.

ج-أهداف تقييم الأداء على مستوى المرؤوسين:

من أبرز الأهداف التي يسعى المقيمون إلى تحقيقها بين العاملين بواسطة عملية تقييم الأداء ما يلي:

1-تعزيز حالة الشعور بالمسؤولية لدى المرؤوسين، من خلال توليد القناعة الكاملة لديهم بأن الجهود التي يبذلوها، في سبيل تحقيق أهداف المؤسسة، ستقع تحت عملية التقييم، الأمر الذي يجعلهم يجتهدون في العمل، ليفوزوا بالمكافآت ويجتنبوا العقوبات.

2-تسهم عملية تقييم الأداء في اقتراح مجموعة من الوسائل والطرق المناسبة لتطوير الموظفين وتطوير بيئتهم الوظيفية أيضا، بأساليب علمية بصورة مستمرة.[2]

3.5.طرق تقييم الأداء الوظيفي:

تتطلب عملية التقييم وجود معيار أو أساس يناسب إليه أداء العمال، ويقارن به كأساس للحكم عليه وهذا ما يسمى بمعدلات الأداء أو معايير الأداء الجيد وينبغي تحديد تلك المعايير ومعدلات قبل البدء بعملية التقييم، وذلك للاحتفاظ بموضوعية التقييم عن التميز.[3]

[1] إبراهيم محمد المحاسنة: مرجع سبق ذكره، ص64.

[2] محمد جاسم شعبان، محمد صالح الأبمج: مرجع سبق ذكره، ص274

[3] يوسف أبو الحاج: إدارة وتنمية الموارد البشرية، دار الكتاب العربي للنشر والتوزيع، دمشق، 2010، ص202.

ولعملية تقييم الأداء الوظيفي عدة طرق منها التقليدية وأخرى حديثة، وفيما يلي سنذكر بعض الطرق لعملية تقييم الأداء الوظيفي:

1-الطرق التقليدية لعملية تقييم الأداء الوظيفي: وهذه الطرق أكثر شيوعا واستخداما في المؤسسات، وهي بدورها تنطوي على مجموعة من الطرق نذكر منها:

1.طريقة الصفات والسمات والخصائصCharacteristic Method: وتتمثل هذه الطريقة في قياس الخصائص والسمات العامة للأفراد مثل الاستقلال، الإبداع والقيادة، وهذه السمات من المهم التعرف عليها نظرا لارتباطها بالأداء الوظيفي.[1]

وهذه الصفات يمكن ملاحظتها من قبل المدير في أداء العاملين من خلال صفات التعاون من الزملاء، الرؤساء والمرؤوسين، وكذلك التحلي بالمواعيد والوقت والسرعة والدقة في أداء العمل، الالتزام وتحمل المسؤولية، والقدرة على حل المشكلات.

تلجأ بعض المؤسسات لهذه الطريقة من خلال تطبيق الخطوات التالية:

أ.تحديد الصفات التي يمكن اعتمادها في تقييم أداء الموظف مثل: مستوى الأداء، وعلاقة الموظف برؤسائه، ومع زملائه، والمحافظة على الدوام الشخصي، وهكذا يتم اعتماد الصفات التي تراها الإدارة العليا ضرورة في إنجاز الأداء للعامل.[2]

وإعطاء كل صفة درجة معيارية تميزها عن الباقي وهذا ما يتضح في الشكل وإعطاء نقاط لكل درجة.

جدول رقم (2): نموذج صفات ومعايير التقييم للعاملين.

المقياس	ممتاز	جيد جدا	جيد	مقبول	ضعيف
نقاط التقييم	10	8	6	4	2
مستوى الأداء					
العلاقة مع رؤساءه في العمل					
العلاقة مع زملائه في العمل					

[1] يوسف أبو الحاج،إدارة و تنمية الموارد البشرية،دار الكاتب العربي للنشر و التوزيع،دمشق،2010،ص202

[2] سيد محمد جاد الرب، إدارة الموارد البشرية(مدخل استراتيجي لتعليم القدرات التنافسية)،دم ن، 2009،ص529.

العلاقة مع المراجعين	
تعمل المسؤولية	
المحافظة على اوقات الدوام الرسمي	
الدقة في انجاز العمل	
القدرة على اتخاذ القرار	
الانضباط في العمل	
المهارة الفنية	
روح المبادرة والابداع	
المقترحات والمساهمات التطويرية للعمل	
المجموع	

ب.بطلب من المقيم عادة تدوين الملاحظات التي يشعر بضرورة تدوينها أمام كل عنصر من العناصر التي اعتمدت في التقييم في المكان المخصص لها أسفل النموذج.

ج.يتم بعد ذلك جمع النقاط التي حصل عليها الفرد في نموذج التقييم النهائي لكي يصادر من خلالها لتحديد المستوى التقييمي للموظف تكون المعايير التقييمية كالتالي:

30 - 100 ممتاز.

80 - 89 جيد جدا

70 - 79 جيد

60 - 69 متوسط

50 - 59 مقبول

49 فأقل ضعيف

يقوم الفرد المقيم بكتابة اسمه وتوقيعه وتاريخ التقييم في أسفل النموذج للتوثيق والمقارنة لاحقا.[1]

مميزات الطريقة :

[1] المرجع نفسه، ص156.

- سهلة وبسيطة.

-تعتبر نموذج موحد.

عيوب الطريقة:

-تستند إلى التقدير الشخصي.

-تجبر القائم بعملية التقييم في تقديره "بمعنى اتجاه الرئيس على إعطاء تقدير مرتفع لشخص معين في جميع الصفات أو الخصائص نتيجة لامتيازه في خاصية معينة، مثال ذلك أن يعتقد الرئيس أن شخصا معينا يتميز في درجة مواظبته على الحضور في مواعيد العمل بلا تأخير وبالتالي يميل إلى إعطائه تقديرا معينا يتميز بالارتفاع في باقي الخصائص أو العكس، فقد يكون الشخص ضعيفا في ناحية من النواحي فيؤدي ذلك إلى أن يعطيه المدير تقديرا منخفضا في جميع الصفات، وهذا يعني أن المدير قد يعطي الشخص تقديرا من خلال معرفته بناحية معينة من نواحي الضعف أو القوة، وعلى ذلك نجد أن التقديرات التي يعطيها المدير لعدد من الصفات إنما هي في الواقع تكرار لنفس التقدير الذي حصل عليه الشخص بالنسبة لصفة أو خاصية معينة

2-الطرق الحديثة في تقييم الأداء الوظيفي:

1-طريقة الإدارة بالأهداف Management By Objective:

وتعتبر من أحدث الطرق إذ يضع أهداف المؤسسة الرؤساء والمرؤوسين والمختصين أي كل من يعمل بالمؤسسة، ويطلق على هذه الطريق أيضا "وضع الأهداف، الإدارة بالنتائج، إدارة الأداء، تخطيط العمل أو برامج المراجعة".[1]

تقوم هذه الطريقة على مجموعة من الخطوات تتمثل في:

1-قيام كل من الرؤساء والمرؤوسين بتحديد الأهداف وتوصيف دقيق للوظيفة.

2- اتفاق الرؤساء والمرؤوسين على الأهداف المحددة.

3-كتابة تقرير بعد الانتهاء من عملية التقييم والنتائج المتوصل لها في إطار الأهداف المتفق عليها.

ولوضع الأهداف يوجد مجموعة من المتطلبات الموضوعية نذكر منها:

1-أن تكون أهداف كمية قابلة للقياس ومرنة من أجل التعديل كلما تطلب الأمر ذلك.

2-أن تكون الأهداف موثوقة ومكتوبة بصورة واضحة وشفافة ولا تحتمل الغموض أو التأويل بتفسيرات مختلفة.

3-أن يتم جدولة الإنجاز وفق جدول زمني معين كان يكون فصل، شهر، سنة ...الخ.[1]

[1] خضير كاظم حمود، ياسين كاسب الخرشة: مرجع سبق ذكره، ص162.

من مزايا هذه الطريقة:

1-تفيد في زيادة إنتاجية المؤسسة.

2- يربط فعالية أداء العامل بأهداف المنظمة تحسن العلاقة وطريقة الاتصال بين الرئيس والمرؤوسين.

من عيوب هذه الطريقة:

1-يصعب تطبيقها على جميع أنواع الوظائف، لأن هناك وظائف من الصعب ربط أداء شاغليها بنتائج معينة.[2]

2- احتمالية تعرض الأهداف.

4.5.معايير تقييم الأداء الوظيفي :

اختلف الباحثون في تحديد هذه المعايير فمنهم من لجأ إلى تخصيص مجموعة معايير لكل مستوى إداري، ومنهم من قدم مجموعة معايير توصف بإمكانية تطبيقها على جميع الوظائف.

1-معايير كمية: وتعبر بشكل كمي عن عدد الوحدات المتوقع إنجازها من قبل الفرد أو الجماعة، وتشمل أيضا حجم الإنتاج الذي قام العامل بإنتاجه خلال فترة معينة وجودة ودرجة معرفته بتفاصيل العمل وإجراءاته.

2-معايير الجودة: تعبر عن مستويات الجودة المطلوب تحقيقها في السلعة أو الخدمة المقدمة أو العمل المنجز من حيث درجة الإتقان وجودة المنتج، لذلك يجب أن يتناسب مستوى الجودة مع الإمكانيات المتاحة.[3]

3-معايير سلوكية: وهي معايير غير مباشرة لأنها لا تحسن نواتج العمل [الأداء]، بل تمس الأسلوب والسلوك الذي تم الاعتماد عليه للتوصل إلى النواتج ويتمثل في عدم تجاوز عدد الغيابات المتاحة ومعيار حسن التعامل وعدم الدخول في مشاحنات وعدم الشكاوي.

4-معايير الصفات الشخصية: ونستخدم حين يتعذر الوصول إلى نواتج الأداء أو سلوك الأداء الوظيفي، ومعايير الصفات الشخصية هي أقل المعايير دقة لأنها لا تصف الأداء الوظيفي وإنما تصف صفات الشخص القائم بالأداء الوظيفي، وأنه إذا توافرت به صفات معينة فإن أداؤه من المحتمل أن يكون ممتازا، ومن أمثلة هذه الصفات الشخصية الذكاء، الانتباه، الجدارة دافعية العمل والاتزان والانفعالية.

5-معايير زمنية: وتمثل مقدار الوقت الذي يجب أن يتم من خلاله انجاز العمل أو إنتاج سلعة أو تقديم خدمة[4]

---

[1] خضير كاظم حمود ،،مرجع نفسه، ص163.

[2] محمد أحمد عبد النبي: إدارة الموارد البشرية، ط1، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، 2010، ص212.

[3] محمد الصيرفي، إدارة الموارد البشرية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص258

[4] بلهانية إلهام، بوترعة ابتسام: دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع الأداء الوظيفي، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 08 ماي 1945، الجزائر، 2015، ص89.

لذلك فإنه لابد من استخدام معايير متعددة لتقييم أداء العاملين، على أن تتوفر في هذه المعايير بعض الشروط المهمة منها:

1. الصدق: يقصد به إمكانية في تقييم وتحديد مكونات الأداء الوظيفي التي تساهم في فاعلية الأداء، فمعايير الأداء الصادقة هي تلك التي تخلو من القصور والتشويه.

2.الثبات: يعني أن تكون نتائج أعمال الفرد من خلال المقياس ثابتة عندما يكون، أداؤه ثابتا، أما عند الاختلاف نتائج المقياس باختلاف درجات ومستويات أدائه، وإن كان ذلك ليس قصورا فيه وإنما حالة طبيعية.

3. التمييز: إمكانية المقياس على تمييز الجهود والأداء شكل واضح يوفر لمتخذي القرار فرصة في إصدار القرارات الخاصة بالتحفيز أو التدريب والتحسين والتطوير.

4.القبول :المعيار المقبول هو المعيار الذي يشير إلى العدالة ويعكس الأداء الفعلي للأفراد، ومن الممكن القول بأنه يتم تحديد المعيار، إما وفق السلوكيات التي يمارسها الأفراد أو على النتائج المنجزة من قبلهم.[1]

5.5.الجهة المسؤولة عن تقييم الأداء الوظيفي:

1- الرئيس المباشر: الشائع أن مسؤولية التقييم تقع على عاتق الرئيس المباشر، فقد أشارت الدراسات أن 89% من برامج التقييم تنفذ من قبل الرئيس المباشر وهذا مبني على الفرضية القائلة بأن الرئيس المباشر هو أقدر الناس على ملاحظة سلوك مرؤوسيه وتقييمهم بحكم الاتصال المباشر والمستمر بهم، ولقد وجهت الانتقادات إلى دور الرئيس في عملية التقييم لأن ذلك يعطيه سلطة مطلقة في الحكم على مرؤوسيه من جهة ومن جهة أخرى فإن الرئيس يجهل بعض الأنماط السلوكية عن مرؤوسيه والتي قد تكون أكثر وضوحا لدى زملائه، لذا يلجأ إلى هذه الطريقة خاصة في المخطط الأكثر مهنية.[2]

2-تقييم الزملاء للموظف: حيث يقوم زملاء الموظف العاملون بنفس المستوى الإداري بتقييم عمله، ويكون هذا الشكل من التقييم أكثر موضوعية.[3]

3-التقييم الذاتي: إن الذي يقوم بالتقييم وقياس الأداء هنا هو الفرد نفسه الذي يخضع للتقييم خاصة إذا كان الفرد قد سبق واشترك في تحديد الأهداف الممكن تحقيقها، وإن الغاية من اختيار الفرد نفسه ليقوم بالقياس هو أنه أدرى الناس جميعا بحقيقة أدائه، ويتميز هذا الأسلوب في أنه ينمي المقدرة لدى الأفراد بالاعتماد على النفس ويساعدهم في تطوير أدائهم الذاتي وزيادة خبرتهم في العمل، وفهمهم له، إلا أنه لا يؤخذ عليه لأنه لا يوفر

[1] سهيلة محمد عباس: إدارة الموارد البشرية مدخل استراتيجي، ط2، دار وائل للنشر، 2006، ص.ص141-142

[2] منير نوري، فريد كورتل: إدارة الموارد البشرية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، د.ت، ص.ص324.325.

[3] موسى اللوزي: أسس العلاقة العامة، المفاهيم والأسس، ط1، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، 2010، ص173.

الموضوعية الكافية في القياس والتقييم، فاستخدام الفرد الخاضع للقياس لتقييم نفسه يتطلب وعيا وموضوعية اللذان لا يتوفران لدى جميع العاملين.[1]

4-العملاء: في ضوء استمرار توسع المؤسسات ونموها، أصبح من الأمور الأساسية الحيوية أن تحرص كل مؤسسة على إرضاء، بل وإبهاج عملائها، وبذا تصاعد دور العامل الذي يتفاعل مباشرة مع الزبائن، وهذا يمكن أن يكون العميل مصدر معلومات هام في توفير معلومات هامة ومفيدة حول أداء العامل الذي يقوم بتقديم الخدمة للعميل، وأن تقييم العميل للعامل يسهم في تحقيق أهداف المنظمة.

ومن سلبيات هذا التقييم أنه من الصعب الحصول على عينة عادلة، فغالبا العملاء الذين يقومون بتعبئة استبانة التقييم هم من الذين، يكونون راضيين عن الخدمة.[2]

5-التقييم من قبل الخبراء: هناك مؤسسات تستعين بأطراف خارجية مستقلة، كمكتب استشارات متخصص ليجري التقييم للفرد، غالبا ما يستخدم هذا الأسلوب لتقييم أحد أعضاء الإدارة العليا الذي قد يكون مرشحا لوظيفة أعلى وإذا كانت هناك تقييمات متناقضة له، في هذه الحالة قد تعهد المنظمة بالعملية إلى بيت استشارة خارجي تتعامل معه ليقوم بالعملية.[3]

6-تقييم ذو 360° درجة: هو نظام لقياس الأداء يستند إلى الحصول على معلومات مفيدة من مصادر مختلفة(المدير، الرئيس، المرؤوسين، العامل نفسه، الزبائن) أن لكل مصدر إيجابياته وسلبياته، وأنه لا يمكن الاعتماد على مصدر واحد فقط، بل لابد من الاعتماد على جميع المصادر السابقة ويطلق على هذا الأسلوب تقييم الأداء ذو 360°.

وهناك اهتمام متزايد باستخدامه من قبل المنظمات الأمريكية، وذلك لاهتمامها بشكل رئيس في تشجيع تطوير القيادات، حيث أن تزويد المديرين بالتغذية الراجعة من جانب مرؤوسيهم، وزملائهم، وزبائنهم يجب أن يحث على تغيير السلوك.[4]

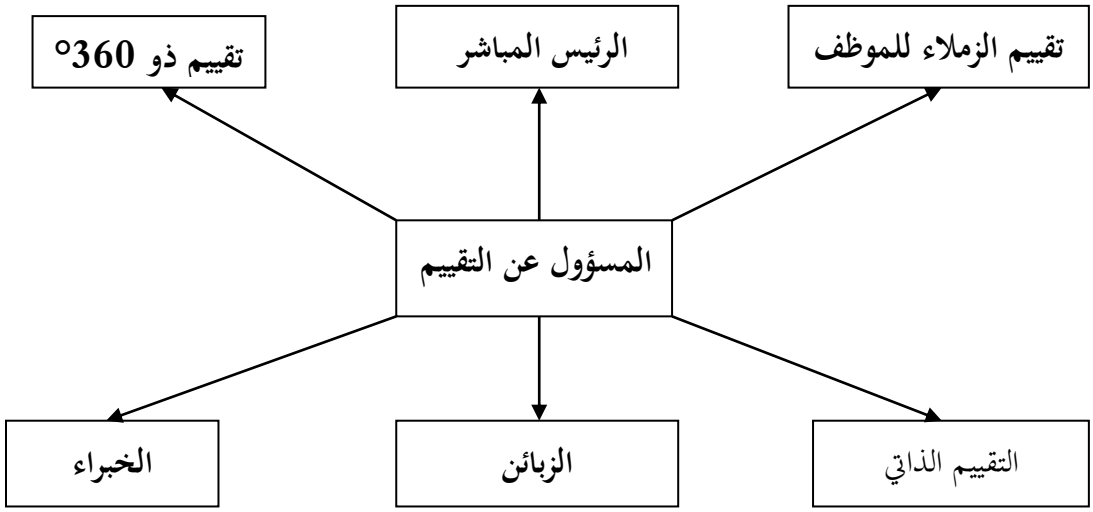
[1] كامل خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور، الخصائص، النظريات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2011، ص104.

[2] حسين مريم، إدارة الموارد البشرية (إطار شامل)، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2017، ص277-278.

[3] ماهر أحمد: إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007، ص414.

[4] حسين مريم، مرجع سابق، 278.

الشكل رقم (02): الجهة المسئولة عن تقييم الأداء الوظيفي



6.5.صعوبات تقييم الاداء الوظيفي:

سواء كان التقييم قد تم بطريقة التقارير أو بطريقة الأهداف، أو أي من الطرق الأخرى الواردة سلفا، فإن ممارسة هذه العملية في أغلب المنظمات تصاحبها مشاكل معقدة وتواجهها صعوبات، وقد تنتج عنها آثار سلبية عديدة نذكر منها:

1-التحيز والمحاباة: ينشأ هنا الخطأ حينها يقوم المقيم بالتحيز مع أو ضد الشخص الذي يقوم بتقييم أدائه بسبب القرابة أو الصداقة أو الجنس أو غيرها، ويقوم بإعطاء تقدير أعلى أو دون ما يستحق الشخص فعليا.

2- الميل إلى اللين أو التشدد في التقييم: في حالة أن المقيم يميل إلى اللين فإنه يتجه إلى إعطاء جميع العاملين تقديرات عالية، أما الميل إلى التشدد، فيكون عكس الميل إلى اللين، فيعطي المقيم تقديرات متوسطة حتى للممتازين في عملهم.[1]

3- خطأ الحداثة: إن معظم هوايات قياس الأداء كتم في فترة زمنية سابقة، بمعدل ستة أشهر أو سنة، ولذلك يجب أن يمثل هذا التقييم متوسعا أو حقيقة سلوك الفرد خلال تلك الفترة، لكن الذي يحدث هو أن يتم التقييم لما يمكن أن يتم تذكره بسهولة، أي تقييم السلوك الحديث للفرد، لكن ذلك لا يمثل سلوك الشخص خلال الفترة كلها التي يتم التقييم عنها، خاصة إذا كان العامل مدركا للتاريخ الذي سيتم فيه عملية التقييم.

[1] مصطفى نجيب شاويش إدارة الموارد البشرية (إدارة الأفراد)،دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2005، ص109

4-تعدد جهات التقييم: وقد يخفف التعدد التحيز ولا يخفيه وذلك من خلال قيام كل من له علاقة بالعمل والعامل بالتقييم، بملأ نموذج تقييم العامل، بشكل منفرد، وقد يتم عقد لقاء جماعي للمشتركين بالتقييم، للتأكد من جميع عناصر التقييم، حيث يتم الاستماع إلى وجهات النظر، وقد تتاح هنا المراجعة للمقيمين مراجعة تقديراتهم تحقيق للعدالة والموضوعية، حيث يفترض أن تعد والقياسات فيه ضمان للدقة والمصداقية

6.خطوات تحسين الأداء الوظيفي:

إن عملية تحسين الأداء تتطلب نظرة شمولية تبدأ من الجذور، وهذا أمر بديهي لأنك إذا قمت بمعالجة ظواهر المشكلة وقشورها الخارجية فستظهر من جديد، على الرغم من أهمية التعليم والتدريب لزيادة الإنتاجية، إلا أنه يبقى جزءا من المطلوب، لأن الصورة تتكامل عندما نركز على كل الموارد الممكنة لتحسين الأداء، وإن عملية تحسين الأداء ذاتها تعتبر نوعا من أنواع التعليم المستمر، وبالتالي توفير مخزون مهاري محترف في المؤسسة وأصبح يحكم على نجاح المؤسسة بمدى اهتمامها بقدرات موظفيها وكفاءاتهم وحسن أدائهم لأعمالهم، وكيفية استثمار رأس المال البشري لذلك تسعى كل مؤسسة إلى تحسين أدائها الوظيفي وذلك من خلال الخطوات التالية:

1-تحليل الأداء: ويرتبط بعملية تحليل الأداء مفهومين في تحليل بيئة العمل وهما:

أ.تحليل الوضع المرغوب: ويصف الإمكانيات والقدرات المتاحة في بيئة العمل واللازمة لتحقيق استراتيجية وأهداف المؤسسة.

ب.تحليل الوضع الحالي أو الفعلي: يصف مستوى أداء العمل والقدرات المتاحة كما هي موجودة فعليا.

وينتج عن هذين المفهومين إدراك الفجوة في الأداء، ومن خلالها يمكن إدراك المشاكل المتعلقة بالأداء والعمل على إيجاد الحلول لها ومحاولة توقع المشاكل التي قد تحدث مستقبلا.[1]

2-البحث عن جذور المسببات:

يجب عند تحليل أي مشكلة أن تبدأ من جذورها، وهنا نبدأ بالسؤال لماذا توجد هذه الفجوة في الأداء الوظيفي؟ والبدء بجمع المعلومات الممكنة لتحديد وتعريف سبب ضعف الأداء الوظيفي قبل اختيار وسيلة المعالجة. ويمكن اعتبار العناصر التالية من أسباب ضعف الأداء:

- قلة التغذية الراجعة عن الأداء.
- ضعف في التحفيز.
-ضعف في المعرفة والمهارات.

[1] مصطفى يوسف: إدارة الأداء، دار النشر والتوزيع، عمان، 2016، ص16

خلاصة :

بعد مناقشتنا في هذا الفصل للأداء الوظيفي و تقييم الأداء، من عدة جوانب شملت مفهومه والعناصر المرتبطة به، محدداته و مكوناته، أهميته و أنواعه، و طرق تقييم الأداء الوظيفي و أهدافه، و طرق تحسينه و أهمية تقييمه.

لذا يمكن أن نقول بأن تقييم الأداء أصبح ضرورة من ضروريات المؤسسات المتطورة و التي تستعمل التقنيات الحديثة لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال، للرفع و تحسين الأداء و كفاءة المؤسسة و إنتاجيتها، فالأداء الوظيفي يكون هو الأساس لتقييم الأفراد بالمؤسسات و تطويرهم و زيادة فعاليتهم،و ذلك لتحقيق أهداف المؤسسة و زيادة إنتاجيتها في مختلف المجالات و لما لا تحقيق الريادة ، لذا يعد تقييم الأداء المؤشر لنجاح سياسات المؤسسة و يعتبر وسيلة الإدارة و الموظف للتعرف على نقاط القوة لتعزيزها ، و نقاط الضعف لتطويرها .

الفصل الرابع: ماهية المؤسسة الاقتصادية

تمهيد

1. خصائص المؤسسة الاقتصادية
2. أهمية وأهداف المؤسسة الاقتصادية
3. وظائف المؤسسة الاقتصادية
4. أنواع المؤسسات الاقتصادية
5. محيط المؤسسة الاقتصادية
6. مراحل تطور المؤسسية الاقتصادية الجزائرية

خلاصة

مقدمة:

تعتبر المؤسسة الاقتصادية من أهم أعمدة بناء المجتمع الاقتصادي والاقتصاد ككل، والذي يعتبر الدعامة الأولى لأي دولة.

وباعتبار المؤسسة الاقتصادية نظام مستقل ماليا في إطار القانون وخلية اجتماعية بعين المجتمع، تهدف إلى تحقيق الربح وتلبية متطلبات المجتمع وحاجاته، وهذا من خلال غايتها إما الإنتاج أو تبادل سلع وخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين من أجل التنمية الملائمة، وهذا طبعا ضمن شروط اقتصادية متبعة ومختلفة باختلاف المكان والزمان وتبعا للحجم والنشاط والمكانة التي تشغلها.

وهذا ماجعلنا ندرس في هذا الفصل كل من الخصائص، الأهمية والأهداف، أنواع المؤسسة الاقتصادية، تطور المؤسسة الاقتصادية، ومحيطها الداخلي والخارجي

1.خصائص المؤسسة الاقتصادية:

تتميز أي مؤسسة ذات طابع اقتصادي بمجموعة من الخصائص نذكر من

01- أي مؤسسة اقتصادية لها أهداف واضحة ودقيقة.

02- المؤسسة الاقتصادية شخصية قانونية مستقلة من حيث امتلاكها للحقوق و الصلاحيات أو من حيث واجباتها ومسؤولياتها.

03- المؤسسة خلية اجتماعية، باعتبارها تتكون من مجموعة من الأفراد تربط بينهم علاقات عمل، واجتماعية من خلال تشغيلها لمجموعة من العمال فهي تقوم إذا بوظيفة اجتماعية تكمن في سد بعض حاجات العمل، مثل: مستوى الأجور، الترفيه و التكوين....الخ.

04- الأسلوب الخاص: فكل مؤسسة لها أسلوب خاص بعملها يميزها عن باقي المؤسسات.

05- قدرة المؤسسة على الإنتاج و الأداء المستمر للوظيفة التي وجدت من أجلها.

06- قدرتها على البقاء و الاستمرارية وتخطي الصعوبات التي تواجهها.

07- يجب أن يشتمل اصطلاح المؤسسة بالضرورة على فكرة زوال المؤسسة إذا ضعف مبررا وجودها وتضاءلت كفاءتها.[1]

08- الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ومعالجتها وتحويلها إلى معلومات موثوقة.

09- مواكبة التطور.

10- الميزة التنافسية و الابتكار.[2]

11- ضمان الموارد المالية لكي تستمر عملياتها يكون ذلك إما عن طريق الاعتمادات و إما عن طريق الإيرادات الكلية، و عن طريق القروض أو جمع بين هذه العناصر كلها أو بعضها حسب الظروف.

[1] عمر صخري،اقتصاد المؤسسة، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص ص 25-26.

[2] عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دت، ص 30.

2.أهمية وأهداف المؤسسة الاقتصادية:

للمؤسسة الاقتصادية أهمية بالغة حيث تنبع هذه الأهمية من عدت معطيات لعل أهمها هو أهدافها. وفيمايلي ذكر بالتفصيل كل من الأهمية والأهداف.

2-1- أهمية المؤسسة الاقتصادية:

للمؤسسة الاقتصادية أهمية بالغة ز المتمثلة في مايلي:

01- حيز مكاني يضم مختلف الموارد البشرية في ظل أسس و قوانين التواصل.[1]

02- تعزيز الاستثمارات من خلال العديد من المشاريع والاستراتيجيات واستخدام تقنيات جديدة.

03- التعريف بالمنتجات المحلية.

04- توفير مناصب شغل، وبالتالي إعطاء مناصب شغل والإنقاص من البطالة و القضاء على بعض الآفات التي تنجم عنها مثل المخدرات و السرقة...

05- المؤسسة الاقتصادية تعتبر محطات إنتاج الحاضر والمستقبل فهي تعتمد على أفكار وإبداعات الأفراد وتنتج سلع وخدمات ومشاريع مختلفة كما أن لها انعكاسات على الحاضر والمستقبل. [2]

06- توفير المعدات والآلات التي تتيح وسائل الإنتاج و تجدد ذاتها كذلك بالإضافة للوسائل المادية والبشرية وترتبط العملية الإنتاجية بصفة عامة بالأسلوب أو الطريقة الفنية المستعملة.[3]

2-2- أهداف المؤسسة الاقتصادية:

تكمن أهداف المؤسسة الاقتصادية في النقاط التالية:

01- الاستقلال الاقتصادي.

02- تحقيق التكامل الاقتصادي على المستوى المحلي.

---

[1] المرجع نفسه، ص28.

[2] حسن إبراهيم بلوط، المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2005، ص 20.

[3] سعيد أوكيل، فنيات المحاسبة التحليلية، دار الأفاق للنشر والتوزيع، الجزائر، ص ص 4-5.

03- التأمين للعمال وتحسين مستوى معيشتهم من خلال الأجور.

04- توفير حاجات ومتطلبات المجتمع.

05- تحقيق الربح الذي يعتبر مبرر أساسي لوجودها لأنه يسمح لها بتعزيز طاقاتها التمويلية الذاتية،[1] فالربح يعتبر من بين المعايير الأساسية في صحة المؤسسة اقتصاديا ويضمن استمرارها، ولا يمكن أن تتم إلا إذا استطاعت أن تحقق مستوى أدنى من الربح يضمن لها إمكانية رفع رأس مالها وبالتالي توسيع نشاطها حيث يستعمل الربح في تسديد الديون، وتوزيع الأرباح على الشركات وتغطية خسائر مفاجئة.[2]

06-تحقيق منافع اقتصادية، وذلك من خلال خدمة الجمهور المستهدف من المؤسسات في شكل منتجات أي خدمة المجتمع بشكل اقتصادي.[3]

07- ضمان المؤسسة نصيبها من السلعة في السوق وذلك عن طريق دراسة أذواق المستهلكين وميولاتهم ودراسة شاملة للسوق.[4]

08- ضمان مستوى مقبول من الحوار حيث يعتبر العامل العنصر الحيوي و الحي في المؤسسة الاقتصادية، ومقابل ذلك فهم يتقاضون أجورا ويعتبر هذا المقابل حقا مضمونا وشرعا وعرفا إلا أن حجم هذه الأجور تتراوح بين الانخفاض والارتفاع حسب طبيعة المؤسسة الاقتصادية.

09- تعتبر المؤسسة الإقتصادية أداة في يد السلطة للتأثير على اقتصاد المواطن وهي تعتبر عن سيادة الدولة.[5]

10- تقليل الصادرات من المواد الأولية والحد من الواردات.[6]

11- توفير اليد العاملة، وبالتالي القضاء البطالة.

[1] ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر، 1998، ص 9.

[2] المرجع نفسه، ص 19.

[3] أحمد ماهر وآخرون، الإدارة (المبادئ والمهارات)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002، ص 137.

[4] محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، ط5، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، 1995، ص 50.

[5] ناصر دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص 20.

[6] عمر صخري، مرجع سبق ذكره، ص 32.

3.وظائف المؤسسة الاقتصادية:

تقوم المؤسسة الاقتصادية على عدة وظائف نذكر منها:

- الوظيفة المالية: لا يمكن لأي مؤسسة أن تقوم بنشاطها دون توفر المال لديها لتمويل، وتعرف الوظيفة المالية على أنها مجموعة من المهام والعمليات، التي تسعى في مجموعها إلى البحث عن الأموال في مصادرها الممكنة بالنسبة للمؤسسة، بعد تحديد الحاجات التي تريدها من الأموال من خلال برامجها وخططها الاستثمارية.[1]

- الوظيفة الإنتاجية: وهي عبارة عن نشاط منظم وموجه لاستخدام الموارد المتاحة، وذلك حتى تشبع حاجات المستهلك ومن مهامها: القيام بأعمال الصيانة، تخطيط الإنتاج، ومتابعة برامجه والقيام بالأبحاث والتصاميم للمنتجات.[2] وكذلك تهتم بالتنظيم الداخلي وما يحتويه من وضع للآلات وترتيبها بشكل يتناسب والعملية الإنتاجية.[3]

فالوظيفة الإنتاجية تعتبر المبرر لوجود المؤسسة و الحافز على استمرارها وبقاءها.[4]

–الوظيفة الإدارية: من وظائف الإدارة وضع أهداف المؤسسة، فأي مؤسسة لها أهداف تسعى لتحقيقها، وهذا يتحقق من خلال الوظيفة الإدارية، وتتمثل الوظائف الإدارية أيضا في المحاسبة التموين، التخطيط، التنظيم والتوجيه، الرقابة، المالية، والعمل على التنسيق الأمثل بين مختلف المستويات وهذا مايضمن لها النجاح.

–وظيفة الموارد البشرية: والتي تعرف على أنها مجموعة النشاطات المتعلقة بحصول المؤسسة على احتياجاتها من الموارد البشرية، وتطويرها وتحفيزها والحفاظ عليها بما يمكن من تحقيق الأهداف بأعلى مستويات الكفاءة والفعالية.[5]

–وظيفة البحث والتنمية: أصبحت المنافسة الدولية واكتساب المعرفة التكنولوجية من الضروريات الملحة لمواكبة التحولات العالمية الجديدة، إلى جانب هذا يركز الكثير من الدارسين على نشر المنتجات، ودراسة التطور العلمي، والتنمية والاختراع وتداول المعلومات.

[1] ناصري دادي عدوان، مرجع سبق ذكره، ص 263.

[2] علي الشرقاوي، إدارة النشاط الاجتماعي، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2000، ص 18.

[3] عبد المجيد عيدة، الأصول العلمية للإدارة و التنظيم، ط7، دار الاتحاد العربي، 1972، ص 119

[4] سعاد نائف برنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة، دار وائل للنشر، الأردن، 2005، ص 226.

[5] جمال الدين محمد المرسي، الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص36.

-وظيفة التسويق: يعرف التسويق على أنه مجموع العمليات والمجهودات التي تبذلها المؤسسة من أجل معرفة أكثر لمتطلبات السوق، وما يجب انجازه في مجال مواصفات المنتوج الشكلية والتقنية حتى نستجيب أكثر لهذه المتطلبات من جهة، وكل ما يبذل من جهود في عملية ترويج وتوفير المنتوج للمستهلك في الوقت المناسب وبالطريقة الملائمة حتى تبيع أكبر كمية ممكنة منه وبأسعار ملائمة تحقق أكثر إرباحا لها.[1]

-وظيفة التموين: التموين كمجموعة من المهام والعمليات، يعني العمل على توفير مختلف عناصر المخزون المحصل عليها من خارج المؤسسة، بكميات وتكاليف ونوعيات مناسبة طبقا لبرامج وخطط المؤسسة.[2]

-الوظيفة التجارية: وتقوم من خلال تزويد المؤسسة بكل ما يتعلق بالعملية الإنتاجية، وهذا من خلال معرفة السوق وجمع وتحليل المعلومات المتعلقة بالمستهلكين لتحقيق حاجاتهم. فالوظيفة التجارية لأي مؤسسة تتحدد في ضوء العديد من العوامل الداخلية والتجارية مثل: الحجم، الإستراتيجية، التكنولوجيا وطبيعة البيئة.[3]

4.أنواع المؤسسات الاقتصادية:

تنقسم المؤسسات الاقتصادية إلى العديد من الأنواع، ومن هنا قد قمنا بتقسيم أنواعها حسب الشكل التالي:

4-1- تقسيم المؤسسة الاقتصادية حسب الشكل القانوني:

وتنقسم المؤسسة الاقتصادية حسب هذا الشكل إلى نوعين، المؤسسات الفردية و المؤسسات الجماعية.

1. الشركات الفردية: وهي مؤسسات تعود ملكيتها لشخص واحد أو عائلة، وهذا الشخص يقوم بالإشراف على تسيير شؤونها، ينتفع بأرباحها ويتحمل ديونها.[4]

2. المؤسسات الجماعية (الشركات): وهي مؤسسة تعود ملكيتها لفرج فما فوق، يتحكم بها أكثر من فرد وعادة ماتتسم بطابع الدولة التي به. تحكمها قواعد وقوانين، وهذا النوع ينقسم بدوره إلى قسمين (نوعين):

[1] ناصر دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص 327.
[2] المرجع نفسه، ص 294.
[3] بلقاسم سلاطنية، إسماعيل قيرة، التنظيم الحديث للمؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص 36.
[4] عبد الكريم بن أعراب، تسيير المنشأة، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 2004، ص13.

أولا: شركات الأشخاص: وهي (شركات) مؤسسات تتسم بأعمال خيرية، أو تقوم بأعمال محدودة، ومثل هذه الشركات نجد شركات التضامن. والشركات ذات المسؤولية المحدودة:

أ-شركات التضامن: ويتكون هذا النوع من المؤسسات من شريكين فأكثر، تتميز هذه المؤسسة بكون جميع الشركاء فيها يكتسبون صفة التاجر، وأن جميع الشركاء مسؤولين مسؤولية تضامنية عن ديونها، وأن لها عنوانا يضم أحد الشركاء أو بعضهم أو كله، ويكون هذا النوع بمثابة العنوان التجاري لها، والحصص فيها غير قابلة للتداول، وهي تقوم على الاعتبار الشخصي في جميع مراحل حياتها.

ب- الشركات ذات المسؤولية المحدودة: هي شركة تجارية تتكون من شخص واحد أو عدة أشخاص، تتحدد مسؤولية كل شريك بقدر حصته في رأس المال، تكون حصص الشركاء فيها اسمية ولا يزيد عدد الشركاء فيها عن 20، ولا يقل رأس مالها عن 100000دج، وأجاز القانون الجزائري أن تأسس هذه الشركة من شخص واحد وتسمى بالمؤسسة ذات الشخص الواحد وذات المسؤولية المحدودة.

من مزايا هذا النوع من المؤسسات أن عدد شركاءها لا يتجاوز 20 شريك، وأن الحصص فيها اسمية ولا تكون ممثلة في سندات قابلة للتداول وللحصص قابلة الانتقال عن طريق الإرث، ويمكن إحالتها بين الأزواج، الأصول، الفروع، كما ؟أن اسم الشركة مستمد من غرضها كما يجوز أن تكون من اسم شريك أو أكثر متبوع بعبارة شركة ذات مسؤولية محدودة أو مختصر (ش ذ م م)أو (S A R L)

ثانيا: شركات الأموال: وهي شركات استثمارية، حيث سهلت للعديد من استثمار مالديهم. مثل شركات المساهمة حيث سمحت للعديد من الأفراد أن يستثمروا مالديهم من أموال[1]،وهذا مانص عليه القانون التجاري الجزائري

وتتكون مؤسسة المساهمة وفق نوعين من إجراءات التأسيس وهذا مانص عليه القانون التجاري الجزائري، إذا يتم تأسيس هذا النوع من المؤسسات في الجزائر وفق طريقتين:

أ-الطريقة الأولى: التأسيس باللجوء العلني للادخار وهذا طبقا للمادة 595 من القانون التجاري الجزائري.

ب-الطريقة الثانية: وتتمثل في التأسيس دون اللجوء العلني للادخار، ويقتصر الاكتساب على المؤسسين للشركة فقط.

[1] إسماعيل عرباجي، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996، ص12

4-2-تقسيم المؤسسة الاقتصادية حسب طبيعة الملكية:

وينقسم هذا النوع من المؤسسات إلى:

1.المؤسسات العمومية: (مؤسسات ذات طابع عام) وهي مؤسسات تؤسسها الدولة والتي تقوم على خدمة الشعب والمواطن، ويكون التسيير فيها بواسطة شخص أو أشخاص تختارهم الجهة الوطنية، لايحق لهم التصرف فيها الا بموافقة الدولة، وتأخذ هذه المؤسسات شكل مؤسسات عمومية ذات الطابع الصناعي والتجاري مثل المؤسسة الوطنية للصناعات الكهرومنزلية (أوتي بم) أو المؤسسة العمومية المحلية التي تنشط على المستوى المحلي[1] وينقسم هذا النوع من المؤسسات إلى قسمين مؤسسات تابعة للوزارات، ومؤسسات تابعة للجماعات المحلية:

أولا:المؤسسات التابعة للوزارات: (مؤسسات وطنية)، وهي مؤسسات تخضع للمركز مباشرة أي لإحدى الوزارات وهي صاحبة إنشاءها والتي تقوم بمراقبة تسييرها بواسطة عناصر تعيينها، تقدم لها تقارير دورية عن نشاطها ونتائجها.[2]

ثانيا: مؤسسات تابعة للجماعات المحلية: وتكون عادة ذات أحجام متوسطة، أو صغيرة ويشرف عليها منشئيها عن طريق إدارتها، وتحبذ عادة في مجال النقل والبناء أو الخدمات العامة.

2.المؤسسات الخاصة: وهي شركات يمتلكها فرد واحد أو مجموعة من الأفراد، ومن هنا يمكن القول أن هذا النوع من المؤسسات تنقسم إلى قسمين:

أولا: المؤسسات الفردية: تنشأ هذه المؤسسات عن جمع شخص يعتبر رب العمل أو صاحب رأس المال لعوامل الإنتاج الأخرى حيث تختلط فيها شخصيتها القانونية بشخصية صاحب رأس المال الذي يقوم بإنشاء هذه المؤسسة.[3] عادة مايكون عدد العاملين منخفض في هذا النوع من المؤسسات.

ثانيا: مؤسسات شركات: و ينقسم هذا النوع الى ثلاث أقسام وهي:

أ- شركات الأشخاص: وتعتبر امتداد للمؤسسات الفردية وهي عبارة عم ارتباط بين شخصين أو أكثر على أن لا يتجاوز عدد الشركاء 20 شخصا ويتم اقتسام الربح والخسارة.[4]

[1] أحمد طرطار، الترشيد الاقتصادي للطاقات الانتاجية في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2001، ص15.

[2] ناصري دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص 59.

[3] المرجع نفسه، ص 54.

[4] عبد الغفور عبد السلام وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001، ص 24.

ب- شركات ذات المسؤولية المحدودة: وهي شركات تؤسس من طرف شخص أو عدة أشخاص لا يتحملون الخسائر إلا في حدود ماقدموه من حصص.[1]

ج- شركات الأموال: وتسمى شركات المساهمة حيث تساهم مجموعة من الأشخاص بحصص في رأس المال الشركة، وتكون قيمة الأسهم متساوية وقابلة للتداول، ومسؤولية الشركاء في هذا النوع تكون محدودة حسب حجم الحصة.

3.المؤسسات المختلطة: وهي مؤسسات تجمع بين القطاع الخاص والعام على حد سواء، أي هي تلك المؤسسات التي تكون الدولة أو إحدى هيئاتها مع الأفراد أو المؤسسات الأخرى في ملكيتها مع العلم أن تنظيم هذا النوع يخضع لعدة ضوابط تحدد تشريعات وأحكام خاصة.[2]

4.التعاونيات: وهي تجمع إداري للأفراد قصد تحقيق هدف مشترك على مستوى اقتصادي ومستوى إنساني، يتمثل المستوى الاقتصادي في خدمة أعضاء التعاونية وتحسين أحوالهم، أما المستوى الإنساني فيتمثل في خلق روح التعاون والتضامن و العدالة الاجتماعية، وهذا النوع من المؤسسات يهدف إلى الربح، ولهذا لا يعتبر الربح هو الأساس لها.[3]

4-3- تقسيم المؤسسات حسب الشكل الاقتصادي:

ومن خلال هذا الشكل يمكن تقسيم المؤسسات الاقتصادية إلى:

1.المؤسسات الخدمية: و هي مؤسسات ذات طابع خدماتي أكثر ماهي ربحي مثل المواصلات والنقل.

2.المؤسسات التجارية: وهي مؤسسات ذات طابع تجاري، حيث تقوم بشراء وبيع المواد دون إدخال أي تعديل عليها.

3.المؤسسات الفلاحية: وهي تجمع المؤسسات المتخصصة في كل من الزراعة بمختلف أنواعها ومنتجاتها، وتربية المواشي بالإضافة إلى أنشطة الصيد البحري، وغيره من النشاطات مرتبطة بالأرض و الموارد الطبيعية القريبة إلى الاستهلاك، وعادة ما تضاف إليها أنشطة المناجم.

4.المؤسسات المالية: وهي مؤسسات تقوم بالنشاطات المالية كمؤسسات التأمين و البنوك وغيرها.

[1] مصطفى كمال طه، الشركات التجارية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 151.

[2] أحمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسات، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص 17.

[3] صالح مهدي محسن العامري، طاهر محسن منصور الغالبي، الإدارة والأعمال، ط4، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 560.

5.المؤسسات الصناعية: وهي مؤسسات تقوم بتحويل المواد الأولية إلى مواد صالحة للاستعمال و الاستهلاك كتحويل المواد الزراعية إلى مواد غذائية، وهذا النوع من المؤسسات ينقسم الى: الصناعات الثقيلة أو المصنعة و الصناعات الخفيفة.

4-4- تقسيم المؤسسات الاقتصادية حسب طبيعة الحجم:

وتنقسم المؤسسات الاقتصادية من خلال هذا الشكل أو المعيار إلى:

1.المؤسسات كبيرة الحجم: وهي مؤسسات تملك عمالا تتراوح أعدادهم من 500 إلى 900 عاملا فما فوق، تساهم بقسط كبير فيها يحص رقم الأعمال المحقق ولها دور معتبر في الاقتصاد الرأسمالي بالخصوص من خلال ماتقدمه سواء على المستوى الوطني أو الدولي.[1] وهذا النوع كالمجمعات الاقتصادية الكبيرة، حيث أن المجمع يمثل مجموعة من الشركات تربطها علاقة مالية واقتصادية تقوم فيها الشركة الأم أو الشركة القابضة بالرقابة على باقي الشركات الأخرى،[2] وكذلك الشركات المتعددة الجنسيات حيث أن الشركة الواحدة لها عدة فروع في بلدان مختلفة.

2.المؤسسات المتوسطة الحجم: وهي المؤسسات التي تملك عددا عماليا يتراوح أعدادهم مابين 50إلى 250 عاملا، وهي مؤسسات نشيطة، وتكون مناصب الشغل فيها متوفرة.[3]

3.المؤسسة الصغيرة: وهي مؤسسات يتراوح عدد عمالها مابين 10 إلى 49 فرد تكون ملكيتها في بعض الأحيان لعائلة واحدة، ويكون صاحب المؤسسة المسؤول الأول عنها.

4.المؤسسة المصغرة: وهي مؤسسة يتراوح عدد عمالها من1 إلى 9 أفراد، تحقق رقم الأعمال أقل من 20 مليون دينار جزائري أو لا يتجاوز مجموع إيراداتها السنوية عشرة ملايين دينار جزائري.[4]

---

[1] ناصر دادي عدون، مرجع سبق ذكره، ص 68.

[2] Pierre lasségue, Gestion de l'entreprise et comptabilité,8edDalloz, 1978, p687.

[3] لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة العمومية الاقتصادية-دراسة ميدانية بمؤسسة الأملاح بقسنطينة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجيستار في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري ، قسنطسنة، 2007، ص128.

[4] شادلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى أداء المؤسسة الصغيرة والمتوسطة-دراسة دالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجيستار في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المنشآت الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008، ص 53.

5.محيط المؤسسة الاقتصادية:

يؤثر في المؤسسات الاقتصادية عوامل عديدة ومتغيرات متنوعة وتتأثر بها، وهذا مايسمى بمحيط المؤسسة، والذي يعتبر المكان الذي تنمو وتنشا به، فيؤثر ويتأثر بها، فالمؤسسة تستقطب مواردها من هذا المحيط وتصب فيه بالمقابل مايمكن أن ينتج عن استخدام هذه الموارد.

يعرف علي الشرقاوي محيط المؤسسة في كتابه وظائف منشآت الأعمال أنه: مجموعة متغيرات على مستويات متعددة خارجية على المؤسسة ولها طابع يؤثر على نشاطها وتطورها يكون البعض منها في صالح المؤسسة كالمنافسة، ظهور أسواق جديدة، مبتكرات جديدة والبعض الآخر يكون في غير صالحها، كمطالبات العمال برفع الأجور، القيود الحكومية بشأن تحديد الأسعار.

ويعرفه D.larue أيضا على أنه: مجموع المؤسسات الأخرى التي تنتمي إلى نفس القطاع أي التي تكون معها في منافسة، والمؤسسات الأخرى التي تعتبر من الموردين الذي يعتبر وجودها ضروريا لوجود وبقاء المؤسسة، والمؤسسات التي تعتبر من زبائن المؤسسة، والمؤسسات التي تقدم خدمات أساسية في نشاطها كالبنوك، كما يشمل المحيط القرارات ذات الطابع السياسي والقانوني والتي تحدد طبيعة العلاقات التي تربط المؤسسة بغيرها من المؤسسات وكذلك هناك المحيط التكنولوجي الذي يعتبر من مستويات الإبداع والتطور، والمحيط الخارجي الذي يعبر عن العلاقة بين الإدارة والعمال

يتكون محيط المؤسسة الاقتصادية من عنصرين أولهما المحيط المباشر للمؤسسة، وثانيهما المحيط الغير المباشر وكل منهما لهما عوامل تؤثر على المؤسسة وتتأثر بها وفي مايلي سنحاول إعطاء تعريفات لعناصر كل محيط:

1.5.المحيط المباشر للمؤسسة الاقتصادية:

وهو تلك المتغيرات التي تأثر بصفة مباشرة على نشاط المؤسسة الاقتصادية، ويطلق عليها بيئة العمل،وهي بمثابة أطراف تتعامل معها المؤسسة بصفة مباشرة ، ويختلف هذا المحيط باختلاف المؤسسة والمحيط التي تنشأ فيه، وهذه الأطراف هي:

-العاملين بالمؤسسة (العمال): يؤثر العمال على نشاط المؤسسة من خلال ثقافتهم وتكوينهم، والخصائص الفيزيولوجية التي يتمتعون بها، فهذه العوامل إذا توفرت أدت إلى المساهمة في رفع مستوى الانتاج للمؤسسة.

-المسيرون: إذ يعتبرون موردا هاما لصالح المؤسسة يتعاملون معها بصفة مباشرة ويساهمون في تنظيم نشاطها اعتمادا على كفاءتهم. ففي حالة ما إذا كان هذا العضو يتمتع بكفاءة ونزاهة كفاية بالإضافة إلى توفر روح

المبادرة فإن المؤسسة سوف تتمكن من الحصول على أحسن النتائج إذا ما توفرت لها العناصر الأساسية الأخرى وبالعكس فإن النقص في مستوى تكوينه أوكفاتها ستؤدي إلى نتائج سيئة أو عدم استمرارها طويلا .

-المنافسون: وهم المؤسسات التي تمارس نفس النشاط وبالتالي تتنافس من أجل الحصول على الموارد اللازمة لها، وعلى اكتساب وجلب أكبر عدد ممكن من الزبائن، لهذا يجب على المؤسسة التركيز على نقاط القوة التي تمكنها من البروز والسيطرة على أكبر حصة من السوق هذا من جهة ومن جهة أخرى يجب أن تعمل على تقوية نقاط القوة لديها .

-المستهلكون: يعرف المستهلك بأنه :كل من يقوم باستعمال السلع والخدمات لإشباع حاجاته الشخصية وحاجيات من يعولهم ، كما يعرف على أنه: الفرد الذي يستهلك السلع، سواءا كانت مؤقتة أو مستديمة، أو ينتفع بالخدمات، ويقابله المنتج الذي يقوم بإنتاج السلع.

-المساهمون: لا يكون تأثير المساهمين على المؤسسة دوما بالأمر الحسن، باعتبارهم ملاكها حيث إما تتحقق لهم نسبة معينة من الأرباح أو يتحملون الخسائر الناتجة، فوجود سوق مالي تتوفر فيه عدة بدائل يدفع هذا بالمساهمين إلى التوجه نحو المؤسسة التي تقدم العائد المناسب لهم من خلال المساهمة في رأسمالها وخلافا على ذلك إذا كان العائد غير مناسب فسينسحب المساهمون بالتنازل عن أسهمهم مما يؤدي إلى زيادة حجم الأسهم المعروضة وهذا ما ينجم عنه انخفاض سعر السهم الواحد وفقا لقانون الطلب والعرض مع افتراض ثبات العوامل الأخرى وهذا بدوره سيؤدي إلى انخفاض حجم الأموال الواجب تحصيلها من طرف المؤسسة، بغرض تمويل استثمارتها .

- نقابات العمال: اتحاد يضم العمال المشغلين في مهنة أو حرفة معينة، تتشكل بغرض تحسين أحوال عملهم من حيث الأجور، ساعات العمل، والظروف التي يعملون بها، والهدف الأسمى للنقابة العمالية هو تدعيم وضع العمال بتكوين اتحاد يضم شملهم في أغراض تتعلق بإدارة ودعم الاضطرابات وأغراض اجتماعية لمساعدة المرضى من العمال أو أسرهم عند الوفاة ، أغراض سياسية وذلك لتمكين العمال من الدخول كأعضاء في المجالس النيابية

-الموردون: وهم المتعاملون الذين يوفرون للمؤسسة مواد ذات نوعية وجودة معينة وبكمية محددة، تعتمد عليهم المؤسسة في تحصيل جزء من مدخلاتها، ويتبعون سياسات تمويل معينة تؤثر على نشاط المؤسسة، إضافة إلى أسعار المواد الموردة والمهلة التي يمنحونها لها للوفاء بالتزاماتها .

-الدائنون: وهم أصحاب رأس المال الذي تقترضه المؤسسة ويتم التأثير على المؤسسة من خلال وضعهم لشروط تخص مبلغ القرض الممنوح والضمانات المصاحبة له مما يجعلهم يقللون من مخاطر الائتمان الممنوح للمؤسسة باعتبارهم لا يملكون الحق في تسيير المؤسسة عكس المساهمين .

2.5.المحيط الخارجي للمؤسسة الاقتصادية:

ويتمثل في المتغيرات التي تأثر على المؤسسة ومجموع المتعاملين الاقتصاديين في المجتمع، ويتكون هذا المحيط من المتغيرات الاقتصادية، الاجتماعية، التكنولوجية، القانونية، السياسية.

-المتغيرات الاقتصادية: وهي تلك العوامل التي تدخل في الإطار الهيكلي المحدد للنظام الذي تعمل ضمنه المؤسسة كالنظام الضريبي، معدل النمو، معدل التضخم، معدل البطالة، سعر الصرف، الطلب المحلي، السياسة المالية والسياسة النقدية، ففي النظام الضريبي وضمن السياسة المالية فإن تخفيض معدل الضريبة على أرباح المؤسسات له تأثير إيجابي على أرباحها الصافية والعكس برفع معدل الضريبة فهذا سيؤثر سلبا على حجم النتائج المحققة من طرف المؤسسة .

-المتغيرات الاجتماعية: وهي متغيرات تخص خصائص المجتمع التي تعمل به المؤسسة من خصائص ديموغرافية، عدد السكان، مناطقهم السكنية، معدل دخلهم، معدل المواليد لديهم، والتي تؤثر على المؤسسة من خلال حجم الطلب على منتجاتها والذي يحدده حجم السكان وفقا لمستوى معيشتهم.
-المتغيرات الحضارية: وهي تلك العوامل التي تخص عادات وتقاليد ومبادئ السكان إضافة إلى الدين المحدد للأطر الأخلاقية والتربوية داخل المجتمع.

المتغيرات السياسية: وهي تلك العوامل السياسية السائدة في المجتمع المحور الرئيسي لاتخاذ قرار الاستثمار من بينها الاستقرار السياسي والذي يعتبر الركيزة الأساسية التي يعتمد عليها المستثمرون فهم يرفضون المخاطرة بأموالهم في محيط يسوده التوتر وعدم الاستقرار.

-المتغيرات القانونية: وهي تلك القوانين التي تؤثر على نشاط المؤسسة سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة وهي خاضعة للقواعد التي يمليها القانون.

-المتغيرات التكنولوجية: وهي تلك العوامل التي تعتبر رئيسية وحاسمة بالنسبة للمؤسسة فنوعية التكنولوجيا التي تستعملها قد يجعلها في موقع قوي بالنسبة للآخرين كما تجعلها في موقع هش بالنسبة للأطراف التي تستخدم التكنولوجيا الحديثة فتفقد المؤسسة ميزتين هما:

أ.فرصة الاستفادة من المزايا التي تقدمها هذه التكنولوجيا الحديثة وهي الانتاج في وقت سريع وبتكاليف أقل.

ب.ضعف وضعها التنافسي أمام المؤسسات التي تستخدم هذه التكنولوجيا

وما يجعل التكنولوجيا عاملا حاسما هو تكلفة الحصول عليها نظرا لهذه التكلفة العالية فإن القرار الخاص بالحصول على تكنولوجيا حديثة يعني هذا أن المؤسسة قد قامت باتخاذ قرار بتنفيذ نفقات مرتفعة جدا، وهذا ليس بالأمر السهل على المؤسسة حيث أنها لا تستطيع ان تتخذ قرارات من هذا القبيل متى شاءت وهذا ما يحتم عليها أن تكون يقضة أكثر وحذرة أمام التحولات التكنولوجية المتلاحقة من جهة ومن جهة أخرى تعمل على الاهتمام بمجال البحث والتنمية لأجل مسايرة التطور التكنولوجي.

6.مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية:

عرف الاقتصاد الجزائري تحولات عديدة بعد الاستقلال ساهمت بشكل كبير في تغيير المفاهيم والاستراتيجيات، وبالتالي تغيير القرارات والأنظمة،[1] وهذا ماساهم في تطور المؤسسة الاقتصادية، فالمؤسسة الاقتصادية تعتبر نبض وركيزة أساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية وقد فرضت نفسها كمرجع مهم لتحليل تجارب القطاعات الاقتصادية في بلدان العالم الثالث[2].

وللمؤسسة الاقتصادية دور كبير في انماء الاقتصاد الوطني، ومن هنا يمكن تقسيم تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية إلى مرحلتين:

المرحلة الأولى: مرحلة ماقبل 1980:

اعتمدت عملية البناء الاقتصادي والاجتماعي في هذه المرحلة على ما يسمى بالريع النفطي الذي يعتبر الينبوع المتدفق في تغذية وتعويض ميزانيات المؤسسات العمومية، ويمكن تقسيم هذه المرحلة إلى عشريتين أوفترتين:[3]

1. الفترة الأولى: 1962-1970: ويمكن تقسيمها إلى مرحلتين:

[1] عجابي منال، إدارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية للمؤسسة الإقتصادية الجزائرية-دراسة ميدانية بوحدة المصبرات الغذائية عمر بن عمر، مذكرة لنيل شهادة ماسترفي علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة 8 ماي1945، قالمة، 2017، ص114.

[2] بن عنتر عبد الرحمن، مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وآفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثاني، ص120

[3] المرجع نفسه، نفس الصفحة.

أولا: مرحلة التسيير الذاتي: وهي مرحلة بدايتها استقلال الجزائر(1962) ونهايتها (1965) امتدت هذه المرحلة مايقارب 3 سنوات. تعتبر هذه التجربة للمؤسسات الاقتصادية تكريسا لتوجهات سياسية معينة، ذلك أن الأساليب والتقنيات المعتمدة لضمان التنمية الاقتصادية قد سادتها وطغت عليها فكرة الايديولوجية الاشتراكية.

ثانيا: مرحلة التسيير البيروقراطي: وهذه المرحلة الممتدة من 1962 إلى غاية 1970، حيث تقلص حجم المشاركة العمالية إلى درجة كبيرة،وتعتبر هذه الفترة فترة هيمنة الدولة على القطاع العام والاستمرار في إضفاء الطابع الاشتراكي للمؤسسات العمومية ذات الطابع الصناعي التجاري، كما عرفت هذه المرحلة تراكمات كثيرة من التجارب والإصلاحات المتكررة في خضم سيرة التنمية الوطنية،بحيث بادرت السلطة السياسية أنذلك إلى الارتباط بالفرنك الفرنسي، قصد تقليص التبعية تجاه الخارج وبعث قطاع اقتصادي تابع للدولة يأخذ على عاتقه عملية البناء الاقتصادي والاجتماعي، تميزت هذه المرحلة بخصوصية المبادرة بمجموعة من التأمينات للشركات الأجنبية العاملة بالجزائر، وباعتبارأن سنة 1965 نقطة الانطلاق والأساس، حيث تمت صياغة الأهداف التالية[1]:

1-العمل على استغلال الثروات الوطنية التي تزخر البلاد.

2-قطع دابر التبعية الاقتصادية من خلال بعث قطاع صناعي قوي يأخذ على كاهله إنتاج الصناعات المختلفة.

3- بعث تكامل منسجم بين القطاعات المشكلة للاقتصاد الوطني، لاسيما فيما بين القطاع الصناعي والزراعي.

نتائج الفترة الأولى:

ويمكن استنتاجه في الفترة الأولى هو صياغة الأهداف العامة لإستراتيجية التنمية الوطنية، وتوفير الأرضية الصلبة لقيامها في الواقع وذلك من خلال ما يلي:

1-التوسع في عمليات التأميم للاحتكارات الأجنبية وخاصة في المجال الصناعي باعتباره المتعامل الرئيسي لعملية التصنيع المستهدفة آنذاك.

[1] المرجع نفسه، ص121.

2-بعث مؤسسات وطنية بديلة عن هذه الاحتكارات، تضطلع بعمليات البناء والتشييد لمواكبة مخططات التنمية الوطنية عن كثب.

3-اعتبار المؤسسات الوطنية العمومية الركيزة الأساسية للتنمية الاقتصادية والاجتماعية وفرض نفسها، لاسيما تبنيها نموذج منفرد للتنمية المستقلة.

4-التركيز على إظهار المؤسسة الوطنية العمومية إلى حيز الوجود باعتبارها هدفا في حد ذاته.

5-الاعتماد على الأسلوب التقليدي التلقائي في تنظيم وتسيير المؤسسة، وذلك لاعتبارات قلة الإطارات الكفؤة والمؤهلة، انعدام التجربة الكافية لها، الوضعية السياسية والاقتصادية والاجتماعية السائدة آنذاك

الفترة الثانية: (1970-1980):

وهي فترة التسيير الاشتراكي للمؤسسات، فترة الانتقال من المؤسسة الاقتصادية العامة إلى المؤسسة الاقتصادية الاشتراكية، كان هذا بتأثير عوامل عدة أهمها اعتبار تجربة التسيير الذاتي بكل ايجابياتها وسلبياتها باعثا على ضرورة إيجاد صيغة لتجسيد المشاركة الفعالة في التسيير، وكذلك تحول تسيير المؤسسة الوطنية العمومية من الأسلوب لتقليدي إلى أسلوب جديد يتخذ من العاملين عناصر نشطة تضطلع بمهام التسيير والرقابة من خلال مساهماتهم الفعلية في ذلك تتجسد المشاركة العمالية في تسيير المؤسسة الوطنية العمومية.

والمشاركة العمالية في الجزائر هي نتيجة مباشرة للتسيير الاشتراكي للمؤسسات الذي ينظم وظيفتين رئيسيتين لمصلحة هؤلاء العاملين، والتي تتمثل في المساهمة في اتخاذ القرار من جهة والرقابة على سير المؤسسة من جهة أخرى، ولقد عرفت هذه المرحلة عوائق ونواقص عديدة يمكن الوقوف عليها على مستويين[1]:

1- على مستوى المحيط الداخلي للمؤسسة.

2-على مستوى المحيط الخارجي للمؤسسة.

ويمكن تلخيص هذه النقائص والتناقضات التي اتسمت بها عملية تسيير المؤسسة الوطنية العمومية في النقاط التالية:

أولا: على المستوى المحيط الداخلي للمؤسسة:

-تعدد مراكز اتخاذ القرار.

[1] عبد اللطيف بن أشنهو، التجربة الجزائرية في التنمية والتخطيط(1962-1980)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982، ص466.

-تعدد المهام والوظائف.

-ضخامة حجم المؤسسة.

-نقص تأطير الكفاءات وتهميش الإطارات.

-التضخم المفرط للعمالة.

ثانيا: على المستوى المحيط الخارجي للمؤسسة:

-تدخل الجهة الوصية في كل صغيرة وكبيرة داخل المؤسسة مما أدى بالمشرفين الإداريين إلى اعتماد سياسة المراوغة وإخفاء الحقائق عند إعداد تقارير الأداء الموجهة إليها.

-إعادة تقنين الدور المنوط بالمؤسسة وفق منظور جديد يأخذ على عاتقه مايلي:

.التكليف الحقيقي بالاحتياجات الاجتماعية قصد تدارك النقص المسجل فيها وتحسين ظروف المعيشة في ظل التحديات القائمة.

.الرفع على مستوى الكفاءات الإنتاجية للاستفادة من الطاقات المتاحة.

.توجيه النظام الانتاجي الوطني نحو استخدام الامثل والافضل عبر تحسين ظروف الاداء والتكفل بضمان الانسجام والتكامل والتأمين لقنوات هذا النظام.[1]

المرحلة الثانية 1980 وما بعدها: مرحلة استقلالية المؤسسات:

جاءت هذه المرحلة استجابة لظروف معينة عاشتها الجزائر في المرحلة الأولى (1962-1980) وفرضت عليها ضرورة إعادة النظر في سياستها الاقتصادية السابقة. فقد كانت المؤسسة الاقتصادية الجزائرية بحكم التجربة المتحققة مستهدفة آنذاك لعملية إصلاح شامل تأخذ على عاتقها الفعالية والكفاءة، أو المهارة التي يمكن تحقيقها نتيجة حرية العمل وحرية أخذ القرار لارتقاء بمستوى أداء المؤسسة، وكذا تحفيزها على النشاط الموكل إليها إلى مستوى الأهداف المرجوة في هذه المرحلة، وخذا ما أكده الميثاق الوطني سنة 1986 على وضع المزيد من الاستقلالية الاقتصادية، قصد تحسين فعاليتها سواءا على مستوى نموها الخاص أو على مستوى مساهمتها في التنمية الاقتصادية والاجتماعية الشاملة، خاصة عن طريق احترام معايير الإنتاج والإنتاجية وبسط المجال للتحكم أفضل في قواعد التسيير، والذي جاء به المشروع من خلال قوانين سنة 1988 هو السعي إلى جعل مبدأ

[1] المرجع نفسه، ص .ص121،122

الاستقلالية أداة لتحقيق اللامركزية بكل أبعادها، وذلك بمنح المؤسسات درجات واسعة من الحرية التي تجسدت في:

– إلغاء الوصاية القطاعية في طبيعة الخدمة العمومية، تطبيق القواعد التجارية في تسيير أعمال المؤسسات المستقبلة، حرية تحديد الأسعار المنتجات، وأجور العمال.

–إمكانية تحقيق استثمارات دون المرور بالهيئة المركزية للتخطيط مع فرض عقوبات صارمة في حال ما لم تقم بتشريف التزاماتها المالية أمام الغير، بحيث تصل هذه العقوبات إلى حد الإعلان عن إفلاسها وحلها[1].

ومما تجدر الإشارة إليه في استقلالية المؤسسة الاقتصادية الجزائرية إجراءان كانا سنه 1980 وهما: إعادة الهيكلة العضوية، وإعادة الهيكلة المالية.

1-إعادة الهيكلة العضوية:

إن عملية إعادة الهيكلة العضوية هي عملية إصلاح اقتصادي شامل هدفه التحكم في وسائل الإنتاج وبالتالي فهي تأخذ مفهوم محاولة تقويم وتصحيح الوضعية السابقة للمؤسسة. والغرض من اعادة الهيكلة العضوية هو تحويل مؤسسات القطاع العام إلى مؤسسات صغيرة الحجم وأكثر تخصصا وكفاءة ، من أجل مواجهة الصعوبات وتحريرها من الضغوطات التي كانت تقيدها.

. تحسين الإنتاجية والإنتاج كمّاً ونوعاً.
.تقسيم المؤسسات الكبيرة وإعادة ترتيب الجهاز الاقتصادي بتجزئتها إلى وحدات صغيرة يسهل تسييرها. وذلك حسب مبدأ التخصص.

. تلبية الاحتياجات المتزايدة للاقتصاد والمواطنين وذلك عن طريق:تحسين ظروف سير الاقتصاد الوطني، سيطرة أكبر على جهاز الإنتاج بزيادة فعالية أداء الإنتاج مع تخفيض تكلفته.
وما يهمنا من الأهداف هو أن إعادة الهيكلة العضوية يمكن أن تدخل بعض مقاييس تقييم عوامل الإنتاج وتحسين إنتاجيتها فنجد مثلا: أنه يمكن تنمية القدرات والكفاءات الوطنية وذلك عن طريق:
أ–المكافأة الحقيقية للعمل المنتج: وهذا الحافز يمكن أن يكون بزيادة أجور العمال المؤهلين وعمال المصانع وغيرهم من العمال المنتجين بطريقة مباشرة. مما سيدفع لا محالة من استقطاب اليد العاملة نحو مواقع الإنتاج المباشر.

[1] بهلول سمية، النظام القانوني للمؤسسة العمومية الاقتصادية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون إداري، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013، ص.ص 25–26.

ب- نظام التدريب والتكوين: ويهدف هذا القرار إلى تهيئة وتأهيل العاملين والموظفين وذلك لمسايرة التطور التكنولوجي. ومن أجل تسهيل عقلانية التسيير والرفع في كفاءة الأفراد العاملين وتحقيق مبدأ "الرجل المناسب في المكان المناسب".

2-*إعادة الهيكلة المالية:* تعتبر بمثابة إعادة توزيع جغرافي لمراكز اتخاذ القرار، وتتويج لإعادة الهيكلة العضوية وكان الغرض منها إعادة هيكلة ديون المؤسسة بإعادة تنظيم سجلات استحقاقات الفائدة ورأس المال وتصفية الذمم بين المؤسسات، ويهدف هذا الإصلاح إلى:

أ-إعادة تنظيم المؤسسات الاقتصادية الوطنية العمومية وتجنبها النقائص والانحرافات التي واكبت المرحلة السابقة.

ب-إعادة ترتيب أولويات المهام المنوطة بالمؤسسة في إطار هذا التوجه الجديد.

وكما يتمركز هذا الإصلاح على مبادئ ونذكر منها: استغلال الطاقات البشرية، اللامركزية في التصرف، كفاءة التسيير.

3.الخصخصة: أصبح موضوع التحول إلى اقتصاد السوق له أهمية في السنوات الأخيرة الماضية، حيث برزت ظاهرة التحول هذه والتي أطلق عليها وصف "الخصخصة" وبشكل ملموس بعد انهيار الاتحاد السوفياتي.

وكان لهذا التحول مشاكل عديدة مما أصبح التفكير عن كيفية التغلب على هذه المشاكل المصاحبة له، ويعتمد نجاح الخصخصة على مدى فهم الأدوات المستخدمة للتحول نحو اقتصاد السوق واختيار ما يناسب منها الاقتصاد الوطني.[1]

إن هذا الانتقال الذي عرفه الاقتصاد العالمي في السبعينيات كان له الأثر على القطاع العمومي في الجزائر، وبدأ التفكير حول مدى قدرة الاقتصاد الوطني على التأقلم مع التغيير في الأسعار الدولية التي أثرت في فعاليته، من هنا بدأ التفكير في الخصخصة التي تعني تحويل ملكية القطاع العمومي إلى القطاع الخاص، والتعامل بقواعد السوق في تحديد الأسعار والسعي إلى تعظيم الربح.

[1] بن عنتر عبد الرحمن، مرجع سبق ذكره، ص128.

خلاصة:

تعد المؤسسة الاقتصادية القلب النابض لأي مجتمع لارتباطها الوثيق باقتصاد الدولة، ومالها من انعكاسات على مختلف الميادين الأخرى، فتطور المؤسسة ينعكس على تطور الاقتصاد العام للدولة.

وقد أدركت الجزائرية الأهمية البالغة التي تحتلها المؤسسة الاقتصادية باعتبارها الخلية الأساسية في الاقتصاد الكلي، لذا سعت الى تحسين المؤسسات الاقتصادية وخاصة العمومية منها من خلال خصخصة وفتح رأس مال بعض المؤسسات العمومية، وتزويدها بأحدث التجهيزات والمعدات التكنولوجية الحديثة وعلى رأسها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، مما يجعل المؤسسة الاقتصادية تعمل على مواكبة كل التطورات التكنولوجية ولو بشيء قليل.

الفصل الخامس: التحليل الكمي والكيفي لبيانات الدراسة ونتائجها

التعريف بالمؤسسة

الهيكل التنظيمي

تحليل بيانات الاستمارة

نتائج الدراسة

أ.نتائج الدراسة بناءا على التساؤلات الفرعية

ب.نتائج الدراسة بناءا على الأهداف

ج.نتائج الدراسة بناءا الدراسات السابقة

.النتيجة العامة

خاتمة

1.التعريف بالمؤسسة:

هي مؤسسة اقتصادية عمومية جزائرية، مجال نشاطها إنتاج ونقل الطاقة وتوزيعها، يقع مركزها بولاية الجزائر العاصمة، تم إنشائها سنة 1947 اسند إليها احتكار إنتاج الكهرباء ونقله وتوزيعه وكذلك توزيع الغاز، وتضم المؤسسات السابقة للإنتاج والتوزيع، وهي تنتمي إلى قانون أساسي خاص منها لوبون (lobon)وشركاءه (SAE) (الشركة الجزائرية للكهرباء والغاز).

وفي عام 1962 أي بعد الاستقلال حاولت المؤسسة مواصلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى الوطني ، وفي عام 1969 وبمقتضى الامر69ـ59 تم حل مؤسسة "كهرباء وغاز الجزائر" وتحويلها إلى مؤسسة وطنية للغاز والكهرباء.[1]

وفي سنة 1983 كانت أول إعادة الهيكلة لسونلغاز، حيث أصبحت كل مؤسسات الأشغال وتصنيع العتاد مؤسسات مستقلة.

وفي عام 2002 وبموجب المرسوم الرئاسي رقم (195-02) المؤرخ في فيفري 2002، المتضمن القانون الأساسي للشركة، تحولت سونلغاز من مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري إلى شركة مساهمة قابضة ذات أسهم.

وهذا الانتقال تميله ضرورة قيام سونلغاز بتكييف نفسها للتلاؤم مع القواعد الجديدة لتسيير القطاع التي أوجبها القانون ولاسيما انفتاح الأعمال والأنشطة وولوج باب المنافسة، وإمكانية اللجوء إلى التساهمية الخاصة، ومن ناحية أخرى فإن هذا القانون الأساسي الجديد يخول المؤسسة استقلالية أكبر ويسمح لها بأن تمارس مسؤولياتها كاملة.[2]

وفي عام 2004 تمت عملية تحويل سونلغاز حيث بدأت بإنشاء ثلاثة مؤسسات للأنشطة القاعدية: انتاج الكهرباء، نقل الكهرباء، ونقل الغاز.

وفي 2005تم إنشاء 4 مديريات عامة وجهوية للتوزيع تتمتع بالاستقلالية وهذا من أجل تحضير فروع للتوزيع.وفي عام 2009 تم انهاء عملية الهيكلة والتي تم من خلالها خلق 39 مؤسسة فرعية (33 مؤسسة للنشاطات القاعدية و6 مؤسسات تساهمية مباشرة

[1] www.sonalgaz.dz

[2] وثائق المؤسسة.

2.الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

3.تحليل بيانات الاستمارة

المحور الأول: البيانات الشخصية:

جدول رقم(3): يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس.

الجنس	ك	%
ذكر	54	67.5
انثى	26	32.5
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين توزيع المبحوثين حسب الجنس أن نسبة الذكور 67.5%، بينما بلغت نسبة الإناث 32.5%، وبذلك تتجاوز نسبة الذكور أكثر من ثلثي المبحوثين بينما كانت نسبة الإناث أقل من الثلث.

جدول رقم(4): يبين توزيع المبحوثين حسب الأقدمية.

الأقدمية بالعمل في المؤسسة	ك	%
5-1	20	25
10-6	25	31.25
15-11	18	22.5
أكثر من 15 سنة	17	21.25
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين توزيع العينة حسب الأقدمية أن أعلى نسبة كانت للإطارات ذوي الخبرة من6-10 سنوات بنسبة 31.25 %، فيما كانت المرتبة الثانية للإطارات ذوي الخبرة من 1-5 سنوات بنسبة

25 %، فيما احتل الإطارات ذوي الخبرة من 11-15 سنة المرتبة الثالثة بنسبة 22.5%، ولتحظى فئة أكثر من 15 سنة بالمرحلة الأخيرة بنسبة 10% .

و جاءت نسب العينة متقاربة وهذا يرجع إلى طبيعة عمل الإطارات حيث تتطلب الدمج بين الخبرة والتجديد للاستفادة من الطاقات التي تخرجها الجامعات ومحاولة استغلال طاقاتها أحسن استغلال من خلال وضعهم مع ذوي الخبرة.

المحور الثاني: مجالات استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

جدول رقم(5): يبين أهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز.

الوسيلة	ك	%
الحاسوب	75	23.43
الإنترنت	52	16.25
الانترانت	75	23.43
الإكسترانت	43	13.43
الهاتف	75	23.43
أخرى تذكر	-	-
المجموع	320	%100

ملاحظة: في هذا الجدول الأسئلة تتيح إمكانية الإجابة على أكثر من جواب لذلك كان التقسيم على مجموع عدد الإجابات وليس بناءا على عدد أفراد العينة.

نلاحظ من خلال الجدول الذي أعلاه أن الإجابات أظهرت تباينا في تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة التي تتوفر عليها المؤسسة، حيث جاء في المرتبة الأولى كلا من الحاسوب والأنترانت والهاتف بنسبة 23.43%، أما المرتبة الثانية فكانت للإنترنت بنسبة 16.25%، وجاءت الإكسترانت في الأخير بنسبة 13.43%.

من خلال قراءتنا لهذه النتائج يتبين لنا أن أهم الوسائل التكنولوجية التي تتوفر عليها المؤسسة محل الدراسة هي: الحاسوب، الهاتف، الأنترانت وبدرجة أقل الإنترنت والإكسترانت، وعليه فالمؤسسة تزاوج بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والمتمثلة أساسا في الحاسوب والإنترنت وكذا التكنولوجيات الحديثة نسبيا

والمتمثلة أساسا في الهاتف، وهذا ما يتوافق وما ذكره مبحوثنا[1] في مقابلتنا معه حيث ذكر أن أهم وسيلتين في المؤسسة هما الحاسوب والهاتف.

جدول رقم (6):بين أهم خدمات الإنترنت التي يستخدمها إطارات المؤسسة.

الخدمات	ك	%
البريدالالكتروني	75	100
التخزين السحابي	-	-
الأعمالالالكتروني– E Business	-	-
تطبيقات ادارة المشاريع	-	-
أخرى تذكر	-	-
المجموع	75	%100

ملاحظة: جاء مجموع عدد الإجابات 75 وهو عدد المبحوثين الذين أجابوا بأن المؤسسة توفر لهم خدمة البريد الإلكتروني.

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين أهم خدمات الإنترنت التي تتوفر عليها المؤسسة أن كل المبحوثين أفادوا أنهم يستخدمون البريد الالكتروني وذلك بنسبة 100%، أما باقي الخدمات فلا أحد من المبحوثين يستخدمها.

من خلال قراءتنا لهذه النتائج يظهر لنا اقتصار استغلال الإطارات لخدمات الإنترنت على البريد الالكتروني، وتبين هذه النتائج عدم إلمام المبحوثين واطلاعهم على آخر مستجدات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والخدمات والحلول التي توفرها الإنترنت في المؤسسات الصناعية، وكذا عدم إدراك المؤسسة أهمية استغلال مثل هذه الخدمات التكنولوجية وفوائدها.

[1] مقابلة مع رئيس قسم الموارد البشرية في مؤسسة سونلغاز قالمة.

جدول رقم(7): يبين مجالات استخدام الحاسوب.

مجال الاستخدام	ك	%
كتابة التقارير	50	28.73
حفظ المعلومات	36	20.68
تدوين جديد للمؤسسة	34	19.54
استخدام التطبيقات المختلفة	50	28.73
أخرى تذكر	4	2.29
المجموع	174	%100

ملاحظة: في هذا الجدول الأسئلة تتيح إمكانية الإجابة على أكثر من جواب لذلك كانت النسبة بناءا على مجموع عدد الإجابات وليس على عدد أفراد العينة.

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين مجالات استخدام الحاسوب أن هذا الأخير يستخدم في كتابة التقارير، وكذا استخدام التطبيقات المختلفة بنسبة 28.73%، ويستخدم في حفظ المعلومات وذلك بنسبة 20.68%، وفي تدوين جديد المؤسسة بنسبة 19.54%، فيما تنوعت 2.29% من الاستخدامات بين إرسال التقارير الى مختلف الجهات، ودراسة المشاريع المختلفة ورسم المخططات.

وعليه يمكن القول أن استخدامات الحاسوب في المؤسسة المدروسة مختلفة ومتنوعة، وهذا يرجع لطبيعة الأعمال التي يقوم بها الإطارات والتي هي بالأساس مكتبية تتطلب التنويع في استخدام الحاسوب بين كتابة التقارير، والتدوين واستخدام التطبيقات المختلفة، خاصة أن أكثرية الحواسيب متصلة بشبكة الإنترنت مما ينوع ويزيد من مجالات استغلالها، وهذا ما يظهر حسن استغلال المبحوثين لهذه الوسيلة التكنولوجية.

جدول رقم(8): يبين مجالات استخدام الإنترنت.

مجال الاستخدام	ك	%
التواصل مع الزملاء	26	24.76
تطوير المعلومات و الكفاءات	33	31.42
التواصل مع الادارة	42	40
أخرى تذكر	4	3.80
المجموع	105	%100

ملاحظة: في هذا الجدول الأسئلة تتيح إمكانية الإجابة على أكثر من جواب لذلك كان التقسيم على مجموع عدد الإجابات وليس بناءا على عدد أفراد العينة

يظهر لنا من خلال الجدول الذي يبين مجالات استخدام الإنترنت أن أعلى نسبة كانت للتواصل مع الإدارة بنسبة 40%، لتليها في المرتبة الثانية تطوير المعلومات والكفاءات بنسبة 31.42%، أما المرتبة الثالثة فقد كانت للتواصل مع الزملاء بنسبة 24.76 %، فيما تنوعت 3.80% من استخدامات الأنترنت في مجالات أخرى تمثلت أساسا في العمل مع الشبكة،استخدام مختلف التطبيقات.

وعليه فان الإنترنت تستعمل بالأساس في التواصل سواء مع الزملاء أو الإدارة وكذا في تطوير المعلومات والمهارات ، وهذا يظهر الاستغلال الحسن للخصائص التي تتوفر عليها هذه الإنترنت من حيث كونها مجال معرفي مفتوح يمتاز بالتفاعلية والمرونة والسرعة في تبادل المعلومات.[1]

جدول رقم(09): يبين مجالات استخدام الانترانت.

الانترانت	ك	%
الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة	48	25.66
الحصول على المعلومات	60	32.08
مراقبة العمل	36	19.25
عمليات التسيير	40	21.39
أخرى تذكر	3	1.60
المجموع	187	%100

ملاحظة: في هذا الجدول الأسئلة تتيح إمكانية الإجابة على أكثر من جواب لذلك كان التقسيم على مجموع عدد الإجابات وليس بناءا على عدد أفراد العينة

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين مجالات استخدام الانترانت أن أعلى نسبة تمثلت في الحصول على المعلومات بنسبة 32.08%، ليحظى الاتصال بالموظفين بالمرتبة الثانية بنسبة 25.66%، أما عمليات التسيير فكانت في المرتبة الثالثة بنسبة 21.39%، في حين تحصلت مراقبة العمل المرتبة الرابعة بنسبة 19.25%، كما أن المبحوثين قد أفادونا ببعض الخيارات الأخرى بنسبة 1.60% تمثلت في تبادل المعلومات وتنظيم العمل وكذا إرسال ونقل المعلومات داخليا بصفة آمنة.

[1] حسن جعفر الطائي ،مرجع سابق ،ص 128.

وفي قراءتنا لهذه النتائج نلاحظ أن الأنترانت تستخدم أساس في الحصول على المعلومات وهذا راجع إلى الخدمات التي تقدمها هذه الوسيلة للمؤسسة الاقتصادية كمشاركة لتطبيقات ونقل وتحويل الملفات.[1]
فكون الانترانت شبكة داخلية فهي تعتبر وسيلة ناجعة في الحصول على المعلومات والبيانات التي تخص المؤسسة. كما أنها تستخدم في عمليات التسيير و مراقبة العمل وهذا يرجع أساسا إلى كون هذه الشبكة تسمح للمسيرين بالبقاء على اطلاع على كل جديد فيما يخص المؤسسة والعمال وبالتالي فهي تعطي كفاءة تسييرية ورقابية كبيرة .

جدول رقم (10) يبين مجالات استخدام الإكسترانت.

مجال الاستخدام	ك	%
التواصل مع الزملاء	15	26.78
التواصل مع الفروع الأخرى للمؤسسة	40	71.42
أخرى تذكر	1	1.78
المجموع	56	%100

ملاحظة: في هذا الجدول الأسئلة تتيح إمكانية الإجابة على أكثر من جواب لذلك كان التقسيم على مجموع عدد الإجابات وليس بناءا على عدد أفراد العينة

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين مجالات استخدام الإكسترانت أن أعلى نسبة قد كانت للتواصل مع الفروع الأخرى لمؤسسة سونلغاز بنسبة 71.42%، في حين جاء التواصل مع الزملاء في المرتبة الثانية بنسبة 26.78%، وقد أفادنا 1% من المبحوثين بوجود مجالات أخرى تمثلت أساسا في التواصل مع الوصايا على المستوى الوطني.

ومن خلال قراءة لهذه النتائج، نستشف أن الاستخدام الأساسي للإكسترانت هو التواصل مع فروع المؤسسة ومحيطها، فالإكسترانت تعتبر شبكة خاصة بالمؤسسة مفتوحة على محيطها وجدت أساس لربط المؤسسة بمحيطها الخارجي[2]، وهذا ما يتماشى مع النتائج المتحصل عليها والتي كان أغلبها التواصل مع الفروع الأخرى للمؤسسة.

[1] نبيل محمد مرسي ، مرجع سابق ،ص62.

[2] محمود محمد الخالدي ،مرجع سابق ،ص،492 .

جدول رقم(11) يبين مجالات استخدام البريد الالكتروني.

مجال الاستخدام	ك	%
إرسال معلومات سريعة	58	38.15
ظهور عمل مستعجل	49	32.23
حضور الاجتماعات	40	26.31
أخرى تذكر	5	3.28
المجموع	152	%100

ملاحظة: في هذا الجدول الأسئلة تتيح إمكانية الإجابة على أكثر من جواب لذلك كان التقسيم على مجموع عدد الإجابات وليس بناءا على عدد أفراد العينة

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين مجالات استخدام البريد الإلكتروني في المؤسسة المدروسة أن أعلى نسبة كانت لإرسال المعلومات السريعة ب 38.15 %، فيما كان استعماله في ظهور عمل مستعجل بنسبة 32.23%، أما حضور الاجتماعات فكانت نسبتها 26.31%، كما أفاد 3.28% من المبحوثين أن هناك مجالات أخرى تمثل أساسا في التواصل الدائم، التنسيق بين المصالح والأقسام وتقديم التقارير المختلفة.

وفي قراءة لهذه النتائج يظهر لنا أن الاستخدام المتنوع للبريد الإلكتروني في المؤسسة ويرجع هذا إلى الخصائص والفوائد والحلول المختلفة التي يقدمها البريد الإلكتروني فهو يعد وسيلة تواصل متعددة الخدمات وهذا الاستخدام المتنوع لهذه الوسيلة يظهر الاستغلال الجيد لهذه الوسيلة في المؤسسة محل الدراسة.

جدول رقم(12): يبين امتلاك المؤسسة لمجموعة خاصة بعمال المؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

الاحتمال	ك	%
نعم	32	40
لا	48	60
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين امتلاك المؤسسة لمجموعة خاصة بعمال المؤسسة عبر مواقع التواصل الاجتماعي أن 60% من المبحوثين قد أجابوا بلا، في حين أجاب 40 % من المبحوثين بنعم.

ومن خلال قراءتنا لهذه النتائج، نلاحظ التباين الكبير في الإجابات وهذا يرجع إلىكون هذه المجموعة غير رسمية بل هي مجموعة تم إنشاؤها فرديا من قبل بعض العمال كوسيلة للتواصل فيما بينهم . وهذا مايفسر عدم معرفة باقي الموظفين لوجود مثل هذه المجموعة.

جدول رقم(13) يبين مجال استغلال مجموعة التواصل الاجتماعي

مجال الاستخدام	ك	%
تبادل الافكار فيما يخص العمل	26	64.42
نشر المعلومات	24	42.85
الترفيه	6	10.71
أخرى تذكر	-	-
المجموع	56	%100

ملاحظة: في هذا الجدول الأسئلة تتيح إمكانية الإجابة على أكثر من جواب لذلك كان التقسيم على مجموع عدد الإجابات وليس ب على عدد أفراد العينة.

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يبين مجال استغلال مجموعة التواصل الاجتماعي أن 64.42%من المبحوثين كان استغلالهم لهذه المجموعة يتمثل في تبادل الأفكار، فيما كانت إجابات42.85 %من المبحوثين أنهم يستخدمونها في نشر المعلومات، وأخيرا أجاب 10.71% من المبحوثين أنهم يستخدمونها في الترفيه .

من خلال قراءتنا لهذه النتائج يظهر لنا إدراك الموظفين لأهمية استغلال مثل هذه التكنولوجيا خاصة وأنها تعد فضاء مفتوح يمكن من خلاله تبادل الأفكار والمعلومات وطرح الانشغالات المهنية المختلفة، ومحاولة إيجاد الحلول المشتركة من خلال التشاور واقتراح الحلول المختلفة، كما أنها تستغل في الترفيه وهذا لايعتبر شيء سلبي بل هو ايجابي في حالة ما لم يكن ذلك على حساب العمل.

جدول رقم (14): يبين مجالات استخدام الهاتف في المؤسسة.

	ك	%
التواصل الدائم بين العمال	75	55.55
التواصل مع فروع المؤسسة	45	33.33
استخدامه كوسيلة تواصل مع الزبائن	15	11.11
المجموع	135	100

ملاحظة: في هذا الجدول الأسئلة تتيح إمكانية الإجابة على أكثر من جواب لذلك كان التقسيم على مجموع عدد الإجابات وليس بناءا على عدد أفراد العينة

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين مجالات استخدام الهاتف في المؤسسة محل الدراسة أن 55.55% من استخدامات هذه الوسيلة تمثلت في التواصل الدائم بين العمال، كما أنه يستخدم في التواصل مع الفروع الأخرى للمؤسسة بنسبة 33.33%، وأخيرا يستخدم في التواصل مع الزبائن بنسبة 11.11%.

من خلال قراءتنا لهذه النتائج تظهر لنا أهمية الهاتف في المؤسسة كأداة تواصلية وهذا ما أفادتنا به بحوثنا في المقابلة ، حيث ذكر أن أهم وسيلة يستعملها هي الهاتف، وقد كانت الإجابة الأضعف هي التواصل مع الزبائن وهذه الإجابة يمكن أن يتضح تفسيرها إذا ما علمنا أن المؤسسة لا تملك خطا أخضرا خاصا بالزبائن كما أفادنا بذلك مبحوثنا في مقابلتنا معه.[1]

المحور الثالث: مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة سون لغاز

جدول رقم (15): يبين جود انقطاعات في خدمة الانترنت.

الاحتمال	ت	%
نعم	22	42.30
لا	30	57.70
المجموع	52	%100

ملاحظة: في هذا الجدول كان عدد أفراد المبحوثين 52 وهو عدد الإطارات الذين يتوفرون على خدمة الإنترنت في المؤسسة.

[1] مقابلة مع المكلفة بالإعلام والاتصال على مستوى مؤسسة سونلغاز قالمة

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين وجود انقطاعات في خدمة الانترنت أن 57.70% من المبحوثين أفادوا أنه لا توجد انقطاعات، في حين أفاد 42.30% منهم أنهم يواجهون انقطاعات في خدمة الأنترنت .

من خلال قراءتنا لهذه النتائج يظهر لنا أن نسبة الانقطاعات تعتبر كبيرة وهي تؤثر على جودة هذه الخدمة ويعود سبب هذه الانقطاعات إلى غياب صيانة دورية منتظمة لوسائل تكنولوجيات الإعلام والاتصال كما أفادنا بذلك مبحوثنا[1] في مقابلتنا معه، كما أن هذه الانقطاعات تعودإلى ضعف تدفق الإنترنت وعليه كان سؤال الجدول التالي عن سرعة الإنترنت بالمؤسسة.

جدول لرقم (16): يبن سرعة تدفق الإنترنت.

السرعة	ت	%
جيدة	16	30.76
منوسطة	19	36.53
ضعيفة	17	32.69
المجموع	52	%100

ملاحظة: في هذا الجدول كان عدد أفراد المبحوثين 52 وهو عدد الإطارات الذين يتوفرون على خدمة الإنترنت في المؤسسة.

من خلال الجدول الذي يظهر سرعة تدفق الإنترنت يتبين لنا أن 36.53% من المبحوثين أجابوا بأنها متوسطة، في حين أجاب 32.69 % أنها ضعيفة، وأخيرا أجاب 30.76 %من المبحوثين أنها جيدة.
وفي قراءتنا لهذه النتائج نلحظ تقارب في إجابات المبحوثين ومع ذلك فإن نسبة الذين أفادوا أن تدفق الانترنت ضعيفة تعتبر كبيرة وهذا مايؤثر سلبا على نوعية وجودة الخدمة التي توفرها هذه الوسيلة في المؤسسة.

جدول رقم (17): يبين ما إذا كانت طبيعة العمل تحتم الإلمام الجيد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

الاحتمالات	ك	%
نعم	72	90
لا	8	10
المجموع	80	%100

[1] مقابلة مع رئيس قسم الموارد البشرية في المؤسسة.

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين تحتيم طبيعة العمل الإلمام الجيد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، أن 90% من المبحوثين أفادوا أن طبيعة عملهم تحتم عليهم الإلمام الجيد بتكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة، فيما أفاد 10% أن عملهم لايحتم عليهم الإلمام بهذه التكنولوجيا.

ويمكن تفسير هذه النتائج على ضوء طبيعة الأعمال والمهام المنوط بالمبحوثين القيام بها فهم إطارات وطبيعة عملهم إدارية ومكتبية وهي تحتم عليهم استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وفي المقابل هناك من المبحوثين أفادوا أن عملهم لا يحتم عليهم الإلمام الجيد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال وهذا راجع إلى عدم معرفتهم بالأهمية والحلول التي تقدمها هذه التكنولوجيا في مجالات عملهم، وكذلك يعود إلى عدم تحكمهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وكذا عدم توفرهم على بعض التكنولوجيات خاصة أن المؤسسة لا توفر كل التكنولوجيات لجميع الإطارات.

جدول رقم (18): يبن مواجهة المبحوثين لصعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة.

الاحتمال	ك	%
نعم	19	23.75
لا	61	76.25
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين مواجهة الإطارات لصعوبات في استعمال تكنولوجيا الإعلام والاتصال أن 76.25%من المبحوثين أفادوا أنهم لا يواجهون صعوبات في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، فيما أفاد 23.75% منهم أنهم يواجهون صعوبات.

وعليه فإن غالبية الإطارات يتحكمون في تكنولوجيا الإعلام ولاتصال الحديثة، وهذا يعود إلى كون غالبيتهم تحصلين على شهادات عليا، فتحكمهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال يعود إلى تكوينهم الشخصي، ومع ذلك فان نسبة الذين يواجهون صعوبات تعتبر مرتفعة نسبيا، وهذا يعود إلى افتقار المؤسسة وعدم تنظيمها لدورات تكوينية متخصصة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وهذا ما أفادنا به مبحوثنا في مقابلتنا معه حيث ذكر أن المؤسسة لا تنظم دورات تكوينية في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لفائدة موظفيها.[1]

[1] مقابلة مع رئيسة مصلحة التكوين بالمؤسسة.

جدول رقم(19): يبن طبيعة الصعوبات التي يواجهها المبحوثين.

طبيعة الصعوبات	ك	%
لغوية	7	36.85
تقنية	12	63.15
أخرى تذكر	-	-
المجموع	19	100

نلاحظ من خلال الجدل الذي يبين الصعوبات التي واجها الإطارات في استعمالهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أن 63.15% كانت صعوباتهم تقنية فيما كانت إجابات 36.85% بأن الصعوبات التي يواجهونها تقنية.

وعليه فان ذلك يرجع إلى عدم تكوين هؤلاء في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وافتقارهم لدورات تحكم فيها ،وكذا يرجع إلى عدم إتقانهم اللغة الفرنسية حيث أن جل الأعمال في المؤسسة تكون باللغة الفرنسية وهذا مايطرح إشكال حول الاستفادة القصوى من هذه التكنولوجيا،لذلك كان السؤال التالي حول توفير المؤسسة لدورات تدريبية للتحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة .

جدول رقم (20):يبين توفير المؤسسة لدورات تكوينية للتحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لصالح عمالها.

الاحتمال	ك	%
نعم	65	81.22
لا	15	18.75
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين توفير المؤسسة لدورات تكوينية للتحكم في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أن 81.22%من المبحوثين أجابوا بنعم، فيما أجاب 18.75% منهم بلا.

هذه النتائج تتعارض وما ذكره لنا مبحوثنا في مقابلتنا معه حيث ذكر أن المؤسسة لا توفر دورات تكوينية لعمالها في تكنولوجيا الإعلام والاتصال، بل الدورات تكون متخصصة في مجال كل عامل "الغاز" و "الكهرباء"،[1] وعليه كانت إجابات المبحوثين فيها خلط بين التكوينات المتخصصة والتكوين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

جدول رقم (21): يبين امتلاك المؤسسة لمختصين في تكنولوجيا الإعلام والاتصالا الحديثة.

الاحتمال	ك	%
نعم	76	95
لا	4	5
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبن امتلاك المؤسسة لمختصين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال أن 95%من المبحوثين أجابوا بنعم، فيما أجاب 5%عدم امتلاك المؤسسة لمختصين في هذا المجال.

تظهر هذه النتائج إدراك المؤسسة لأهمية وجود مختصين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وإن كانت مهامهم تقتصر على إصلاح الأعطاب والمشاكل التي تصيب الوسائل التكنولوجية، وتقديم المشورة إن واجهت بعض العمال أي صعوبات، وعليه هؤلاء المختصين لايتم الاستفادة منهم على أحسن وجه،كتكوين الإطارات والعمال في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة .

جدول رقم (22): يبين إذا ما كانت المؤسسة تسمح لموظفيها بالعمل عن بعد.

الحتمال	ك	%
نعم	-	-
لا	80	100
المجموع	80	100

من خلال الجدول الذي يبين تبني المؤسسة لأسلوب العمل عن بعد نلاحظ ان نسبة 100 %أجابواأن المؤسسة لا تتبنى أسلوب العمل عن بعد

[1] مقابلة مع رئيسة مصلحة التكوين.

ويرجع هذا إلى كون المؤسسة لا تتلك المؤهلات التكنولوجية اللازمة التقنية والفنية خاصة، التي تسمح لها بتبني وتطبيق فكرة العمل عن بعد ، وهذا ما ذهب إليه مبحوثنا[1] في مقابلنا معه حيث أفادنا أن المؤسسة لا تزال بعيدة عن تطبيق فكرة المؤسسة الرقمية حيث أن المؤسسة لا تتوفر على المؤهلات الفنية والتقنية وكذا البنى التحتية التي تسمح بتبني فكرة العمل عن بعد ، كما يرجع عدم تطبيق فكرة العمل عن بعد إلى عدم تبني الفكرة من الأساس من قبل المسؤولين في الجهات العلي.

جدول رقم (23): يبين اشتراط المؤسسة على المترشحين الجدد لشغل الوظائف الإدارية التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

الاحتمال	ك	%
نعم	15	18.75
لا	65	81.25
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين اشتراط المؤسسة على المترشحين الجدد للوظائف الإدارية التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أن 81.25 % أجابوا ب لا، في حين أجاب 18.75 %منهم بنعم.

تظهر هذه النتائج عدم اشتراط المؤسسة على الموظفين الجدد التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وهذا ما أكده لنا مبحوثنا[2] في مقابلتنا معه حيث أفاد أن المؤسسة لا تشترط على الموظفين الجدد التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، وتظهر هذه النتائج عدم وعي وإدراك المؤسسة لأهمية تحكم عمالها في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وعليه كان سؤالنا الموالي عن درجة تحكم المبحوثين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة .

جدول رقم (24): يبين درجة تحكم المبحوثين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

درجة التحكم	ك	%
جيدة	24	30
متوسطة	45	56.25
ضعيفة	11	13.75
المجموع	80	%100

[1] مقابلة مع رئيس قسم الموارد البشرية في المؤسسة.

[2] مقابلة مع رئيسة مصلحة التكوين بالمؤسسة.

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين درجة تحكم المبحوثين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أن 56.25%من المبحوثين أفادوا أن درجة تحكمهم متوسطة، فيما أجاب 30% منهم أن درجة تحكمهم جيدة ،وأفاد 13.75%من المبحوثين أن درجة تحكمهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال ضعيفة.

وعليه فان غالبية المبحوثين كانت درجة تحكمهم ي تكنولوجيا الإعلام والاتصال متوسطة ويمكن تفسير ذلك على ضوء طبيعة عملهم والتي تحتم عليهم التعامل مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، لكنها لاتحتم عليهم الإلمام الجيد بهذه التكنولوجيا، أما من أفادوا بأن درجة تحكمهم جيدة فذلك يعود الى تكوينهم الجامعي والى مجهوداتهم الشخصية، كما أن هذه النسبة تتضمن المختصين في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، أما من ذكروا أن درجة تحكمهم ضعيفة فذلك يعود إلى عدم تبني المؤسسة ثقافة التكوين والمتابعة فيما يخص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

المحور الثالث: تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي

القسم الأول: تقييم تحسين الاتصال داخل المؤسسة

جدول رقم (25): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في زيادة سرعة تداول المعلومة

التقييم	ك	%
راض	45	56.25
نوعا ما	29	36.25
غير راض	06	7.5
المجموع	80	%100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبن مدى تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة تداول المعلومة أن 56.25% من المبحوثين عبروا عن رضاهم، أما 36.25% منهم فكانت إجاباتهم بنوع ما، فيما أفاد 7.5% من المبحوثين أنهم غير راضين.

تظهر هذه النتائج النظرة الايجابية لإطارات مؤسسة سونلغاز قالمة لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة تداول المعلومة، وهذا ما أكده مبحوثنا[1] في مقابلتنا معه حيث ذكر أن أحد أهم الإستفادات من تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة هو قدرة هذه الأخيرة على نقل المعلومات بسرعة وخص بالذكر الهاتف، وتتوافق هذه النتائج مع ما ذكره الباحث بلقيدوم صباح من مزايا تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين وتنشيط حركة الاتصال في المؤسسة وتوفير المعلومة في الوقت المناسب [2] .

أما نسبة من عبروا عن عدم رضاهم فهي ضئيلة وعدم الرضا ذلك يعود إلى ضعفهم في التحكم في تكنولوجيا، كما يعود الى المشاكل التي تعانيها الوسائل التكنولوجية في المؤسسة كالانقطاعات في خدمة الانترنت مثلما هو مبين في الجدول رقم 15.

جدول رقم (26): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل الوصول إلى المعلومة.

التقييم	ك	%
راض	55	68.75
نوعا ما	19	23.75
غير راض	06	7.5
المجموع	80	100

يبين الجدول أعلاه تقييم المبحوثين لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل الوصل الى مصادر المعلومة أن 68.75% من المبحوثين راضين عن هذه المساهمة فيما أفاد 23.75 % من المبحوثين أنهم راضين نوعا ما، فيما عبر 7.5% من المبحوثين عن عدم رضاهم عن هذه المساهمة .

من خلال هذه النتائج نستشف النظرة الايجابية لإطارات المؤسسة محل الدراسة لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسهيل الوصول إلى المعلومات وهذا يرجع لكون المؤسسة مزودة بخدمة الإنترنت وتمتلك شبكة اتصال داخلية تمكن من خلالها إطاراتها من الاطلاع على المعلمات المختلفة وتسهل لهم الوصول إليها.

في المقابل من المبحوثين من عبر عن عدم رضاه عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل الوصول إلى المعلومة وهذا يرجع إلى عدم إلمامهم بالتكنولوجيات الحديثة أو عدم توفرهم على بعض

[1] مقابلة مع رئيس قسم الموارد البشرية بالمؤسسة.

[2] بلقيدوم صباح، مرجع سبق ذكره، ص 136.

التكنولوجيات الأساسية كالإنترنت والإكسترانت حيث يظهر ذلك من خلال نتائج الجدول رقم 4،كما يعود إلى عدم تمتع بعض العمال بالثقافة الاتصالية الجيدة وما ينتج عن ذلك من مشاكل اتصالية كاحتكار المعلومة.

جدول رقم (27):يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل عملية التواصل بين الموظفين.

التقييم	ك	%
راض	50	62.5
نوعا ما	20	25
غير راض	10	12.5
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن 62.5% من المبحوثين كانوا راضين عن تسهيل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة عملية التواصل بين الموظفين، في حين كانت إجابة25 %أنهم راضين نوعا ما، فيما عبر 12.5%من المبحوثين عن عدم رضاهم.

تظهر هذه النتائج النظرة الإيجابية لإطارات المؤسسة محل الدراسة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال ومساهمتها في تسهيل عملية التواصل بينهم، وهذا ما يتوافق مع مميزات تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة خاصة الانترنت وتطبيقاتها فتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب مقابلة مع مبحوثنا[1]تلعب عامل مهم في تقريب المسافات وإلغاء الحواجز بين الموظفين.

في المقابل يعود عدم رضا نسبة معتبرة من المبحوثين إلى عدم تحكمهم في تكنولوجيات الإعلام والاتصال وعدم استغلال مميزاتها الاتصالية، كما يمكن إرجاعها إلى عدم توفير المؤسسة بعض الوسائل التكنولوجية خاصة الإنترنت والإكسترانت لكل إطاراتها، وكذا المشاكل التي تعاني منها الإنترنت كضعف التدفق والانقطاعات المتكررة كما تبين ذلك نتائج الجدولين رقم 15 و16.

[1] مقابلة مع المكلفة بالإعلام والاتصال على مستوى المؤسسة.

جدول رقم (28): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تحسين الرصيد المعرفي للمبحوثين.

التقييم	ك	%
راض	40	50
نوعا ما	29	36.25
غير راض	11	13.75
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين الرصيد المعرفي أن غالبية المبحوثين راضين عن هذه المساهمة بنسبة 50%، فيما أفاد 36.25% من المبحوثين أنهم راضين نوعا ما، وفي المقابل عبر 13.75% من المبحوثين عن عدم رضاهم عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين رصيدهم المعرفي.

وعليه، فان غالبية إطارات المؤسسة لهم نظرية إيجابية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في ما يخص مساهمتها في تحسين الرصيد المعرفي وهذا يعود أساسا إلى كون المؤسسة تتوفر على الإنترنت والتي تعد مصدرا ومفتوحا للحصول على المعلومات ويمكن إرجاع عدم رضا البعض إلى سوء استعمالهم لهذه التكنولوجيا، والى كون المؤسسة على الرغم من توفرها على الإنترنت والانترانت لكنها لا توفرها لكل إطاراتها.

جدول رقم (29): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في رفع كفاءة الاتصال الإداري في المؤسسة.

التقييم	ك	%
راض	44	55
نوعا ما	27	33.75
غير راض	09	11.25
المجموع	80	%100

من خلال الجدول الذي يبين تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع كفاءة الاتصال الإداري نلاحظ أن أغلبية المبحوثين عبروا عن رضاهم وذلك بنسبة 55%، بينما كانت إجابة 33.75% بنوعا ما، وعبر 11.25%من المبحوثين عن عدم رضاهم.

هذه النتائج تعبر عن النظرة الايجابية للمبحوثين لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الاتصال الإداري، وهذا يعود أساسا الى تسهيل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة عملية التواصل بين الإداريين ونزع الحواجز الإدارية المختلفة، فتكنولوجيا الإعلام والاتصال تعمل على زيادة فاعلية عملية الاتصالات الإدارية داخل المؤسسة وخارجها، فضلا عن تحسين التنسيق بين مختلف المستويات الإدارية داخل المؤسسة والتي تعمل على انجاز أهدافها.

في المقابل يرجع عدم رضا بعض المبحوثين إلى العراقيل و الحواجز البيروقراطية التي تمتاز بها المؤسسات العمومية الجزائرية، فتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة لكي تحقق الاستفادة الكبيرة منها لابد أن يقابلها تنظيم إداري مرن وهذا ما لا تتوفر عليه المؤسسة، وهذا ما تؤكده إجابة مبحوثنا[1] في مقابلتنا معه حيث ذكر أن التنظيم الإداري للمؤسسة لا يأخذ بعين الاعتبار تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

القسم الثاني: تعزيز روح الانتماء للمؤسسة

جدولرقم (30): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في رفع الروح المعنوية للعمال.

التقييم	ك	%
راض	26	32.5
نوعا ما	40	50
غير راض	14	17.5
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبن تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الروح المعنوية للعمال أن غالبية المبحوثين أفادوا أنهم راضين نوعا ما وذلك بنسبة 50%، فيما عبر32.5%منهم رضاهم، أخيرا عبر 17.5%من المبحوثين عن عدم رضاهم.

[1] مقابلة مع رئيس قسم الموارد البشرية بالمؤسسة.

تظهر هذه النتائج الرضا المتوسط للإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع روحهم المعنوية وهذا يعود إلى غياب ثقافة التشجيع ونقص الحوافز والمكافآت في المؤسسة محل الدراسة، وهذا ما أفادنا به مبحوثنا[1] في مقابلتنا معه حيث ذكرأن المؤسسة لا تعتمد سلم مكافآت وحوافز واضح ومحدد، وفي المقابل فان نسبة الغير راضين تعتبر كبيرة نسبيا وهذا يعود إلى عدم استغلال لمؤسسة للخدمات التي تتيح العمال التقرب من بعضهم أكثر كالخدمات التي توفرها الانترنت كتطبيقات المشاركة الجماعية ، ومواقع التواصل الاجتماعي، وكذا غرف الاجتماعات السريعة كما يبين ذلك نتائج الجدول رقم 06.

جدول رقم (31):يبين تقيم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تحسين محيط و بيئة العمل.

التقييم	ك	%
راض	36	45
نوعا ما	36	45
غير راض	8	10
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين محيط وبيئة العمل أن 45% من المبحوثين عبورا عن رضاهم وقد عبرت نفس النسبة عن أنهم راضين نوعا ما فيما عبر 10% من المبحوثين عن عدم رضاهم .

هذا يظهر النظرة الايجابية للإطارات لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين بيئة ومحيط العمل وهذا ما يتوافق مع ما ذكره الباحث غسان قاسم من أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تساهم على تحسين الظروف البيئية إذ تساهم في القضاء على الضوضاء.[2]

[1] مقابلة مع رئيسة مصلحة التكوين.

[2] غسان قاسم داود اللامي ، مرجع سبق ذكره ، ص 41

جدول رقم (32): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تعزيز روح الفريق لدى العمال.

التقييم	ك	%
راض	32	40
نوعا ما	32	40
غير راض	16	20
المجموع	80	100

من خلال الجدول الذي يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تعزيز روح الفريق نلاحظ أن40% من المبحوثين عبروا علن رضاهم عن هذه المساهمة، وكذلك الحال بالنسبة للذين عبروا علن رضاهم المتوسط، وفي المقابل عبر 20 من المبحوثين عن عدم رضاهم عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تعزيز روح الفريق لدى عمال المؤسسة محل الدراسة.

وعليه فإن أغلبية المبحوثين راضين عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع روح الفريق وهذا يعود الى كون هذه التكنولوجيا تقوم بتحسين نوعية العلاقات بين أفراد المؤسسة وذلك من خلال تسهيل عملية التواصل بينهم ، ورفع الروح المعنوية لهم من خلال توضيح الرؤى والأهداف المشتركة و تشجيعهم على أداء الأعمال، في المقابل يفسر عدم رضا البعض إلى عدم استغلال المؤسسة لبعض تكنولوجيات الاتصال الحديثة كخدمات الانترنت والمتمثلةأساسا في تطبيقات العمل الجماعية في المؤسسة والتي تزيد من تقارب رؤى الموظفين ورفع الحواجز بينهم.

جدول رقم (33): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في خلق روح المسؤولية لدى العمال.

التقييم	ك	%
راض	22	27.5
نوعا ما	43	53.75
غير راض	15	18.75
المجموع	80	100

من خلال الجدول الذي يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في خلق روح المسؤولية لدى العمال نلاحظ أن 53.75% من المبحوثين عبروا عن رضاهم المتوسط عن هذه المساهمة، فيما عبر 27.5% منهم عن رضاهم عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في خلق روح المسؤولية لديهم، وفي المقابل عبر 18.75%منهم عن عدم رضاهم.

وعليه فان أكثرية المبحوثين لديهم رضا متوسط عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع روح المسؤولية وهذا يعود إلى غياب ثقافة المبادرة في المؤسسة وانتشار ظاهرة الاتكالية لدى شريحة من عمال المؤسسة خاصة وأن المؤسسة لا تضع معايير واضحة لتقييم الأداء كما ذكر لنا ذلك مبحوثنا[1] في مقابلتنا معه.

القسم الثالث: رفع الإنتاجية

جدول رقم (34) يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في إمكانية القيام بأكثر من عمل في وقت واحد .

التقييم	ك	%
راض	45	56.25
نوعا ما	30	37.5
غير راض	5	6.25
المجموع	80	100

يظهر لنا من خلال الجدول الذي يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في إمكانية القيام بأكثر من عمل في وقت واحد أن 56.25% من المبحوثين عبروا عن رضاهم عن هذه المساهمة، فيما عبر 37.5% منهم عن رضاهم المتوسط، وأخيرا أفاد 6.25%من المبحوثين عن عدم رضاهم عن هذه المساهمة.

تعكس هذه نظرة الإطارات الايجابية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وذلك بحسن استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال خاصة الحاسوب وخاصة أنه متصل بشبكة الإنترانت والاكسترانت والذي يتيح ميزة القيام بأكثر من عمل بنفس الوقت وهذا ما يعززه ما ذكرته مبحوثنا في مقابلتنا[2] معها حيث أفادت بأن الحاسوب أتاح للعامل إمكانية القيام بأكثر من عمل في وقت واحد خاصة وأنه مزود بخدمتي الإنترنت والانترانت.

[1] مقابلة مع رئيس قسم الموارد البشرية بالمؤسسة.

[2] مقابلة مع رئيسة قسم التكوين بالمؤسسة.

ويرجع عدم رضا البعض إلى ضعف تحكمهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، والى النقائص التي تعاني منها تكنولوجيات الإعلام والاتصال في المؤسسة كانقطاعات الإنترنت وضعف تدفقها، وكذا عدم توفر بعض الوسائل التكنولوجية لنسبة معتبرة من إطارات المؤسسة.

جدول رقم (35): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تقليل الأخطاء عند القيام بالمهام المختلفة .

التقييم	ك	%
راض	42	52.5
نوعا ما	34	42.5
غير راض	4	5
المجموع	80	100

يظهر لنا من خلال الجدول الذي يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تقليل الأخطاء عند القيام بالمهام المختلفة، أن 52.5%، من المبحوثين راضين عن هذه المساهمة، فيما عبر 42.5% عن رضاهم المتوسط، وفي المقابل عبر 5% من المبحوثين عن عدم رضاهم .

من خلال هذه النتائج يمكننا القول أن تقييم الإطارات لمساهمة التكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في توفير المرونة يتوافق مع خصائص هذه التكنولوجيا حيث أنها تقلل من نسبة الأخطاء المرتكبة [1] وهذا ما أكده لنا مبحوثنا[2] في مقابلتنا معه والذي أفاد بأن تكنولوجيا الإعلام والاتصال تقلل الأخطاء وذلك من خلال خاصية التنبيه التي تتميز به هذه التكنولوجيا.

جدول رقم (36): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع الجودة المهنية.

	ك	%
راض	45	56.25
نوعا ما	30	37.5
غير راض	5	6.25
المجموع	80	100

[1] بلقيدوم صالح ، مرجع سابق ،ص .136

[2] مابلة مع رئيس قسم الموارد البشرية بالمؤسسة.

من خلال الجدول الذي يبين تقييم مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الجودة المهنية نلاحظ أن 56.25%من المبحوثين عبروا عن رضاهم عن هذه المساهمة، فيما عبر 37.5%منهم عن رضاهم المتوسط، وأخيرا عبر 5%من المبحوثين عن عدم رضاهم.

تظهر هذه النتائج النظرة الايجابية لإطارات المؤسسة في مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الجودة المهنية وهذا ما يتوافق وماذكره الباحث قاسم داود اللامي من أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تزيد في جودة مخرجات المؤسسة.[1] وفي المقابل يعود عدم رضا بعض المبحوثين إلى سوء تعاملهم مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال، والى عدم توفرهم على تلك التكنولوجيا خاصة أن المؤسسة لا توفر جميع التكنولوجيات الاتصالية لكل إطاراتها.

جدول رقم (37): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في سرعة اتخاذ القرار.

	ك	%
راض	30	37.5
نوعا ما	44	55
غير راض	6	7.5
المجموع	80	100

نلاحظ من خلال الجدول الذي يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في سرعة اتخاذ القرار أن

55 %من المبحوثين عبروا عن رضاهم المتوسط عن هذه المساهمة، في حين عبر 37.5%منهم عن رضاهم، وأخيرا عبر 7.5% من المبحوثين عن عدم رضاهم.

من خلال هذه النتائج نستشف التقييم المتوسط للإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في سرعة اتخاذ القرار وهذا يعودأساساإلى كون المؤسسة تعتمد نظام مركزية القرار لذلك كانت الغالبية متوسطة الرضا كون مسؤولية اتخاذ القرار ليست بيدها، أما من عبروا عن رضاهم فهم من الإطارات السامية التي يمكنها اتخاذ القرارات.

[1] قاسم داود اللامي، مرجع سابق، ص 43

.جدول رقم (38): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الكفاءة المهنية .

التقييم	ك	%
راض	42	52.5
نوعا ما	28	35
غير راض	10	12.5
المجموع	80	100

يظهر لنا من خلال الجدول الذي يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الكفاءة المهنية أن 52.5% من المبحوثين عبروا عن رضاهم، في حين عبر 35%عن رضاهم المتوسط، وأخيرا عبر 12.5%من المبحوثين عن عدم رضاهم .

من خلال قراءتنا لهذه النتائج نستشف النظرة الايجابية للإطارات في مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الكفاءة المهنية وهذا ما يتوافق وما ذكره الباحث قاسم داود اللامي من أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ترفع الكفاءة المهنية في المؤسسة بنسبة 75%[1]، وهذا يدل على الاستغلال الجيد لمخرجات تكنولوجي الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة، وفي المقابل فإن نسبة الذين عبروا عن عدم رضاهم تعتبر مرتفعة نسبيا وذلك يعود إلى عدم تحكمهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة أو عدم توفرهم عليها أو على البعض منها .

جدول رقم (39): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة دقة الأداء.

التقييم	ك	%
راض	47	58.75
نوعا ما	19	23.75
غير راض	14	17.5
المجموع	80	100

[1]غسان قاسم داود اللامي، مرجع سبق ذكره، ص69.

يظهر لنا من خلال الجدول الذي يبين مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة دقة الأداء أن 58.75% من المبحوثين عبروا عن رضاهم في حين عبر 23.75% منهم عن رضاهم المتوسط، وأخيرا عبر 17.5% منهم عن عدم رضاهم.

من خلال قراءتنا لهذه النتائج، تظهر لنا النظرة الايجابية للإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة دقة الأداء وهذا ما يتوافق مع خصائص هذه التكنولوجيا، من خلال تحسين الجودة و تقليل الأخطاء وكذا سرعة التواصل وإيصال المعلومة وهذا ماينعكس بالإيجاب على الدقة في الأداء، وهذا يدل على الاستغلال الجيد لتلك التكنولوجيا، و يعود عدم رضا بعض المبحوثين أساسا إلى عدم حسن استغلال تلك التكنولوجيا وعدم توفرها بالنسبة لبعض المبحوثين، وكذا ضعف تدفق الإنترنت مما ينتج عنه سوء توصيل واستغلال المعلومات والبيانات والتي تساهم كثيرا في زيادة دقة الأداء.

جدول رقم (40): يبين تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة الأداء.

التقييم	ك	%
راض	42	52.5
نوعا ما	26	32.5
غير راض	12	15
المجموع	80	100

من خلال الجدول الذي يظهر مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة الأداء نلاحظ أن 52.5% من المبحوثين عبروا عن رضاهم، فيما عبر 32.5% منهم عن رضاهم المتوسط، وفي المقابل عبر 15 عن عدم رضاهم .

من خلال قراءتنا لهذه النتائج نستشف النظرة الايجابية للإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة الأداء وهذا يفسر من خلال مميزات هذه التكنولوجيا خاصة اللاتزامنية واللامركزية وتنشيط حرك الاتصال داخل المؤسسة،[1] ويعود عدم رضا البعض إلى افتقارهم للمهارة التي تسمح لهم بالتعامل الجيد مع تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة وأيضا إلى عدم استغلال بعض التكنولوجيات الحديثة في المؤسسة محل

[1] بومعيل سعاد ، مرجع سابق،ص 206

الدراسة كالتطبيقات الإنتاجية حيث يبين ذلك الجدول رقم 07، وكذا عدم استغلال المؤسسة لتقنية العمل عن بعد ويظهر ذلك من خلال نتائج الجدول رقم 22.

جدول رقم (41): يبين تقييم الاطارات لمساهمة د تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في الرفع من الروح الإبداعية.

التقييم	ك	%
راض	27	33.75
نوعا ما	42	52.5
غير راض	11	13.75
المجموع	80	100

يظهر لنا من خلال الجدول أعلاه أن 52.5% من المبحوثين أفادوا أن راضين نوعا ما عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع روحهم الإبداعية، في حين عبر 33.75% منهم عن رضاهم، فيما عبر 13.75% من المبحوثين عن عدم رضاهم.

من خلال قراءتنا لهذه النتائج يظهر لنا الرضى المتوسط لإطارات المؤسسة عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الروح الإبداعية للعمال، و يرجع ذلك إلى الجمود الذي تتميز به المؤسسات الجزائرية وخاصة العمومية منها، حيث أنها تفتقر إلى ثقافة التشجيع على المبادرة والإبداع وذلك من خلال افتقارها لسياسات المكافأة والتحفيز وهذا ما يقلل من مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الروح الإبداعية، كما يعود إلى افتقار المؤسسة وعدم استغلالها للخدمات التي تقدمها الانترنت كمساحات العمل المشتركة التي تعتبر مجالا للإبداع وتبادل الأفكار كما يظهر ذلل من خلال نتائج الجدول رقم 06.

4.نتائج الدراسة :

أ. نتائج الدراسة بناءا على التساؤلات الفرعية:

انطلاقا من الدراسة النظرية والميدانية، ومن خلال تحليلنا للأسئلة المتعلقة **بالتساؤل الفرعي الأول والذي يدور حول: أهم مجالات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مؤسسة سونلغاز قالمة** توصلنا إلى النتيجة التالية:

تتعدد مجالات استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة محل الدراسة من التدوين، الى الحفظ والأرشفة، إلى التواصل والاتصال والبحث عن المعلومات المختلفة وذلك حسب خصائص كل وسيلة.

ويظهر ذلك من خلال المؤشرات التالية:

- تتوفر المؤسسة على أهم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة والمتمثلة في الحاسوب ،الإنترنت، الانترانت والاكسترانت، وهذا ما يوضحه الجدول رقم 05 حيث جاءت نسبة 23.43%من الاجابات أن المؤسسة تتوفر على الحاسوب وكذلك بنفس النسبة بالنسبة الأنترانت، فيما كانت نسبة الإنترنت 16.25%، و،13.4% بالنسبة الاكسترانت .
- في المؤسسة محل الدراسة وجدنا أن هناك قصور في استغلال الخدمات التي توفرها الإنترنت ويظهر ذلك من خلال الجدول رقم 06 حيث يظهر اقتصار المبحوثين على خدمة البريد الالكتروني فقط وذلك بنسبة 100% وإغفال العديد من الخدمات والحلول التي توغرها الإنترنت كالتخزين السحابي، التطبيقات الإنتاجية و الأعمال المكتبية وهذا يظهر قصور في استغلال هذه التكنولوجيا والتي تعد أهم التكنولوجيات الحديثة.
- تتنوع مجالات استخدامات الحاسوب في المؤسسة محل الدراسة كما هو مبين في الجدول رقم :07 حيث يستخدم في كتابة التقارير واستخدام التطبيقات المختلفة بنسبة 28.73%، ويستخدم في حفظ المعلومات بنسبة 20.68%، و في تدوين جديد المؤسسة بنسبة 19.54%، كما يتم استغلاله في إرسال التقارير ودراسة المشاريع المختلفة.
- استخدامات الإنترنت في المؤسسة محل الدراسة اتصالية تعليمية، وهذا ماتعبر عنه نتائج الجدول رقم 08 حيث تستخدم في: التواصل مع الإدارة بنسبة 40%، وتستخدم كأداة لتطوير الكفاءة والمعلومات بنسبة 31.42%، كما تستخدم في التواصل مع الزملاء بنسبة 24.07%.
- تتنوع استخدامات الأنترانت في المؤسسة محل الدراسة وهذا ما عبرت عنه نتائج الجدول رقم11 حيث تستخدم في: الحصول على المعلومات بنسبة 32.08%، الاتصال بالموظفين بنسبة 25.66%، وتستخدم في عمليات التسيير بنسبة 21.39%، وفي مراقبة العمل بنسبة 19.25%.

- تستخدم الإكسترانت في المؤسسة محل الدراسة بالأساس في التواصل مع الفروع الأخرى للمؤسسة والتواصل مع الزملاء وهدا ماعبرت عنه نتائج الجدول رقم 10، حيث تستخدم في التواصل مع الفروع الأخرى للمؤسسة بنسبة 71.42%، وفي التواصل مع الزملاء بنسبة 26.78%.
- يستخدم البريد الإلكتروني في المؤسسة محل الدراسة في: إرسال المعلومات السريعة بنسبة38.15%، ظهور عمل مستعجل بنسبة 32.23%، حضور الاجتماعات بنسبة 26.31%، وهذا ما عبرت عنه نتائج الجدول رقم 11.

أما فيما يخص تحليلنا لنتائج **التساؤل الثاني والذي يتمحور حول مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة** فقد توصلنا للنتيجة التالية:

تحظى تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بالمؤسسة محل الدراسة بمكانة متوسطة.

ويتبين دلك من خلال المؤشرات التالية:

- سرعة الإنترنت في المؤسسة محل الدراسة ضعيفة ويظهر ذلك من خلال الجدول رقم 16.
- يواجه بعض إطارات المؤسسة محل الدراسة صعوبات في استخدام تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة وهذا ما تبينه نتائج الجدول رقم 19، وذلك بنسبة 23.75% من المبحوثين.
- تتمثل الصعوبات التي يواجهها إطارات مؤسسة سونلغاز قالمة أثناء استعمالهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال حسب نتائج الجدول رقم 19في: صعوبات تقنية بنسبة 63.15%، لغوية بنسبة 36.85%.
- غالبية الإطارات درجة تحكمهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال متوسطة وهذا ما تظهره نتائج الجدول رقم 21.
- المؤسسة محل الدراسة لا تتوفر ولا تتيح لعمالها ميزة العمل عن بعد وهذا ما تظهره نتائج الجدول رقم22.
- لا تشترط المؤسسة محل الدراسة على المترشحين الجدد لشغل وظائف إدارية التحكم الجيد في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ويظهر ذلك من خلال نتائج الجدول رقم 23.
- درجة تحكم أغلبية إطارات المؤسسة محل الدراسة متوسطة ويظهر ذلك من خلال نتائج الجدول رقم 24 وذلك بنسبة 56.25%.

أما في ما يخص تحليلنا لنتائج **التساؤل الثالث والذي يتمحور حول تقييم الإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أدائهم الوظيفي** فقد توصلنا للنتيجة التالية:

يمتلك إطارات مؤسسة سونلغاز قالمة نظرة ايجابية لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين أدائهم الوظيفي.

ويظهر ذلك من خلال المؤشرات التالية:

❖ **التقييم الايجابي** لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الاتصال داخل المؤسسة فغالبية الإطارات لهم نظرة ايجابية لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الاتصال داخل المؤسسة وذلك من خلال:

- غالبية الإطارات راضون عن مساهمة تكنولوجية الإعلام والاتصال في زيادة سرعة تداول المعلومة بنسبة 56.25% كما تبين ذلك نتائج الجدول رقم 25.
- جل الإطارات راضون عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل الوصول إلى المعلومة بنسبة 68.75% كما تبين ذلك نتائج الجدول رقم 26.
- أغلبية لإطارات لهم نظرة ايجابية عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل عملية التواصل بين الموظفين وذلك بنسبة 62.5% كما تبين ذلك نتائج الجدول رقم27.
- أكثرية إطارات المؤسسة محل الدراسة لهم نظرة ايجابية عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الاتصال الإداري ويظهر ذلك من خلال نتائج الجدول رقم31 وذلك بنسبة 55%.

❖ **جاء تقييم الإطارات متوسطا** لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تعزيز روح الانتماء للمؤسسة

وذلك يتضح من خلال:

- التقييم المتوسط لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الروح المعنوية للعمال كما يبين ذلك الجدول رقم 30، وذلك بنسبة 50%.
- رضا إطارات المؤسسة عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تعزيز روح الفريق ويبين ذلك نتائج الجدول رقم 32 ،بنسبة 40%.
- التقييم المتوسط لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في خلق روح المسؤولية لدى عمال المؤسسة، ويظهر ذلك من خلال نتائج الجدول رقم 33 بنسبة 53.75%.

❖ يمتلك الإطارات نظرة ايجابية لمساهمة تكنولوجيا الإعلام واتصال الحديثة في رفع الإنتاجية وذلك من خلال:

- غالبية إطارات المؤسسة راضون عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تمكينهم من القيام بأكثر من عمل واحد في نفس الوقت وذلك بنسبة 56.25%، ويظهر ذلك من خلال نتائج الجدول رقم 34.
- أكثرية إطارات المؤسسة راضون عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الجودة المهنية وذلك بنسبة 56.25% وذلك ما تبينه نتائج الجدول رقم 36.
- جل إطارات المؤسسة راضون عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة الأداء وذلك بنسبة 52.5%وهذا ما يتبين من خلال الجدول رقم 40.

- غالبة إطارات المؤسسة يملكون رضا متوسطا عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تعزيز روحهم الإبداعية ن بنسبة 58.75% وهذا تظهره نتائج الجدول رقم 41.

ب. نتائج الدراسة بناءا على الأهداف:

وقد كان **الهدف الأول** من دراستنا هذه هو:**التعرف على أهم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة المستعملة في مؤسسة سونلغاز قالمة**، وبناء على هذا الهدف فقد كانت النتائج كالتالي:

- تتوفر المؤسسة على أهم تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة والمتمثلة في: الحاسوب، الإنترنت، الانترانت ، الإكسترانت.
- لا تتوفر المؤسسة على أهم خدمات الإنترنت كالحوسبة الحسابية ، وتطبيقات إدارة المشاريع.

أما بالنسبة **للهدف الثاني** والمتمثل في: **معرفة مكانة تكنولوجيا الحديثة في مؤسسة سونلغاز**، فقد توصلنا للنتائج التالية:

- ✓ تحظى تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بمكانة متوسطة في المؤسسة محل الدراسة.

وهذا يظهر من خلال المؤشرات التالية:

- عدم تحكم نسبة معتبرة من عمال المؤسسة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.
- عدم توفير المؤسسة لدورات تكوينية لصالح عمالها في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.
- عدم استغلال ميزة العمل عن بعد التي توفرها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

أما بالنسبة **للهدف الثالث** والمتمثل في: **الكشف عن مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين جودة وكفاءة الاتصال داخل المؤسسة**، فقد توصلنا للنتائج التالية:

- ✓ ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين جودة وكفاءة لاتصال داخل المؤسسة محل الدراسة وذلك من خلال:
- تحسين زيادة سرعة المعلومة.
- تسهيل الوصول إلى مصادر المعلومة.
- تحسين التواصل بين الموظفين.
- تحسين الرصيد المعرفي لإطارات المؤسسة.

أما فيما يخص **الهدف الرابع** والمتمثل في:**التعرف على تقييم الاطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة** ، فقد توصلنا للنتيجة التالية:

- ✓ ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع الأداء الوظيفي للمؤسسة الاقتصادية، وذلك من خلال:
  - إتاحة إمكانية القيام بأكثر من عمل في وقت واحد.
  - المساهمة في رفع الجودة المهنية.
  - المساهمة في زيادة الكفاءة المهنية.
  - المساهمة في تحسين دقة الأداء.

ج. نتائج الدراسة بناءا على الدراسات السابقة:

يعد التعرف على أهم التكنولوجيات المستعملة ومكانتها بمؤسسة سونلغاز،ودراسة تقييم الإطارات لمساهمتها في تحسين أدائهم الهدف الأساسي في دراستنا، وقد قمنا بعرض النتائج وتحليلها ومناقشتها بناءا على الدراسات السابقة ، وقد كانت على النحو التالي:

- أهم النتائج بناءا على الدراسة السابقة رقم01: تتفق دراستنا ودراسة بلهانية الهام وبوترعة ابتسام في أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تساعد في تطوير ورفع الأداء الوظيفي، وكما تسهل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة للوصول للمعلومات في أي وقت ومكان وتساعد في انجاز مهام مختلفة في نفس الوقت، لتكنولوجيا الإعلام والاتصال مكانة لمميزاتها والخدمات التي تقدمها.

  إلا أن هذه الدراسة تختلف عن دراستنا حيث تقوم هذه الدراسة أساسا على هدف أساسي وهو معرفة دور تكنولوجيا في رفع الأداء في حين دراستنا هدفها معرفه مكانة التكنولوجيا الحديثة وتقييم الإطارات لمساهمتها في تحسين أدائه.
- أهم النتائج بناءا على الدراسة السابقة رقم02: تتفق دراستنا مع ما توصلت إليه دراسة مالك فطيمة، على أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تساهم في تقليص الجهد والوقت والتمكن من انجاز المهام في وقت واحد، كما أنالمؤسسات أصبح يفرض عليها اللجوء لاستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لمزاياها والخدمات التي تقدمها،واستغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال من اجل الوصول إلى المعلومة في أي وقت ومكان، تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع أو تحسين الأداء الوظيفي.

إلا أن هذه الدراسة تختلف عن دراستنا من حيث أن هذه الدراسة كان هدفها التوصل إلى حقائق التي تسهم المعلومات والاتصال في تطوير أداء الأفراد بما يحقق الأداء الناجح من خلال دراسة الأهمية والمكانة وتقييم

العاملين لها في حين دراستنا كانت تهدف إلى معرفة أهم التكنولوجيا المستخدمة ومكانتها في المؤسسة وتقييم الإطارات لها.

- نتائج الدراسة بناءا على الدراسة السابقة رقم03: تتفق نتائج دراسة حورية بولعويدات ونتائج دراستنا في أن كلا الدراستين توصلتا أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت في تحسين الاتصال داخل المؤسسة، وهذا من خلال تحسين سهولة الاتصال بين الموظفين، زيادة سرعة تداول المعلومة، وسرعة الوصول إليها، القضاء على عوائق الاتصال، القضاء على التشوه الذي قد يصيب المعلومة.

كما تتفق دراسة حورية بولعويدات مع دراستنا في أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساهمت في تحسين الانتاجية، من خلال زيادة السرعة في الأداء، الرفع من كفاءة العمل، وزيادة الدقة في الأداء .

إلا ان نتائج هذه الدراسة تختلف عن نتائج دراستنا من خلال التباين في استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة إلا في مايخص الحاسوب والإنترنت.

5.النتيجة العامة للدراسة:

حسب المبحوثين فإن تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ساهمت في تحسين الأداء الوظيفي لإطارات مؤسسة سونلغاز قالمة ويتبين لنا ذلك من خلال النتائج وفق التساؤلات والأهداف ولكن هناك بعض المؤشرات التي لم تتحقق لنا وعلى سبيل الذكر لا الحصر:

- عدم توفر تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالشكل المطلوب حيث لا يتوفر بعض المبحوثين على أهم التكنولوجيات كالحاسوب، الإنترنت، الانترنت والإكسترانت.
- وجود مشاكل في خدمة الإنترنت كضعف التدفق والانقطاعات وكذا عدم استغلال بعض الخدمات التي توفرها هذه الوسيلة.
- نقص في الجانب الفني ويظهر ذلك من خلال إهمال متابعة وتأطير عمال المؤسسة فيما يخص تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

من خلال الدراسة النظرية والدراسة الميدانية والتي قادتنا إلى المؤسسة محل الدراسة توصلنا للنتيجة التالية: التقييم الايجابي للإطارات لمساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال لانعكس بالضرورة المساهمة الفعالة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع الداء الوظيفي، بل يرجع إلى عدم معرفة الإطارات بالمزايا الكبيرة التي تقدمها تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات المختلفة.

خاتمة:

يعد ميدان تكنولوجيا العلام والاتصال الحديثة ميدانا خصبا للبحث والدراسة لنظرا لتجدده وتطوره الدائم والمستمر وكذا تشابكه مع كثير من ميادين البحث الأخرى ومنها الميدان الاقتصادي، وهذا ما تناولناه فيبحثنا والذي تناول بالدراسة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة ومساهمتها في رفع أداء المؤسسة، من خلال دراستنا لمساهمة هذه التكنولوجيا في رفع داء إطارات مؤسسة سونلغاز قالمة.

وقد توصلنا في دراستنا هذه، إلى بعض النقائص التي تعيق مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في رفع الأداء، كما يجب على المؤسسة أن تعالج الأمر وذلك من خلال:

- ✓ توفير وسائل تكنولوجيا الإعلام والاتصال لجميع إطارات المؤسسة.
- ✓ زيادة سرعة تدفق الإنترنت ومعالجة مشاكل الانقطاعات وكذا استغلال الخدمات التي توفرها الإنترنت وعدم الاكتفاء بالبريد الإلكتروني.
- ✓ متابعة المؤسسة عمالها من خلال تكوينهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من أجل الرفع من كفاءتهم ودرجة تحكمهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.
- ✓ تعزيز وتفعيل التعاون والمشاركة بين الجامعات والمؤسسات الاقتصادية بغية تحقيق أقصى استفادة من البحوث والدراسات في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة.
- ✓ زيادة الاهتمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على المستوى الأكاديمي من خلال تدريسها وفتح تخصص كامل على مستوى الماستر في الجامعات الجزائرية.
- ✓ دعوة الباحثين الأكاديميين للخوض أذكر في ميدان تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة على مستوى المؤسسات الاقتصادية.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

1-المراجع باللغة العربية

الكتب:

1.ابراهيم محمد المحاسنة، إدارة وتقييم الأداء الوظيفي بين النظرية والتطبيق، دار النشر والتوزيع، 2014.

2. أحمد طرطار، الترشيد الاقتصادي للطاقات الإنتاجية في المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2001.

3. أحمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسات، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999

4.أحمد ماهر وآخرون، الإدارة (المبادئ والمهارات)، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2002.

5.إسماعيل عرباجي، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1996.

6.بلقاسم سلاطنية؛ إسماعيل قيرة، التنظيم الحديث للمؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.

7.بلقاسم سلاطنية ، حسان الجيلاني، منهجية العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، 2004.

8.بن عبد الهادي، الانترنت العالم على شاشة الكمبيوتر ،المكتبة الأكاديمية ،القاهرة ،1996.

9. بهاء شاهين، الانترنت والعولمة، عالم الكتب، القاهرة، 1999.

10. جمال الدين محمد المرسي، الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2003.

11. جمال معتوق ، منهجية العلوم الاجتماعية والبحث الاجتماعي، دار الكتاب الحديث ، القاهرة ،2003.

12.حيدر شاكر البرنيجي ، محمود حسن جمعة، تكنولوجيا ونظم المعلومات في المنظمات المعاصرة، طباعة ابن العربي، بغداد، 2013.

13.حسن جعفر الطائي، التطبيقات الاجتماعية لتكنولوجيا المعلومات، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2006.

14.حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1993.

15. حسن إبراهيم بلوط، المبادئ والاتجاهات الحديثة في إدارة المؤسسات، دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، بيروت، 2005.

16. حسين مريم، إدارة الموارد البشرية (إطار شامل)، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2017.

17.خالد ممدوح إبراهيم، الإدارة الالكترونية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2010.

18. خضير كاظم حمود؛ ياسين كاسب الخرشة، إدارة الموارد البشرية، ط5، دار المسيرة، عمان، 2013.

19.رضا أيمن، الاعلام الجديد، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2015.

20.رضوان بلخير، مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال نشأتها وتطورها، جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.

21. سامية محمد جابر، نعمان أحمد عثمان، الاتصال والإعلام وتكنولوجيا المعلومات، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،2006.
22. سعاد نائف برنوطي، إدارة الأعمال الصغيرة، دار وائل للنشر، الأردن، 2005.
23. سعيد أوكيل، فنيات المحاسبة التحليلية، دار الأفاق للنشر والتوزيع، الجزائر، دت.
24. سهيلة محمد عباس، إدارة الموارد البشرية (مدخل إستراتيجي)، ط2، دار وائل للنشر، 2006.
25. سيد محمد جاد الرب، إدارة الموارد البشرية(مدخل استراتيحي لتعليم القدرات التنافسية)، دم ن، دت.
26. صالح مهدي محسن العامري؛ طاهر محسن منصور الغالبي، الإدارة والأعمال، ط4، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
27. صمويل عبود، اقتصاد المؤسسة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982.
28. طارق طه، نظم المعلومات والحاسبات الآلية من منظور إداري معاصر، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2008.
29. عادل محمد زايد، إدارة الموارد البشرية (رؤية إستراتيجية)، دار الكتب العربية، القاهرة، 2003.
30. عباس ناجي حسن، الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني، دار صفاء للنشر والتوزيع، 2016.
31. عبد الباسط محمد عبد الوهاب، استخدام تكنولوجيا الاتصال في الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، دراسة تطبيقية ميدانية، المكتب الجامعي الحديث، القاهرة، 2005.
32. عبد الرزاق بن حبيب، اقتصاد وتسيير المؤسسة، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دت.
33. عبد الغفور عبد السلام وآخرون، إدارة المشروعات الصغيرة، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2001.
34. عبد الفتاح بيومي حجازي، النظام القانوني لحماية التجارة الالكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2002.
35. عبد اللطيف بن أشنهو، التجربة الجزائرية في التنمية والتخطيط(1962-1980)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1982.
36. عبد المالك دمان الذيابي، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت، دار راتب الجامعية، بيروت، 2001.
37. عبد المجيد عيدة، الأصول العلمية للإدارة و التنظيم، ط7، دار الاتحاد العربي، 1972.
38. عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمير، دمشق، 2000.
39. عجلان بن محمد الشهري، التقنيات المكتبية والوظائف الإدارية المعاونة، منشورات ومركز الدراسات والبحوث الأردنية، عمان،1999.
40. العربي دخموش، اقتصاد المؤسسة، منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر،2001.
41. عصام حسن الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي أسسه ومناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

42. علي الشرقاوي، إدارة النشاط الاجتماعي، الدار الجامعية للنشر، الإسكندرية، 2000.
43. عمر صخري، اقتصاد المؤسسة، ط5، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
44. غالب عوض النواسية، خدمات المستفيدين من المكتبات ومراكز المعلومات، دار الصفاء، عمان، 2000.
45. غسان قاسم داود اللامي، إدارة التكنولوجيا مفاهيم و مداخل تقنيات تطبيقات عملية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
46. غنايم عمر والشرقاوي علي، تنظيم إدارة الأعمال ، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان،1977.
47. فاروق حسين، الانترنت الشبكة الدولية للمعلومات، دار راتب الجامعية، بيروت، 1991.
48. فضيل دليو، تكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2010.
49. كامل خورشيد مراد، الاتصال الجماهيري والإعلام(التطور/ الخصائص/ النظريات)، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان،2011.
50. ماهر أحمد، إدارة الموارد البشرية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2007.
51. ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار العلمي، عمان، 2014.
52. ماهر عودة الشمالية وآخرون، تكنولوجيا الإعلام والاتصال، دار الإعصار العلمي، عمان، 2015.
53. مؤيد سعيد سالم وآخرون، إدارة الموارد البشرية، مدخل إستراتيجي، للكتاب العالمي، عمان، 2009.
54. محمد أحمد عبد النبي، إدارة الموارد البشرية، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، 2010
55. محمد جاسم شعبان؛ محمد صالح الأبهج، إدارة الموارد البشرية في ظل استخدام الأساليب العلمية الحديثة، الجودة الشاملة، الهندسة، دار الرضوان للنشر والتوزيع، عمان، 2014،
56. محمد الديب الحسيني، الحاسبات الإلكترونية وشبكنة المعلومات، دار ممفيس للطباعة، القاهرة،1970.
57. محمد الزغبي، التغير الاجتماعي، دار الطبيعة، القاهرة، 1998.
58. محمد سعيد عبد الفتاح، التسويق، ط5، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية،1995.
59. محمد سمير حمزاوي وآخرون، الإدارة العامة الأسس والوظائف والاتجاهات الحديثة، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، 2006.
60. محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الخدمة الاجتماعية، الكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006.
61. محمد الصالح حناوي وآخرون، مقدمة في الأعمال في عصر التكنولوجيا، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2004.
62. محمد الصيرفي، إدارة موارد بشرية، دار الفكر الجامعي، الاسكندرية، 2006.
63. محمد عبد الحميد ،البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ،عالم الكتب ، القاهرة ،2000.
64. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي: القواعد والمراحل والتطبيقات،دار وائل للطباعة والنشر، عمان،1999.

65. محمد علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار الرحاب للنشر، القاهرة، 2005.

66. محمود حسن الهواسي، حيدر شاكر البرنيجي، تكنولوجيا وأنظمة المعلومات في المنظمات المعاصرة، بغداد،2003.

67. محمود الخالدي، التكنولوجيا الالكترونية، دار كنوز المعرفة، عمان، 2007.

68. محمود خضر، الإعلام والمعلومات والانترنت، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

69.محمود محمد سفر، الإعلام موقف، تهامة للنشر والتوزيع، السعودية.

70.محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومستقبل صناعة الصحافة، دار الرحاب للنشر، القاهرة، 2005.

71. مصطفى كمال طه، الشركات التجارية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2000.

72.مصطفى نجيب شاويش، إدارة الموارد البشرية (إدارة الأفراد)، ط3، دار الشروق، عمان، 2005.

73. مصطفى يوسف، إدارة الأداء، دار النشر والتوزيع، عمان،2016.

74.المنيف إبراهيم عبد الله، الإدارة (المفاهيم، الأسس والمهام)، دار العلوم للطباعة والنشر، الرياض، 1983.

75.منير نوري؛ فريد كورتل، إدارة الموارد البشرية، مكتبة المجتمع العربي للنشر والتوزيع، عمان، دت.

76. موريس أنجر، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية ن ترجمة بوزيدي صحراوي وآخرون، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2006.

77. موسى اللوزي، أسس العلاقة العامة (المفاهيم والأسس)، زمزم ناشرون وموزعون، عمان، 2010.

78. ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة، دار المحمدية العامة، الجزائر،1998.

79. نبيل جواد، إدارة وتنمية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة: مجد المؤسسات الجامعية، الاردن، 2007.

80.نبيل محمد مرسي، التقنيات الحديثة للمعلومات، دار الجامعة الجديدة، القاهرة، 2005.

81. ياسين فيض البياتي، الاتصال الدولي والعربي، دار الشرف، عمان، 2006.

82.يوسف أبو الحاج، إدارة وتنمية الموارد البشرية، دار الكتاب العربي للنشر والتوزيع، دمشق، 2010.

الرسائل الجامعية:

1. أحلام مخبي، تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك–دراسة حالة شركة الأشغال العامة والطرقات–، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، تخصص بنوك وتأمينات، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2007.

2. ابراهيم بختي، دور الانترنت وتطبيقاته في مجال التسويق، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2003.

3. آمال حاج عيسى ، هواري معراج، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، ورقة عمل قُدمت إلى الملتقى الوطني الأول حول "المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و تحديات المناخ الاقتصادي الجديد" 22-23 أفريل 2003 كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، جامعة سعد دحلب البليدة ، الجزائر.
4. بلخيري سهام؛ عشيط حنان، أثر الرضا الوظيفي على أداء الموظفين في المؤسسات الجامعية، مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر، تخصص إدارة الأعمال الإستراتيجية، قسم علوم التسيير، معهد العلوم الاقتصادية، التجارية وعلوم التسيير، جامعة العقيد أكلي محمد أولحاج، البويرة، 2012.
5. بلقيدوم صباح، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصالات الحديثة على التسيير الاستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية، رسالة دكتوراه، جامعة قسنطينة2، العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2006.
6. بلهانية إلهام؛ بوترعة ابتسام،دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في رفع الأداء الوظيفي-دراسة ميدانية ببنك الفلاحة والتنمية الريفية Badr وكالة قالمة/وكالة بوشقوف/ وكالة السدراتة،مذكرة مكملة لنيل شهادة ماسترفي علم الاجتماع، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الانسانية والعلوم الاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2016.
7. بهلول سمية، النظام القانوني للمؤسسة العمومية الاقتصادية في التشريع الجزائري، مذكرة لنيل شهادة الماستر في الحقوق، تخصص قانون إداري، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2013.
8. حاتم علي حسن رضا: الإبداع الإداري وعلاقته بالأداء الوظيفي، رسالة ماجستير، قسم العلوم الإدارية، كلية الدراسات العليا، جامعة الملك سعود، السعودية، 2003.
9. شادلي شوقي، أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى أداء المؤسسة الصغيرة والمتوسطة- دراسة دالة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة بولاية الجزائر- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجيستار في العلوم الاقتصادية، تخصص تسيير المنشآت الصغيرة والمتوسطة، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2008.
10. عجابي منال، إدارة الجودة الشاملة والميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية-دراسة ميدانية بوحدة المصبرات الغذائية عمر بن عمر، مذكرة لنيل شهادة ماسترفي علم الاجتماع، تخصص تنظيم وعمل، جامعة 8 ماي1945، قالمة، 2017.
11. فاطمة بحري، الحماية الجنائية للمستهلك، رسالة دكتوراه في القانون الخاص، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة ابوبكر بلقايد، تلمسان، 2013.
12. لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة العمومية الاقتصادية-دراسة ميدانية بمؤسسسة الأملاح بقسنطينة-، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجيستار في علوم الاعلام والاتصال، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري ، قسنطسنة، 2007.
13. مالك فطيمة، تأثير وأهمية المعلومات والاتصالعلى رفع أداء العاملين-دراسة حالة مديرية التجارة لولاية البويرة-، مذكرة لنيل شهادة ماستر، تخصص ادارة أعمال الاستراتيجية، قسم علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة اكلي محمد أولحاج، البويرة،2015.

14. وادة جميلة، المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات العولمة، مذكرة لنيل شهادة ليسانس، تخصص تسيير واقتصاد المؤسسة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، قسم علوم اقتصادية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2013.

15. يوسف حسن آدم بشير: أثر الرضا الوظيفي على أداء العاملين في مؤسسات التعليم العالي، بحث تكميل لنيل درجة الماجستير، قسم إدارة الأعمال، كلية الدراسات العليا والبحث العلمي، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا

16. حورية بولعويدات، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، 2008

المجلات والدوريات:

1. بن عنتر عبد الرحمن، مراحل تطور المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وآفاقها المستقبلية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، العدد الثاني.

2.بومعيل سعاد؛ بوباكور فارس، أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، جامعة تلمسان، عدد03، ماي 2004.

3.رحاب فايز أحمد السيد، المجلة العراقية لتكنولوجيا المعلومات، المجلد الخامس، العدد2013،2.

4. عبد الباري إبراهيم درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمة، بحوث ودراسات المنظمة العربية للعلوم الإدارية، جامعة الدول العربية، العدد382، القاهرة، 2003.

5. عبد المليك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفعالية، مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، العدد الأول، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة.

6. محمد الصالح بوطوطن، زديرة عمار، دور ثقافة المؤسسة في تحسين الأداء الوظيفي، مجلة الدراسات المالية، المحاسبية والإدارية، العدد الثاني، جامعة الجزائر.

7.هشام المرسي، الانترنت وثورة الانترنت، مجلة المستقبل الاعلامي، العدد72، فيفري 1998.

القواميس والمعاجم:

1.أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات الاجتماعية، مكتبة لبنان، بيروت، 1992.

2.عبد العزيز فهمي هيكل، موسوعة المصطلحات الاقتصادية والإحصائية

3.المنجد الأبجدي، ط5، المؤسسة الوطنية للكتاب، بيروت.

المواقع الالكترونية:

1.عبد الكريم بن رزوق: www.oujdacly.net/ national – artxle, 61706-01/الأداء الوظيفي.html، مفتش في التوجيه التربوي، الأداء الوظيفي، 2018/02/04، 18:00.

2.موقع البوابة العربية للأخبار التقنية.

3.موقع مدونة التطبيقات.

المراجع باللغة الاجنبية:

1. Buyya Pandey, and Vecchiola, CloudbusToolhit for Market oriented cloud computing, 2009,

2. Chellapp, Internediaries in cloud computing, A New computing parsdigm, inform Dallas, Tx, 1997.

3. Pierre lasségue, Gestion de l'entreprise et comptabilité,8edDalloz, 1978.

4. RanaTassabehji .Applying E-Commerce in Business .SAGE Publications .London .2003.

5.Saidoukil,économe et gestion du l'information technologique recherche et diveloppement,opv, 1995.

6.Singieton .Log A Telecommunication in the Information age Cambridge – 2nd .Ed .BallingerPublishingCompany .1986.

7. Welster illustrated contenporary DictiouaryDictiouaryouEncyclopedic, edition, Firguson publishing vo U.S.H 1982

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي1945–قالمة–

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: اتصال و علاقات عامة

استمارة استبيان لإكمال مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر الاكاديمي بعنوان :

مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية

"دراسة ميدانية لإطارات مديرية مؤسسة سونلغاز – قالمة–"

يرجى الاجابة على كافة الاسئلة الواردة في هذه الاستمارة بموضوعية

يرجع وضع علامة (✓) داخل المربع الذي يمثل اجابتك و استكمال الإجابات في المساحات الخالية ،و المحددة لذلك داخل الاستمارة .

تاريخ توزيع الاستمارات: 2018/04/08

السنة الجامعية:2017 /2018

الاستمارة النهائية بعد التحكيم

المحور الأول: البيانات الشخصية

1-**الجنس:** ذكر ☐ أنثى ☐

2-**الأقدمية بالعمل في المؤسسة:** من1-5 ☐ 6-10 ☐ 11-15 ☐ أكثر من 15سنة ☐

المحور الثاني: مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة :

3- ماهي أهم تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الحديثة التي تتوفر عليها المؤسسة؟

-الحاسوب ☐

الأنترنيت ☐

الإنترانت ☐

الاكسترانت ☐

الهاتف ☐

أخرى تذكر.....

4- ماهي أهم خدمات الانترنت التي يستخدمها إطارات المؤسسة؟

البريد الإلكتروني ☐

التخزين السحابي ☐

الأعمال الإلكترونية ☐

تطبيقات إدارة المشاريع ☐

أخرى تذكر.....

5-ماهي أهم استخدامات الحاسوب بالمؤسسة ؟

- ☐ كتابة التقارير
- ☐ حفظ المعلومات
- ☐ تدوين جديد للمؤسسة
- ☐ استخدام التطبيقات المختلفة

أخرى تذكر.....

ما هي مجالات استخدام الإنترنت ؟-6

- ☐ التواصل مع الزملاء
- ☐ تطوير المعلومات و الكفاءات
- ☐ التواصل مع الإدارة

أخرى تذكر.....

7-ماهي أهم مجالات استخدام الأنترانت في المؤسسة ؟

- ☐ الاتصال بالموظفين داخل المؤسسة
- ☐ الحصول على المعلومات
- ☐ مراقبة العمل
- ☐ عمليات التسيير

أخرى تذكر.....

8-ماهي أهم مجالات استخدام الإكسترانت بالمؤسسة ؟

التواصل مع الزملاء ☐

التواصل مع الفروع الأخرى للمؤسسة ☐

أخرى تذكر.....

9-ماهي أهم مجالات استخدام البريد الالكتروني بالمؤسسة ؟

إرسال معلومات سريعة ☐

ظهور عمل مستعجل ☐

حضور الاجتماعات ☐

أخرى تذكر.....

10-هل تمتلكون مجموعة خاصة بعمال المؤسسة عبر مواقع التواصل الإجتماعي ؟ نعم ☐ لا ☐

11-إذا كانت الإجابة بنعم هل تستخدم من أجل ؟

- تبادل الافكار في ما يخص العمل ☐
- نشر المعلومات ☐
- الترفيه ☐

أخرى تذكر.....

12-ماهي مجالات استخدام الهاتف في المؤسسة؟

- التواصل الدائم بين العمال ☐
- التواصل مع فروع المؤسسة ☐
- استخدامه كوسيلة تواصل بين الزبائن ☐

- أخرى تذكر.....

المحور الثالث: مكانة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة سونلغاز

13-هل توجد انقطاعات في خدمة الأنترنيت بالمؤسسة ؟ نعم ☐ لا ☐

14- ماهي سرعة تدفق الأنترنيت بالمؤسسة؟

-جيدة ☐

متوسطة ☐

ضعيفة ☐

15-هل طبيعة عملك تحتم عليك الإلمام الجيد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال؟ نعم ☐ لا ☐

16-هل تواجه صعوبات أثناء استخدام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الحديثة؟ نعم ☐ لا ☐

17-إذا كانت الإجابة بنعم ما نوع هذه الصعوبات؟

لغوية ☐

تقنية ☐

أخرى تذكر

.....

18-هل توفر لكم المؤسسة دورات تكوينية للتحكم بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال الحديثة ؟ نعم ☐ لا ☐

19-هل تمتلك المؤسسة مختصين بتكنولوجيا الاعلام و الاتصال؟ نعم ☐ لا ☐

20-هل المؤسسة تسمح لموظفيها بالعمل عن بعد؟ نعم ☐ لا ☐

21-هل تشترط المؤسسة على المترشحين الجدد لشغل الوظائف الإدارية التحكم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة؟ نعم ☐ لا ☐

22-ماهي درجة تحكمك في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال؟

جيدة ☐

متوسطة ☐

ضعيفة ☐

المحورالرابع: تقييم الإطارات لمساهمة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الاداء الوظيفي:

القسم الأول: تحسين الاتصال داخل المؤسسة

رقم العبارة	العبارة	راض	نوعا ما	غير راض
23	تسهام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة تداول المعلومات.			
24	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل الوصول إلى مصادر المعلومات			
25	تساهم تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تحسين عملية التواصل بين الموظفين			
26	تساهم تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تحسين رصيدي المعرفي			
27	تساهم تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في رفع كفاءة الاتصال الاداري في المؤسسة			

القسم الثاني: تعزيز روح الانتماء للمؤسسة

رقم العبارة	العبارة	راض	نوعا ما	غير راض
28	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الروح المعنوية للعمال.			
29	تساهم تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تحسين محيط و بيئة العمل.			
30	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تعزيز روح الفريق لدى العمال			
31	تساهم تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في خلق روح المسؤولية لدى العمال			

القسم الثالث : رفع الانتاجية

رقم العبارة	العبارة	راض	نوعا ما	غير راض
32	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في امكانية القيام بأكثر من عمل في نفس الوقت.			
33	تساهم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في تقليل الأخطاء عند القيام بالمهام المختلفة.			
34	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الجودة المهنية.			
35	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في سرعة اتخاذ القرار.			
36	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الكفاءة المهنية.			
37	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة دقة الأداء.			
38	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في زيادة سرعة الأداء.			
39	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في رفع الروح الإبداعية.			

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

–جامعة 8 ماي1945–قالمة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات

تخصص: اتصال و علاقات عامة

دليل مقابلة بحث لإكمال مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر بعنوان:

مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بالمؤسسة الاقتصادية العمومية الجزائرية

"–دراسة ميدانية لإطارات مديرية مؤسسة سونلغاز – قالمة"

: تاريخ أجراء المقابلات

18/04/2018

18/04/2018

السنة الجامعية: 2017 /201

المحور االأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديث

-1ماهي أهم تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة المستخدمة في المؤسسة ؟

-2منذ متى تم ادخال تكنولوجيات الاعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة؟

-3ماهي أكثر تكنولوجيا كان لها الفائدة على تحسين عملكم؟

-4هل تتلك المؤسسة خطا أخضرا مخصص للزبائن؟

-5هل شترط المؤسسة على الموظفين الجدد الإلمام بتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة؟

-6هل تأخذ المؤسسة في هيكلها التنظيمي تكنولوجيات الاعلام والاتصال؟

-7؟هل تقوم المؤسس بإجراء تقييم لأدائها قبل وبعد ادخال أي تكنولوجيا اتصالية جديدة؟

-8هل يكمن المؤسسة التحوب الى مؤسسة رقمية؟

-9ماهي أهم نتائج ادخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مؤستكم؟

المحور الثاني: الأداء الوظيفي

-1هل تقوم المؤسسة بإجراء تقييم دوري للأداء عمالها؟

-2من الذي يقوم بهذا بالتقييم؟

-3هل هناك معايير محددة تستخدم لتقييم آدا العاملين بالمؤسسة؟

-4هل هناك اطلاع مسبق من الموظفين على معايير تقييم الأداء الذي تعتمده المؤسسة؟

-5ماهي الغاية من اجراء المؤسسة لتقييم الأداء؟

-6هل تعتمد المؤسسة سياسة تقديم المكافآت والحوافز لصالح عمالها؟

-7على أي أساس يكون ترقية عمال المؤسسة؟

الاستمارة قبل التحكيم

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1.الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2.الأقدمية بالعمل في المؤسسة: .....

3.ماهي الوظيفة التي تشغل بالمؤسسة: .....

المحورالثاني: أهم التكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في المؤسسة الاقتصادية:

1.هل تستخدم جهاز الحاسوب في عملك؟ نعم ☐ لا ☐

2.إذا كانت إجابتك ب"نعم" هل تستخدمه من أجل:

كتابة التقارير اليومية ☐ عمليات حسابية ☐ برنامج اكسيل ☐

أخرى تذكر.....

3.هل جهاز حاسوبك متصل بالأنترنت؟ نعم ☐ لا ☐

4.إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما تستخدمها .....

5.هل تمتلكون الشبكة الداخلية Intranet نعم ☐ لا ☐

6.إذا كانت إجابتك ب "نعم" هل تستخدمونها من أجل:

التواصل السريع ☐ لارسال تقارير إلكترونية بينكم ☐

أخرى تذكر.....

7.هل تمتلكون شبكة Extranet نعم ☐ لا ☐

8.إذا كانت إجابتك ب "نعم" فيما يتم الإعتماد عليها:

-من أجل التواصل مع الهيئات والسلطات ☐

☐

-من أجل التواصل مع الفروع الأخرى لمؤسستكم

-أخرى تذكر.....

9.هل تمتلك المؤسسة بريد الكتروني؟ نعم ☐ لا ☐

10.إذا كانت الإجابة ب "نعم" هل يتم استخدامه من أجل:

-إرسال معلومات سريعة ☐ ظهور عمل مستعجل ☐ حضور إجتماعات ☐

أخرى تذكر.....

11.هل يتم إرسال محاضر الاجتماعات في email ؟ نعم ☐ لا☐

12. هل تستخدم البريد الالكتروني خارج أوقات العمل: نعم ☐ لا ☐

13.هل تستخدم مؤسستكم مواقع التواصل الإجتماعي؟ نعم ☐ لا ☐

14.إذا كانت اجابتك ب "نعم" هل يتم استخدامه في:

العمل ☐ نشر الاعلانات ☐ أخرى تذكر.....

15.هل توفر لكم المؤسسة شريحة هاتف؟ نعم☐ لا☐

16.إذا كانت إجابتك ب "نعم" هل يتم استخدامه من أجل:

التواصل الدائم بين العاملين ☐ لكي تتصل به المؤسسة في أي وقت تحتاجة ☐

استخدامه كوسيلة تواصلية مع الزبائن☐ أخرى تذكر.....

17.هل لديك معرفة بتقنية الحواسيب السحابية؟ نعم ☐ لا ☐

18.إذا كانت الإجابة ب"نعم" هل سبق أن استخدمتها؟ نعم☐ لا ☐

19. هل تستخدم تطبيقات الهاتف المحمول لإدارة المشاريع نعم ☐ لا ☐

20.هل تمتلك المؤسسة موقع على شبكة الأنترنت نعم ☐ لا ☐

21.إذا كانت الاجابة ب "نعم" فيما يتم استخدامه.....

المحورالثالث: تقييم العاملين لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين أدائهم:

رقم العبارة	العبارات	راض	نوعا ما	غير راض
.1	ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تعزيز روح الفريق لدى عمال المؤسسة.			
.2	سهلت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من عملية الاتصال مع رؤسائي وزملائي في العمل.			
.3	حسنت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من كفاءة الاتصال الداخلي في المؤسسة.			
.4	تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تمكنني من الحصول على المعلومة في أي وقت وفي أي مكان ومن أي جهاز.			
.5	تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة تتيح لي إمكانية توصيل المعلومات الخاصة بالعمل بسرعة.			
.6	تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديثة أدت إلى تقليص الفوارق الإدارية بين الرئيس والمرؤوسين.			
.7	تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تمكنني من القيام بأكثر من عمل في وقت واحد.			
.8	تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة توفر مرونة أكثر عند أداء مهامي المختلفة.			
.9	استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تساعدني في انجاز المهام.			
.10	استعمال تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة أدت إلى تحسين رصيدي المعرفي المهني.			
.11	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في التغلب على العقبات التي تخفض مستوى الأداء.			
.12	تسهل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في أداء العمل بأمانة.			
.13	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة العمل في التزامه بأوقات العمل الرسمية.			
.14	ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في إيجاد معلومات تخص مهنتي ومؤسستي بسرعة.			
.15	تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بإنجاز مهامي باستمرار.			
.16	تساهم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في القيام بمهامي بسرعة.			

.17	تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تعزز من كفاءتي المهنية.			
.18	تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تمكنني من اكتساب مهارات جديدة.			
.19	تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تزيد من سرعة اتخاذ القرار .			
..20	تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة تزيد من احتمالية اتخاذ القرارات السليمة.			
.21	زادت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من إمكانية التعامل السليم مع الأزمات المختلفة.			
.22	تزيد تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة من قدراتي الإبداعية.			

الجمهوريـــــة الجزائريـــــة الديمقراطيـــة الشعبيـــة
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique Université 8 mai 45 Guelma		وزارة التعليم العالي والبحث العلمي جامعة 8 ماي 45 قالمة
Faculté des sciences humaines et sociales Département des sciences de l'information et de la communication et de la bibliothéconomie		كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية قسم علوم الإعلام و الإتصال و علم المكتبات
Réf :.....D.S.I.C.B / F.S.H.S / UG /..... Guelma le :.....		الرقم:.....ق.ع.إ.إ.ع.م /ك.ع.إ.إ /ج ق/ ..... قالمة في: .....

إلى السيد: .....

.....

الموضـــوع : ترخيص بإجراء تربص

نحن رئيس قسم علوم الإعلام و الإتصال وعلم المكتبات نشهد بأن :

الطالب(ة): .....

الطالب(ة): .....

الطالب(ة): .....

مسجل(ة) بقسم علوم الإعلام و الإتصال وعلم المكتبات ميدان : (علوم الإعلام و الإتصال)

تخصص : .....في حاجة لأجراء زيارة ميدانية بمؤسستكم

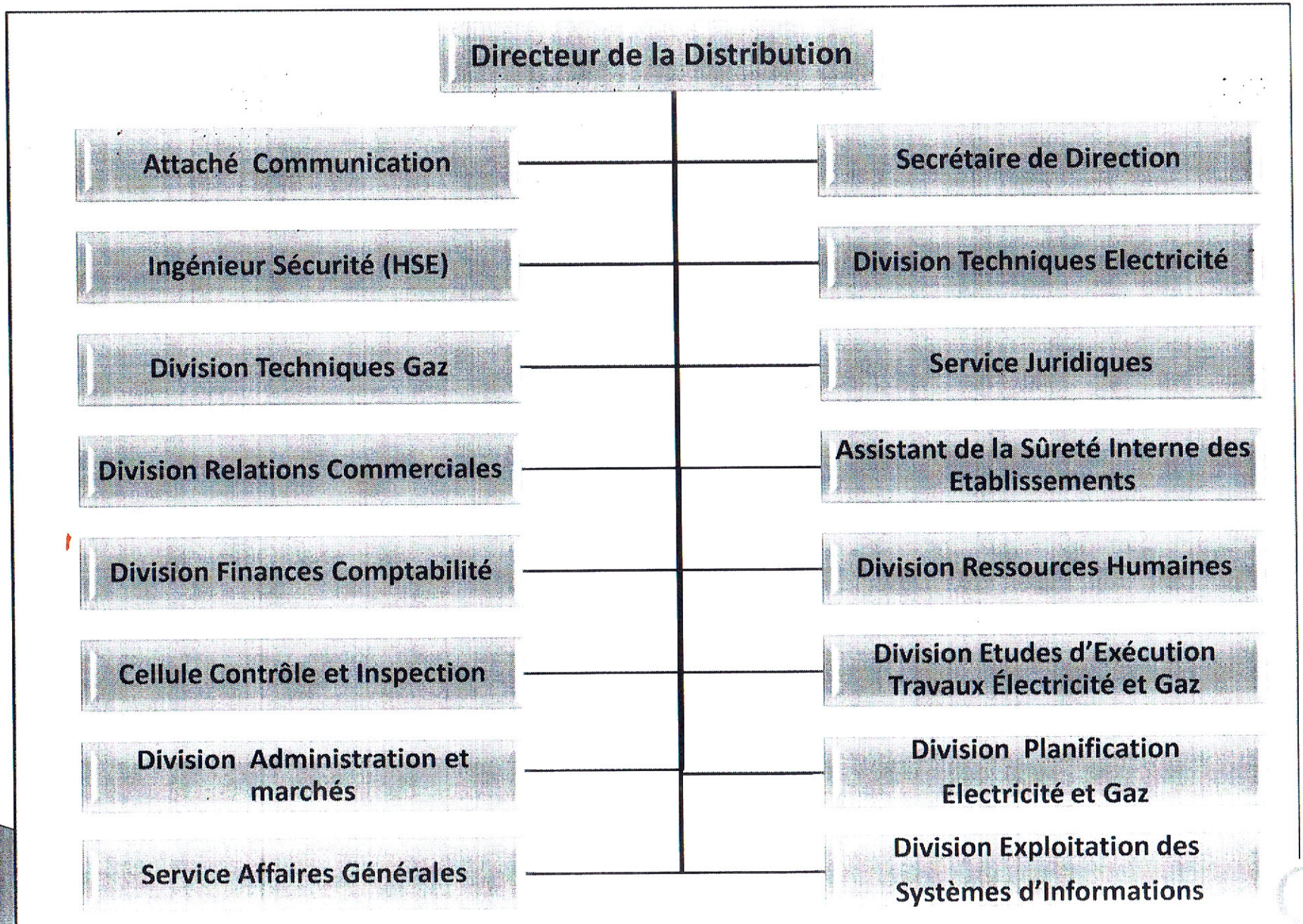
موضوع الزيارة:.....

لـذا نرجو من سيادتكم الموافقة لتحقيق هذه الغايـة.

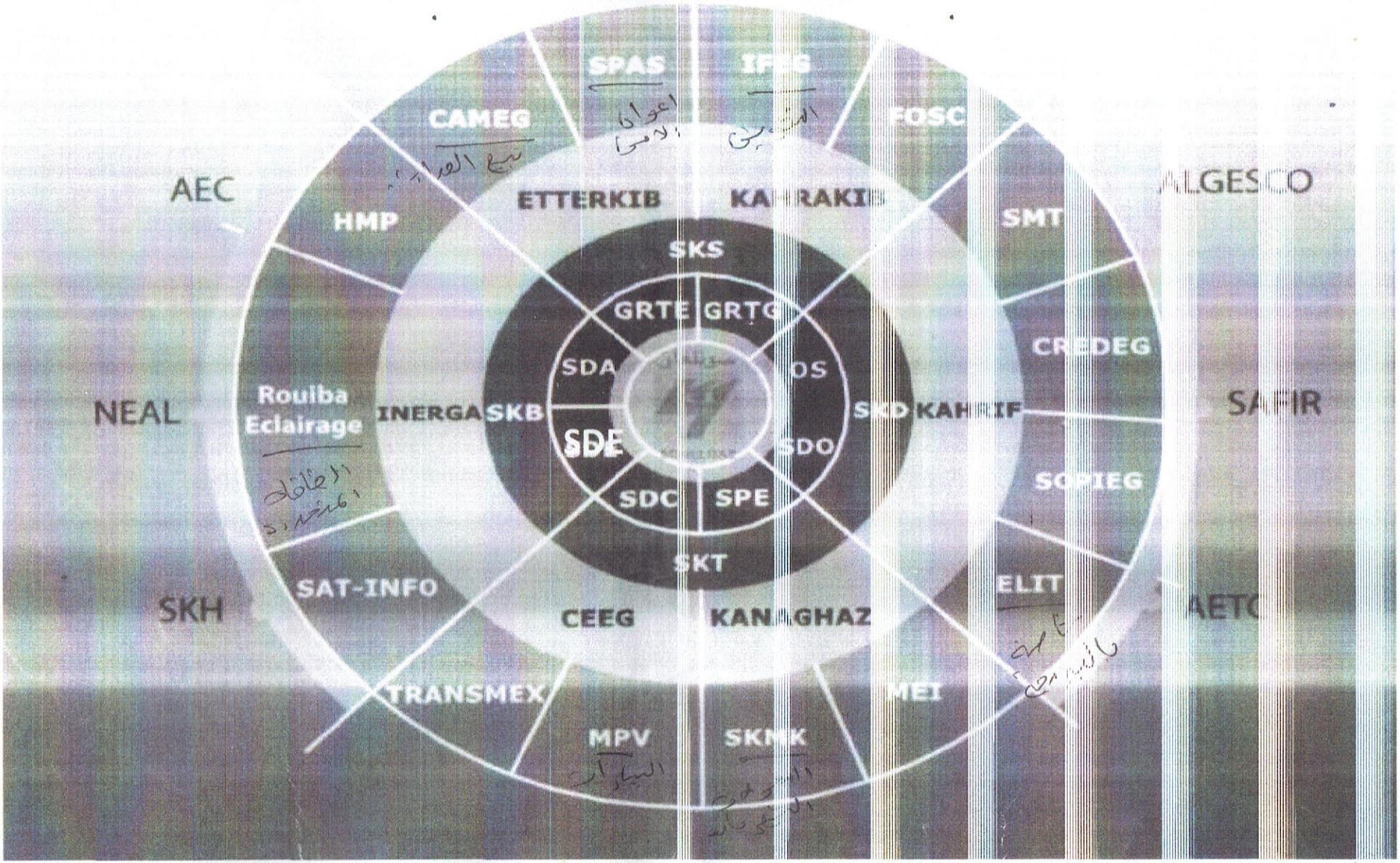
و لكـم منـا فائـق التقديـر و الاحتـرام.

إمضاء رئيس قسم علوم الإعلام والإتصال وعلم المكتبات

تأشيرة المؤسسة المستقبلة


Directeur de la Distribution
Attaché Communication
Ingénieur Sécurité (HSE)
Division Techniques Gaz
Division Relations Commerciales
Division Finances Comptabilité
Cellule Contrôle et Inspection
Division Administration et marchés
Service Affaires Générales
Secrétaire de Direction
Division Techniques Electricité
Service Juridiques
Assistant de la Sûreté Interne des Etablissements
Division Ressources Humaines
Division Etudes d'Exécution Travaux Électricité et Gaz
Division Planification Electricité et Gaz
Division Exploitation des Systèmes d'Informations

فروع و مساهمات الشركة القابضة سونلغاز
Filiales et participations du Holding Sonelgaz



HISTORIQUE DE LA SONELGAZ

☒ En 1947 : le décret n°47-1002 du 05 juin 1947 confie la gestion des entreprises nationalisées d'électricité et du gaz en Algérie à un établissement public de caractère industriel et commercial dénommé Électricité et gaz d'Algérie

« EGA» .

☒ De 1962 à 1969 : notre Entreprise a essayé de soutenir le développement économique et social de l'Algérie après l'indépendance,

☒ في 1947 و بمرسوم 05 جوان 1947 رقم 47 - 1002تم تحويل تسيير مؤسسات الكهرباء و الغاز المؤممة في الجزائر الى مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تحت تسمية

" كهرباء وغاز الجزائر" .

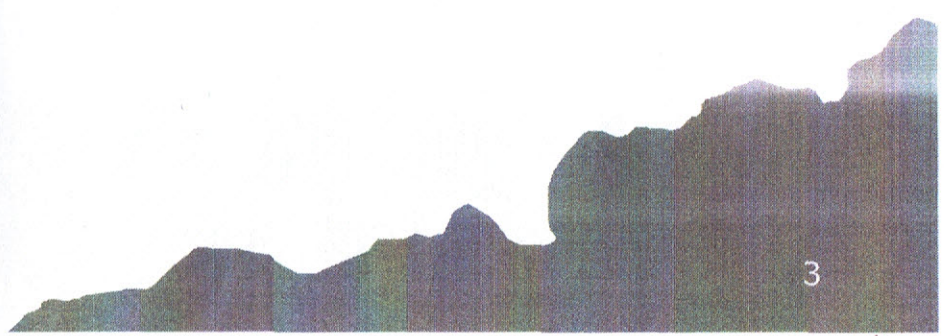
☒ من سنة 1962 الى 1969 بعد الاستقلال حاولت المؤسسة مواصلة التنمية الاقتصادية والاجتماعية على المستوى الوطني،

- 1969 : l'ordonnance n°69-59 du 28 juillet 1969 dissout « EGA » et crée la SOciété Nationale d'Électricité et du Gaz « SONELGAZ ».

- 1983 : 1ère restructuration au niveau de SONELGAZ ; toutes les unités de travaux et de fabrication de matériels ont été transformées en entreprises autonomes,

- في 1969 بمقتضى الامر رقم 69-59 الموافق لتاريخ 28/07/1969 تم حل مؤسسة "كهرباء و الغاز الجزائر" و تحويلها الى مؤسسة وطنية للكهرباء و الغاز "سونلغاز".

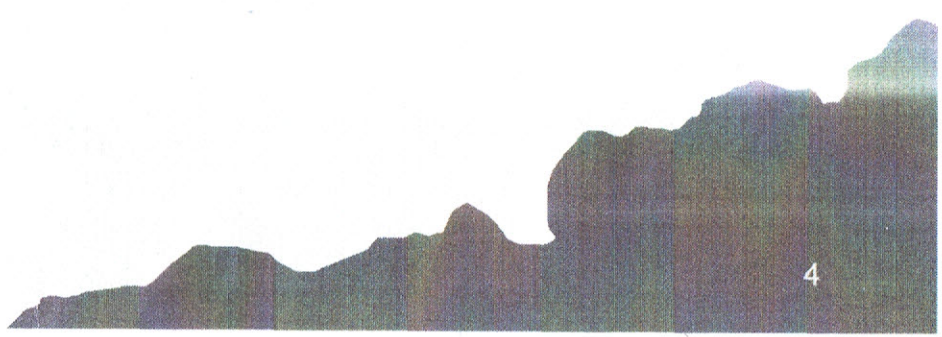
- من سنة 1983 :
اول اعادة هيكلة لسونلغاز، اصبحت كل مؤسسات الاشغال و تصنيع العتاد مؤسسات مستقلة.



Sonelgaz change de nature juridique par décret exécutif n°91-475 du 14 décembre 1991 portant transformation de la nature juridique de la société en Établissement Public à Caractère Industriel & Commercial « EPIC ».

في سنة 1991 وبواسطة المرسوم التنفيذي رقم 91 -475 بتاريخ 14 12/1991/ المتعلق بتغيير الطبيعة القانونية للمؤسسة حيث اصبحت تسمى

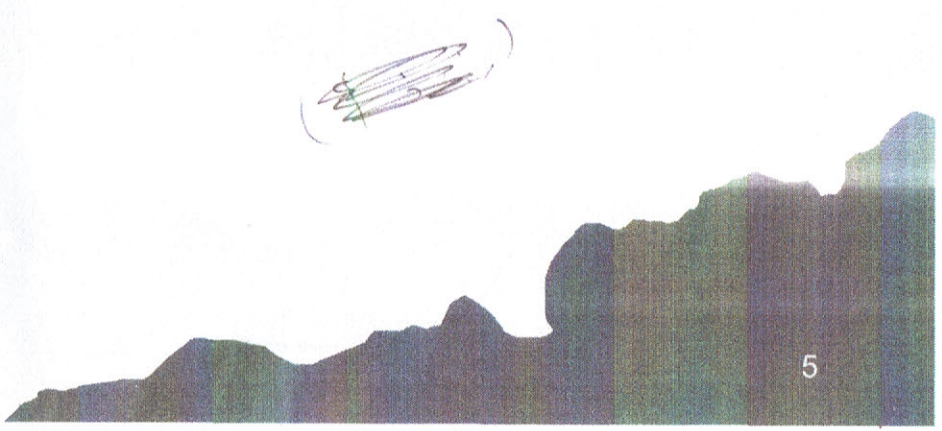
" مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري".



في سنة 2002 صدر قانون توزيع الكهربـاء و الغـاز بواسطة القنـوات

وفي 05 فيفري 2002 تم تحويل المؤسسة العمومية ذات طابع صناعي و تجاري الى مؤسسة قابضة ذات أسهم.

"سونلغـــــاز ش. ذ .أ".



2002 : la loi sur l'électricité et la distribution du gaz par canalisation promulguée le 05 février 2002 a transformé l'EPIC en une Holding de société par actions cette nouvelle entité juridique est dénommée « SONELGAZ SPA ».

☒ 2004 : Le processus de transformation de Sonelgaz a commencé avec la création de trois sociétés « métiers » : SPE ,GRTE , GRTG,

☒ 2005 : afin de préparer la filialisation de la Distribution ; quatre Directions Générales Régionales autonomes ont été créées.

☒ في سنة 2004 عملية تحويل سونلغاز حيث بدأت بانشاء ثلاثة مؤسسات "للأنشطة القاعدية": انتاج الكهرباء، نقل الكهرباء و نقل الغاز.

☒ 2005 من أجل تحضير فروع للتوزيع تم انشاء أربعة مديريات عامة وجهوية للتوزيع تتمتع بالاستقلالية.

☒ 2006 : l'émergence de (04) quatre sociétés de distribution de l'électricité et du gaz : SDA , SDC , SDO & SDE

☒ 2009 : Finalisation de la restructuration ;
le groupe compte aujourd'hui 39 sociétés dont :

- 33 sociétés métiers et ;
- 06 sociétés en participation directe.

☒ في سنة 2006 ظهور أربعة شركات لتوزيع الكهرباء و الغاز:

" ش. ت.ج، ش.ت.و،ش.ت.غ و ش.ت.ش"

☒ 2009 انهاء عملية الهيكلة، تم من خلالها خلق 39 مؤسسة فرعية :

☒33 مؤسسة للنشاطات القاعدية

06 مؤسسات تساهمية مباشرة.

Societe de Distribution EST

SDE

La société de distribution de l'électricité et du gaz par abréviation SDE, a été crée en janvier 2006 ; Société par actions avec un Capital Social de 24 milliards de DA. Son siège social est au 02, rue Raymonde Peschard Coudiat Constantine.

Elle comprend 16 wilayas composées de 16 directions de distribution:

- TEBESSA
- CONSTANTINE
- ANNABA
- MILA
- SETIF
- BEJAIA
- BORDJ BOU ARRERIDJ
- JIJEL
- OUM EL BOUAGHI
- KHENCHELA
- Guelma
- SOUK AHRAS
- M'SILA
- SKIKDA
- EL TAREF
- BATNA