



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة 8 ماي 1945 قالمة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال و علم المكتبات

16/12



مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

الموضوع:

إسهام الإدارة الإلكترونية في تعزيز الاتصال الخارجي

"الصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - كتاب - قالمة"

إشراف الأستاذ(ة):

- زيايته يونس

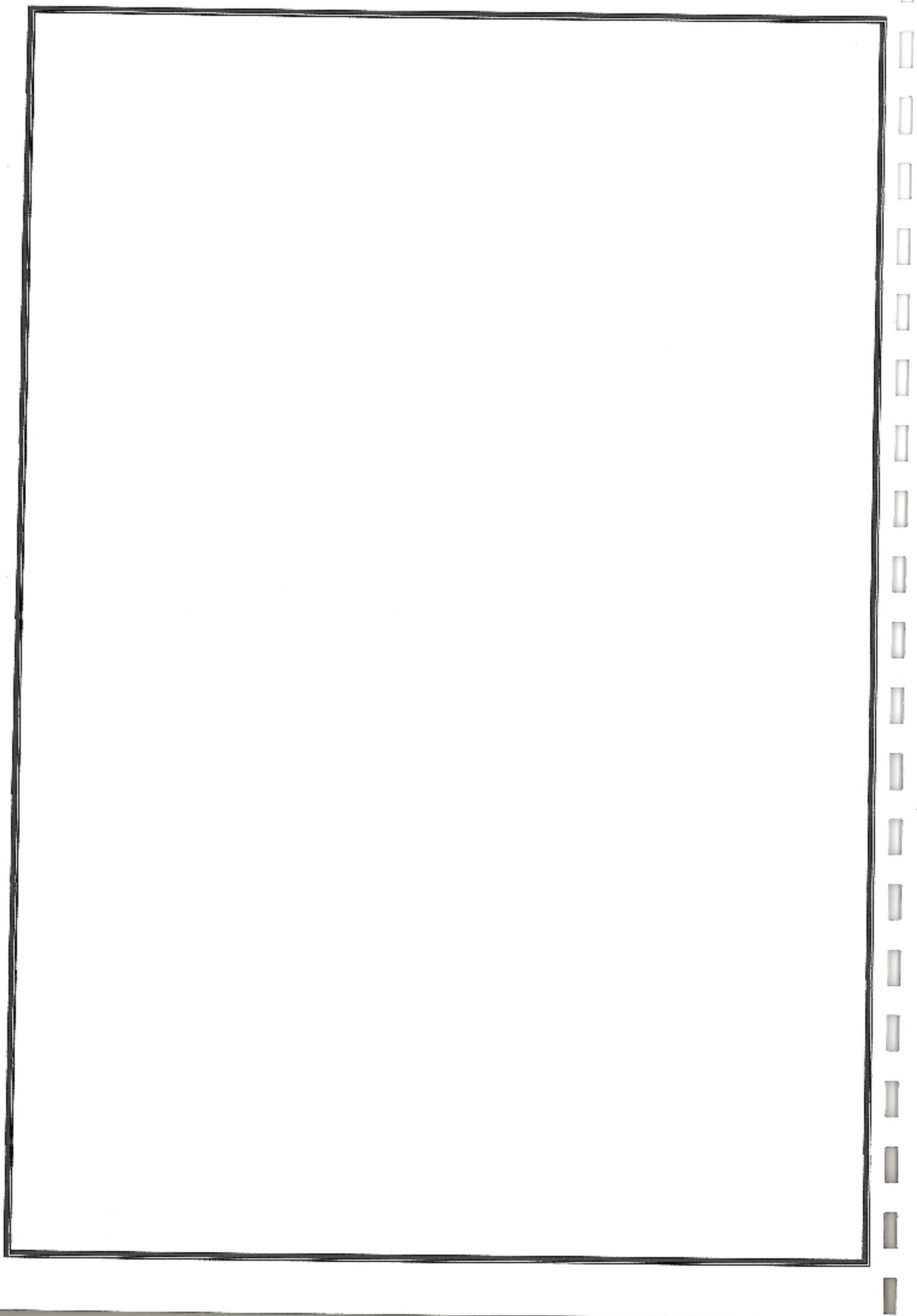
إعداد الطلبة

- سلطاني خولة

زدادقة منى

نيقري هاجر

السنة الجامعية: 2015/2016



شكر و عرفان

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على معلم البشرية وهادي الإنسانية وعلى آله وصحبه ومن تبعهم
بإحسان إلى يوم الدين .

أتوجه بالشكر الجزيل لكل من ساهم في إخراج هذا البحث إلى حيز التنفيذ، إلى كل من كان سببا في تعليمي
وتوجيهي و مساعدتي.

ونخص بالذكر الاستاذ زياينة يونس الذي خصصنا بإعاناته العلمية و توجيهاته القيمة، فما عسانا الا ان نقف امامه
وقفة احترام و تقدير لكل مجهوداته معنا حفظك الله ورعاك جزاك الله عنا كل خير

الشكر والإمتنان لكل الذين قدموا لي يد المساعدة من قريب أو بعيد .

خولة...منى...هاجر

إهداء

الحمد لله و الصلاة و السلام على أشرف الأنبياء و المرسلين سيدنا محمد و على آله و أصحابه و
التابعين و من بعدهم بالإحسان إلى يوم الدين.
لولا فضل الله تعالى الذي منا علينا بكرم هو يسرنا و وفقنا لذا وصلنا إلى ما وصلنا إليه... و الذي أعطانا القوة في
إتمام مشاويرنا الله عز و جل.
إلى نبي العالمين... و سيد الأمة حبيب الحقين... و نور المهتدين سيدنا محمد صلى الله عليه و سلم.
إلى من جرع الكأس فارغا ليسقني قطرة حب... إلى من كملت أنامله ليقيم لنا لحظة سعادة إلى من حصد
الأشواك عن دربي ليسهد لي طريق العارم...
إلى القلب الكبير والدي العزيز.
إلى من أرضعني الحب و الحنان... إلى رمز الحب و بلسم الشفاء... إلى القلب الناصع بالبياض
والدتي الحبيبة
رحمها الله.
إلى القلوب الطاهرة الرقيقة و النفوس البرية إلى رباحين حياتي إخوتي: أمال و زوجها عبد الحق، حياة و زوجها
نافع، إلهاء و وفاء.
إلى الوجوه النفعمة بالبراءة... إلى سر إبتسامتي... إلى الكتاكيت الرائعين: حبيب و رحاب و عقبة.
الآن تفتح الأشرعة و ترفع المرساة لتنطلق السفينة في عرض بحر واسع مظلم و هو بحر الحياة و في هذه الظلمة لا
يضيئ إلا قنديل الذكريات ذكريات الأخوة البعيدة إلى الذين أحببتهم و أحبوني صديقاتي
خولة، قمر، هاجر، سلمى، مريم، دلال، بشرى.

منى

اهداء

يشرفني ان اهدي هذا العمل المتواضع الذي يمثل حصيلة دراستي و ثمرة جهدي الى اعز و احب مخلوق على قلبي

حفظه الله لي ابي اطال الله في عمره

و الى منبع املتي و سعادة قلبي و احلى ما ينطق به اللسان امي الغالية

و الى اخوتي صلاح الدين و بلال و الى كل العائلة و بالاحص جدي الرحيمي اطال الله في عمره

و الى صديقاتي الغاليات

خولة، منى قمره، وسيلة، هدى

الى كل من ساعدني من قريب او بعيد اهدي هذا العمل المتواضع

هاجر

أهداء

الهي لا يطيب الشكر إلا بذكرك و لا يطيب النهار إلا بطاعتك و لا تطيب اللحظات إلا بذكرك و لا تطيب
الآخرة إلا بعفوك

إلى من ابلى الرسالة و أدى الأمانة و نصح الأمة إلى نبي الرحمة و نور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم
إلى الذين ملكا عرشا كياني، وأول ما نطق بهما لساني وبهما ربي أوصاني إلى من رأيتهما تغذي روحي وتبهر
دري، إلى من عطائهما بلا حدود

إلى من هما رمز الوجود، إلى من بذكرهما يطمئن قلبي ومن
إلى نسيم روحي ويلمس جروحي * أمي وأبي * حفظهما الله و أطال الله عمرهما .
و إلى من علمني معنى الحب و معنى الخنان و التفاني إلى بسملة الحياة و سر الوجود
زوجي بلال داعية الله أن ينم الخير و اخبة بيننا.

إلى أخواتي: شريف، بدري، عمار ماجد، خليل

متمنية لهم النجاح حياتهم و إلى
و إلى صديقات العمر أحلى المشاغبات

قمر، منى، هاجر، هند

إلى من قاسمنا جهد و تعب هذه المذكرة إلى الأستاذ زياتته يونس وفقه الله
إلى كل الأساتذة قسم الإعلام و الاتصال وكل من ساعدنا من قريب و بعيد...

خولة

الفهرس:

ملخص الدراسة

فهرس الجداول و الاشكال

فهرس الملاحق

مقدمة ١

الفصل الأول: إشكالية الدراسة و خلفيتها

1. الإشكالية 02
2. مقارنة الدراسة 04
3. أهمية الدراسة 04
4. أسباب اختيار الدراسة 05
5. أهداف الدراسة 05
6. الدراسات السابقة 06

الفصل الثاني: أساسيات حول الإدارة الالكترونية

1. مفاهيم عامة حول الإدارة 13
- 1.1. مفهوم الإدارة 13
- 2.1. مفهوم الإدارة الإلكترونية 14
2. نشأة الإدارة الالكترونية 15
3. عناصر الإدارة الالكترونية 16
4. أهداف و مبادئ الإدارة الالكترونية 17
- 1.4. الأهداف 17
- 2.4. مبادئ الإدارة الالكترونية 18
5. الفرق بين الإدارة التقليدية و الإدارة الالكترونية و دواعي التحول 20
- 1.5. الفرق بين الإدارة التقليدية و الإدارة الالكترونية 20
- 2.5. دواعي التحول للإدارة الالكترونية 21
6. خصائص الإدارة الالكترونية 23
7. متطلبات الإدارة الالكترونية 25
- 1.7. متطلبات الإدارية 25
- 2.7. المتطلبات التقنية 25

26.....	3.7. المتطلبات الأمنية.....
26.....	8. معوقات و مشكلات تطبيق الإدارة الالكترونية.....
27.....	9. وظائف الإدارة الالكترونية.....
27.....	1.9. التخطيط الالكتروني.....
28.....	2.9. التنظيم الالكتروني.....
28.....	3.9. الرقابة الالكترونية.....
28.....	4.9. التوجه الالكتروني.....
29.....	10. فوائد الإدارة الالكترونية.....

الفصل الثالث: ماهية الاتصال الخارجي

32.....	1. مفاهيم عامة.....
32.....	1.1. مفهوم الاتصال.....
33.....	2.1. مفهوم الاتصال الخارجي.....
33.....	2. أشكال الاتصال الخارجي.....
33.....	1.2. الاتصال الخارجي العملي.....
34.....	3.2. الاتصال الخارجي الاستراتيجي.....
34.....	3. أهداف الاتصال الخارجي.....
34.....	4. وظائف الاتصال الخارجي.....
35.....	5. دعائم الاتصال الخارجي.....
35.....	1.5. الوسائط التقليدية.....
37.....	2.5. الوسائط الإعلامية.....
38.....	3.5. الوسائط الالكترونية.....
41.....	6. عوائق الاتصال الخارجي.....
42.....	7. علاقة الإدارة الالكترونية بالاتصال الخارجي.....

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

47.....	1. مفهوم المؤسسة.....
47.....	2. مجالات الدراسة.....
47.....	1.2. المجال المكاني.....
49.....	1.2. المجال الزماني.....

49.....	3.2. منهج الدراسة و أدواته.....
51.....	3. تفريغ بيانات المقابلة
53.....	4. تفريغ بيانات الاستبيان
75.....	5. نتائج الدراسة
77.....	6. التوصيات و الإقتراحات

خاتمة:

قائمة المصادر و المراجع

ملاحق

فهرس الجداول و الاشكال:

الصفحة	الموضوع	رقم الجدول
60	توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير الجنس:	(01)
60	توزيع أفراد العينة تبعا لمتغير السن	(02)
61	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	(03)
61	توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	(04)
62	توزيع أفراد العينة تبعا للمهنة	(05)
62	توزيع أفراد العينة حسب علمهم بالموقع الإلكتروني	(06)
63	توزيع أفراد العينة الذين أجابوا بلا حسب متغير الجنس	(06-أ)
63	توزيع الأفراد الذين أجابوا بلا حسب متغير السن	(06-ب)
64	توزيع أفراد العينة الذين كانت إجاباتهم بلا حسب متغير المستوى التعليمي	(06-ت)
64	توزيع أفراد العينة الذين أجابوا بلا حسب متغير الحالة الاجتماعية	(06-ث)
65	توزيع أفراد العينة الذين أجابوا بلا حسب متغير المهنة	(06-ج)
65	توزيع أفراد العينة حسب طرق علمهم بالموقع الإلكتروني	(07)
66	توزيع أفراد العينة حسب مدى تصفحهم للموقع	(08)
66	توزيع أفراد العينة حول أسباب تصفحهم للموقع	(09)
67	توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الذي يفضلوه للاتصال مع كتاب	(10)
67	توزيع أفراد العينة حسب اللغة المعتمدة عند تصفحهم للموقع	(11)
68	توزيع أفراد العينة حسب تقييم اللغة المستعملة في الموقع	(12)
68	توزيع أفراد العينة حسب مواجهة صعوبات فهم محتوى الموقع	(13)
68	توزيع أفراد العينة الذين أجابوا بنعم حسب أسباب هذه الصعوبات	(14)
69	توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للموقع الإلكتروني أو البريد الإلكتروني	(15)
69	توزيع العينة حسب تقييمهم لسرعة الرد من قبل القائمين على الموقع	(16)
69	توزيع أفراد العينة حسب إعلامهم بمجديد البنك عبر الموقع الإلكتروني	(17)
70	توزيع أفراد العينة حسب سرعة إنجاز الخدمات التي يقدمها لعملائه	(18)
70	توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الإدارة الإلكترونية لكتاب في تسهيل اتصالهم بها	(19)
71	توزيع أفراد العينة حسب الإضافة التي قدمتها الإدارة الإلكترونية لدى كتاب	(20)
71	توزيع أفراد العينة حسب تحقيق فوائد جراء اتصالهم إلكترونيا مع كتاب	(21)

72	توزيع أفراد العينة حسب الفوائد التي حققتها كتاب إلكترونيا	(22)
72	توزيع أفراد العينة حسب تقديرهم حماية بياناتهم الشخصية الإلكترونية	(23)
73	توزيع أفراد العينة حسب الصعوبات التي يواجهونها أثناء تعاملهم مع المؤسسة الإلكترونية	(24)
73	توزيع أفراد العينة حسب تفضيل القيام بتعاملاتهم البنكية المالية	(25)
49	مثال الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير والإحتياط	الشكل رقم (01)

قائمة الملاحق:

ملحق رقم (01): وصف الموقع الإلكتروني للصندوق الوطني للتوفير والإحتياط.

ملخص:

ان مقياس النجاح لأي منظمة في الوقت الحالي تستند في المقام الأول على مدى صحة و صدق علاقات الشراكة بين المنظمة و الأطراف المتعامل معها، وتهدف هذه الدراسة الى التعرف بأحد أهم و احدث الأساليب و السياسات التي تتبعها المنظمات من اجل كسب رضا الزبون ألا وهي الإدارة الالكترونية و مدى مساهمتها في تعزيز الاتصال الخارجي، و في ظل محيط تشتد فيه المنافسة لم تبقى البنوك بمنأى عن هذه الرؤى و الفلسفات اذا أصبح تطوير طريقة التواصل مع الزبون ضرورة تملئها ظروف السوق.

و من هذا المنطلق جاءت هذه المذكرة للبحث في مدى مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير الاتصال الخارجي مع الزبون، باعتبار انه هو من يحدد أهداف المنظمة و مستقبلها، وقد توصلت هذه الدراسة الى ان الإدارة الالكترونية قد أضافت عدة محاسن على عملية الاتصال مع بنك كنان و لاقت استحسان من قبل الزبائن، لكن مزال اغلب الزبائن يفضلون الاتصال المباشر و يعتبرونه أكثر امن من الاتصال الالكتروني.

مقدمة:

شهدت الإدارة تقدماً ملحوظاً بواسطة التطورات الحديثة في تقنية المعلومات إذ إن التحولات السريعة التي شهدتها القرن الحالي إنما هي نتائج لتراكمات الحاصلة في الماضي، ويعد العصر الحالي هو عصر المعلومات و الاتصال نظراً للتطورات السريعة المتلاحقة في مجال زيادة وسائط تخزين المعلومات في ظل توفر انتشار استخدام شبكة المعلومات العالمية "الانترنت" مما أدى إلى الانتقال من مجتمع الصناعة إلى مجتمع المعلومات وتربت عن ذلك التحول التدريجي من الأنشطة العادية إلى الأنشطة الإلكترونية فنشأ ما يعرف باسم الإدارة الإلكترونية.

حيث أدى التحول نحو الإدارة الإلكترونية إلى جملة من التغيرات على مفهوم الخدمة العمومية، فتمودج الإدارة الإلكترونية يوفر الكثير من فرص النجاح والوضوح والدقة في تقديم الخدمات و إنجاز المعاملات، و بما أن الزبون هو الركيزة الأساسية في نجاح المؤسسات الاقتصادية، فقد سعت هذه الأخيرة إلى ربط الإدارة الإلكترونية بالاتصال الخارجي من أجل الحفاظ على العلاقة معه، وكذا تحقيق قدر عال من الفاعلية و المرونة لخدمته. فانتقلت المنظمات من محاولة تعظيم الربح في المدى القصير إلى انتهاج استراتيجيات طويلة الأجل قائمة على أساس الثقة والاحترام، و ذلك باستعمال أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا لزيادة التفاعل و تبادل المعلومات بطريقة أكثر شفافية بين المنظمة و زبائنها.

و للإلمام بجوانب الموضوع و معالجته بشكل منهجي، تم تقسيم البحث إلى قسمين قسم نظري و قسم تطبيقي، الجانب النظري اشتمل على ثلاثة فصول الفصل الأول تناولنا فيه مقدمة عامة و إشكالية مرفوقة بتساؤل رئيسي و مجموعة من الأمثلة الفرعية واهية الدراسة و أسباب اختيار الموضوع، بينما تعلق الفصل الثاني الأول بالإطار المفاهيمي لأساسيات الإدارة الإلكترونية و قد تم تقسيمه إلى مجموعة من العناصر أما الفصل الثالث فقد تناولنا ماهية الاتصال الخارجي، أما الفصل الرابع فقد تطرقنا فيه إلى جانب التطبيقي واهم النتائج المتوصل إليها حول إسهام الإدارة الإلكترونية في تعزيز الاتصال الخارجي للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط -كتاب- فرع قائمة.

و يختم هذا البحث بخاتمة عامة تتضمن أهم النتائج و التوصيات التي توصلنا إليها.

الفضل الأول: الإطار المنهجي

1. الإشكالية
2. مقارنة الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أسباب اختيار الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. الدراسات السابقة

الفصل الأول: إشكالية الدراسة و خلفيته

1. الإشكالية :

يشهد العالم اليوم تطورات وتغيرات كبيرة ، سارعت دول العالم إلى امتلاكها و العمل على تطويرها و استغلالها في بناء القدرات العلمية لها من خلال مواكبة هذه التطورات التي أحدثت ضجة علمية و ثورة تكنولوجية في العالم ، أسهمت بشكل كبير في تحسين أداء العمل داخل وخارج المؤسسات و الشركات و أضافت بصمة إيجابية ساهمت بدورها في إعطاء دفعة للعامل و الزبون في المؤسسة بغض النظر عن نوعية التكنولوجيا المستهلكة و المستعملة من طرف هذه المؤسسات .

و بالتالي أصبح التحول نحو الإدارة الإلكترونية يمثل توجهها علميا يشجع على تبني نظم الخدمات الإلكترونية التي من بينها خدمة الإدارة الإلكترونية و بالتالي منح بإيجاز الأعمال و تقلص الخدمات للزبائن بطريقة إلكترونية ، وتسهم بفعالية في حل العديد من المشكلات الإدارية فضلا عن تجنب الروتين و الوساطة و غيرها من العوامل التي تقف حائلا دون تطور النظم الإدارية الحالية ، بالإضافة إلى ما تتميز به الإدارة الإلكترونية من سرعة في إنجاز الأعمال و توفير الوقت و الجهد ، وبعد انفجار المعلومات و ثورة الاتصالات التي ساعدت عليها تطور أجهزة الحاسب الآلي و تقنياته و شبكات الانترنت جاءت الإدارة الإلكترونية كرد فعل واقعي لاستخدام تطبيقات الحاسب الآلي في مجال الخدمات العامة لتطوير طرق العمل التقليدية لتكون أكثر مرونة و فعالية من ناحية ومن ناحية أخرى الاستفادة من منجزات الثورة التكنولوجية .

إن تطبيق مفهوم الإدارة الإلكترونية يتطلب من المنظمات تبني و اعتماد مبدأ التعبير و التطوير و التحسين في العمل كما يحتاج من زبائنها إلى تطبيق متميز للتقنيات الإلكترونية و الاستثمار الإيجابي لتقنية المعلومات و الاتصالات التي تساعد في التحول نحو تغيرات تنظيمية تخلق واقعا جديدا في إدارة العمل في المؤسسة و في طبيعة تعاملها مع المتغيرات المعاصرة التي تمر بها سيما ما يتعلق بحالة الاتصال الخارجي مع الزبائن و التي من شأنها أن تساهم في نجاح أو فشل الأعمال في المؤسسة .

ولما كان الاتصال الإداري الخارجي للمؤسسة مع الزبائن عاملا مهما في نجاح المؤسسة وكسب ثقة انتعاملين، سارعت العديد من المنظمات إلى تبني اعتماد التكنولوجيا كنوع من التجديد و التحديث في علاقتها مع زبائنها كما هو الحال مع الصندوق الوطني للتوفير للاحتياط ككتاب .

انطلاقا من ما سبق نطرح التساؤل التالي :

➤ كيف تعمل الإدارة الإلكترونية على تعزيز الاتصال الخارجي للصندوق الوطني للتوفير و

الاحتياط ككتاب فرع قائمة بزبائنه ؟

و لتسهيل الإجابة عن التساؤل الرئيسي قمنا بتقسيمه إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية :

- ماهي تحليلات الإدارة الإلكترونية في المؤسسة الجزائرية كتاب ؟
- ما ضرورة استخدام الإدارة الإلكترونية في اتصال المؤسسة الخارجي كتاب ؟
- ما مدى اهتمام الزبائن بالتعامل إلكترونيا مع كتاب قللة ؟

2. مقارنة الدراسة:

نظرية الإستخدامات و الإشباعات:

لقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير و سائل الاتصال على سلوكيات و اتجاهات الأفراد و تعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية و التي كان أهمها التدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال؛ و الذي يقوم ايضا على ان الجمهور يطلب مما يحتاج إليه من مواد إعلامية من اجل خدمة أهدافه و إشباع رغباته و في نفس الوقت ظهر مدخل الإستخدامات و الإشباعات الذي ركز على كيفية استجابة و سائل الاتصال لدوافع و احتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة، ويرى مدخل الإستخدامات و الإشباعات ان الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها إضافة الى المحتويات التي تتضمنها هذه الوسيلة، و في نفس السياق ينطلق التدخل من دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناء على الدور الإيجابي الذي يلعبونه في عملية الاتصال بفضل الخصائص التي يتميز بها الجمهور و المتمثلة في الإيجابية، النشاط، الاختيار الواعي و التفكير الجيد.

و مع ظهور تكنولوجيا الإعلام الاتصال ارتفعت نسبة تأثير هذه المواد خاصة على مستوى الاستخدام و كذا عملية الاتصال الجماهيري، و ازدادت فرص المستخدمين في التحكم في عملية الاتصال إذ لم تعد مضامين و سائل الإعلام مفروضة على مثلما كان عليه الحال في السابق، بل و أصبح الأفراد يلعبون دورا فعالا على مستوياته.

ومن خلال دراستنا هذه نحاول الكشف عن ماذا يعني موقع كتاب عند الزبون و بالتالي الإشباعات المحققة لديه من جراء استخدام الإدارة الإلكترونية في إجراء معاملاته البنكية.¹

3. أهمية الدراسة :

- حيوية موضوع هذه الدراسة في مجال الغدارة الإلكترونية لكونها مفهوم جديد و حيوي ظهر نتيجة تحولات و تطورات عن التعاملات التقليدية الورقية .
- حداثة موضوع الإدارة الإلكترونية التي ظهرت في العقد الأخير للقرن 20.
- قلة الدراسات حول موضوع الإدارة الإلكترونية و علاقتها بالاتصال الخارجي على مستوى الطرح الأكاديمي، مما يجعل هذا الموضوع أسير الغموض.
- تبيان فحوى هذا الموضوع و تأثيراته على الاتصال الخارجي للمؤسسة.

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، مصر: عالم الكتب، 2004، ص. 270.

4. أسباب اختيار الدراسة:

الأسباب الذاتية :

- الرغبة في التقرب من الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط كتاب لمعرفة مدى إسهام الإدارة الإلكترونية في الاتصال الخارجي .
- الفضول العلمي لمعرفة آليات الإدارة الإلكترونية و علاقتها بالاتصال الخارجي.
- الاهتمام الشخصي و الرغبة في استطلاع موضوع الإدارة الإلكترونية .

الأسباب الموضوعية :

- تتبع القيمة العلمية لموضوع الإدارة الإلكترونية ، إضافة إلى توفير عنصر الجدة في الموضوع على مستوى الطرح العلمي الأكاديمي و محدودية الدراسات و الأبحاث التي تعنى به ، و هو ما يشجع و يفتح أمام الدراساتين مزيد من الاجتهاد و محاولة إثراء الموضوع في جوانبه النظرية و التطبيقية .

5. أهداف الدراسة :

- إزالة الغموض و التعرف على مفهوم الإدارة الإلكترونية و تأثيرها على الاتصال الخارجي.
- الوصول إلى مدى نجاعة الإدارة الإلكترونية و دورها في تحسين الاتصال الخارجي.
- تسليط الضوء على مدى إسهام الإدارة الإلكترونية في الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط كتاب.

1.6 الدراسات السابقة:

يعتبر البحث العلمي سلسلة مترابطة الأجزاء ولا بد على الباحث بين الاستعانة بالبحوث والدراسات السابقة التي تناولت نفس الظاهرة التي تم اختيارها كموضوع البحث، عليه تعرف بأنها كل الدراسات و الأبحاث و الأطروحات و الرسائل الجامعية التي تناولت نفس الظاهرة التي يتناولها الباحث:

ومن بين الدراسات التي تناولت موضوع دراستها و التي استطعنا الوصول إليها نجد:

الدراسة الأولى:

دراسة عاشور عبد الكريم سنة 2010 بعنوان: دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية و الجزائر.¹

وهي مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم السياسية و العلاقات الدولية، تخصص الديمقراطية و الرشادة.

وقد أنطلق الباحث من الإشكالية التالية:

أن الإدارة الإلكترونية باعتبارها أحدث مدرسة في الإدارة قد أفرزت تأثيرات عديدة على نموذج الإدارة التقليدية حيث انتقلت من شكل تقليدي مباشر إلى نموذج الخدمة العامة الإلكترونية وبرز ضمنها النموذج الرشيد للخدمات التي تقدمها الأجهزة الحكومية وتوجه إشكالية هذه الدراسة نحو التساؤل التالي:

➤ إلى أي مدى شكلت الإدارة الإلكترونية آلية محورية في ترشيد الخدمة العمومية، من خلال تطبيقات النموذج الأمريكي و التحجيرة الجزائرية ؟

ويتضرع عن هذا التساؤل إلى أسئلة فرعية يمكن إجمالها في الآتي:

➤ كيف يؤثر تطبيق الإدارة الإلكترونية على نموذج الخدمة العمومية؟

➤ ما هي توجهات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الولايات المتحدة الأمريكية؟ وكيف ساهم ذلك في ترشيد الخدمة العمومية؟

➤ ما هو مستوى التطور الخدمي بعد تطبيق الإدارة الإلكترونية؟

¹ عاشور عبد الكريم ، دور الإدارة الإلكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية و الجزائر، مذكرة ماجستير منشورة، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010.

الفرضيات:

تقدم هذه الدراسة جملة من الفرضيات يمكن إنجازها في الآتي:

- التحول نحو الإدارة الإلكترونية هو نتيجة فشل نمط الإدارة التقليدية.
 - تحسين مستوى الاستجابة و الفعالية و النزاهة في الخدمة العمومية مرتبط بتطبيق نموذج الإدارة الإلكترونية.
 - نجاح الخدمة العامة الإلكترونية في النموذج الأمريكي يعود إلى توفير المتطلبات الإدارية و السياسة، و وضوح الرؤية الإستراتيجية للإدارة العامة الإلكترونية.
 - عرفت الخدمات العامة الإلكترونية في الجزائر تحديات كبيرة عرقلت ترشيد الخدمة العمومية، بسبب ضعف مؤشر الجاهزية الإلكترونية .
- وقد اختار الباحث لدراسة ثلاثة مناهج فرضتها طبيعة الموضوع وهي المنهج الوصفي التحليلي ومنهج تحليل مضمون ومنهج دراسة حالة.

وبعد إجراء الدراسة توصل إلى النتائج التالية:

- أصبح من الضروري على كل الحكومات الدخول في مرحلة تطبيق الإدارة الإلكترونية.
- لا سبيل لترشيد الخدمات إلا بالتحول للنموذج الإلكتروني.
- أصبح بإمكان المواطنين طلب الوصول لخدمة بشكل متواصل دون انتصار وهذا ما تجسد من خلال نماذج الخدمات العمومية عبر الخط.
- ضعف الجاهزية الإلكترونية في الجزائر أدى إلى عرقلة الخدمات العامة الإلكترونية .
- التجربة الجزائرية في نموذج الإدارة الإلكترونية قد مثلت إرغاصات أولية تعبر عن وجود رغبة في التحول للخدمات الإلكترونية.¹

الدراسة الثانية:

دراسة محمد عبد استوي سنة 2013 بعنوان: دور الإدارة الإلكترونية في تفعيل الاتصال الإداري-من وجهة نظر العاملين في جامعة القدس المفتوحة -فرع غزة-²

¹ المرجع السابق.

² محمد عبد استوي، دور الإدارة الإلكترونية في تفعيل الاتصال الإداري -من وجهة نظر العاملين في جامعة القدس المفتوحة -فرع غزة، مذكرة ماجستير، جامعة القدس، فلسطين.

تمثلت مشكلة هذه الدراسة في الكشف عن دور الإدارة الإلكترونية في تفعيل الاتصال الإداري من وجهة نظر العاملين في جامعة القدس المفتوحة - فرع غزة- و التعرف على معوقات تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجامعة، ويمكن صياغة مشكلة الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

➤ كيف تفعل الاتصال الإداري في ضوء تطبيق الإدارة الإلكترونية من وجهة نظر العاملين بجامعة القدس المفتوحة-فرع غزة-؟

ويتفرع من السؤال الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية كمايلي:

➤ ما دور الإدارة الإلكترونية في عملية الاتصال الإداري بالجامعة ؟

➤ ما أهمية تطبيق الإدارة الإلكترونية في عملية الاتصال الإداري بالجامعة ؟

➤ هل توجد فروق ذات دلالة إحصائية ؟

اختار الباحث المنهج الوصفي التحليلي وطبقت الدراسة على عينة عشوائية بسيطة من مجموع العاملين بجامعة القدس المفتوحة - فرع غزة- وقد اعتمد الباحث على الإستبانة كأداة لجمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

➤ قناعة الإدارة العليا بتطبيق الإدارة الإلكترونية.

➤ تطبيق الإدارة الإلكترونية بالجامعة يساعد على التغلب على عامل البعد الجغرافي ويقلل من تكاليف الاتصال التقليدي.

➤ لا تعمل الجامعة على تفعيل الاتصالات غير الرسمية بين العاملين ولا تستغل الإدارة الإلكترونية بالتواصل مع العاملين حل مشاكلهم داخل و خارج العمل.

الدراسة الثالثة :

دراسة الطاهر جفيم سنة 2000، بعنوان واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية-جامعة متنوري و باجي مختار نموذجاً-

وهي رسالة مقدمة لنيل درجة دكتوراه الدولة في علم اجتماع التنمية، يحاول الباحث دراسة إشكالية واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية من خلال محيط المؤسسة الجامعية و ذلك في ضوء المنظور الوظيفي الشامل اندي يسمح بالكشف عن حقيقة واقع نظام الاتصال السائد في المؤسسة الجزائرية بمختلف وسائله وطرق وشبكاته و معوقاته ومن المؤكد إن دراسة الاتصال في المؤسسة الجامعية الجزائرية بعد موضوعاً ذو أهمية بالغة.¹

ومن كل ما سبق انطلقت الدراسة من تساؤل رئيسي:

➤ هل كل كانت الاتصالات بأساليبها أكثر ديمقراطية وبلغة مفهومة أدى ذلك إلى نجاح التسيير و إدارة الأعمال في المؤسسة الجزائرية و العكس صحيح؟
من هذه التساؤلات نجد أسئلة فرعية هي :

➤ ما طبيعة و خصائص نظام الاتصال السائد في المؤسسة الجامعية الجزائرية؟
➤ هل لهذا الاتصال بأشكاله تأثير إيجابي في تحسين الأداء الإداري و التنظيمي داخل المؤسسة الجامعية ؟
➤ هل اللغة شرط ضروري في تحديد طبيعة الاتصال السائد في المؤسسة الجامعية؟

الفرضيات:

➤ تستعمل المؤسسة الجزائرية لغة اتصال فعال في أدائها.
➤ يتصف نظام الاتصال الكتابي السائد في المؤسسة الجامعية الجزائرية بكونه نظاماً بيروقراطياً.
➤ نظام الاتصال المطبق حالياً يستجيب لمتطلبات العمليات الإدارية الأساسية في المؤسسة الجزائرية .
➤ إن استعمال المؤسسة الجامعية الجزائرية لوسائل اتصال مناسبة جعل أدائها أكثر فعالية.
وقد اختار الباحث المنهج الوصفي و استعان بمجموعة من الأدوات هي الاستبيان و المقابلة.
وفي الأخير توصل الباحث إلى نتائج هامة منها:

➤ إن دور لغة الاتصال كبير بل حاسم أحيانا في عمل المؤسسة و أدائها .

¹ الطاهر جفيم، واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، جامعتا متنوري و باجي مختار، رسالة دكتوراه دولة منشورة «جامعة متنوري» ، قسنطينة، 2006.

- رغم إدخال وسائل اتصال حديثة في اتصال المؤسسة إلا أن الوسائل التقليدية خاصة في الاتصال الكتابي لا تزال مستخدمة و مفضلة ولها دورها.
- إن أهمية الاتصال ودوره تختلف من فئة إلى أخرى ضمن الأسرة الجامعية وهذا بحسب المركز و المستوى التعليمي و الصفة التي يحملها الفرد.

الفصل الثاني: أساسيات حول الإدارة الالكترونية

1. مفاهيم عامة حول الإدارة

1.1. مفهوم الإدارة

2.1. مفهوم الإدارة الإلكترونية

2. نشأة الإدارة الالكترونية

3. عناصر الإدارة الالكترونية

4. أهداف و مبادئ الإدارة الالكترونية

1.4. الأهداف

2.4. مبادئ الإدارة الالكترونية

5. الفرق بين الإدارة التقليدية و الإدارة الالكترونية و دواعي التحول

1.5. الفرق بين الإدارة التقليدية و الإدارة الالكترونية

2.5. دواعي التحول للإدارة الالكترونية

6. خصائص الإدارة الالكترونية

7. متطلبات الإدارة الالكترونية

1.7. المتطلبات الإدارية

2.7. المتطلبات التقنية

3.7. المتطلبات الأمنية

8. معوقات و مشكلات تطبيق الإدارة الالكترونية

9. وظائف الإدارة الالكترونية

1.9. التخطيط الالكتروني

2.9. التنظيم الالكتروني

3.9. الرقابة الالكترونية

4.9. التوجه الالكتروني

10. فوائد الإدارة الالكترونية

الفصل الثاني: أساسيات حول الإدارة الإلكترونية

1. مفاهيم عامة حول الإدارة:

1.1. مفهوم الإدارة:

يعرفها كمبال "الإدارة تشمل جميع الواجبات و الوظائف التي تختص أو تتعلق بإنشاء المشروع من حيث تمويله ووضع سياساته الرئيسية، وتوفير ما يلزمه من معدات و إعداد التكوين أو الإطار التنظيمي الذي يعمل فيه وكذلك اختيار الرؤساء و الأفراد الرئيسيين".¹

كما يعرفها هنري فايول "معنى الإدارة أن تزيد و أن تتنبأ و تخطط و تنظم و تصدر الأوامر و تنسق و تراقب".²

تعريف لفنجستون "إن الوصول إلى الهدف بأحسن الوسائل و أقل التكاليف في حدود الموارد و التسهيلات المتاحة بحسن استخدامها".³

2.1. مفهوم الإدارة الإلكترونية:

ويقصد بالإدارة الإلكترونية من وجهة نظر الصيرفي "تلك الوسيلة التي تستخدم لرفع مستوى الأداء و الكفاءة، و هي إدارة بلا ورق، لأنها تستخدم الأرشيف الإلكتروني و الأدلة و المفكرات الإلكترونية و الرسائل الصوتية، وهي إدارة تلبية متطلبات جامدة و تعتمد أساسا على عمال المعرفة".⁴

ويرى غنيم أن الإدارة الإلكترونية هي "تنفيذ جميع الأعمال و المعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر سواء من الأفراد أو المنظمات من خلال استخدام شبكات الاتصالات الإلكترونية، وهي استخدام خليط من التكنولوجيا لأداء الأعمال، و الإسراع بهذا الأداء و إيجاد آلية متقدمة لتبادل المعلومات داخل المنظمة، وبينها و بين المنظمات الأخرى و العملاء".⁵

¹ محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية، دار السيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2009:ص.21.

² Henri Fayol: *Industrial and General management* Pitt man publishing cor portion New York, 1949: p.6.

³ R.T.Livingston « the engineering of organisation and management » hill book new York , 1999: p.84.

⁴ الصيرفي محمد، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007:ص.13.

⁵ غنيم أحمد محمد، الإدارة الإلكترونية، أفاق الحاضر و تطلعات المستقبل، المكتبة العربية، القاهرة، 2004:ص.43.

ويعرف ناصف الإدارة الإلكترونية بأنها "استخدام نظم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وخاصة شبكة الانترنت في جميع العمليات الإدارية الخاصة بمنشأة ما، بهدف تحسين العملية الإنتاجية، وزيادة كفاءة و فاعلية الأداء في المنشأة".¹

تعقيب: حسب تعريف ناصف فإنه ركز على الأداء داخل المنشأة و أهمل المحيط الخارجي.

عرفها السالمي "هي عملية مكنته جميع مهام و نشاطات المؤسسة الإدارية بالاعتماد على كافة تقنيات المعلومات الضرورية وصولاً إلى تحقيق أهداف الإدارة الجديدة في تقليل استخدام الورق و تبسيط الإجراءات و القضاء على الروتين و الإنجاز السريع و الدقيق للمهام و المعاملات لتكون كل إدارة جاهزة للربط مع الحكومة الإلكترونية لاحقاً".²

عرفت بخش الإدارة الإلكترونية "بأنها أنجاز الوظائف الإدارية بكفاية و فاعلية باستخدام تقنية المعلومات و الاتصالات لتحقيق أهداف المنظمة".³

عرفها العبود بأنها قدرة القطاعات الحكومية المختلفة على توفير الخدمات الحكومية التقليدية للمواطنين و أنجاز المعاملات عبر شبكة الانترنت بسرعة و دقة متناهيتين و بتكاليف و بجهود أقل و من خلال موقع واحد على الشبكة.⁴

عرفها باكير بأنها "إستراتيجية إدارية لعصر المعلومات ، تعمل على تحقيق خدمات أفضل للمواطنين و المؤسسات و لربائتها مع استغلال أمثل لمصادر المعلومات المتاحة من خلال توظيف الموارد المادية و البشرية و المعنوية المتاحة في إطار إلكتروني حديث من أجل استغلال امثل للوقت و المال و الجهد و تحقيق للمطالب المستهدفة و بالجودة المطلوبة".⁵

¹ ناصف أحمد، منهجية التخطيط المنظومي نحو الحكومة الإلكترونية ، المؤتمر الدولي للإدارة عن بعد و التجارة الإلكترونية، القاهرة، 22-2003/04/24.

² السالمي علاء عبد الرزاق ، نظم دعم القرارات، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2003، ص. 235.

³ فوزية حبيب بخش ، الإدارة الإلكترونية في كليات التربية للبنات بالمملكة العربية السعودية في ضوء التحولات المعاصرة ، رسالة دكتوراه ، جامعة أم القرى ، مكة المكرمة ، 1428، ص. 40.

⁴ فهد ناصر العبود ، الحكومة الإلكترونية بين التخطيط و التنفيذ، ط. 2، مطبوعات الملك فهد الوطنية ، الرياض، 2005، ص. 26.

⁵ علي حسين باكير، المفهوم الشامل للإدارة الإلكترونية، مجلة آراء حول الخليج ، الإمارات، العدد 23 ، دون تاريخ، ص. 14.

عرفتها قناديلي بأنها "هي إدارة بدون أوراق أو زمان أو متطلبات جامدة، حيث تعتمد على الأرشيف الإلكتروني و البريد الإلكتروني، و الأدلة و المفكرات الإلكترونية و الرسائل الصوتية، وهي مؤسسة شبكية ذكية تعتمد على عمال المعرفة".¹

ومن التعريفات السابقة يتضح أن الإدارة الإلكترونية هي تقديم وتوفير خدمات و تلبية رغبات العملاء و زبائن ومنظمات أخرى، ولكن بطريقة إلكترونية قصد تحقيق مكاسب مادية و معنوية، مع الالتزام بأعلى مستويات الجودة و الإتقان في العمل بما يعزز روح المنافسة.

2. نشأة الإدارة الالكترونية:

أدى التطور السريع لتقنية المعلومات و الاتصالات إلى بروز نموذج ونمط جديد من الإدارة في ظل التنافس و التحدي المتزايد أمام الإدارات البيروقراطية ، كي تحسن من مستوى أعمالها ، وجود خدماتها، وهو ما اصطلح على تسميته بالإدارة الرقمية ، أو إدارة الحكومة الالكترونية ، أو الإدارة الالكترونية، و الأعمال الالكترونية وانتشار شبكة الانترنت.²

في حين ترى بعض الدراسات أن الاهتمام بالإدارة الالكترونية، ظهر مع بداية اهتمام الحكومات و توجيهها نحو تحقيق شفافية التعامل، و التعميق استخدام التكنولوجيا الرقمية لخدمة أهداف التنمية الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية.³

وبالتالي فالإدارة الالكترونية هي احد مفاهيم الثورة الرقمية التي تقودنا إلى عصر المعرفة كما أن الطبيعة التحولية القوية لهذه التكنولوجيا انقوية لهذه التكنولوجيا، أصبح لها تأثير عميق على الطريقة التي يتعامل بها الناس، ويعملون و يتبادلون العلاقات الاجتماعية، ويتواصلون في شتى بقاع العالم.⁴

ومما سبق يمكن القول إن نشأة الإدارة الالكترونية كمفهوم حديث هي نتاج تطور نوعي أفرزته تقنيات الاتصال الحديثة، في إدارة علاقة المواطن و المؤسسات، و ربط الإدارات العامة والوزارات عبر آليات التكنولوجيا، وبالتالي التحول الجذري في مفاهيم الإدارة التقليدية و تطويرها.⁵

¹ قناديلي جواهر أحمد، التدريب و التعليم عن بعد باستخدام الإدارة الإلكترونية، الملتقى الإداري الثاني، الإدارة و المفاهيم العمالية الجديدة، الرياض، 2004:ص.5.

² ياسين سعد غالب، الإدارة الالكترونية و أفاق تطبيقاتها العربية، معهد الإدارة العامة، المملكة العربية السعودية، 2005: ص.235.

³ سعيد بن دلال المرعي، المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الإدارة الالكترونية، رسالة ماجستير، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2003:ص.14.

⁴ ياسين سعد غالب، الإدارة الالكترونية، مرجع سبق ذكره، ص.238.

⁵ لمرجع نفسه، ص.241.

إن نشأة الإدارة العامة الالكترونية تعود إلى التحول للعمل بأشكال و أساليب مختلفة ، إذا كانت تقتصر على استخدام بعض برامج الحاسوب التي تستخدم لأغراض الإحصاء و يستخدم بعضها الآخر للمساعدة في إظهار بعض النتائج المختلفة في موازنات الدول ، وكذا طريقة توزيع بنودها وقد ظهر أول استخدام للتقنية في أنشطة الحكومات.

لقد كان تطبيق الإدارة الالكترونية بصور مصغرة ، وبأساليب بسيطة ، ولم تصل إلى الصورة الرسمية إلا متأخراً ، حيث بدأت بالظهور في أواخر عام 1995 بولاية فلوريدا الأمريكية في هيئة البريد المركزي ، ومفهوم الإدارة الالكترونية يدل على أن كل شخص يستطيع الحصول على الخدمات من خلال الحاسوب دون الذهاب إلى المؤسسة.

ومن ثم فالإدارة الالكترونية هي عصبلة للتقدم في المجالات التقنية و المعلوماتية، وهو ما جعل الإدارات الحكومية و دوائر صنع القرار تعتمد وسائل تقنية متطورة، تساعد على إنجاز المهام المناطة بها، وتنفيذها على الوجه الأكمل، فعلى صعيد التجارب العالمية جاءت المبادرة الأمريكية في مجال الإدارة الالكترونية الحكومية، وتبعها فيما بعد دول أخرى مثل المملكة المتحدة و النمسا، خلال العقد الأخير من القرن الماضي.

3. عناصر الإدارة الالكترونية:

تشمل عناصر الإدارة الالكترونية مكونات أساسية وهي كالتالي:

عتاد الحاسوب: يقصد به أجهزة الحاسوب و ملحقاتها، ونظراً لتطور برامج الحاسوب و الزيادة المستمرة في عدد مستخدمي الأجهزة في المؤسسات فإنه من الأفضل للمؤسسة السعي وراء امتلاك أحدث ما توصل إليه صانعو العتاد في العالم حتى تحقيق ميزتين أساسيتين هما:

- توفير تكاليف التطوير المستمر و تكاليف الصيانة ؛
- ملائمة عتاد الحاسوب للتطورات البرمجية و برمجيات المعلومات.¹

البرمجيات والشبكات: البرمجيات هي مجموعة برامج مستخدمة لتشغيل الحاسب الآلي و الاستفادة من إمكانياته المختلفة² ، بينما الشبكات فهي الوصلات الالكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي الشبكات الانترنت، الاكسترا نت، وشبكة الانترنت التي تمثل شبكة القيمة للمؤسسة و لإدارتها الالكترونية.¹

¹ يوسف محمد. يوسف أبو اسوة، واقع إدارة الموارد البشرية إلكترونياً في الجامعات الفلسطينية النظامية، قطاع غزة ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، الجامعة الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، غزة ، 2009، ص: 37.

² خليفة بن صالح بن خليفة المعود، المتطلبات البشرية و المادية لتطبيق الإدارة الالكترونية في المدارس الحكومية، رسالة ماجستير في الإدارة و التخطيط، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم الإدارة التربوية و التخطيط، المملكة العربية السعودية، 2008، ص: 41.

صناع المعرفة: وهو العنصر الأهم في منظومة الإدارة الالكترونية من القيادات الرقمية و المديرون و المخططون للموارد المعرفية و رأس المال الفكري في المؤسسة، و يتولى صناع المعرفة إدارة التعاضد الإستراتيجي لعناصر الإدارة الالكترونية من جهة وتغيير طرق التفكير السائد للوصول إلى ثقافة المعرفة من جهة أخرى.²

4. أهداف و مبادئ الإدارة الالكترونية:

إن الفلسفة الرئيسية للإدارة الالكترونية هي نظرتها إلى الإدارة كمصدر للخدمات، و المواطن و الشركات كزبائن أو عملاء يرغبون في الاستفادة من هذه الخدمات، لذلك فإن للإدارة الالكترونية أهداف كثيرة تسعى إلى تحقيقها في إطار تعاملها مع العميل، نذكر منها³ :

1.4. الأهداف:

- ✓ تقليل كلفة الإجراءات الإدارية و ما يتعلق بها من عمليات؛
- ✓ زيادة كفاءة عمل الإدارة من خلال تعاملها مع المواطنين و الشركات و المؤسسات؛
- ✓ إلغاء عامل العلاقة المباشرة بين طرفي المعاملة أو التخفيف منه إلى أقصى حد ممكن مما يؤدي إلى الحد من تأثير العلاقات الشخصية و النفوذ في إنهاء المعاملات المتعلقة بأحد العملاء؛
- ✓ إلغاء نظام الأرشيف الوطني الورقي و استبداله بنظام أرشفة الكتروني مع ما يحمله من ليونة في التعامل مع الوثائق و المقدرة على تصحيح الأخطاء الحاصلة بسرعة؛
- ✓ تطوير الإدارة بشكل عام من خلال استخدام التكنولوجيا الحديثة؛⁴
- ✓ توفير البيانات و المعلومات لأصحاب القرار بالسرعة و في الوقت المناسب؛
- ✓ تواصل أفضل و ارتباط أكبر بين إدارات المؤسسة الواحدة لتقديم خدمات أفضل؛
- ✓ تركيز نقطة اتخاذ القرار في نقاط العمل الخاصة بها؛⁵
- ✓ تقليص معوقات اتخاذ القرار عن طريق توفير المعلومات؛⁶
- ✓ تقديم خدمات للمستفيد و للمؤسسة بمستويات قياسية عالية الجودة و الدقة في ظل وجود بنية أساسية متطورة من تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات؛

¹ سعد غالب ياسين، الإدارة الالكترونية و أفاق تطبيقاتها العربية، الإدارة العامة للنشر و التوزيع، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2005، ص.25.

² سعد غالب ياسين، المرجع نفسه، ص.26.

³ مصطفى يوسف، كافي وآخرون، المفاهيم الإدارية الحديثة، مبادئ الإدارة Essential of Management، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان، 2013، ص.95.

⁴ رامي مصطفى عليان، البيئة الالكترونية E-Enivrement، دار صفا للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص.19-20.

⁵ المرجع نفسه، ص.20.

⁶ المرجع نفسه، ص.20.

- ✓ تبسيط الإجراءات الإدارية بشكل يسمح بتقديمها إلكترونياً؛
- ✓ شفافية المعلومات وعرضها أمام المستفيدين والموظفين؛
- ✓ الوصول بالخدمات الإلكترونية إلى أقصى المواقع الجغرافية؛
- ✓ تجميع البيانات من مصادرها الأصلية بصورة موحدة؛¹
- ✓ سهولة إدارة ومتابعة الإدارات المختلفة للمنظمة، وكأنها وحدة مركزية واحدة؛
- ✓ استخدام التقنيات الرقمية الحديثة من حلول وأنظمة، والتي من شأنها تطوير العمل الإداري وبالتالي رفع كفاءة وإنتاجية الموظف وخلق جيل جديد من الكوادر الكفأة.²

2.4. مبادئ الإدارة الإلكترونية:

يرى الدكتور عمار بوحوش إن من مبادئ الإدارة الإلكترونية مايلي³:

تقديم أحسن الخدمات للمواطنين:

و هذا الاهتمام بخدمة المواطن يتطلب خلق بيئة عمل فيها تنوع من المهارات والكفاءات، المؤهبة مهنيًا لاستخدام التكنولوجيا الحديثة، بشكل يسمح بالتعرف على كل مشكلة يتم تشخيصها، و ضرورة انتقاء المعلومات حول جوهر الموضوع، و القيام بتحليلات دقيقة، و صادقة للمعلومات المتوفرة، مع تحديد نقاط القوة والضعف، استخلاص النتائج واقتراح الحلول المناسبة لكل مشكلة.

التركيز على النتائج:

حيث ينصب اهتمام الإدارة الإلكترونية على تحويل الأفكار إلى نتائج مجسدة في أرض الواقع، وإن تحقيق فوائد للجمهور تتمثل في تخفيف العبء عن المواطنين من بحث الجهد والمال والوقت، وتوفير خدمة مستمرة على مدار الساعة.

سهولة الاستعمال والإنتاجية للجميع:

أي إتاحة التقنيات الإلكترونية للجميع في المنازل والعمل والمدارس والمكتبات لكي يتمكن كل مواطن من التواصل.

تخفيض التكاليف:

¹ صدام الحماسي، الحكومة الإلكترونية الطريق نحو الإصلاح الإداري، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص.80.

² صدام الحماسي، الحكومة الإلكترونية الطريق نحو الإصلاح الإداري مرجع سبق ذكره، ص.80.

³ عمار بوحوش، نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد والعشرين، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 2006، ص-ص 189-191.

ويعني إن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات، وتعدد المنافسين على تقديم الخدمات بأسعار زهيدة يؤدي إلى تخفيض التكاليف.

التغير المستمر:

وهو مبدأ أساسي في الإدارة الالكترونية بحكم أنها تسعى بانتظام لتحسين و إثراء ما هو موجود ورفع مستوى الأداء بقصد كسب رضا الزبائن أو بقصد التفوق في التنافس.

5. الفرق بين الإدارة التقليدية و الإدارة الالكترونية و دواعي التحول:

1.5. الفرق بين الإدارة التقليدية و الإدارة الالكترونية:

لن يحتاج الباحث إلى طول عناء لعقد مقارنة بين نظامي الإدارة التقليدية و الالكترونية وغالبا فإن كل ميزة في الإدارة الالكترونية هي أمر كانت تفتقده الإدارة التقليدية، ويؤثر فقده بالسلب في أدائها و فعاليتها و دوائرها و يمكننا الوقوف على أهم الفوارق بين الإدارتين في النقاط التالية:¹

الحفظ: ففي حين كانت الكثير من المعاملات الورقية في النظام التقليدي عرضة للتلف مع مرور الوقت، أصبح الملف الالكتروني الذي يضم المعاملة ضمن محتوياته في مأمن من التلف و التقادم في الموضوع المخصص له على الشبكة الالكترونية لجهة الإدارة التي يوجد لديها الملف، بالإضافة إلى تأمين كثير من جهات الإدارة الالكترونية و محتوياتها باستخدام أكثر من وسيط تخزين الكتروني احترازا من حدوث أي عارض للشبكة الأم. **الضياع:** و هناك مشكلة كبرى يتورط بها المتعاملون أو المراجعون لدوائر الإدارة التقليدية، تتركز في احتمال يحدث كثيرا، وهو ضياع معاملاتهم بين أكاداس المعاملات الأخرى، أو ضياعها بين كومة من أوراق ألقيت في سلة نفايات بالخطأ، إن هذه المشكلة قد تكون كارثية بالنسبة إلى المراجع، و بخاصة إذا كانت تلك الورقة تخص معاملة على درجة من الحساسية .وهو الأمر الذي لا يواجهه أطلاقا مراجع الإدارات الالكترونية، نظرا إلى انه لا سبيل إلى فقدان أي بيان أو معاملة أو ملف من الملفات التي تم حفظها على الشبكة الالكترونية إلا في القليل النادر.

طبيعة الوسائل المستخدمة عند التعامل بين الأطراف حيث إن الإدارة التقليدية تعتمد على الوسائل التقليدية لإجراء الاتصالات بين أطراف التعامل المختلفة، بينما الإدارة الالكترونية تتم الاتصالات فيها باستخدام الشبكات الالكترونية.²

الاسترجاع: الحصول على المعلومات أو معاملة من احد الملفات الورقية للنظام التقليدي أمر بالغ الصعوبة، نظرا إلى تكديس الملفات و المعاملات مما قد يحتاج إلى ساعات أو أيام فالانتقال إلى الأرشيف للبحث عن ملف تائه بين مئات و ربما آلاف الملفات رحلة شاقة في حين أن مثل هذا الأمر لا يكلف الباحث في أرشيف الشبكة الالكترونية عن هذه المعاملة أو هذا الملف أكثر من الضغط على الزر المعني في لوحة المفاتيح ليخرج تاريخ معاملات المراجع كاملا، وليس فقط تلك المعاملة.

¹ عبد الرحمان توفيق، الإدارة الالكترونية تحديثات المستقبل، طبعة 2، دار السحاب، القاهرة، 2003:ص.34.

² محمد سمير أحمد، الإدارة الالكترونية، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2009: ص.42.

التكاليف: نظام الإدارة التقليدي الورقي يتأسس على ضرورة احتفاظ الإدارة بهذا الركام من الملفات و الأوراق. فيتكبد جهة الإدارة الكثير من النفقات في سبيل سعيها لحفظ تلك الملفات و المعاملات، وصيانة المكان (الأرشفة) الذي تحفظ فيه، يحدث هذا في الوقت الذي لا يكلف الأمر فيه في ظل الإدارة الإلكترونية أكثر من ثمن وسائط التخزين أو الشبكة التي حملت البيانات أو المعلومات أو المعاملات عليها سلفاً، دون حمل عناء صيانة مبان أو حفظ أو تجديد، وأيضاً دون تكبد خسائر أو نفقات إضافية .

المكان: يعد حفظ المعاملات الورقية و تخزين ملفاتها التي قد تتجاوز أعدادها أرقاماً تتخطى حاجز الأصفار الستة، من أكبر المشكلات التي تواجه الإدارات التقليدية إذ أن ذلك سيضطر الإدارة إلى توفير مخازن ضخمة لتلك المعاملات فضلاً عن توفير طاقم سمالة و موظفين و غيرهم ، سيمتصهم فقط إدارة هذه المخازن و الحصول على أحد الملفات حين طلبه، مما يرهق تلك الإدارات التقليدية، ويعطل مواردها و يبتلع جهودها المهدرة في الحفظ و التخزين، أما الإدارات الإلكترونية فإن هذا الأمر ربما لا يدخل في حساباتها على الإطلاق، حيث تتسع شبكاتها لملايين بل مليارات الملفات في حين قد لا يحتاج مجموع الأجهزة التي تحمل عليها تلك الشبكة حجم غرفة صغيرة.

استثمار الموارد: تتميز الإدارة الإلكترونية عن الإدارة التقليدية بأنها إدارة تقوم على استثمار الموارد المعلوماتية و تخزينها ووضع البرامج التي تلائم الإدارة في التحكم في هذه المعلومات وإدارتها على النحو الذي يخدم خططها و أهدافها أو مشروعاتها الخدمية أو التنموية، معتمدة على الانترنت و المعرفة بوصفها رأس مال تلك الإدارات الإلكترونية، يحدث ذلك بين أطراف التعامل بسرعة فائقة وفي كل موقع.

التطور: يرى كثير من المفكرين و الباحثين إن الإدارة الإلكترونية في واقعها النظري تطور طبيعي للفكر الإداري و المدارس الفكرية الإدارية، فقبل أكثر من مئة عام من الزمان بدأ فكر المدرسة الكلاسيكية في الإدارة، و كان الفكر الكلاسيكي آنذاك طفرة و نقلة حضارية و مدنية تمثلت في النموذج البيروقراطي المثالي لماكس وبر، و الإدارة العلمية لفردريك تايلور، ووظائف الإدارة هنري فايول، ثم مدرسة العلاقات الإنسانية إلتون مايو ثم المدخل الكمي، ثم مدرسة النظم، ثم المدرسة الموقمية ثم المنظمة المتعلمة وأخيراً الإدارة الإلكترونية.

2.5. دواعي التحول للإدارة الإلكترونية:

يمكن القول بأن ثورة العلم و التكنولوجيا الأصلية تشبعت في الآونة الأخيرة إلى مجموعة من الثورات العلمية و التكنولوجية، وبأني في مقدمتها ما يعرف بثورة التكنولوجيا الدقيقة ذات التطبيق والأثر الكبير على مجموعة من العلوم الطبيعية و غير الطبيعية، وعلى الأوضاع الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية، فهناك أولاً ثورة الإلكترونيات الدقيقة و تكنولوجياتها و تطبيقاتها الهائلة في أكثر من علم و أكثر من مجال و بالأخص مجال

الاتصالات، كما لا يمكن فصل ثورة تكنولوجيا الإلكترونيات الدقيقة عن ثورة المعلومات التي أخذت تغير المعطيات الأساسية للحياة و البنى الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية و الإدارية و غيرها.

وكذلك نرى الآن ان التطورات التقنية المتسارعة في العصر الحديث و في مقدمتها تقنيات المعلومات و الاتصالات أوجدت حالة جديدة تماما تعيشها المنظمات المعاصرة حيث انقلبت كل الموازين السابقة و تغيرت المعايير و المواصفات و تعاظمت قدرات البشر و تطلعاتهم، ونشأة أوضاع مختلفة في نظم الأعمال وعلاقات المنظمات و مراميها، وبقدر ما أحدثته من تلك المتغيرات من إختلالات في مراكز المنظمات و أوضاعها و علاقتها فإنها أيضا ساعدتها على استعادة التوازن و تحقيق إنجازات غير مسبوقة في مجالات تطوير المنتجات وأساليب وتقنيات الأداء و مستويات العوائد المتحققة.¹

وتسعى كل مؤسسة في العالم المعاصر للتحويل إلى المكنية أو ما يسمى بالإدارة الالكترونية، وهذا المصطلح في مرحلة الطموح و البداية للخطط الإستراتيجية لإنجازه، ومن البديهي ان يكون مثل هذا التحول طموحا وتحديا جديدا للدول المتقدمة و النامية و الغنية و الفقيرة، وهذا التوجه الإلكتروني لا بد له من الأسباب و دواعي تدفعه للظهور.

و هناك مجموعة من الدواعي للتحويل إلى الإدارة الإلكترونية لتحسين الخدمات الإدارية للمستفيدين، وتحديد أساليب وطرق وإجراءات العمليات و الأعمال الإدارية و التنظيمية بالمنظمات.²

ويمكن إيجاز أهم بنود دواعي التحول للإدارة الالكترونية على النحو التالي:³

✓ تسارع التقدم العلمي و انتطور التكنولوجي مع انتشار الثقافة الالكترونية، وتطور الحاسوب و تطبيقاته و تطور الاتصالات التي أدت إلى ترابط المجتمعات الإنسانية من خلال توجهات العولمة نحو القرية الكونية، الدواعي العالمية و تتضمن العديد من النقاط أهمها:

- ضرورة الاستجابة لمتطلبات البيئة المحيطة و التكيف معها؛
- التحولات الديمقراطية وما رافقها من متغيرات و توقعات اجتماعية؛
- تزايد شح الموارد و الاتجاه نحو الخصخصة وأزمات القطاع العام؛
- التحول إلى التقنية الجديدة المتجددة والتحول إلى المعاملات الالكترونية؛
- ضرورة وجود آليات للتمييز داخل كل مؤسسة التي تسعى للتنافس.

✓ التحول من نمط الإدارة التقليدية إلى نمط الفكر الإداري الجديد القائم على تقنيات الاتصالات و المعلومات و استيعابها من منظور إداري يقوم على تحديد الأهداف الإستراتيجية للمنظمة و استكشاف

¹ نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية، الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات، دار المريخ، الرياض، 2004: ص. 121.

² عمر أحمد، أبو هاشم الشريف، الإدارة الإلكترونية مدخل إلى الإدارة التعليمية الحديثة، مرجع سبق ذكره: ص. 75.

³ المرجع السابق، ص. 76.

التقنيات المناسبة القادرة على مساعدتها في تحقيق أهدافها، ويمكن حصر بعض من الدواعي في النقاط التالية:

- التحول من منظومات المعلومات المحوسبة المستقلة إلى منظومات المعلومات الشبكية؛
- الانتقال من نظم المعلومات كأساس لإعادة بناء الهياكل التنظيمية؛
- تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل؛
- التوجه نحو توظيف تكنولوجيا المعلومات حتى يتم إنجاز الأعمال بالدقة المطلوبة.

وبذلك يتضح أن التحول من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكترونية ليس فقط أساسها الحاسبات و نظم شبكات الاتصالات و برمجيات نظم تكنولوجيا المعلومات، ولكنها في الدرجة الأولى قضية إدارية تحتاج إلى فكر إداري متطور وقيادة إدارية واعية تستهدف التطوير و تسانده و تدعمه بكل قوة لتحقيق مسؤوليتها الرئيسية لخدمة المستفيدين وتحقيق رغبتهم مع الالتزام بأعلى مستويات الجودة و الاتفاق في العمل.

6. خصائص الإدارة الالكترونية:

تقدم الإدارة الالكترونية وجهاً آخر مغاير لوجه الإدارة التقليدية نظراً لسلاسة أدائها و إنقائها السريع، وقد أصبحت أداة فعالة في أيدي الذين بادروا بتطبيق التقنية في دوائريهم الإدارية وحلما يتطلع اليه الإداريون الذين لم يحظوا بالانتقال إلى الإدارة الالكترونية أو طبقوا جزئياً في بعض أنشطتهم، ولم يبلغوا الدرجة الكافية لإطلاق اسم الإدارة الالكترونية على تعاملاتهم.¹

إن الأمل يحدو الكثير من أصحاب المعلومات ومنسوبي الإدارات إلى أن تخفي أكوام الملفات الورقية التي تكتسب اللون الأصفر مع مرور الزمن مما يشعر مراجعي تلك الدوائر الإدارية و منسوبيها بخضوعهم لنظام قدم قدم أوراقه، ويمكن استعراض بعض خصائص الإدارة الالكترونية في النقاط التالية:²

- ✓ إن كثيراً من المعوقات الإدارية و العقوبات التي ترسخت و بقيت لسنوات على حواجز البيروقراطية يمكن أن تتلاشى و تصبح ماضياً بفعل التحول إلى أسلوب الإدارة الالكترونية التي تعطل قوانينها وظروف أعمالها الورقية لانجاز المعاملات، ففي ظل الإدارة الالكترونية لن تجد تلك الأوراق التي يحتاج إنجازها إلى وقت طويل ليس إنجازها فحسب بل أيضاً نسخها أكثر من نسخة إذا استلزم الأمر و حفظها و إرسالها إلى الجهة التي سلبت في أمرها ثم انتظار عودتها وان كان تكرار ذلك مرات ومرات.
- ✓ من خصائص الإدارة الالكترونية بالإمكان مرجعتها طوال ساعات اليوم، فهي لا تنقيد بعملها في زمن معين، فمواقع هذه الإدارة متاحة عبر الانترنت أو عبر أجهزتها المنتشرة في الشوارع ووصلات شبكاتها

¹ عبد الرحمان توفيق، الإدارة الالكترونية تحديات المستقبل، ط. 2، دون دار نشر، القاهرة، ص. 136.

² حسين محمد الحسن، الإدارة الالكترونية، المفاهيم والخصائص المتطلبات، دار المرخ، الرياض، دس. ص. 76.

الداخلية أو وصلات شبكات الانترنت ليست في حاجة إلى مبان ضخمة لاستيعاب موظفيها و مكاتبها و دواليبها الكثيرة المتشعبة بالملفات و الأوراق، فقط مكان صغير محدود يكفي لاستيعاب بعض الأجهزة الحاسوبية و متعلقاتها يصلح ليكون مقرا لإدارة كبيرة كانت في الماضي يضيق بها مبنى ضخم يفوق مبناها بعشرات المرات، غير ان المراجع للإدارة الالكترونية يجد نفسه أمام قوائم و خيارات الكترونية وليس أمام موظفين، حيث تقلص عدد الأفراد من منسوبي الإدارة بشكل كبير و يحل الحاسوب محلهم، حيث يجيب عن أسئلة المراجع و أيضا يتلقى منه معاملته يسر عبر قائمه الخيارات و الأوامر التي يتيحها لمراجع الإدارة الالكترونية.¹

✓ لا تقوم الإدارة الالكترونية على مثل تلك الهياكل التنظيمية، ولا تعرف التسلسل الوظيفي المعمول به في دوائر الإدارة التقليدية، فهي إدارة لا تقوم على ممارسات الأفراد من موظفيها و جهدهم اليدوي، في إدارة معاملتها بقدر ما تقوم على إدارة المعلومات التي تحتفظ بها في دوائرها حسب برامج معينة، ومن ضمن تلك البرامج ما يتيح للمراجع إنجاز معاملته عبر شاشتها و أزرارها و توسيعها له بدرجة أشبه بالتعليمية.²

✓ الإدارة الالكترونية إدارة مرنة يمكنها بفعل تقنية و بفعل إمكانياتها للاستجابة السريعة للأحداث و التجارب معها متعددة بذلك حدود الزمان و المكان و صعوبة الاتصال، مما يعين الإدارة على تقديم الكثير من الخدمات التي لم تكن متاحة ابدأ بفعل تلك العوائق في ظل الإدارات التقليدية.³

✓ في ظل عدم اعتماد الإدارة الالكترونية على الحفظ الورقي للوثائق و ملفات و اعتمادها على تحميلها على شبكاتها و حفظها الكترونيا، فإن حفظ هذه الوثائق و أيضا تعديلها و استرجاعها يكون أمرا سهلا و سريعا و متاحا بشكل دائم.

✓ لا تحتاج الإدارة الالكترونية إلى الانتقال من مكانها و تكبد مشقة السفر و بخاصة إذا كان هذا السفر بين الدول، فبإمكان تلك الجهات الالتقاء الكترونيا و عقد لقاءاتها و محضراتها و مؤتمراتها عبر قاعات الفيديو الالكترونية مما يشجع دائما على عقد مثل تلك المؤتمرات و اللقاءات التي كثيرا ما تكون في حاجة إليها و تحول دون تحقيقها تكلفة السفر و عناؤه مما يضيع كثير من فرص الاحتكاك، في حين يكون تبادل الخبرات و الاحتكاك بين جهات العمل المختلفة حافز للتطور و التنمية الأمر الذي يستنزف ويهدر كثيرا من موازنات الإدارات التقليدية وأصبح متاحا في ظل الإدارات الالكترونية بتكلفة لا تذكر.

✓ في ظل الإدارة الالكترونية تصبح المكاتب و المراسلات و الرد عليها أمرا يسورا و سريعا و فعالا بفعل وجود البريد الالكتروني و الرسائل الصوتية، التي تعتمد عليها تلك الإدارة بدلا من النظام الصادر والوارد الذي يقيد إلى حد كبير حركة الإدارات التقليدية و يعطل معاملاتها و إنجازاتها.

¹ حسين محمد الحسن، الإدارة الالكترونية، المفاهيم الخصائص المتطلبات، مرجع سبق ذكره، ص. 77.

² عبد الرحمن توفيق، الإدارة الالكترونية تحديات المستقبل، مرجع سبق ذكره، ص. 137.

³ أحمد سيد المصطفى، المدير و تحديات العولمة، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، دون سنة، ص. 37.

✓ من خصائص الإدارة الالكترونية انه أصبح بإمكانها أن تتابع مواقع عملها المختلفة عبر الشاشات و الكاميرات الرقمية التي في وسع الإدارة الالكترونية أن تسلطها على كل بقعة من موقعها الإدارية وكذلك على منافذها و أجهزتها التي يتعامل معها الجمهور. وهكذا يصبح لدى إدارة تلك الأداة المضمنة الصادرة التي تقيم بها أنشطتها و تتابع بها مواقعها بإطمئنان، بعيدا عن أسلوب المتابعة بالملفات و التقارير التي يرفعها الأفراد في الإدارات التقليدية، بما يعرف عنها من مشكلات يأتي في مقدمتها انعدام الشفافية في كثير من الحالات فضلا عن بطء هذا الأسلوب، ويمكن بوضوح كشف هذا الفارق حين نتصور إدارتين إحداهما تجلس في إطار مراقب أو مجموعة مراقبين أرسلتهم ليكتبوا لها تقريرا عن موقع ما و يتابعوا سير العمل فيه، وأخرى تجلس في مكانها تشاهد حركة العمل في هذا الموقع مباشرة وتسمع أيضا كل ما يدور فيه.¹

7. متطلبات الإدارة الالكترونية:

إن نجاح مشروع الإدارة الالكترونية مرتبط بضرورة توفير مجموعة من المتطلبات اللازمة و الذي لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال برنامج إستراتيجية متكامل وشامل لإعادة هندسة عمليات و أعمال المنظمة.²

ولتوضيح تلك المتطلبات يمكن تصنيفها على النحو التالي:

1.7. المتطلبات الإدارية:

تحتاج الإدارة الالكترونية لكي تحقق للمنظمات الأهداف المتبعة إلى إدارة جيدة تساند التطوير و التغيير و تدعمه و تأخذ بكل مستحدث في الأساليب الإدارية. مع ضرورة وجود قيادات إدارية إلكترونية تتعامل بكفاءة و فعالية مع تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات مع قدرتها على الابتكار و إعادة هندسة الثقافة التنظيمية و صنع المعرفة كما يتوجب على كل الإدارات في المنظمات التخلص من الإجراءات البيروقراطية و الروتينية المملة و المعيقة لكل تطور و تجديد في الأساليب المتبعة في المنظمات، بالإضافة إلى توعية الأفراد بمجدي أهمية تطبيق أعمال و معاملات الإدارة الالكترونية.³

2.7. المتطلبات التقنية:

تتمثل في توفير البنية التحتية للإدارة الالكترونية و التي تشمل تطوير و تحسين شبكة الاتصالات بحيث تكون متكاملة و جاهزة للاستخدام و استيعاب الكم الهائل من الاتصالات في آن واحد، لكي تحقق الهدف من استخدام شبكة الانترنت، بالإضافة إلى توفير التكنولوجيا الرقمية الملائمة من تجهيزات و حاسبات آلية و أجهزة و

¹ عبد الرحمن توفيق، الإدارة الالكترونية تحديات المستقبل، مرجع سبق ذكره: ص. 142.

² ياسين سعد غالب، الإدارة الالكترونية و أفاق تطبيقاتها العربية، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2005: ص. 238.

³ غنيم احمد، الإدارة الالكترونية الإستراتيجية و المواطنين و المشكلات، الملكية العصرية، مصر، 2004: ص. 343.

معدات و أنظمة و قواعد البيانات و البرامج و توفير خدمات البريد الرقمية وتوفير كل ذلك بالاستخدام الفردي أو المؤسسة على أوسع نطاق ممكن و على العموم فإن البنية التحتية التقنية تنقسم إلى:¹

- ✓ البنية التحتية الصلبة للأعمال الالكترونية: وتمثل في كل التوصيلات الأرضية و الخلوية عن بعد وأجهزة الحاسوب و الشبكات و تكنولوجيا المعلومات المادية الضرورية لممارسة الأعمال الالكترونية و تبادل البيانات الكترونياً.
- ✓ البنية التحتية الناعمة للأعمال الالكترونية: وتشمل مجموعة من الخدمات والمعلومات وبرمجيات النظم التشغيلية للشبكات ويتم من خلالها إنجاز الأعمال الالكترونية.

3.7. المتطلبات الأمنية:

تعد مسألة امن المعلومات من أهم معضلات العمل الكترونياً بمعنى ان المعلومات و الوثائق التي يجرى حفظها و تطبيق إجراءات المعالجة و النقل عليها الكترونياً لتنفيذ متطلبات العمل يجب الحفاظ على أمنها، حيث يجب توفير الأمن الالكتروني و السرية الالكترونية على مستوى عال لحماية المعلومات الوطنية و الشخصية و لصون الأرشيف الالكتروني من أي عيب و التركيز على امن الدولة أو الأفراد أما بوضع الأمن في برمجيات البروتوكول للشبكة أو باستخدام التوقيع الالكتروني أو بكلمة مرور.²

8. معوقات و مشكلات تطبيق الإدارة الالكترونية:

إن مجرد وجود إستراتيجية متكاملة للتحويل إلى نط الإدارة الالكترونية لا يعني ان الطريق ممهد لتطبيق و تنفيذ الإستراتيجية بسهولة و سلامة وبشكل سليم، وذلك أن العديد من العوائق و المشاكل ستواجه تطبيق الخطة ولذلك يجب على المسؤولين لوضع و تنفيذ مشروع الإدارة الالكترونية التمتع بفكر شامل و محيط بكافة العناصر و المتغيرات التي يمكن أن تطرأ و تعميق عظمة عمل و تنفيذ إستراتيجية الإدارة الالكترونية، ومن تلك المعوقات التي قد تصاحب الإدارة الالكترونية مايلي:³

- ✓ عدم توفر الموارد اللازمة لتمويل مبادرة الإدارة الالكترونية لاسيما في حال تدني العائدات المالية الحكومية.
- ✓ تأخير متعمد في وضع الإطار القانوني و التنظيمية المطلوب و الذي يشكل أساساً لأي عملية تنفيذ للإدارة الالكترونية.

¹ موسى عبد الناصر، قرواني محمد، مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي، مجلة الباحث، جامعة بكرة، ص: 12.

² موسى عبد الناصر، قريشي محمد، مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي، مرجع سبق ذكره: ص: 13.

³ رجي مصطفى عليان، البنية الالكترونية (E-Environnement)، مرجع سبق ذكره: ص-ص: 40-41.

✓ الكوارث الوطنية الناجمة عن نزاع إقليمي و التي يمكنها تعطيل البنية التحتية لفترة من الزمن مما من شأنه ان يعيق تنفيذ إستراتيجية الإدارة الالكترونية .

✓ النظرة السلبية لمفهوم الإدارة الالكترونية من حيث تقليصها للعنصر البشري.

✓ التمسك بالمركزية و عدم الرضا بالتغير الإداري.

✓ وجود الفجوة الرقمية بين أناس متخصصين في مجال التقنية و آخريين لا يفقهون شيئا من أبجدياتها.¹

كما أن هناك العديد من التحديات التي تواجهها الدول و المنظمات عند قيامها بتطبيق أعمال الإدارة الالكترونية و الدخول إلى عالمها و هي مايلي:²

✓ التحديات اللغوية: وتظهر من خلال وجود العديد من اللغات العالمية على صفحات المواقع

الالكترونية، كما أن بعض مفردات لغة ما لا تحمل نفس المعنى عند مواطني دولة أخرى.

✓ التحديات الثقافية: و تتمثل في الكثير من الفروق الثقافية في كثير من دول العالم، بالإضافة إلى

مشكلة الأمية التقليدية و أمية الحاسوب، ومشكلة اللغة و التعليم غير المتطور.

✓ انتديات القانونية: حيث أنقوانين من دولة إلى أخرى و بالإضافة إلى نقص المعرفة بالأمور القانونية

و قلة القوانين الموجهة لحماية المستهلك.

✓ التحديات التكنولوجية: حيث تتطلب الإدارة الالكترونية استخدام شبكات متطورة للاتصالات،

و ضرورة توفير البنية التحتية اللازمة لتكنولوجيا المعلومات و الاتصالات.

✓ التحديات البشرية: و تتمثل في عدم توفير الكوادر البشرية المؤهلة و القادرة على العمل في مجالات

الإدارة الالكترونية و تطبيقها.

✓ التحديات الإدارية: و تتمثل في الأساليب الإدارية التقليدية و البيروقراطية.

9. وظائف الإدارة الالكترونية :

لقد أدى التطور الهائل في العصر الحالي عصر الثورة التقنية إلى حدوث تغيرات واضحة في الوظائف

التقليدية للإدارة تحولت إلى وظائف الكترونية وهي:

1.9. التخطيط الالكتروني: الذي يعتمد على التركيز بصفة أساسية على استخدام التخطيط

الاستراتيجي و السعي نحو تحقيق الأهداف الإستراتيجية، حيث تتم القرارات التي تستخدم النظم الالكترونية في

تخطيط أعمالها بالشمولية لخدمة مختلف أقسام المنظمة و إدارتها، ويعتمد التخطيط الالكتروني أيضا في ظل الثورة

¹ احمد محمد حمير، الإدارة الالكترونية، دار اليازوري، عمان، 2009، ص.74.

² عامر طارق عبد الرؤوف، الإدارة الالكترونية نماذج معاصرة، دار السحاب، القاهرة، 2007، ص.56.

الإلكترونية على استخدام نظم جديدة للمعرفة كنظم دعم القرار، والنظم الخبيرة، ونظم الشبكات العصبية الاصطناعية، كما يعتمد أيضا على تبسيط نظم وإجراءات العمل.¹

2.9. التنظيم الإلكتروني: وهو الإطار الفضفاض لتوزيع واسع للسلطة والمهام والعلاقات الشبكية

الأفقية التي يحقق التنسيق الآني وكل مكان من أجل إنجاز الأهداف لمشارك لأصناف التنظيم، فمع الانترنت يتم التحول من منطقة التركيز على الهياكل و الخصائص التنظيمية الرسمية إلى منظمة التركيز على الهدف الواحد المتقاسم.²

و أن التنظيم الإلكتروني للمنظمات المعاصرة يعتمد على إجراء تغيرات في مستويات و شكل الهياكل التنظيمية، فيتم تحويلها من الشكل الطويل إلى الشكل المفرطح كما يتطلب أيضا أحداث تغيرات في الهياكل التنظيمية نفسها، لمواجهة كل مشكلات التنظيمات الإدارية التقليدية و القضاء عليها و يتم ذلك من خلال تجميع الوظائف أو إعادة توزيع الاختصاصات أو اعتماد بعض الوحدات الإدارية من التنظيم و استحداث بعض الوحدات التنظيمية الجديدة، كما يتطلب التنظيم الإداري للمنظمات المعاصرة أن يتضمن العديد من الوحدات الإدارية الجديدة، و التي يمثل أهمها بصفة أساسية في الوحدات التالية:

- ✓ إدارة قواعد البيانات و المعلومات و المعرفة الكترونيا.
- ✓ إدارة الدعم التقني للمستفيد.
- ✓ إدارة علاقات العملاء الكترونيا.³

3.9. الرقابة الإلكترونية: إذا كانت الرقابة التقليدية تركز على الماضي لأنها تأتي بعد التخطيط و التنفيذ،

فإن الرقابة الإلكترونية تسمح بالمرقبة الآتية من خلال شبكة المؤسسة أو الشركة الداخلية، مما يعطي إمكانية تقليص الفجوة الزمنية بين عملية اكتشاف الانحراف أو الخطأ و عملية تصحيحه.⁴

كما أن الرقابة الإلكترونية أكثر اقترابا من الرقابة القائمة على الثقة يدل من الرقابة التقليدية القائمة على العلاقات و المسائلة الرسمية، وهذا يقسر الاتجاه المتزايد نحو التأكيد على الثقة الالكترونية و الولاء الالكتروني بين العاملين و الإدارة، وهذا ما يحول الرقابة كرسيد إلى الرقابة كعملية و تدفق مستمر.⁵

¹ غنيم احمد عبد. الإدارة الالكترونية آفاق العاصر و تطلعات المستقبل، «لكبة العصرية» المسورة، 2004، ص: 57.

² نجم عبد. نظم الإدارة الالكترونية الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات، دار المريخ للنشر، الرياض، 2004، ص: 250.

³ نجم عبد. نظم الإدارة الالكترونية آفاق العاصر و تطلعات المستقبل، مرجع سبق ذكره، ص: 60.

⁴ عاشور عبد الكريم، دور الإدارة الالكترونية في ترشيح الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية و الجزائر، مكتبة ماجستر علوم سياسية، كلية الحقوق قسنطينة، 2009، ص: 58.

⁵ نجم عبود نجم. الإدارة الالكترونية الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات، مرجع سبق ذكره، ص: 247.

4.9. التوجه الالكتروني: فالتوجه الالكتروني بالمنظمات المعاصرة يعتمد على وجود القيادات الالكترونية و التي تسعى إلى تفعيل دور الأهداف الديناميكية و العمل على تحقيقها، كما يعتمد أيضا وجود قيادات قادرة على التعامل الفعال بطريقة الكترونية مع الأفراد الآخرين، والقدرة تحفزهم و تعاوهم لإنجاز الأعمال المطلوبة كما يعتمد التطبيق الكفاء للتوجه الالكتروني على استخدام شبكات الانصالات الالكترونية المتقدمة كشبكة الانترنت بحيث يتم إنجاز و تنفيذ كل عمليات التوجه من خلالها.¹

10. فوائد الإدارة الالكترونية:

إن الاهتمام الكبير الذي يوليه العالم المتقدم باستخدام تكنولوجيا المعلومات بمكوناتها المختلفة سببه الأهمية و الفوائد الكبيرة التي تقدمها هذه الأخيرة، و لذلك بدأت الدول تتسابق في تطبيق الإدارة الالكترونية نظرا للفوائد التي تحققها.²

وفي مايلي أهم فوائد الإدارة الالكترونية:

- ✓ تبسيط الإجراءات داخل المؤسسات وهذا ينعكس إيجابيا على مستوى الخدمات التي تقدم إلى المواطنين ومنه اختصار وقت تنفيذ إنجاز المعاملات الإدارية المختلفة.
- ✓ تسهيل إجراء الاتصال بين الدوائر المختلفة للمؤسسة وكذلك مع المؤسسات الأخرى.
- ✓ الدقة و الموضوعية في إنجاز العمليات المختلفة داخل المؤسسة.
- ✓ تقليل استخدام الورق بشكل ملحوظ وهذا ما يؤثر إيجابيا على عمل المؤسسة.
- ✓ كما أن تقليل استخدام الورق يعالج مشكلة تعاني منها اغلب المؤسسات في عملية الحفظ و التوثيق مما يؤدي إلى عدم الحاجة إلى أماكن التخزين حيث يتم الاستفادة منها في أمور أخرى.³

¹ غيم احمد محمد، الإدارة الالكترونية أفاق الحاضر و تطلعات المستقبل، مرجع سبق ذكره :ص.71.

² سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الإدارية، دار نايزوري العلمية، الأردن، 2009: ص.204.

³ علاء عبد الرزق السامي، خالد إبراهيم السليطي، الإدارة الالكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن:ص.36-37.

خلاصة الفصل:

من خلال ما تقدم من توضيح توصلنا إلى أن الإدارة الإلكترونية هي وليدة ظاهرة تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات، متمثلة في شبكة الانترنت التي أحدثت ثورة في مجال تداول للمعلومات و أسلوب حياة الأفراد، لذا فإن تعريف الإدارة الإلكترونية اتخذ عدة أشكال و لكنها اجتمعت على أن الإدارة الإلكترونية هي تنفيذ كافة المعاملات و الخدمات المقدمة للزبون باستخدام و سائل الاتصال الحديثة.

بالإضافة إلى أن التحول نحو الإدارة الإلكترونية يبقى في حاجة الى مقومات لضمان النجاح مثل وضع خطط إستراتيجية و إعادة تأهيل الموارد البشرية، ومن الأنسب ان يتم التحول بشكل مرحلي لضمان فرص أكبر للنجاح و التعرف على المشاكل و معالجتها بكفاءة و فعالية و بناء على الخبرة الكامنة و المتراكمة.

إلا أن هذه التكنولوجيا الجديدة تحمل في طياتها مخاطر متعددة وكلما ارتقت التكنولوجيا زادت مخاطرها بالقدر نفسه ما يدعو إلى وضع الأساليب و الوسائل للحد من مشاكلها، و لتفادي فشل الإدارة الإلكترونية فإنه على القائمين بالمشروع تحديد عوامل النجاح و عوامل الفشل، مما يساعد على مضاعفة فرص نجاح المشروع وكذا دراسة الإيجابيات و السلبيات الناجمة عن تطبيق المشروع.

الفصل الثالث: ماهية الاتصال الخارجي

1. مفاهيم عامة

1.1. مفهوم الاتصال

2.2 مفهوم الاتصال الخارجي

2. أشكال الاتصال الخارجي

1.3 الاتصال الخارجي العملياني

3.2 الاتصال الخارجي الاستراتيجي

3. أهداف الاتصال الخارجي

4. وظائف الاتصال الخارجي

5. دعائم الاتصال الخارجي

1.5 الوسائط التقليدية

2.5 الوسائط الإعلامية

3.5 الوسائط الالكترونية

6. عوائق الاتصال الخارجي

7 . علاقة الإدارة الالكترونية بالاتصال الخارجي

الفصل الثالث: ماهية الاتصال الخارجي

1. مفاهيم عامة :

1.1. مفهوم الاتصال:

يعرف بأنه "عملية اجتماعية ذات خطوات مترابطة مستمرة، يتم فيها التفاعل بين شخصين أو أكثر، لتحقيق هدف واضح محدد، وهذه العملية تتم من خلال علاقة إنسانية قد تكون ثنائية بين فردين، أو بين جماعة صغيرة، أو مجتمع محلي، قومي، دولي...، ويتم الاتصال بوسائل وأساليب كثيرة و متنوعة بغرض أن تصبح الخبرة مشتركة بين أطراف العملية".¹

و الاتصال أيضا هو نقل انطباع أو تأثير من منطقة إلى أخرى دون النقل الفعلي لمادة، و قد يشير إلى نقل الانطباعات من البيئة إلى الكائن، أو بالعكس من فرد إلى آخر.²

2.1. مفهوم الاتصال الخارجي:

الاتصال الخارجي هو مجموع المعلومات و النشاطات التي ترسلها إلى المحيط الخارجي بهدف إمداده بالمعلومات، هو الاتصال الذي يحدث خارج المؤسسة ، وهو حلقة وصل بين المؤسسة و المجتمع المحيط بها، ففي كل مجتمع لابد من وجود مؤسسات و هيئات مختلفة لتحقيق غايات ووظائف معينة ، ولها صلات مع أفراد المجتمع ، ويجب أن تكون هناك ثقة متبادلة الجماهير والمؤسسة.³

هي جهود خارج الحدود أي تعمل إدارة العلاقات العامة على توسيع نطاق الاتصال بحيث يوجد نوعا من الامتداد لسمعة المنشأة في الخارج سواء في مجال الأعمال المشابهة لها في داخل حدود الدولة أو في المجال الدولي الذي يشمل أكثر من دولة.⁴

يعرفه مصطفى حجازي على أنه حلقة وصل بين المؤسسة و المجتمع المحيط بها، ففي كل مجتمع لابد من وجود مؤسسات و هيئات مختلفة قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة ولها صلات مع أفراد ذلك المجتمع، لا تتمكن هذه المؤسسات من القيام بأعمالها ما لم تكن ثقة متبادلة بينها وبين جماهيرها، هذه الثقة لا تأتي عن طريق

¹ أحمد محمد عايق و آخرون، وسائل الاتصال و الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية 2004، ص.16.

² عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال و المضافة بين النظرية و التطبيق، القاهرة، 1999، ص.11.

³ مصطفى حجازي، الاتصال الفعال و العلاقات الإنسانية الإدارية، دار الطباعة، لبنان، 1982، ص.52.

⁴ محمد منير حجاب، الاتصال الفعال في العلاقات العامة، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2007، ص.49.

الصدفة لكن يجب أن تبنى على أساس متين وخطط مدروسة تضمن لها البقاء، لذلك فالاتصال الخارجي هو بناء ثقة الجمهور بالمؤسسة و المحافظة عليها.¹

الاتصال الخارجي هو كل ما يلزم للاتصال و علاقات الخارجية لمؤسسة ما.²

2. أشكال الاتصال الخارجي:

وهي بدورها تنقسم إلى ثلاثة أنواع:

2.1. الاتصال الخارجي العملياتي:

إن مجموعة كبيرة من أعضاء المنظمة تتواجد مباشرة في محيطها في إطار نشاطاتهم اليومية، فكل منهم يقوم بالاتصال باعتباره ممثلاً للشركة مع شركاء خارجيين من زبائن، موردين و سلطات عمومية وعلى هذا الأساس فكل منهم يمرر صورة عن المؤسسة و رسائل باسمها، و يتلقى بالمقابل ردوداً و معلومات يدمجها داخل المنظمة.³

2.2. الاتصال الخارجي الاستراتيجي:

هناك مظهران للاتصال الخارجي الاستراتيجي الأول يعمل على إنشاء و تكوين شبكات لان المؤسسة تبحث عن التواجد و تحقيق الذات في محيطها، وإن هذه الاتصالات ليست في الحقيقة إجبارية أو ضرورية ولكن تعتبرها المؤسسة وسيلة دفاع.⁴

3.2. الاتصال الخارجي حول الصورة:

يعتبر هذا النوع هو الاتصال الخارجي في حد ذاته نظراً للإشهار الواسع و استعمالاته المتعددة، لكن المؤسسة هي التي تعلم الجمهور قصد التعريف بمنتجاتها و تحسين صورتها و قد يتخذ هذا النوع صوراً و أشكالاً متعددة:⁵

أ. الإعلان: وهو أهم عنصر باعتباره الآلية التي تسمح بالتعريف بالمؤسسة و لفت الانتباه إليها باستخدام الأساليب التعبيرية و الملائمة لكل رسالة إعلانية.⁶

¹ مصطفى حجازي، مرجع سبق ذكره، ص. 52.

² جاسم فخري تيماني وآخرون، العلاقات العامة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد: دون سنة، ص. 85.

³ مروة فاطمة، الاتصالات المهنية، دار النهضة العربية، بيروت، 2007: ص. 50.

⁴ حجازي مصطفى، الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية الإدارية، دار الطباعة، بيروت، 1992: ص. 52.

⁵ المرجع نفسه، ص. 54.

⁶ السيد إسحاق، الإعلان و دوره في النشاط التسويقي، اندار الجامعة للدراس و التوزيع، الإسكندرية، 2004: ص. 75.

ب. العلاقات العامة : ويتركز جل نشاطها في محاولة تكوين صورة إيجابية وضّية للمؤسسة عند جماهيرها بالاستعانة بكافة الوسائل مثل الدعاية، التمويل، مساعدة الجمعيات الخيرية وغيرها من الأنشطة التي تجعل المؤسسة حاضرة في ذهن جماهيرها.¹

ت. العلاقة بوسائل الإعلام: ويبرز دور المؤسسة هنا في كيفية جعل وسائل الإعلام تلعب دوراً إيجابياً في المساعدة في تكوين صورة إيجابية عن المؤسسة و تحويلها من أداة ضغط إلى أداة موالية لسياسة المؤسسة.

3. أهداف الاتصال الخارجي:

الجمهور أهمية بالغة لدى المؤسسة، و لذلك يهتمها إقامة نظام للاتصال بالجمهور يمكنها من توصيل حقيقة الجهود التي تبذلها المؤسسة وكذلك بعمها أن تعرف الجمهور في نشاطها، وكذلك تسعى المؤسسة إلى التعرف على الشكاوي و مقترحات الجمهور لتحسين خدماتها.²

وقد حصر فخري جاسم سليمان أهدافا تسعى المؤسسة إلى تحقيقها من خلال اتصالها بالجمهور الخارجي، ونوجز هذه الأهداف في النقاط التالية:

- ✓ إيصال رغبات المواطنين إلى الإدارة العليا في المؤسسة للتعرف على وجهات نظر المواطنين و اتجاهات الرأي العام عن طريق المعلومات التي تنشر في الصحف اليومية أو التي تصل إلى المسؤولين مباشرة.
- ✓ الاهتمام و التأكيد على الاتصال بين المؤسسة و المؤسسات الأخرى، سواء تلك التي تشابه معها في الإنتاج و الخدمات أو التي تختلف عنها بواسطة المطبوعات، الاتصالات الهاتفية و غيرها من وسائل الاتصال.³

إلى جانب هذه الأهداف يمكن إضافة أهداف أخرى:

- ✓ التوعية بالأهداف العامة للمؤسسة و التعريف بالخدمات التي تؤديها حتى تتضح لهم مدى فوائدها و مدى الاحتياج لها، و صورتها في حياة الناس .
- ✓ وضع البرامج التي تتلاءم مع اتجاهات الجمهور و توضيحها لهم.

4. وظائف الاتصال الخارجي:

أ. الوظائف المتعلقة بالمنظمة:

¹ توفيق محمد عبد الحسن، بحوث التسويق و تحديات المنافسة الدولية، دار فساد للنشر و التوزيع، مصر، 2001: ص. 250.

² فخري خليل الحسني، الاتصال و وسائله في المجتمع الحديث، المكتب العلمي للنشر و التوزيع، الإسكندرية، بدون سنة: ص. 38.

³ جاسم سليمان فخري وآخرون، العلاقات العامة، وزارة التعليم العالي و البحث العلمي، العراق، 1981: ص. 85.

✓ إحالة المنظمة بكل ما يطرأ من تغيرات بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل آراء المواطنين و تقديم التقارير و هذا الرسم سياسة تتهدي بها المؤسسة.

✓ تزويد وسائل الإعلام بالبيانات و المعلومات عن المنظمة سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية.

✓ تنظيم الأحداث التي تقوم بها المنظمة مثل المعارض و المؤتمرات الصحفية و الزيارات و ذلك لتأكد من سياسة المؤسسة و أهدافها و شأها لتجد الاهتمام الكافي من الجماهير المختلفة.

✓ إعداد المطبوعات و الملصقات التي لها علاقة بالمنظمة.¹

ب. وظائف متعلقة بالجمهور:

✓ التعريف بالمنظمة و أهدافها و إعداد الإعلانات المتعلقة بذلك.

✓ تعريف الجمهور بخدمات و منتجات المؤسسة إلى جانب نشاطاتها.

✓ توضيح سياسة المنظمة للجمهور وتعريفهم بالتغيرات و التعديلات التي تطرأ.

✓ التأكد من صحة و سلامة الأخبار التي تنشر عن المنظمة و مساعدة الجمهور على تكوين أفكار سليمة و معلومات صحيحة عليها.

✓ العمل على تهيئة جو ملائم في استقبال و إرشاد زوار المنظمة و الترحيب بهم، كما يرى جاسم فخري و آخرون بأن هناك خمس وظائف أساسية وهي:² البحث، التنسيق، الإدارة و الإنتاج.

5. دعائم الاتصال الخارجي:

1.5. الوسائط التقليدية:

أ. العلاقات العامة:

هناك العديد من التعاريف التي تزخر بها أدبيات العلاقات العامة، ومستغرق إلى تعريفين هما الأكثر وضوحاً بالنسبة لموضوعنا.

التعريف الأول: يذكر أن العلاقات العامة عبارة عن مجهود إداري و إعلامي منظم و مخطط، تقوم به جهة بغرض التأثير في الرأي العام، و كسب تفهم و تأييد أولئك الأفراد و الجماهير الذين تهتم بهم، وكذلك المحافظة على هذا التفهم و التأييد و إدامته، وعلى هذا الأساس فمن الضروري ربط إجراءات و سياسات المؤسسة باحتياجات ورضا المستفيدين، و تحقيق التعاون المثمر معهم عن طريق توفير المعلومات و نشرها و التعريف بها.³

¹ كسك بحث، العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية: انكتب الجامعي الحديث، 2003؛ ص. 48.

² فخري جاسم و آخرون، العلاقات العامة، دار الكتابة للنشر والتوزيع، بغداد، 1984؛ ص. 31.

³ زكي حسين الوردي و عامر إبراهيم قنديلجي، الاتصالات، مطابع التعليم العالي، البصرة، 1990؛ ص. 138.

وتعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية: بأنها وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة و التي تسعى بها المؤسسات و المنظمات الخاصة و العامة لكسب تفاهم و تعاطف و تأييد الجماهير التي تهمها و الحفاظ على استمرارية التفاهم و التعاطف و التأييد.¹

أهدافها:

تسعى العلاقات العامة إلى تحقيق عدد من الأهداف أهمها:

- ✓ تحقيق التوافق و الانسجام بين المنظمات و الجمهور سواء كان جمهورا داخليا أو خارجيا.
- ✓ زيادة فرص التفاهم المتبادل بين الجماهير.
- ✓ تحسين العلاقات الاجتماعية بين جماهير العاملين بالمنظمة، وتحسين ظروف العمل و الاهتمام بالعامل كإنسان له حاجاته المادية و الصحية و الثقافية و الترويجية و الاجتماعية و النفسية.²
- ✓ معرفة اتجاهات الرأي العام الحقيقة تجاه نشاط المؤسسة و عرضها على قيادة المؤسسة لكي تبحثها و تبحث مدى أهميتها و فائدتها بالنسبة لأهداف المؤسسة و أسلوب تحقيق هذه الأهداف.³
- ✓ إعلام الرأي العام بنشاط و برامج المؤسسة، وأهدافها وصولا إلى إقناع الرأي العام بذلك كسبا لثقتة و تعاونه.⁴

ب. الاجتماعات: تعتبر وسيلة هامة تلتقي فيها إدارة المؤسسة وجهها لوجه مع أفراد الجمهور الخارجي أو ممثلين لهم لتبادل وجهات النظر فيما بينهم، كما انها تستخدم في تزويد الجمهور بالمعلومات و المعارف التي يرغب في التزويد بها عن المؤسسة .

ت. الزيارات: حيث تنظم الزيارات للجمهور الخارجي لزيارة المؤسسة، و بذلك يمكنهم مشاهدة أنشطة المؤسسة و برامجها على ارض الواقع.

ث. المرسلات: وهي أداة اتصال مباشر بالأفراد لذلك تستعمل بصفة منتظمة للوصول إلى العمال و الموظفين و العملاء و الموزعين، وهي تتكون من الخطابات العادية أو البطاقات أو أي شيء آخر.

ج. المؤتمرات: تعتبر إحدى الوسائل الهامة التي تستخدمها المؤسسات، وهي ذات تأثير عميق، فهو

أداة لإقامة مناقشة أو تبادل فكري للاستفادة من بحوث و خبرات المختصين حول القضية أو

موضوع أو مشكلة أو مشروع أو ظاهرة مرتبطة بظروفهم بقصد التواصل إلى آراء أو قرارات مناسبة و

العمل على التزامها.

¹ علي عبودة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط. 3، عالم الكتب، القاهرة، 1985: ص-ص. 21-22.

² شادي عز الدين، البعد الاتصالي لحماية البيئة في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013: ص. 125.

³ طاهر مرسي عطية، فن و علم العلاقات العامة، دار النهضة العربية، بدون سنة: ص. 27.

⁴ صبرينة رماش، الفاعلية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، فسنطنة، 2009: ص. 189.

ح. الرعاية: يشير بمجمع البحث في اللغة الفرنسية إلى التعريف الذي قدمه "ديري" و زملاءه ان "الرعاية هي تقنية من تقنيات الاتصال المرتبط بحدث la communication événementielle يسمى التنظيم من خلالها إلى الخلق أو الدعم المباشر لحدث سياسي مستقل عنه مع الارتباط به إعلاميا من أجل تحقيق أهداف اتصالية متعلقة بالتسويق"¹، هدفها اكتساب تقدير المجتمع و تكوين صورة التنظيم المسؤول اجتماعيا.

خ. الوصاية: هناك من يعرفها على أنها تقنية اتصالية تقدم المؤسسة من خلالها دعما لشخص ما أو لتنظيم معين أو لجماعة دون أن يحمل هذا الدعم أي طابع ترويجي، هدفها تمكين الوصاية من ربط المؤسسة مباشرة بنشاط متعلق بفائدة عامة عن طريق الدعم المالي له، كما يمكن اعتبارها على أنها نوع.²

2.5. الوسائط الإعلامية:

- أ. الراديو: هو وسيلة إعلامية تمتاز بالسرعة في إيصال الرسالة الإعلامية إلى مناطق نائية لا تصلها وسائل أخرى فالكلمة المسموعة لها تأثير كبير على عقول الأفراد مقارنة بالكلمة المكتوبة، و بالإضافة إلى كونها وسيلة إخبارية و إعلامية و هي وسيلة ترفيه و إشهار، نظرا لما تبثه من إعلانات و ومضات إخبارية و موسيقى و حتى انتاجات دراسية و فكاهية و هو ما جعلها تخص باهتمام معظم المؤسسات الاقتصادية التي تبحث عن ترويج علاماتها و منتجاتها و تحسين صورتها لدى جمهورها و المتعاملين معها.
- ب. التلفزيون: يعتبر التلفزيون من بين الوسائل الاتصالية الأكثر استعمالا و مشاهدة و الأكثر سيطرة و التي تجلب اهتمام الجمهور أكثر من أي وسيلة أخرى، نظرا لما يتميز به من مزايا فهي تبث الرسالة المركبة و المسموعة و حتى المقروءة و إيصال الرسالة الإعلامية بالصورة الثابتة و المتحركة و الملونة و الموسيقى، إذ أحدثت أثرا بالغا في نفسية المتلقي قصد دعوته إلى الاستجابة.
- ت. الإشهار: هو كل شكل من أشكال الاتصال غير الشخصية مدفوع القيمة لإرسال فكرة أو معلومات ترتبط بسلعة أو خدمة، و ذلك بواسطة شخص محدد أو منظمة محددة.

ويستهدف إعلان المؤسسات تحسين الصورة الذهنية و بناء السمعة الجيدة لدى الجمهور عن المؤسسة أو المنطقة، وغالبا ما يوجه إلى الشعب بصفة عامة و ليس المستهلك فقط كما انه يستهدف أيضا العاملين بالمنظمة و المستثمرين أيضا.³

¹ Rimmeziou d'impact du parrainage télévisé sur les réponses consommateurs : rôle de la congruence entre une émission et un parrain, thèse de doctorant en sciences de gestion, université de Tunis (el Manar) juin 2010, p.15.

² Bruno j, la communication, page balances, Alger, 2010, p.86.

³ عبد السلام ابو قف، هندسة الإعلان و العلاقات العامة، مكتبة وطبعة الإشعاع، القاهرة، دون سنة، ص.95.

وبصفة عامة يسعى الإشهار إلى تحقيق هدفين رئيسيين¹:

- هدف تجاري: هو هدف اقتصادي محض، يمكن أن يتعلق بمدخيل العلامة أو بنمو المبيعات و حمايتها.
- هدف اتصال: يتمثل في اتصال رسالة خاصة إلى الجمهور تساعد في عملية البيع و الأهداف الاشهارية و يمكن ان تكون موجهة نحو المستهلك و نحو التوزيع.

3.5. الوسائط الالكترونية:

أ. الموقع الالكتروني: تعريف المواقع الالكترونية على شبكة الانترنت يختلف باختلاف الهدف من هذه المواقع فإذا كان لديك شركة أو مؤسسة فإن تعريف الموقع الالكتروني هو مجموعة من الصفحات الثابتة، وهي صفحات تحتوي على معلومات عن الشركة أو تكون هذه الصفحات ثابتة على 24 ساعة طوال أيام السنة على شبكة الانترنت، وهي متاحة لجميع المتصفحين على شبكة الانترنت من جميع دول العالم.

أما إذا كانت المواقع الالكترونية شخصية فتعرف بأنها مجموعة من الصفحات التي تدرج تحت اسم موقعك، وهي صفحات تحتوي على السيرة الذاتية الخاصة بك، إضافة إلى أي تسجيلات صوتية أو مرئية أو دروس مكتوبة بالإضافة إلى إمكانية إتاحة الفرصة لزوار الموقع للتفاعل مع الدروس و التسجيلات و التعليق عليها و التحوار معك بشكل مباشر.²

يتوجب على أي مؤسسة أن يكون لها موقع على الانترنت يجسد مهمتها و تاريخها و يعرض منتجاتها، كما يجب أن يكون الموقع جذاباً لتشجيع الزيارات المستقبلية، و على العموم يعتقد الكثير ان مستخدمي الانترنت يحكمون على المواقع من خلال معيارين أساسيين هما سهولة الاستخدام و الجاذبية.³

ب. مواقع التواصل الاجتماعي:

مفهومها: مواقع التواصل الاجتماعي تشير إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء و التجمع على الانترنت و تبادل المنافع و المعلومات، وهي بيئة تسمح للأفراد و المجموعات بإسماع صوتهم و صوت مجتمعاتهم إلى العالم اجمع.⁴

¹ المرجع نفسه، ص. 100.

² محمود المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماجستير، بحاس كاية الاداب و التربية، الدنارك، 2012، ص. 26.

³ بماء شاهين، الانترنت و العولمة، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1999، ص. 43.

⁴ عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد (المفاهيم و الوسائل و التطبيقات)، دار الشروق، عمان، 2008، ص. 17.

وتعرف أيضا بأنها منظومة من الشبكات الالكترونية التي تسمح للمشاركة فيها بإنشاء موقع خاص به، و من ثم ربطه عن طريق نظام اجتماعي الكتروني مع أعضاء آخرين لديهم الاهتمامات الهوايات نفسها.¹

كما تعرف أيضا بأنها أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي و تفاعلي، ويعتمد على اندماج النص و الصورة و الفيديو و الصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسية له في عملية الإنتاج والعرض، أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه و هي أهم سماته.²

ومن بين شبكات التواصل الاجتماعي نذكر مايلي:

● الفيسبوك:

هو شبكة اجتماعية استأثرت بقبول و تحارب كبير من الناس خصوصا من الشباب في جميع أنحاء العالم، وهي لا تعدى حدود مدونة شخصية في بداية نشأتها في جامعة هارفارد بالولايات المتحدة الأمريكية، من قبل الطالب مارك زاكربرج، الموهوس في برمجة الكمبيوتر، ولم يخطر بباله هو وصديقه أن هذه المدونة ستحتاج العالم الافتراضي بفترة زمنية قصيرة جدا، فتخطت شهرتها حدود الجامعة و انتشرت في مدارس الولايات المتحدة الأمريكية المختلفة، وظلت مقتصرة على إعداد من الزوار و لو انها كانت في زيادة مستمرة، والتي قال عنها مؤسسها: لقد أضحي كل منا يتكلم عن الفيسبوك العام، الذي تفكر الجامعة في إنشائه، اضن انه من السح فان يستغرق الأمر من الجامعة سنتين من اجل تنفيذ ذلك، وجدت أن بإمكانني تنفيذ أفضل منهم و في أسبوع واحد.

● تويتر:

هو احد شبكات التواصل الاجتماعي التي انتشرت في السنوات الأخيرة، ونعت دورا كبيرا في الأحداث في العديد من البلدان، و خاصة في منطقة الشرق الأوسط، و اخذ تويتر اسمه من مصطلح "تويت" الذي يعني التغريد واتخذ من العصفورة رمزا له، وهو خدمة مصغرة تسمح للمغردين بإرسال رسائل نصية قصيرة لا تتعدى 140 حرفا للرسالة الواحدة، و يجوز للمرء ان يسميها نصا موجزا مكثفا لتفاصيل كثيرة.

ظهر الموقع في أوائل عام 2006 كمشروع تطوير بحثي أنجزته شركة Obvious الأمريكية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقتها الشركة رسميا للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر 2006، و في أبريل 2007 قامت الشركة بفصل الخدمة عن الشركة و تكوين شركة جديدة باسم twitter.

¹ زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، عمان، عدد 15، 2013: ص. 23.

² عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مداخله النظرية و خصائصه العامة، عمان، 2011: ص. 09.

• اليوتيوب:

هو أحد شبكات التواصل الاجتماعي الشهيرة، و الذي استطاع بفترة زمنية قصيرة الحصول على مكانة متقدمة ضمن مواقع التواصل الاجتماعي، و خصوصا في دوره المتميز في عملية الاتصال.

ث. البريد الإلكتروني (e-mail):

لقد اجمع معظم خبراء الانترنت على ان خدمة البريد الإلكتروني (e-mail) هي من أفضل الخدمات و أهمها التي يمكن ان يستفيد منها مشتركو هذه الشبكة التي توفر بالكثير من الخدمات المهمة.

فمنذ زمن قديم حاول الإنسان إيجاد وسيلة مناسبة لنقل رسالته من مكان لآخر كالأستخدام الحمام الزاجل، وبعدها تطور وسائل النقل و الاتصالات استخدمت الطائرات و السيارات و غيرها من وسائل النقل في نقل البريد، ومع اختراع الهاتف و استخدامه في نقل الرسائل الصوتية و غيرها، ولكن جميع هذه الوسائل مازالت محدودة في نقل المعلومات من مكان لآخر، و مع تزايد المعلومات في عصر يعرف بعصر المعلومات و زيادة الحاجة إليها، و مع تطور التجارة العالمية و الاعتماد على الشركات الدولية ف مختلف أنحاء العالم أصبحت الحاجة ملحة إلى اختراع وسيلة إلكترونية جديدة تضمن السرعة و الدقة في نقل المعلومات مهما تباعدت المواقع الجغرافية وبتكاليف متدنية جداً، فكانت تكنولوجيا البريد الإلكتروني التي تنقل آلاف الرسائل و الصفحات من مكان لآخر في ثوان معدودة.¹

وهو يمتاز بمايلي:

- إرسال المعلومات بالبريد الإلكتروني عبر شبكة الانترنت لن يكلف المستخدم ثمن؛
- إن إرسال المعلومات المرسل بالبريد الإلكتروني لا يكون قاصراً على مستقبل واحد بل يمكن إرسالها إلى العديد من المستهدفين في اللحظة نفسها؛
- البريد الإلكتروني يمكنه إرسال الأصوات و الموسيقى و غيرها من الملفات التي لا يقدر عليها جهاز الفاكس.
- البريد الإلكتروني يمكنه إرسال الصور بجميع أنواعها سواء كانت ثابتة أو متحركة و بالألوان؛
- البريد الإلكتروني يمتاز بالسرعة حيث لا يمكن لأي أحد آخر غير المستقبل أن يطلع عليه؛
- المعلومات المرسل عبر البريد الإلكتروني لا يمكن التجسس عليها لأنه يمكن تسفيرها بوسائل تشفير خاصة و يتم فكها لدى المستقبل.

¹ د.إبراهيم محمد كلاً، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و انعكاساتها على المؤسسات المعلوماتية، مجلة مكتب فهد الوطنية، السعودية،

ث. الإنترنت:

أحدث الإنترنت ثورة في عالم الكمبيوتر والاتصالات لم يسبق لها مثيل. لقد مهد اختراع التلغراف والهاتف والراديو والكمبيوتر الطريق إلى هذا الدمج غير المسبوق للقدرات. والإنترنت هو قدرة بث فوري في جميع أنحاء العالم، وآلية لنشر المعلومات، ووسط للتعاون والتفاعل بين الأفراد وأجهزة الكمبيوتر الخاصة بهم بغض النظر عن الموقع الجغرافي¹.

وهي عبارة عن شبكة عملاقة من الحواسيب للشبكات حول العالم وتربط المجتمعات بكل قطاعاتها و نشاطاتها المختلفة، تمكن مستخدميها من الوصول إلى المعلومات المختلفة من طريق هذه الحواسيب.²

الشبكة الداخلية أو الأنترنت : هي شبكة اتصال خاصة تستخدم الموارد المتاحة للإنترنت بغية توزيع المعلومات داخل المؤسسة، ويمكن لمجموعات خاصة فقط الوصول إليها.³

الشبكة الخارجية أو الإكسترنات: وهي امتداد للشبكة الداخلية بحيث تسمح لمجموعات خارجية والتي لها علاقة بطبيعة نشاط المؤسسة (كالموردين، الزبائن، أطراف أخرى) بالإطلاع على المعلومات التي يتم عرضها بواسطة الأنترنت.⁴

وما تجب الإشارة إليه، هو أن شبكتي الأنترنت و الإكسترنات تستخدم تكنولوجيا المعلومات للانتقال بالمؤسسة إلى أسلوب العمل بالإدارة الإلكترونية في بيئتها الداخلية، و في إدارة علاقتها مع بيئتها الخارجية، ففي الوقت الذي تربط به شبكة الأنترنت أوصال المؤسسة في الداخل فإن شبكة الإكسترنات تستخدم لبناء روابط اتصالات إلكترونية مباشرة و فورية مع الزبائن.⁵

6. عوائق الاتصال الخارجي:

سبيل تحقيق أهداف الاتصال الخارجي تتعرض المؤسسة و هي تمارس نشاطها في المحيط الخارجي بمجموعة من العوائق التي تنعكس سلبا على النتائج المرغوب الوصول إليها، فبعض المؤسسات لا تعطي أهمية للرأي العام و

¹ فنييت كبرف، لمحة تاريخية مختصرة عن الإنترنت، 2016/06/11، <http://www.internetsociety.org/ar/brief-history-internet>

² [internet](http://www.internetsociety.org/ar/brief-history-internet)

³ عبد الناصر موسى و محمد قريشي، أثر تكنولوجيا على النظام الإداري في منظمات الأعمال، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 21، جامعة بسكرة، الجزائر، 2001: ص. 41.

⁴ عصام محمد البحصي، تكنولوجيا المعلومات الحديثة و أثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، مجلة الجامعة الإسلامية، م. 14، ع. 1، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006: ص. 161.

⁵ عصام محمد البحصي، مرجع سبق ذكره، ص. 162.

⁶ سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية و أفاق تطبيقاتها العربية، الإدارة العامة للنشر و التوزيع، المملكة العربية السعودية، 2005: ص. 25.

تصنع السياسات من وجهة نظرها فقط دون محاولة التعرف على رغبات جمهور المؤسسة ومنتفعة سياسية إعلامية تتمسك من خلالها الإدارة بالسرية و الضبابية عدم السماح بتسرب المعلومات إلى الخارج وقد يكون الرد على شكاوي المواطنين بطريقة تبرئ المؤسسة و تنفي عنها أي تقصير، وهو أمر يخالف مبدأ الصراحة و المصداقية و الثقة في عمل دائرة الاتصال.¹

ان العملية الاتصالية تحيط بها ظروف يمكن أن تكون مهيمنة لاستقبال الجمهور للمعلومات التي تحتويها رسالة الاتصال، كما يمكن أن تعيق استقبالها وتركيزه عليها، فيقدر ما تكون بيئة الاتصال خالية من العوامل المشتقة لانتباه و تركيز متلقي الرسالة، بقدر ما توفر ظروفًا صالحة للاتصال الجيد بين مرسل المعلومات (المؤسسة) ومتلقيها (جمهورها الخارجي).²

7. علاقة الإدارة الإلكترونية بالاتصال الخارجي:

يترتب على تقديم الخدمات المالية عبر وسائط غير التقليدية العديد من المخاطر لا تقتصر على تلك التي يمكن أن تحدث أضرار بالبنك، بل ان العميل بدوره معرض للضرر الناتج عن انفتاح شبكة الانترنت، فقد يصبح موقع البنك و حسابات العملاء في ظل هذا الانفتاح عرضة لتلاعب و الاختراق مما يؤدي الى التعدي على الذمة المالية للعملاء الذين هم في أغلب الأحوال مستهلكون عاديون ليست لديهم أدنى فكرة عن التقنيات المستخدمة للحماية ومدى إمكانية تجاوزها، و بالتالي فإن التعامل عبر الانترنت يجب ان يحاط بمجموعة من الضمانات توفر إمكانية معرفة العملاء بتلك المخاطر قبل الدخول للعمل في بيئة الانترنت من خلال إلزام البنك بإعلام عملائه عن كافة المخاطر المحيطة بالعمل الإلكتروني.³

إن الانترنت ساهمت في تغيير النظرة القائمة على ان تكون القدرات الجوهرية كلها دخل الشركة و ان يتم توريدها داخليا من أجل التحول باتجاه التكامل الافتراضي الذي يقوم على أساس أن قدرات الجوهرية يمكن وضعها داخل الشركة على (القدرات التي تتفوق فيها الشركة على منافسيها) ويكون البعض الآخر خارج الشركة (لدى الموردين او المنافسين)، لهذا سعت الشركة إلى توسيع شبكتها الداخلية إلى

¹ شادي عز الدين، البعد الاتصالي لحماية البيئة في الجزائر (الاتصال و التمسك بين الوزارات وازاري البيئة و الفلاحة- نموذجاً)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013، ص. 131.

² مصطفى مراح: الاتصال الخارجي في المؤسسة العسكرية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2009، ص. 89.

³ الحسين يلحماني، الالتزام بتبصير المستهلك بين قواعد الاخلاق و مقتضيات القانون، مجلة طنجيس للقانون و الاقتصاد: عدد 1، 2001، ص. 30.

الشبكة الخارجية الإكسترنانت ليشترك فيها شركاؤها الخارجيون، كما أن الشبكة الخارجية تنشئ مفهوم الأعمال الافتراضية من خلال السماح للشركات بما فيها الشركات المنافسة أن تساهم في سلسلة إنشاء القيمة للشركة المعنية.¹

إن الشبكة الخارجية تمكن الزبائن و الموردين من تقاسم قواعد و مستودعات بيانات الشركة من أجل المساهمة في تطوير أعمالها بنفس القدر الذي تستخدم الشركة صلاحها الخارجية لتطوير علاقات تعاقدية على أجزاء، و مكونات تدخل في صناعة منتجاتها ما يجعل الكثير من قدراتها الجوهرية أو المهمة خارجها ولكن، شبكتها الخارجية تساعد على تحويلها إلى قدرات داخلية.²

فشبكة إكسترنانت تصمم لتلبية احتياجات المستفيدين في خارج المنظمة و هي شبكة المؤسسة الخاصة، شبيهة إلى حد ما بنظام التبادل الإلكتروني للبيانات باعتبار أن كلا منهما يؤسس جسور اتصالات مع المجتمع الخارجي، و ذلك من خلال تحسين جودة الأنشطة و توفير تلقائية و مرونة عالية للاتصال الفوري مع الفئات المختلفة للمستفيدين.

وقد أوجبت بعض البنوك المركزية على البنوك إعلام زبائنها عن مخاطر العمليات البنكية الإلكترونية، و جعلته بمثابة التزام قانوني مفروض على البنك المقدم للخدمات الإلكترونية و موجه لعملاء البنك الراغبين و غير الراغبين في التعاقد معه على الخدمات الإلكترونية، وفق ذلك يلتزم البنك بإعلام عملائه عن المخاطر الناتجة عن التعاملات البنكية الإلكترونية، وإنذار ما أجل يواجهه فإنه يكون مسؤول عن الأضرار الناشئة من هذا الإخلال و إذا كان العميل موافقاً على حساب لدى إحدى البنوك، وأراد الاستفادة من خدماته الإلكترونية، فإن هذه الخدمة كغيرها من الخدمات البنكية تتطلب إبرام عقد بين الطرفين.³

¹ نجم عمود نجم، الإدارة و المعرفة الإلكترونية (الإستراتيجية، الوظائف، المجالات): دار الياحوري العلمية للنشر و التوزيع، الاردن، 2009: ص.95.

² نجم الدين الياحوري، مرجع سبق ذكره: ص.100.

³ محمود محمد ابو فودة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2009: ص.35.

خلاصة الفصل:

يساهم الاتصال الخارجي بأنواعه و أشكاله و وسائله في تحقيق الأهداف الاتصالية للمؤسسة، وذلك بالاستعانة بمختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة التي لها دور كبير في تنظيم الاتصالات الخارجية للمؤسسة و نشر صورة جيدة للمؤسسة لدى المتعاملين معها من الخارج.

ونظرا للتأثير الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا المعلومات و الاتصال الخارجي للمؤسسة فإن العديد من المؤسسات في العالم و من بينها كتاب تسعى إلى مواكبة و اقتناء هذه التكنولوجيا نظرا لأهميتها و دورها في بناء و تطوير اقتصاد المؤسسة.

و الاتصال الخارجي للمؤسسة لا يغني به فقط التواصل، و إنما هو أولا و قبل كل شيء سياسة و إستراتيجية لتمرير المعلومات الى الزبائن و التغلب على أهم العوائق التي تواجه المؤسسة، و ضمان السيولة المستمرة للرسائل مع التأكد من وضوحها إلى الزبون.

كما تطمح المؤسسة من خلال وضع إستراتيجية اتصالية خارجية إلى خلق الانسجام بين المؤسسة و زبائنها لتقليل من حالات سوء الفهم، ومنه فإن الاتصال الخارجي عملية حيوية للمؤسسة، فهي من دونه لا يمكنها الاستمرار و أداء وظائفها الضرورية لكسب رضا الزبون .

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

1. مفهوم المؤسسة
2. مجالات الدراسة
 - 1.2 . المجال المكاني
 - 1.2 . المجال الزماني
- 3.2 . منهج الدراسة و أدواته
3. تفرغ بيانات المقابلة
4. تفرغ بيانات الاستبيان
5. نتائج الدراسة
6. التوصيات و الإقتراحات

خاتمة:

الفصل الرابع: الإطار التطبيقي

1. مفهوم المؤسسة:

يعرفها أحمد طرطار هي مجموعة من الطاقات البشرية و الموارد المادية (طبيعة كانت أو مالية أو غيرها ..) والتي تشغل فيما بينها وفق تركيب معين و توليف محدد قصد إنجاز وأداء المهام المنوط بها من طرف المجتمع.¹

كما عرفها دوركر " بأنها مجموعة بشرية متكونة من أخصائيين يعملون معا لأداء مهمة تتميز بخلاف التجمعات التقليدية المجتمع الجماعة بتصميم قصدي ولا تعتمد على الطبيعة النفسية للإنسان ولا حاجاته البيولوجية ومع ذلك فقد صممت بعفتها إنتاجا بشريا لتدوم مدة معتبرة".²

المؤسسة عبارة عن مجموعة عناصر الإنتاج البشرية و المادية التي تستخدم وتسير بهدف إنتاج السلع و الخدمات، وكذا بيعها وتوزيعها ، وهذا بكيفية فعالة تضمنها مراقبة التسيير بواسطة وسائلها المختلفة، وباختصار هي مجموعة من العناصر تستخدم فيما بينها قصد تحقيق غاية معينة ، وازدهار المؤسسة يعتمد بالدرجة الأولى على التبادل بمختلف عناصرها.³

2. مجالات الدراسة:

1.2. المجال المكاني:

قمنا بالدراسة الميدانية الخاصة بدراستنا في الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط فرع ولاية قلمة.

✓ التعريف بالبنك:

تم تأسيس الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط في 10 أوت 1964 على أساس شبكة صندوق التضامن للولايات و البلديات الجزائرية و تشمل مهامه في جمع التوفير.

أول وكالة للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط فتحت أبوابها يوم 01 مارس 1967 بتلمسان، في حين ان تم تسويق دفتر الصندوق الوطني للتوفير منذ سنة قبل فتح الوكالة على مستوى شبكة البريد.⁴

¹ أحمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسات ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر، 2002:ص.15.

² فضيل دليو، اتصال المؤسسة ، دار النجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2003:ص-ص.19-20.

³ يحيى رضى صبيح علبان ، عدنان محمود الطوباسي ، الاتصال و العلاقات العامة ، دار الصفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2005:ص-ص.270-263.

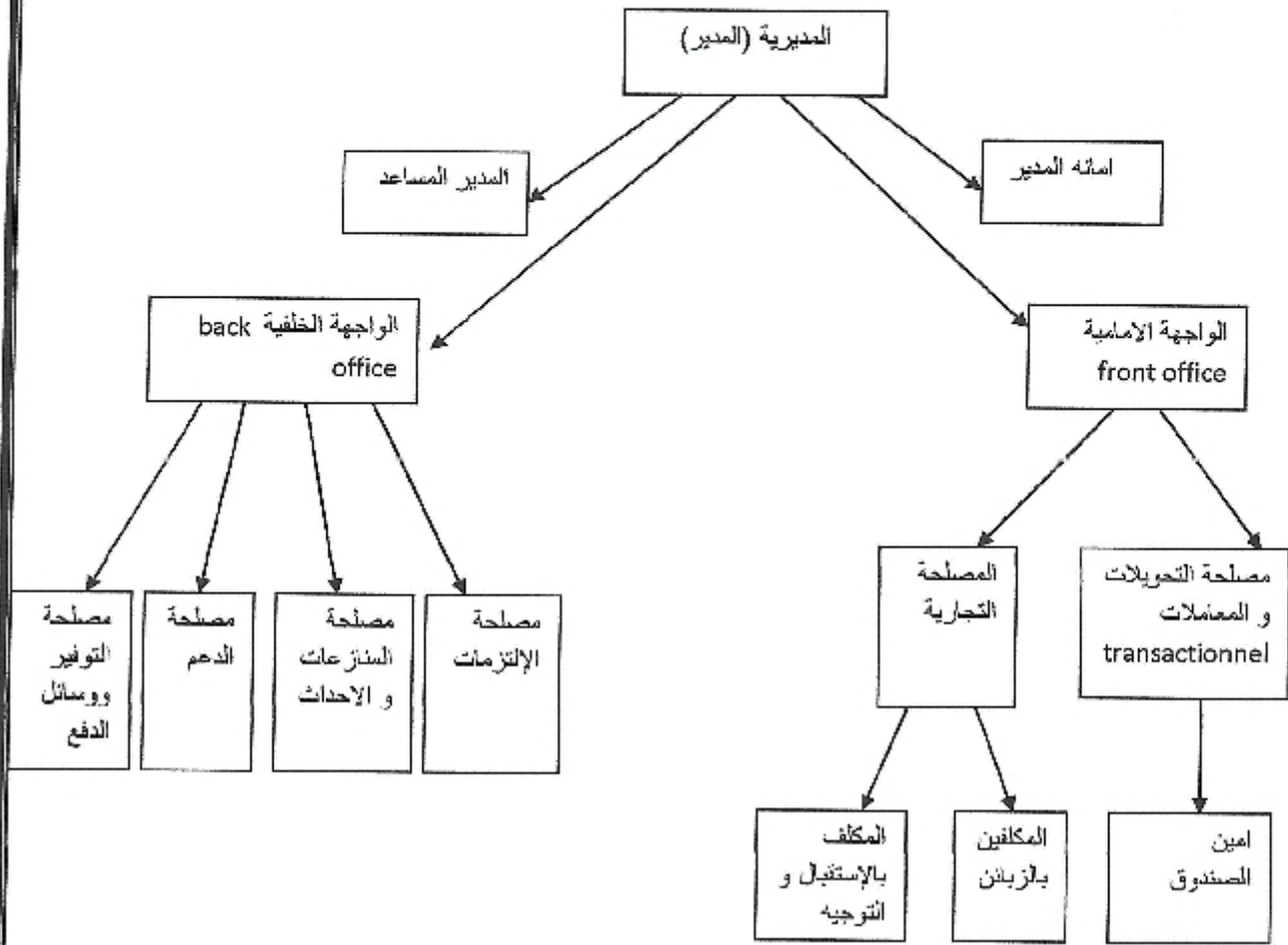
⁴ الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط ، لمحة تاريخية / الصفحة الرئيسية، 03-06-16،

http://www.cneqbancque.dz/ar/index_ar.php?page=historique

تمثلت مهمته في البداية في جمع الإدخارات الصغيرة للعائلات و الأفراد، و ابتداءً من عام 1971 و بقرار من وزارة المالية تم تكريس الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط كبنك وطني للسكن الأمر الذي أعطى دفعا قويا له، حيث أنه أمام حافز الحصول على سكن في إطار برامج الصندوق قد زاد من ادخار العائلات و ارتفعت بالتالي موارده المالية.¹

¹ نطرش انطامر، تقنيات البنوك، ط.6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007: ص-ص 187-188.

✓ الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - كتاب - قالمة:



الشكل رقم(01): يمثل الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للتوفير والإحتياط فرق قالمة - كتاب -

1.2. المجال الزمني:

تمت الدراسة التطبيقية بمؤسسة كتاب - فرع قلالة- في الفترة الممتدة 20 مارس 2016 إلى غاية 12 ماي 2016، وقد اخترنا هذه المؤسسة كنموذج لإسقاط الدراسة النظرية عليها، وذلك لمعرفة مدى إسهام الإدارة الإلكترونية في تعزيز الاتصال الخارجي.

3.2. منهج الدراسة و أدواتها:

منهج الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على منهج دراسة حالة، علماء المناهج يختلفون في تحديد هذا المنهج هل هو منهج ضمن مناهج البحث ام انه إحدى الطرق التي عن طريقها يتم إجراء بحث معين او يمكن اعتباره إحدى أدوات جمع البيانات ويذهب قاموس علم الاجتماع الذي وضعه فاير شايلد الى أن دراسة حالة منهج فب البحث الاجتماعي عن طريقه يمكن جمع بيانات و دراستها، بحيث يمكن رسم صورة كلية لوحدة معينة في علاقتها المتنوعة و أوضاعها الثقافية.

و دراسة الحالة هي الدراسة التي تهتم بحالة فرد ا او جماع او مؤسسة، يصعب على الباحث استخدام المناهج الأخرى من اجل جمع معلومات عن أفراد مجتمع الدراسة بأسلوب معمق.¹

وهو نوع من الدراسات الوصفية؛ او أسلوب من أساليب البحث الوصفي، يزود الباحث ببيانات كمية وكيفية عن عوامل متعددة تتعلق بفرد او مؤسسة او أسرة او عدد قليل من الأفراد او نظاما اجتماعيا او حالات محددة، و تتضمن هذه البيانات جوانب شخصية و بيئة نفسية و غيرها، مما يمكن الباحث من إجراء وصف تفصيلي متعمق للحالة موضوع الدراسة.

مجتمع الدراسة:

✓ عينة الدراسة:

إن اختيار العينة له دور كبير في نجاح و دقة البحث و عليه فإنه ينصح أن يكون مجتمع البحث ممثلا و متجانسا و يخدم أغراض و أهداف الدراسة.

إن موضوع بحثنا و الذي يحدد لنا الاختيار المناسب للعينة، لذلك يمكن ان نعرف العينة كالآتي:

¹ عبد الباسط محمد حسين، أصول البحث الاجتماعي، دة، د.م، د.ب، ص 363.

هي الحالات الجزئية و المفردات التي تتوفر لكل منها الخصائص التي حددها الباحث و ليس من الضروري أن تكون وحدة العينة أسرة أو نظام أو مؤسسة و حجم العينة هذه عدد حالات المختارة للدراسة، باعتبارها ممثلة للمجتمع الأصلي.¹

وعليه و هذه الاعتبارات فقد وجدنا أن العينة الملائمة للبحث هي "العينة الشتوافة"، وقد عرفها الدكتور منذر الضامن: " بأن الباحث يقوم بدراسة العينة كونها موجودة و رغبة في التعاون و إعطاء المعلومات.² و يتم اختيار هذه العينة بناء على الصفة البحتة و لا يخضع اختيار هذا النوع من العينات لأي نوع من التنظيم و لكن يتم اختيار عدد من الأفراد الذين يصادفهم الباحث.³

و عليه فان مجموع حجم العينة الذي اخترناها هي 60 مفردة.

✓ أدوات البحث العلمي:

هي مجموعة الوسائل و الطرق و الأساليب المختلفة التي يعتمد عليها في الحصول على المعلومات و البيانات اللازمة لإنجاز البحث، ومن أهم أدوات البحث التي اعتمدنا عليها في دراستنا هي:

الملاحظة: وهي إحدى الوسائل المهمة في جمع البيانات و المعلومات التي يصعب الحصول عليها عن طريق المقابلة أو الاستبيان كما تستخدم في البحوث الاستكشافية و الوصفية و التجريبية.⁴

المقابلة: تعتبر من الوسائل الشائعة الاستعمال في البحوث الميدانية، لأنها تحقق أكثر من غرض في نفس الباحث، فبالإضافة إلى كونها الأسلوب الرئيسي الذي يختاره الباحث إذا كان الأفراد المبحوثين ليس لديهم إلمام بالقراءة أو الكتابة، أو أنهم يحتاجون إلى تفسير و توضيح الأسئلة، أو أن الباحث يحتاج لمعرفة ردود الفعل النفسية على وجوه أفراد الفئة المبحوثة.⁵

الاستبيان: و سمي أيضا بالاستقصاء و هو إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات و حقائق تتعلق بآراء و اتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين، ويتكون الاستبيان من جداول من

¹ الضامن منذر، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2007، ص. 171.

² المرجع نفسه، ص. 172.

³ عبد الباسط متولي حطر، أدوات البحث العلمي و خطط إعدادها، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014، ص. 181.

⁴ مانيو جيدير، ترجمة ملكة ايض، منهجية البحث العلمي، د.م.د.س. ص. 29.

⁵ المرجع نفسه، ص. 30.

الأسئلة توزع على فئة من المجتمع (عينة)، حيث يطلب منهم الإجابة عليها و إعدادها الى الباحث، و الهدف منه هو الحصول على بيانات واقعية و ليس مجرد انطباعات و آراء هامشية.¹

3. تفريغ بيانات المقابلة:

أ. اسئلة المقابلة:

1. فيما تتمثل الإدارة الإلكترونية بالنسبة لـكم؟
2. متى بدأت في تطبيق الإدارة الإلكترونية في كتاب؟
3. هل تعدبكم المعلومات على مستوى الموقع الإلكتروني يكون بشكل يومي، أسبوعي أو بصفة غير منتظمة؟
4. ماهو الوسيط الإلكتروني الانجح في رأيكم للاتصال مع الزبائن؟
5. ما هو اثر الإدارة الإلكترونية على فاعلية الاتصال الخارجي لكتاب؟
6. ما هو الغرض من اعتماد كتاب للإدارة الإلكترونية؟
7. ما هي الإضافات التي جاءت بها الإدارة الإلكترونية في كتاب؟
8. ما مدى إهتمامكم بالاتصال إلكترونيا مع الزبائن؟
9. هل زبائنكم يهتمون بالتعامل الكترونيا معكم؟
10. هل يفضل الزبائن الاتصال المباشر أكثر من الاتصال الإلكتروني؟ لماذا؟
11. كيف يمكن للإدارة الإلكترونية ان تؤثر في جودة الخدمات البنكية و الحصول على رضا الزبون؟

12. كيف تساهم الإدارة الإلكترونية في تحقيق رضا الزبون؟
13. هل لاقت الإدارة الإلكترونية استحسان من طرف الزبون؟

ب. بيانات المقابلة:

1. يتمثل مفهوم الإدارة الإلكترونية بالنسبة لكتاب في أنها وسيلة للتواصل ما بين فروع وهياكل المؤسسة كطريقة حديثة في عالم التكنولوجيا، كما تعتبر أيضا وسيلة لتواصل المؤسسات التجاري مع زبائنها بغض النظر عن المؤسسات غير التجارية، وهذا ما أكدده السيد ب نوة توفيق خلال المقابلة التي أجريناها معه.²

¹ المرجع نفسه، ص. 30.

² بن نوة توفيق، الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط إسهام الإدارة الإلكترونية في تعزيز الاتصال الخارجي في كتاب، قلمة، 2016/05/04، (مقابلة شخصية).

2. اما بالنسبة لأولى بدايات تطبيق الإدارة الإلكترونية في البنك كان سنة 1997 وهو تاريخ إنشاء البنك حسب تصريح السيد بن نوة توفيق، كما أضاف ان من أهم شروط إنشاء بنك هو توفر الإعلام الألي، ومنذ بداية 1997 تم تدوين جميع المعطيات و البيانات بشكل إلكتروني، وتم اعتماد برنامجهم و الذي اقتصر على الاستعلام في بداياته و شيئاً فشيئاً تم تحسين و تطوير المنظومة الإلكترونية إنطلاقاً من وسائل حديثة للتواصل الشبكي انداخلي (الأنترانت) و التواصل الشبكي الخارجي (إكسترانت).¹

3. وعن سؤال موجه الى السيد بن نوة توفيق مدير البنك حول تحديث المعلومات على مستوى الموقع الإلكتروني فقد أكد لنا ان عملية التحديث ليست منتظمة و تتم حسب النصوص القانونية التي تنظم البنك.²

4. جميع الوسائط تعتبر وسيلة ناجحة للاتصال بالزبائن، بما فيها الهاتف، اما مواقع التواصل الاجتماعي مازالت لم تعتمد بعد كوسيلة ناجحة و هذا راجع الى انها مازالت تحت الدرامنة لمعرفة إيجابياتها و سلبياتها.³

5. أحدثت الإدارة الإلكترونية أثراً ملموساً على فعالية الاتصال الخارجي لكتاب و ذلك من خلال استحسن الزبائن لطريقة الاتصال و ملاحظتهم للفرق، فقد اصبح البنك يبحث على الزبون و يتواصل معه إلكترونياً و هذا حسب تصريح مدير البنك.

6. الغرض من اعتماد بنك كتاب للإدارة الإلكترونية هو تحسين نوعية الخدمة و تنسية رقم الاعمال الخاصة بهم و البحث عن راحة الزبون بشكل خاص، حسب ما جاء في تصريح مدير البنك.

7. أهم الإضافات التي جاءت بها الإدارة الإلكترونية في كتاب هي العمل بارتياح للمستخدم و العامل، و في جو منظم و دقيق، كما ان عملية الاتصال تكون واضحة مع الزبون و هذا دائماً في تصريحات مدير البنك.⁴

8. تعطى أهمية كبيرة للاتصال الإلكتروني مع الزبائن بشكل خاص من قبل مدير البنك حسب ما صرح به لنا، وذلك لعلمه بطريقة التطور الخاصة بهم و التنمية الإقتصادية الخاصة بالبلاد، بما فيها القطاع المالي تقوم على هذه التكنولوجيا.

¹ المرجع نفسه.

² المرجع نفسه.

³ المرجع نفسه.

⁴ المرجع نفسه.

9. حسب تصريحات المدير لا يوجد إهتمام كبير من طرف الزبائن بالتعامل الإلكتروني معهم وإن وجد فإنه يكون حسب حالات معينة، فمثلا الشباب يفضلون التعامل الإلكتروني اما فئة الشيوخ فيفضلون التعامل المباشر، كذلك تلعب المسافات دورا في تحديد طريقة التعامل مع البنك، فكلما زادت المسافة توجه الزبون أكثر الى الإهتمام بالتعامل إلكترونيا.¹

10. بعد قيام البنك بتغيير طريقة الدفع و عروض البنك، مثلا بعد تغيير دفتر التوفير الى بطاقة مغناطيسية فقد وجدوا بعض الصعوبات معهم الخاصة بالشفقة، لكن بعد ان يتعودوا على استخدام هذه البطاقة او الوسيلة سيتعرف الزبون على الهدف من وراء تغيير البنك لهذه الوسيلة حسب ما قاله مدير البنك.²

11. تؤثر الإدارة الإلكترونية على جودة الخدمات البنكية بشكل إيجابي و تساهم في الحصول على رضا الزبون ، فمثلا عندما يكون الزبون بعيد يقوم مباشرة بالدخول الى الموقع و الإطلاع على الرصيد مثلا، و القيام بعمليات التحويل و في حالة ما وقع في مشكل يتوجه مباشرة الى البنك للاستفسار أكثر عن الأمر.³

12. يوفر بنك كنان حماية مشددة على بيانات زبائنه الإلكترونية و من المستحيل اختراقهم، نظرا لتعدد خطوات الحماية للزبون من خلال تأكيد رمزه الخاص به و القيام بتغييره بمجرد و صونه الى المنزل و دخوله الى الموقع، اما اذا حدثت عملية اختراق للبيانات فانزبون هو الذي يتحمل كامل المسؤولية لانه قام بالإمضاء على عقد يلزمه بذلك بعد قيامه بتغيير كلمة السر الخاص به⁴ و هذا حسب ما أكدته لنا المكلفة بالزبائن السيدة بن صويلح سهيلة في بنك كنان، كما ان النظام بمجرد ان يلاحظ ان هناك خلل ما يقوم بإيقاف كل شئ حتى يحضر الزبون شخصا، و هذا ما أكدته لنا مدير البنك.⁵

4. تفريغ بيانات الاستبيان:

أ. نموذج أسئلة الاستبيان:

¹ بن نوة توفيق، مرجع سبق ذكره.

² المرجع نفسه.

³ بن صويلح سهيلة، الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط، اسهام الإدارة الإلكترونية في تعزيز الإتصال الخارجى فى كنان ، قائمة، 2016/05/04، (مقابلة شخصية).

⁴ المرجع نفسه.

⁵ بن نوة توفيق، مرجع سبق ذكره.

جامعة 8 ماي 1945 - قالمة-

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص تكنولوجيا الإعلام والاتصال و المجتمع

استبيان:

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و المجتمع تحت عنوان:

إسهام الإدارة الالكترونية في تعزيز الاتصال الخارجي للمؤسسة

-دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط في قالمة -نموذجا-

نرجو من حضرتكم الإجابة على أسئلة الاستبيان و ذلك بوضع علامة (X) أمام الاختيار المناسب، ونحيطكم علما أن إجاباتكم ستستعمل في سياقها العلمي البحث.

و شكرا على تعاونكم

من أنجاز:

تحت إشراف:

- سلطان خولة.

- زدادقة منى. أ. زياينة يونس

- نيقري هاجر.

السنة الجامعية

2015 - 2016

المحور الأول: محور البيانات الشخصية:

1-الجنس

☐

ذكر

☐

أنثى

2- الفئة العمرية:

☐

من 18 الى 30

☐

من 31 الى 45

☐

من 45 فما فوق

3- المستوى التعليمي

☐

ابتدائي

☐

متوسط

☐

ثانوي

☐

جامعي

4-الحالة الاجتماعية:

☐

أعزب (عزباء)

☐

متزوج (ة)

☐

أرمل (ة)

☐

مطلق (ة)

5- المهنة:

☐

بطلال

☐

متمدرس

☐

موظف

☐

متقاعد

☐

أعمال حرة

المحور الثاني: مدى معرفة و استخدام الزبون للموقع الالكتروني:

6- هل تعلم ان للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط - كئاب (CNEP) - موقع إلكتروني؟

☐

نعم

☐

لا

اذا كانت إجابتك بنعم، كيف علمت بذلك عن طرق؟

☐

صديق أو فرد من العائلة

☐

عبر بحث شخصي

☐

الإشهار

☐

أعوان البنك

اخرى اذكرها.....

7- ما مدى تصفحك لهذا الموقع؟

☐

أحياناً

☐

دائماً

8- لماذا تتصفح هذا الموقع؟

☐

لمعرفة المستجدات

☐

الاستعلام

☐

القيام بعمليات مصرفية

☐

القيام بعمليات مهنية

اخرى اذكرها.....

9- ماهو الأسلوب الذي تفضله للاتصال مع كتاب؟

☐

الاتصال الشخصي

☐

الهاتف

☐

المراسلات البريدية

☐

الموقع الالكتروني

☐

البريد الالكتروني

10- ماهي اللغة التي تعتمد عليها عند تصفحك للموقع؟

☐

اللغة العربية

☐

اللغة الفرنسية

11- كيف تقيم اللغة المستعملة في الموقع الالكتروني لكتاب؟

☐

سهلة

☐

مقبولة

☐

صعبة

12- هل تواجهك صعوبات في فهم محتوى الموقع؟

☐

نعم

☐

لا

إذا كانت إجابتكم بنعم، الى ماذا يرجع ذلك؟

☐

لغة الرسالة

☐

نقص محتوى الرسالة

☐

تداخل معلومات الرسالة

.....اخرى اذكرها.....

المحور الثالث: مدى التفاعل بين كتاب و الزبون:

13- هل تستخدمون؟

☐

الموقع الالكتروني

☐

البريد الالكتروني

14- كيف تقيمون سرعة الرد من قبل القائمين على الموقع؟

☐

فورية

☐

متأخرة

15- هل يتم إعلامكم بجديد البنك عبر الموقع الالكتروني؟

☐

نعم

☐

لا

16- هل يقوم كتاب بالاتصال بكم لمعرفة مدى رضاكم عن الخدمات المقدمة لكم؟

☐

نعم

☐

لا

.....اذا كانت إجابتكم بنعم، ماهي وسيلة الاتصال المستخدمة:.....

17- هل يتميز كتاب بسرعة إنجاز الخدمات التي يقدمها لعملائه؟

☐

نعم

☐

لا

المحور الرابع: رأي الجمهور حول التعامل الالكتروني مع كتاب:

18- ما مدى مساهمة الإدارة الالكترونية لكتاب في تسهيل اتصالاتك معه؟

☐

كبيرة

متوسطة

☐

منخفضة

☐

19- حسب رأيك ماهي الإضافة التي قدمتها الإدارة الالكترونية لك كزبون لدى

..... كتابة

20- هل حققت فوائد جراء اتصالك الكترونيا مع كتاب؟

نعم

☐

لا

☐

21- ماهي الفوائد التي حققتها؟

التعرف على المؤسسة

☐

التعرف على خدماتها

☐

ربط المؤسسة بالمحيط الخارجي

☐

تسهيل التعاملات المالية

☐

..... أخرى اذكرها

22- هل يوفر لكم كتاب حماية لبياناتكم الشخصية الالكترونية؟

نعم

☐

لا

☐

23- ماهي الصعوبات التي تواجهونها أثناء تعاملكم مع المؤسسة الكترونيا؟

عدم الاهتمام من طرف الموظفين

☐

تأخر الرد

☐

نقص المعرفة في التعامل مع هذه التقنيات

☐

..... أخرى اذكرها

24- كيف تفضل القيام بتعاملاتك البنكية المالية؟

☐

بطريقة الكترونية

☐

بطريقة مباشرة

إذا كنت تفضل التعامل المباشر، لماذا؟.....

ب. بيانات الاستبيان:

المحور الأول: محور البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	42	70%
انثى	18	30%
المجموع	60	100%

بين الجدول أن نسبة 70% من المتعاملين مع كساب هم ذكور، وهي أعلى نسبة مقارنة بنسبة الإناث و المقدرة نسبتهم ب 30% ، وهذا راجع إلى أن الذكور هم من يتولون المسؤولية في العائلة الجزائرية بالإضافة إلى أنهم أكثر ميلاً لإنشاء المشاريع و البحث عن الربح مقارنة بالإناث.

الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة تبعاً لمتغير السن

الفئة العمرية	التكرار	النسبة المئوية
18 - 30 سنة	23	38.33%
31 - 45 سنة	24	40%
أكثر من 46 سنة	13	21.66%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول السابق الفئة العمرية من 31 إلى 45 سنة أكبر نسبة حيث قدرت ب 40% تليها الفئة العمرية من 18 إلى 30 سنة بنسبة 38.33% ، و أخيراً الفئة العمرية أكثر من 46 سنة بنسبة 21.66% و بالتالي نلاحظ أن فئة الشباب هي الغالبة كونهم الفئة التي تفكر في توفير الأموال و الاستثمار في مشاريع مستقبلية وكذا سحب قروض من أجل ضمان مستقبل جيد.

الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
إبتدائي	5	8.33%
متوسط	4	6.66%
ثانوي	24	40%
جامعي	27	45%
المجموع	60	100%

يتضح من خلال نتائج الجدول أن 45% هي نسبة الأفراد الذين لهم مستوى تعليمي جامعي وهذا ما يساعدهم على سهولة التعامل و فهم محتوى الموقع، كذلك الأمر بالنسبة للمستوى الثانوي و الذي قدرت نسبتهم ب 40%، يليهم الأفراد المتحصلون على مستوى تعليمي إبتدائي و متوسط بنسبة 8.33 % و 6.66% على التوالي وهذا يمكن ان يكون سبب في مواجهة البعض لصعوبات في التعامل مع التكنولوجيا الحديثة و التعامل الكترونيا مع كتاب بشكل خاص.

الجدول رقم (04): توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

الحالة الاجتماعية	التكرار	النسبة المئوية
اعزب (عزباء)	26	43.33%
متزوج(ة)	31	51.66%
ارمل (ة)	2	3.33%
مطلق(ة)	1	1.66%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول التالي ان نسبة الأفراد المتزوجين هي أعلى نسبة مقارنة مع النسب الأخرى حيث قدرت بحوالي 51.66%، تليها نسبة الافراد العزب و التي تقدر ب 43.33%، و تأتي بعدها على التوالي نسبة الأرامل و المطلقين ب 3.33% و 1.66%، و السبب وراء إرتفاع نسبة الأفراد المتزوجين عن البقية هو ان هؤلاء الأفراد يسهرون على راحة عائلاتهم و ذلك من خلال تعاملهم مع كتاب من اجل سحب قروض لشراء سيارة عائلية او ترميم منزل او محاولة ضمان مستقبل العائلة و هذا حسب ما صرح به افراد العينة المختارة.

الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة تبعا للمهنة

المهنة	التكرار	النسبة
بطلال	5	8.33%
متمدرس	3	5%
موظف	40	66.66%
متقاعد	5	8.33%
أعمال حرة	7	11.66%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول التالي ان الموظفين هم أكثر الافراد المتعاملين مع كتاب تبعا لمتغير المهنة و تقدر نسبتهم بحوالي 66.66%، تليها مهنة الأعمال الحرة و المقدرة نسبتها 11.66%، تليها نسبة البطالين و المتقاعدين بنسبة 8.33%، وأخيرا يأتي الافراد المتمدرسين بنسبة 5%، ويرجع هذا الى ان الموظفين لهم راتبهم الشهري الثابت و لهذا هم يلجأون للتعامل مع كتاب من اجل توفير امواتهم أو استغلالها في مشاريع مستقبلية.

المحور الثاني: معرفة مدى استخدام الزبون للموقع الإلكتروني

الجدول (06): توزيع أفراد العينة حسب علمهم بالموقع الإلكتروني

توزيع الأفراد حسب علمهم بالموقع الإلكتروني	التكرار	النسبة
نعم	40	66.66%
لا	20	33.33%
المجموع	60	100%

من خلال الجدول نلاحظ أن معظم أفراد العينة لديهم علم بالموقع الإلكتروني لكتاب و تقدر نسبتهم ب 66.66% وهذا راجع الى الجهود التي يبذلها كتاب في الترويج لموقعه الإلكتروني و كذا ثقافة بعض المتعاملين الذين يدركون أهمية التعامل إلكترونيا و يستفسرون حول وجود موقع إلكتروني من عدمه فليترك حسب ما أفاد به احد المتعاملين، مقارنة بالذين يجهلون عنوان الموقع و المقدرة نسبتهم بحوالي 33.33% .

الجدول رقم (06):

أ) توزيع أفراد العينة الذين اجابوا بلا حسب متغير الجنس:

متغير الجنس		
الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	14	70%
أنثى	6	30%
المجموع	20	100%

نلاحظ من خلال الجدول السابق أن نسبة الذكور الذين لا يعلمون بعنوان الموقع الإلكتروني لكتاب أعلى من نسبة الإناث التي قدرت نسبتهم بحوالي 30% في حين أن نسبة الذكور قد قدرت بحوالي 70% ، ويمكن أن نرجع السبب وراء عدم علمهم بالموقع الى ضيق الوقت او عدم الإهتمام و اللامبالاة من قبلهم و كذلك من أهم الاسباب الأخرى نقص الثقة في التكنولوجيا.

الجدول رقم (06):

ب) توزيع الافراد الذين أجابوا بلا حسب متغير السن

متغير السن			
الفئة العمرية	ذكر		أنثى
	التكرار	النسبة	
30-18	05	35.71%	02
45-31	05	35.71%	01
45 فما فوق	04	28.57%	03
المجموع	14	100%	6

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن الفئتين العمريتين 30-18 و 31-45 بالنسبة للذكور تقدران نسبتهم بحوالي 35.71% و التي لا تختلف كثيرا عن الفئة العمري الثالثة 45 فما فوق التي تقدر نسبتها بحوالي 28.57% و هذا ما يفسر إجاباتهم بلا على السؤال المطروح عليهم و الذي يمكن ارجاعه الى نقص وعيهم بأهمية الإدارة الإلكترونية في تسهيل التعامل مع كتاب إلكتروني، أما بالنسبة الى الإناث فنلاحظ أن فئة 45 فما فوق هي أعلى نسبة لهذه الفئة التي لاتعلم بالموقع الإلكتروني و هذا راجع الى ان فئة الإناث لا تبالي بالتكنولوجيا كثيرا و لا تعرف كيفية التعامل معها.

الجدول رقم (06):

(ت) توزيع أفراد العينة الذين كانت إجاباتهم بلا حسب متغير المستوى التعليمي:

المستوى التعليمي				
المستوى التعليمي	ذكر	التكرار	النسبة	أنثى
				التكرار
إبتدائي	01	%7.14	01	%16.66
متوسط	03	%21.42	01	%16.66
ثانوي	05	%35.71	00	%00
جامعي	05	%35.71	04	%66.66
المجموع	14	%100	06	%100

من الجدول السابق نلاحظ أغلب أفراد العينة من فئة الذكور هم ذو مستوى تعليم جامعي و ثانوي و تقدر نسبتهم %35.71 وهذا المستوى يتيح لهم التعامل مع التكنولوجيا بسهولة اذا هذه النسبة ترجح لنا قلة الإهتمام و الوعي بأهمية الإدارة الإلكترونية، في حين نجد أن نسبة الإناث اللاتي هن مستوى تعليم جامعي يمثلن أعلى نسبة و المقدرة بحوالي %66.66 يعني ان الإناث لا يهتمون بالتكنولوجيا كثيرا الذكور.

الجدول رقم (06):

(ث) توزيع أفراد العينة الذين أجابوا بلا حسب متغير الحالة الاجتماعية:

متغير الحالة الإجتماعية				
الحالة الإجتماعية	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أعزب	10	%71.42	00	%00
متزوج	04	%28.57	04	%66.66
ارمل	00	%00	02	%33.33
مطلق	00	%00	00	%00
المجموع	14	%100	06	%100

من الجدول نلاحظ أن فئة الشباب العزب كانوا هم من اجابو بلا أكثر من المتزوجين مع العلم ان لهم جميعا مستوى تعليمي ما بين ثانوي الى جامعي و هذا من خلال إجاباتهم على الإستبيان، و قدرت

نسبتهم بحوالي 71.42% وهذا ما يؤكد لنا ان البعض من هذه الفئة لا تهتم بالإتصال الإلكتروني، في حين ان المتزوجات من فئة الإناث كن هن من احين بلا على هذا السؤال و قدرت نسبتهن ب 66.66% و هذا راجع الى ضيق وقتهم للتعامل و فهم التكنولوجيا الحديثة و كيفية التعامل معها.

الجدول رقم (06):

ج) توزيع أفراد العينة الذين أجابوا بلا حسب متغير المهنة:

المهنة				
المهنة	ذكر		أنثى	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
بطلال	00	%00	03	50%
متمدرس	00	%00	00	%00
موظف	11	%78.57	03	%50
متقاعد	01	%7.14	00	%00
أعمال حرة	02	%14.28	00	%00
المجموع	14	%100	06	%100

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة الموظفين من فئة الذكور تمثل أعلى نسبة مقارنة مع ببقية المهن و قدرت نسبتها ب 78.57%، في حين نرى أن نسبة الموظفات و البطالات في فئة الإناث تتساوى و تقدر نسبتهما بحوالي 50%.

الجدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب طرق علمهم بالموقع الإلكتروني:

طريقة العلم بالموقع	التكرار	النسبة المئوية
صديق او فرد من العائلة	12	%30
عبر بحث شخصي	7	%17.5
الإشهار	12	%30
أعوان البنك	9	%22.5
المجموع	40	%100

يبين الجدول السابق أن المتعاملين الذين يتم إعلامهم بالموقع الإلكتروني لكتاب عن طريق صديق أو فرد من العائلة و عن طريق الإشهار هي أعلى نسبة حيث قدرت ب 30% تليها نسبة أعوان البنك و التي تمثل 22.5% و في الأخير تأتي نسبة 17.5% و التي تمثل نسبة المبحوثين الذين علموا بالموقع عن طريق بحث شخصي، و هذه النتائج راجعت الى الإعلانات التي تم إعتمادها من طرف كتاب، و كذلك عن طريق الإحتكاك بأعوان البنك و الأصدقاء الذين لديهم علم بالموقع.

الجدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب مدى تصفحهم للموقع

مدى تصفح الموقع	التكرار	النسبة
أحيانا	34	85%
دائما	06	15%
المجموع	40	100%

نلاحظ من هذا الجدول ان نسبة المتعاملين الذين يتصفحون الموقع أحيانا تقدر ب 85%، وهي أعلى نسبة مقارنة بالذين يتصفحون الموقع دائما و التي تقدر نسبتهم ب 15% وهذا راجع الى نقص التوعية من قبل إدارة كتاب بنك للمتعاملين على أهمية التعامل إلكترونيا مع البنك.

الجدول رقم (09): توزيع أفراد العينة حول أسباب تصفحهم للموقع

أسباب تصفح الموقع	التكرار	النسبة
لمعرفة المستجدات	13	32.5%
الإستعلام	18	45%
القيام بعمليات مصرفية	5	12.5%
القيام بعمليات مهنية	4	10%
المجموع	40	100%

حسب النتائج المتوصل إليها من خلال الاستبيان الذي قمنا به فإن 45% من أفراد العينة المدروسة كانت أسباب تصفحهم الموقع هو الإستعلام، تليها نسبة 32.5% كان السبب وراء تصفحهم للموقع هو معرفة المستجدات، و نسبة 12.5% للقيام بعمليات مصرفية، و أخيرا نسبة 10% هي نسبة المبحوثين الذين يقومون بعمليات مهنية عبر الموقع، وهذه النتائج يمكن أن نرجعها الى نقص الثقة للتعامل إلكترونيا عبر الموقع مما يجعل المتعامل يقوم بعمليات بسيطة مثل الإستعلام و معرفة رصيده مع تجنب القيام بعمليات مصرفية ومهنية خوفا من حصول مشاكل و مواجهة صعوبات في تداركها.

الجدول رقم (10): توزيع أفراد العينة حسب الأسلوب الذي يفضلوه للاتصال مع كتاب

النسبة	التكرار	أسلوب الاتصال
75%	30	الاتصال الشخصي
7.5%	03	الهاتف
2.5%	01	المرسلات البريدية
20	08	الموقع الإلكتروني
10	04	البريد الإلكتروني
100%	46	المجموع

فيما يخص هذا السؤال و حسب النتائج المتوصل إليها من خلال الإستبيان الذي قمنا بإن 75% هي نسبة الأفراد الذي يفضلون الاتصال الشخصي مع كتاب و هي أعلى نسبة، تليها 20% نسبة المستجوبين الذين يفضلون الاتصال معه من خلال الموقع الإلكتروني في حين نجد 10% من المتعاملين يستخدمون البريد الإلكتروني، و في الأخير نجد 7.5% و 2.5% من الأفراد الذين يفضلون الهاتف و المرسلات البريدية على التوالي و يرجع ذلك الى ان معظم المستجوبين يفضلون التأكد من ان معاملاتهم تمت بنجاح.

الجدول رقم (11): توزيع افراد العينة حسب اللغة المعتمدة عند تصفحهم للموقع

النسبة	التكرار	اللغة
42.5%	17	العربية
57.5%	23	الفرنسية
100%	40	المجموع

تعاني معظم الشركات الجزائرية و من بينها كتاب من مشكل ازدواجية اللغة وهذا ما توضحه النسبة المحصل عليها 57.5% من أفراد العينة يفضلون إستعمال اللغة الفرنسية في تعاملاتهم و ربما يكونون من الإطارات، بينما 42.5% يفضلون اللغة العربية و ربما تكون هذه الفئة قد تلقت تكوينها باللغة العربية و كما نعلم ان اللغة الفرنسية هي لغة الإدارة الجزائرية.

الجدول رقم (12): توزيع أفراد العينة حسب تقييم اللغة المستعملة في الموقع

تقييم اللغة	التكرار	النسبة
سهلة	17	42.5%
مقبولة	23	57.5%
صعبة	00	00%
المجموع	40	100%

من خلال نتائج الإستبيان فإن 57.5% من المستجوبين يؤكدون ان اللغة المستخدمة مقبولة ، و45.5% سهلة و هذا ما يؤكد ان كتاب يعمل على وضع محتوى في متناول اجميع لتسهيل التعامل معه.

الجدول رقم (13): توزيع أفراد العينة حسب مواجهة صعوبات فهم محتوى الموقع

مواجهة صعوبات في فهم محتوى الموقع	التكرار	النسبة
نعم	05	12.5%
لا	35	87.5%
المجموع	40	100%

فيما يخص هذا السؤال و حسب النتائج المتوصل اليها وجدنا ان 87.5 % من أفراد العينة لا يجدون صعوبة في فهم محتوى الموقع وهذا يدل على سهولة محتوى الموقع مما زاد من إمكانية استعابه في ان نسبة 12.5% واجهوا صعوبات في فهم المحتوى و هذا راجع ربما الى المستوى التعليمي المحدود لهؤلاء المتعاملين.

الجدول رقم (14): توزيع أفراد العينة الذين أجابو بنعم حسب أسباب هذه الصعوبات

أسباب الصعوبات	التكرار	النسبة
لغة الرسالة	02	40%
نقص محتوى الرسالة	00	00%
تداخل معلومات الرسالة	03	60%
المجموع	05	100%

من خلال الإجابات التي حصلنا عليها فإن 60% من أفراد العينة يعتقدون ان تداخل معلومات الرسالة من اهم أسباب صعوبة فهم المحتوى و نجد ان 40% يرجعون ذلك الى لغة الرسالة و هذا ما يستوجب على البنك إعادة صياغة المحتوى و جعله أكثر سهولة و فهما للمتعاملين.

المحور الثالث: مدى التفاعل بين كتاب و الزبون

جدول رقم(15): توزيع أفراد العينة حسب استخدامهم للموقع الإلكتروني او البريد الإلكتروني:

إستخدام:	التكرار	النسبة
الموقع الإلكتروني	34	85%
البريد الإلكتروني	06	15%
المجموع	40	100%

يوضح الجدول ان نسبة 85% من أفراد العينة يستخدمون الموقع الإلكتروني، وهذا يرجع الى ان الاخيرة تحتوي على جميع الخدمات التي قد يبحث عنها المتعامل، في حين ان 15% يستخدمون البريد الإلكتروني للاتصال مع كتاب.

جدول رقم (16): توزيع العينة حسب تقييمهم لسرعة الرد من قبل القائمين على الموقع

تقييم سرعة الرد	التكرار	النسبة المئوية
فورية	24	60%
متأخرة	16	40%
المجموع	40	100%

من خلال النتائج المتوصل اليها نلاحظ ان 60% من المستجوبين ان سرعة الرد فورية، و 40% متأخرة و هذا راجع الى ان القائمين على الموقع المتعامل بأنه جزء من البنك.

جدول رقم(17): توزيع أفراد العينة حسب إعلامهم بجديد البنك عبر الموقع الإلكتروني

الإعلام بجديد البنك	التكرار	النسبة
نعم	30	75%
لا	10	25%
المجموع	40	100%

أكد 75% من المبحوثين انه يتم إعلامهم بجديد البنك عبر الموقع الإلكتروني بصورة كافية و هذا ما يجعل المتعامل على علم بأخر ما المستجدات، في حين أكد 25% من المبحوثين ان البنك لا يقوم بإعلامهم بجديده.

الجدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب سرعة إنجاز الخدمات التي يقدمها لعملائه

سرعة إنجاز الخدمات من طرف العملاء	التكرار	النسبة
نعم	30	%75
لا	10	%25
المجموع	40	%100

من خلال هذا السؤال أردنا معرفة سرعة إنجاز خدمات الموقع التي يقدمها لعملائه فكانت النتائج ان 75% من أفراد العينة أكدوا وجود سرعة في إنجاز الخدمات و هذا راجع الى رغبة البنك في كسب عملائه و عملاء جدد في حين ان 25% أكدوا العكس.

المحور الرابع: رأي الجمهور حول التعامل إلكترونيا مع كتاب

الجدول رقم (19): توزيع أفراد العينة حسب مساهمة الإدارة الإلكترونية لكتاب في تسهيل إتصالهم بها

تسهيل الاتصال	التكرار	النسبة
كبيرة	09	%22.5
متوسطة	21	%52.5
منخفضة	10	%25
المجموع	40	%100

فيما يخص الإدارة الإلكترونية في تسهيل إتصالهم مع كتاب نجد ان 52.5% من أفراد العينة يرون ان الإدارة الإلكترونية تساهم بنسبة متوسطة في تسهيل إتصالهم مع كتاب، في حين ان 25% منهم يرون بأنها تساهم بشكل منخفض في تسهيل إتصالهم مع كتاب، اما 22.5% يرون انه تساهم بنسبة كبيرة و هذا راجع الى عدم اهتمام للمتعامل بالتعامل الإلكتروني عبر الموقع و غياب مفهوم الإدارة الإلكترونية عنده، وهذا ما يرجع السبب الرئيسي الى نقص الوعي.

الجدول رقم (20): توزيع أفراد العينة حسب الإضافة التي قدمتها الإدارة الإلكترونية لدى كتاب

الإضافة المقدمة	التكرار	النسبة
تعدد المعلومات و الشفافية	02	5%
سهولة التعامل و التعاون	07	17.5%
اختصار المسافات و الوقت	24	60%
سحب الأموال خارج أوقات العمل	01	2.5%
لا شيء	06	15%
المجموع	40	100%

يتضح من خلال هذا الجدول أن 60% من أفراد العينة ان أهم إضافة للإدارة الإلكترونية لكتاب هي اختصار المسافات و الوقت في حين نجد سهولة التعامل و التعاون بنسبة 17.5% تليها 15% و هي نسبة الأفراد الذين يرون بأن الإدارة الإلكترونية لم تقدم أي إضافة، و 2.5 و 5% من المستجوبين أكدوا ان سحب الأموال خارج أوقات العمل و تعدد المعلومات و الشفافية هي إضافات أخرى قدمتها الإدارة الإلكترونية للمتعاملين.

الجدول رقم (21): توزيع أفراد العينة حسب تحقيق فوائد جراء إتصالهم إلكترونيا مع كتاب

تحقيق فوائد جراء إتصالهم إلكترونيا	التكرار	النسبة
نعم	29	72.5%
لا	11	27.5%
المجموع	40	100%

يتضح من خلال الجدول ان 72.5% من أفراد العينة قد حققوا فوائد جراء إتصالهم إلكترونيا مع كتاب و هذا يرجع الى فعالية تطبيق الإدارة الإلكترونية في كتاب.

الجدول رقم (22): توزيع أفراد العينة حسب الفوائد التي حققها كتاب إلكترونيا

النسبة	التكرار	الفوائد المحققة
21.81%	12	التعرف على المؤسسة
40%	22	انترف على خدماتها
10.90%	06	ربط المؤسسة بالمحيط الخارجي
27.27%	15	تسهيل التعاملات المالية
100%	55	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة 40% من أفراد العينة يرون بأن أهم فائدة حققها كتاب جراء التعامل إلكترونيا هي التعرف على خدماته تليها 27.27% و 21.81% من المتعاملين يرون بأن تسهيل التعاملات المالية و التعرف على المؤسسة هو من الفوائد الاخرى التي حققها كتاب إلكترونيا بالإضافة الى ربط المؤسسة بالمحيط الخارجي بنسبة 10.90%.

الجدول رقم (23): توزيع أفراد العينة حسب تقديرهم لحماية بياناتهم الشخصية الإلكترونية

النسبة	التكرار	حماية بيانات الشخصية الإلكترونية
92.5%	37	نعم
7.5%	03	لا
100%	40	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن 92.5% من أفراد العينة تؤكد وجود حماية لبياناتهم الشخصية الإلكترونية و هذا راجع الى إهتمام البنك بكسب رضا زبائنه بكسب في حين نجد 7.5% يعتقدون ان بياناتهم الشخصية ليست مؤمنة بشكل كافي و هذا راجع ربما الى خوفهم من مشاكل الأنترنت.

الجدول رقم (24): توزيع افراد العينة حسب الصعوبات التي يواجهونها أثناء تعاملهم مع المؤسسة إلكترونيا

النسبة	التكرار	الصعوبات التي تواجههم أثناء تعاملهم مع
12.5%	05	عدم الإهتمام من الموظفين
42.5%	17	تأخر الرد
45%	18	نقص المعرفة في التعامل مع هذه التقنيات
100%	40	المجموع

من خلال الجدول يتضح لنا ان 45% من أفراد العينة يعتبرون ان نقص المعرفة في التعامل مع هذه التقنيات من بين اهم الصعوبات التي تواجههم أثناء تعاملهم مع المؤسسة إلكترونيا، تليها نسبة 42.5% من المتعاملين الذين أكدوا على ان تأخر الرد من طرف المؤسسة هو سبب مهم اخر يجعلهم يواجهون صعوبة في التعامل مع المؤسسة إلكترونيا، و في الاخير نسبة 12.5% و التي تمثل عدم الإهتمام من الموظفين.

الجدول رقم (25): توزيع أفراد العينة حسب تفضيل القيام بتعاملاتهم البنكية المالية

النسبة	التكرار	القيام بالتعاملات البنكية الإلكترونية
32.5%	13	بطريقة إلكترونية
67.5%	27	بطريقة مباشرة
100%	40	المجموع

يفضل المتعاملون الطريقة المباشرة مع كتاب بنسبة 67.5% وهذا راجع الى إنعدام الثقة و نقص ثقافة التعامل الإلكتروني، في حين يفضل 32.5% الطريقة الإلكترونية و هذا راجع الى وعيهم بإيجابيات هذه الطريقة مثل ربح الوقت و إختصار المسافات.

5. نتائج الدراسة:

ستعرض النتائج المتوصل إليها انطلاقاً من نظرية الإستخدامات و الإشباعات للتعرف على مدى إسهام الإدارة الإلكترونية في تعزيز الإتصال الخارجي في مؤسسة كتاب:

✓ فيما يخص التساؤل الأول:

تجليات الإدارة الإلكترونية في المؤسسة الجزائرية كتاب:

من خلال نتائج الدراسة التي توصلنا إليها من خلال المقابلات اللتين أجريناهما مع مدير البنك السيد بن نوة توفيق و المكلفة بالزبائن في كتاب بن صويلح سهيلة، وكذا من خلال نتائج الاستبيان و الملاحظة فقد لاحظنا ان من أبرز تجليات الإدارة الإلكترونية في المؤسسة الجزائرية كتاب، هو إنتقال هذه من الأسلوب التقليدي في إدارة معاملتها الى الأسلوب الإلكتروني وهذا قصد تحقيق رضا الزبون، هذا كان ما توصلنا إليه من نتائج عن طريق المقابلة، ويتجلى هذا التغيير في تحويل دفتر التوفير الى بطاقة مغناطيسية، بالإضافة الى منح الزبون فرصة او إمكانية لإجراء جميع المعاملات التي يتيحها البنك إلكترونياً، و ذلك عبر الموقع الإلكتروني لكتاب التالي zd.euqnabpenc.www ، كما يتيح بنك كتاب بريد إلكتروني للزبائن لطرح مختلف انشغالاتهم [email :infos@cnepbanque.dz](mailto:infos@cnepbanque.dz) ، حيث نجد بمجرد دخولنا الى الموقع الإلكتروني نجد انه يوفر للزبون جميع المعاملات المصرفية بشكل إلكتروني.

✓ فيما يخص التساؤل الثاني:

ضرورة إستخدام الإدارة الإلكترونية في اتصال المؤسسة الخارجي لكتاب:

من خلال نتائج الاستبيان و المقابلة فقد وجدنا أن الغرض من اعتماد البنك كتاب للإدارة الإلكترونية هو تحسين نوعية الخدمة للزبون، وكذلك تنمية رقم أعماله و البحث عن راحة الزبون، و من أهم الإشباعات التي حققها البنك جراء اعتماده للإدارة الإلكترونية في اتصال المؤسسة الخارجي هو توفير ظروف عمل ذات أريحية أكبر للزبون و العامل في نفس الوقت و في جو منظم و دقيق، بالإضافة الى ان البنك أصبح يبحث عن زبائنه و يتصل بهم إلكترونياً.

✓ فيما يخص التساؤل الثالث:

مدى اهتمام الزبائن بالتعامل إلكترونياً مع كتاب قالمة:

من خلال نتائج تصريحات مدير البنك لكتاب و الملاحظة استنتجنا أن الزبون يولي اهتمام لا بأس به في التعامل إلكترونياً مع كتاب قالمة و ذلك من أجل ان يحقق مجموعة من الرغبات لديه و المتمثلة في ربح الوقت و

السرعة في إنجاز معاملاته البنكية، بالإضافة إلى اختصار المسافات و الإطلاع على كل ما هو جديد دون الحاجة إلى الانتقال إلى البنك شخصيا هذا بالنسبة للشباب، ومن أبرز الإشاعات التي يمكن تحقيقها جراء استخدام وسائل إلكترونية للاتصال مع كُتاب تتمثل في تعدد المعلومات و الشفافية، سهولة التعامل و التعاون و إمكانية سحب الأموال خارج أوقات العمل و التعرف على المؤسسة و خدماتها، كما لاحظنا أن أغلب أفراد العينة يفضلون الاتصال المباشر مع كُتاب بنك وهذا من خلال نتائج الاستبيان، وهم يرجعون هذا إلى نقص الثقة في إنجاز المعاملات بطريقة إلكترونية، خوفا من مخاطر شبكة الانترنت التي يعرفها الجميع، بالإضافة إلى اقتناع أغلب أفراد العينة المتعاملين أن كُتاب لا يؤمن ببياناتهم الشخصية بشكل كبير و هذا عكس ما صرحت به المكلفة بالزبائن التي أكدت أنه من المستحيل اختراق أو قرصنة قاعدة بيانات البنك، لأنها تتوفر على أعلى درجات الحماية ضد مخاطر شبكة الانترنت، و لهذا يجب على إدارة البنك أن تعمل جاهدة على إقناع زبونها بأن التعامل إلكترونيا هو أفضل طريقة و لا يتوفر على أية مخاطر على معاملاته أو بياناته.

✓ بالنسبة للسؤال الرئيسي:

كيف تعمل الإدارة الإلكترونية على تعزيز الاتصال الخارجي للصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط- كتاب- فرع قالمة بزبائنه:

من خلال النتائج المتوصل إليها باستعمال مختلف أدوات البحث العلمي في دراستنا و جدنا أن الإدارة الإلكترونية لعبت دورا كبيرا في تعزيز الاتصال الخارجي للصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط-كتاب- فرع قالمة بزبائنه و يظهر ذلك من خلال ما أضافته لإدارة الإلكترونية من سهولة على الاتصال بين كُتاب و الزبون، بالإضافة إلى استحسن أغلب المبحوثين من زبائن البنك لطريقة الاتصال الجديدة و ملاحظتهم للفرق، هذا بالإضافة إلى تحسين جودة الخدمة كما أكدته لنا مدير البنك و المكلفة بالزبائن عن طريق المقابلة، أما من استنتاجاتنا من الملاحظة و الاستبيان فالنتائج تظهر عكس ما صرح به مدير البنك، وذلك أن أغلب المبحوثين الذين وزعت عليهم الاستمارات قد أكدوا أنهم يفضلون الاتصال المباشر مع البنك أكثر من الاتصال الإلكتروني خوفا من حدوث أخطاء أثناء القيام بمعاملاتهم البنكية، و بالتالي خسارة أموال و البنك غير مسؤول عن مثل هذه الأخطاء، كما يمكن أن نذكر أن أهم الأسباب التي تترك الزبون يفضل الاتصال المباشر أكثر هو تفكير المجتمع الجزائري بشكل خاص بأن الاتصال المباشر أكثر أمن و أكثر ضمان حتى و لو كانت للإدارة الإلكترونية و الاتصال الخارجي له إيجابيات كثيرة و تحقق للزبون إشباعاته المختلفة منها ربح الوقت و السرعة في إنجاز المعاملات و لهذا يجب على البنك أن يعمل بجهد أكبر ليوضح لزبائنه أهمية الإدارة الإلكترونية في الاتصال الخارجي.

6. التوصيات و الإقتراحات:

في ضوء الاستنتاجات التي توصلنا إليها من خلال دراستنا و بالإصلاح على المفاهيم النظرية لموضوع "إسهام الإدارة الإلكترونية في تعزيز الاتصال الخارجي للمؤسسة" في المجال البنكي، فقد تمكنت الدراسة من الوصول إلى جملة من توصيات التي من شأنها أن تساهم في تحسين الاتصال الخارجي:

- ✓ تكثيف الحملات الإعلانية عبر مختلف الوسائط لإعلام الزبائن بوجود موقع إلكتروني للبنك؛
- ✓ العمل على استحداث مصلحة خاصة بإدارة الموقع الإلكتروني على مستوى كُتاب تعمل على بالتنسيق مع المصلحة المكلفة بالزبائن لضمان إيصال المعلومة إلى الزبون؛
- ✓ القيام بالدراسات المستمرة لجميع المستحقات و تحديث الموقع الإلكتروني و ثباته بجميع بلغات مختلفة لتسهيل تصفحه بين مختلف فئات الزبائن؛
- ✓ حتمية و سرعة الاستجابة على الموقع الإلكتروني لطلبات الزبائن و التعامل مع شكاويهم بإيجابية؛
- ✓ توضيح جميع الإجراءات الخاصة بالمعاملات الإلكترونية حتى لا يحدث تصادم بين البنك و زبائنه، بمعنى إن تكون هناك شفافية مطلقة في التعامل مع الزبائن؛
- ✓ إن نقطة الانطلاق للوصول إلى رضا الزبائن تبدأ بالتركيز على تحسين الخدمات عالية الجودة؛
- ✓ إنشاء موقع إلكتروني لكل وكالة على حدة.

خاتمة:

من خلال ما سبق من شرح و توضيح يتبين لنا بأن الإدارة الإلكترونية قد ساهمت وبشكل ملموس في تعزيز الاتصال الخارجي لكتاب، و ذلك من خلال تطوير و سائل الاتصال مع الزبون و عل الرغم من وجود نقائص بحكم حداثة إدخال الإدارة الإلكترونية في المعاملات البنكية و كذا عدم تقبلها من طرف فئة من الزبائن الا ان للإدارة الإلكترونية بالغ الأهمية و التأثير على نجاح الاتصال الخارجي في كتاب، و ذلك نظرا لان الهدف الأساسي من وراء الإدارة الإلكترونية و علاقتها بالاتصال الخارجي يتمثل أساسا في التوجه صوب الزبون و خدمته حسب ما يرغب فيه و بناءا على ما يتوقعه من اجل بناء و إقامة علاقات طويلة المدى معه أساسها الثقة و الاحترام مستعينة في ذلك بأحدث ما وصلت إليه تكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال حيث أصبح الزبون الركيزة الأساسية في تحقيق ما تصبو اليه منظمات القرن الحالي من أهداف إستراتيجية طويلة المدى.

و على هذا الأساس فقد سعت المنظمات الخدمائية لتبني هذه المداغل، خاصة ما تتصف به الخدمة من خصائص و مميزات تجعل من تبني المفاهيم الحديثة في الإدارة ضرورة لايد من مواكبتها.

و لم تتوان البنوك في استغلال التطور الحاصل في مجال التكنولوجيا و ربطه بالاتصال الخارجي باعتبار الزبون البنكي هو سيد السوق البنكي بدون منازع فأرضاه و إشباع رغباته يعد الأسلوب الأمثل في تحقيق الأهداف المسطرة إذ أصبح الزبون محورا لكافة الأنشطة التي تؤديها للمنظمات و خاصة البنوك لما تتصف به من مزايا، فلو لا الزبون فإن المنظمة تصاب بالفشل لاسيما في ظل نظام دولي جديد من حيث الانفتاح و زيادة المنافسة.

و تعتبر الاتصال الخارجي المدار عبر الإدارة الإلكترونية خيارا استراتيجيا لتحقيق لأهداف و بكفاءة و فعالية، ويعد هذا تحولا جذريا من المنظور القائم على أساس تحقيق الأهداف من خلال العمليات البنكية الى المنظور القائم على الزبائن.

قائمة المراجع:

الكتب:

1. احمد سيد المصطفى، المدير و تحديثات العولمة، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، دون سنة.
2. أحمد طرطار، تقنيات المحاسبة العامة في المؤسسات، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2002.
3. احمد محمد سمير، الإدارة الالكترونية، دار اليازوري، عمان، 2009.
4. أحمد محمد عليق و آخرون، وسائل الاتصال و الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004.
5. مجاء شاهين، الانترنت و العولمة: عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1999.
6. توفيق محمد عبد المحسن، بحوث التسويق و تحديثات المنافسة الدولية، دار قياد للنشر و التوزيع، مصر، 2001.
7. جاسم سليمان فخري وآخرون، العلاقات العامة، وزارة التعليم العالي و البحث العلمي، العراق، 1981.
8. جاسم فخري ليثاني وآخرون، العلاقات العامة، وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، بغداد، دون سنة.
9. حجازي مصطفى، الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية الإدارية، دار الطباعة، بيروت، 1992.
10. حسين محمد الحسن، الإدارة الالكترونية (المفاهيم الخصائص المتطلبات)، دار المريخ، الرياض، د.س.
11. عيزي خليل الجميلي، الاتصال و وسائله في المجتمع الحديث، المكتب العلمي للنشر و التوزيع، الإسكندرية، بدون سنة.
12. ربحي مصطفى عريان، البيئة الالكترونية **E-Enivrement**، دار صفاء للنشر و التوزيع، عمان، 2012.
13. زكي حسين الوردي و عامر إبراهيم قنديلجي، الاتصالات، مطابع التعليم العالي، تبصرة، 1990.
14. السامي علاء عبد الرزاق، نظم دعم القرارات، دار وائل للنشر و التوزيع، عمان، 2005.
15. سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية و آفاق تطبيقاتها العربية، الإدارة العامة للنشر و التوزيع، المملكة العربية السعودية، 2005.
16. سعد غالب ياسين، نظم المعلومات الإدارية، دار اليازوري العلمية، الأردن، 2009.
17. السيد إسماعيل، الإعلان و دوره في النشاط التسويقي، الدار الجامعية للنشر و التوزيع، الإسكندرية، 2004.

18. صدام الحماسية، الحكومة الالكترونية الطريق نحو الإصلاح الإداري، عالم الكتب الحديث للنشر و التوزيع، الأردن، 2013.
19. الصيرفي محمد، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية ، 2007.
20. النضامن منذر، اساسيات البحث العلمي: دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2007.
21. طاهر مرسي عطية، فن و علم العلاقات العامة، دار النهضة العربية، بدون سنة.
22. عامر طارق عبد الرؤوف، الإدارة الالكترونية نماذج معاصرة: دار السحاب، القاهرة، 2007.
23. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد (المفاهيم و الوسائل و التطبيقات): دار الشروق، عمان، 2008.
24. عباس مصطفى صادق، الإعلام الجديد، مداخلة النظرية و خصائصه العامة، عمان: 2011.
25. عبد الباسط متولي حطر، ادوات البحث العلمي و خطط إعدادة، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2014.
26. عبد الرحمان توفيق، الإدارة الالكترونية تحديات المستقبل، ط.2، دون دار نشر، القاهرة.
27. عبد الرحمان توفيق، الإدارة الالكترونية تحديات المستقبل، صبعة 2، دار السحاب، القاهرة، 2003.
28. عبد السلام ابو قف، هندسة الإعلان و العلاقات العامة، مكتبة ومطبعة الإشعاع، القاهرة، دون سنة.
29. عبد الفتاح عبد النبي، تكنولوجيا الاتصال و الثقافة بين النظرية و التطبيق، القاهرة، 1999.
30. علاء عبد الرزق السالمي، خالد إبراهيم السليطي، الإدارة الالكترونية، دار وائل للنشر و التوزيع، الأردن.
31. علي عحوة، الأسس العلمية للعلاقات العامة، ط.3، عالم الكتب، القاهرة، 1985.
32. عمار بوحوش، نظريات الإدارة الحديثة في القرن الواحد و العشرين، دار الغرب الإسلامي، بيروت، 2006.
33. غنيم احمد محمد، الإدارة الالكترونية أفاق الحاضر و تطلعات المستقبل، المكتبة العصرية: المنصورة، 2004.
34. غنيم احمد، الإدارة الالكترونية الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات، المكتبة العصرية، مصر: 2004 .

35. فخري جاسم و آخرون، العلاقات العامة: دار الكتابة للنشر والتوزيع، بغداد، 1984.
36. فضيل ديو، اتصال المؤسسة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة، 2003.
37. فهد ناصر العبود ، الحكومة الإلكترونية بين التخطيط و التنفيذ، ط.2، مطبوعات الملك فهد الوطنية ، الرياض، 2005.
38. كمشك بحجت، العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، 2003.
39. نطرش الطاهر، تقنيات البنوك، ط.6، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
40. ماثيو جيدر، ترجمة ملكة ايض، منهجية البحث العلمي، د.م:د.س.
41. محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
42. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، الطبعة الثالثة، مصر، عالم الكتب، 2004.
43. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال في العلاقات العامة، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2007.
44. محمود محمد ابو فروة، الخدمات البنكية الإلكترونية عبر الانترنت، دار الثقافة للنشر و التوزيع، عمان، 2009.
45. مروة فاطمة، الاتصالات المهنية، دار النهضة العربية، بيروت، 2007.
46. مصطفى حجازي، الاتصال الفعال و العلاقات الإنسانية الإدارية، دار الطباعة، لبنان، 1982.
47. مصطفى يوسف، كافي وآخرون، المفاهيم الإدارية الحديثة (مبادئ الإدارة Essential of Management)، مكتبة المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان، 2013.
48. نجم عبود نجم، الإدارة الإلكترونية (الإستراتيجية و الوظائف و المشكلات)، دار المريخ ، الرياض، 2004.
49. ياسين سعد غالب، الإدارة الإلكترونية و أفاق تطبيقاتها العربية، معهد الإدارة العامة، الرياض، 2005: ص.238.
50. يحيى يحيى مصطفى عليان و عدنان محمود الطوباسي ، الاتصال و العلاقات العامة ، دار انصاف للنشر و التوزيع، عمان، 2005.
- البحوث الجامعية:

51. خليفة بن صالح بن خليفة المسعود، المتطلبات البشرية و المادية لتطبيق الإدارة الالكترونية في المدارس الحكومية: رسالة ماجستير في الإدارة و التخطيط، جامعة أم القرى، كلية التربية، قسم الإدارة التربوية و التخطيط، المملكة العربية السعودية، 2008.
52. سعيد بن معلا العمري، المتطلبات الإدارية والأمنية لتطبيق الإدارة الالكترونية، رسالة ماستر، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2003.
53. شادي عز الدين، البعد الاتصالي لحماية البيئة في الجزائر (الاتصال و التنسيق بين الوزارات ووزاري البيئة و الفلاحة-نموذجا-)، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013.
54. شادي عز الدين، البعد الاتصالي لحماية البيئة في الجزائر، مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، الجزائر، 2013.
55. صبرينة رماش، الفاعلية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية: أطروحة دكتوراه، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009.
56. الطاهر جعيم، واقع الاتصال في المؤسسات الجزائرية، جامعتا منتوري و باجي مختار، رسالة دكتوراه دولة منشورة ، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2006.
57. عاشور عبد الكريم، دور الإدارة الالكترونية في ترشيد الخدمة العمومية في الولايات المتحدة الأمريكية و الجزائر، مذكرة ماجستير علوم سياسية، كلية الحقوق قسنطينة، 2009.
58. فوزية حبيب بخش ، الإدارة الإلكترونية في كليات التربية للبنات بالمملكة العربية السعودية في ضوء التحولات المعاصرة ، رسالة دكتوراه ، جامعة أم القرى ، مكة المكرمة : 1428.
59. محمد عبد استوي، دور الإدارة الإلكترونية في تفعيل الاتصال الإداري من وجهة نظر العاملين في جامعة القدس المفتوحة - فرع غزة، مذكرة ماجستير، جامعة القدس ، فلسطين.
60. محمود المنصور، تأثير شبكات التواصل الاجتماعي على جمهور المتلقين، مذكرة ماجستير، مجلس كلية الآداب و التربية، الدغمارك، 2012.
61. مصطفى مراح، الاتصال الخارجي في المؤسسة العسكرية الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2009.
62. يوسف محمد يوسف أبو امونة، واقع إدارة الموارد البشرية إلكترونيا في الجامعات الفلسطينية النظامية، قطاع غزة ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال ، الجامعة الإسلامية ، كلية الدراسات العليا ، غزة، 2009.

المؤتمرات و الملتقيات:

63. قناديلي جواهر أحمد، التدريب و التعليم عن بعد باستخدام الإدارة الإلكترونية، الملتقى الإداري الثاني، الإدارة و المتغيرات العمالية الجديدة، الرياض، 2004.
64. ناصف أحمد، منهجية التخطيط المنظومي نحو الحكومة الإلكترونية ، المؤتمر الدولي للإدارة عن بعد و التجارة الإلكترونية، القاهرة ، 22-24/04/2003.

المقابلات:

65. بن صويلح سهيلة، الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط، اسهام الإدارة الإلكترونية في تعزيز الإتصال الخارجي في كتاب، قالمة، 2016/05/04، (مقابلة شخصية).
66. بن نوة توفيق، الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط، إسهم الإدارة الإلكترونية في تعزيز الاتصال الخارجي في كتاب، قالمة، 2016/05/04، (مقابلة شخصية).

المجلات:

67. الحسين بلحساني، الالتزام بتبصير المستهلك بين قواعد الاخلاق و مقتضيات القانون، مجلة ملنجيس للقانون و الإقتصاد، عدد 1، 2001.
68. زاهر راضي، استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، عمان، عدد 15، 2013.
69. صباح محمد كلو، تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و انعكاساتها على المؤسسات المعلوماتية، مجلة مكتب الملك فهد الوطنية، السعودية، عدد 2، 2000.
70. عبد الناصر موسى و محمد قريشي، أثر تكنولوجيا علي النظام الإداري في منظمات الأعمال، مجلة العلوم الإنسانية، عدد 21، جامعة بسكرة، الجزائر، 2001.
71. عصام محمد البحيصي، تكنولوجيا المعلومات الحديثة و أثرها على القرارات الإدارية في منظمات الأعمال، مجلة الجامعة الإسلامية، م. 14، ع. 1، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2006.
72. علي حسين باكير، المفهوم الشامل للإدارة الإلكترونية، مجلة آراء حول الخليج، الإمارات، العدد 23، دون تاريخ.
73. موسى عبد الناصر، قريشي محمد، مساهمة الإدارة الالكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي، مجلة الباحث، جامعة بسكرة.

الويب:

74. الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط ، لمحة تاريخية / الصفحة الرئيسية، 16-06-03.

http://www.cnepbanque.dz/ar/index_ar.php?page=historique

فينيت كيرف، لمحة تاريخية مختصرة عن الانترنت، 2016/06/11،

<http://www.internetsociety.org/ar/brief-history-internet>

المراجع باللغة الاجنبية:

75. Bruno j, **la communication**, page balanes, Alger, 2010.
76. Rimmeziou ,**l'impact du parrainage télévente sur les réponses consommateurs** :rôle de la congruence entre une émission et une parrain, thèse de doctorant en sciences de gestion, université de Tunis (el Manar) juin 2010.

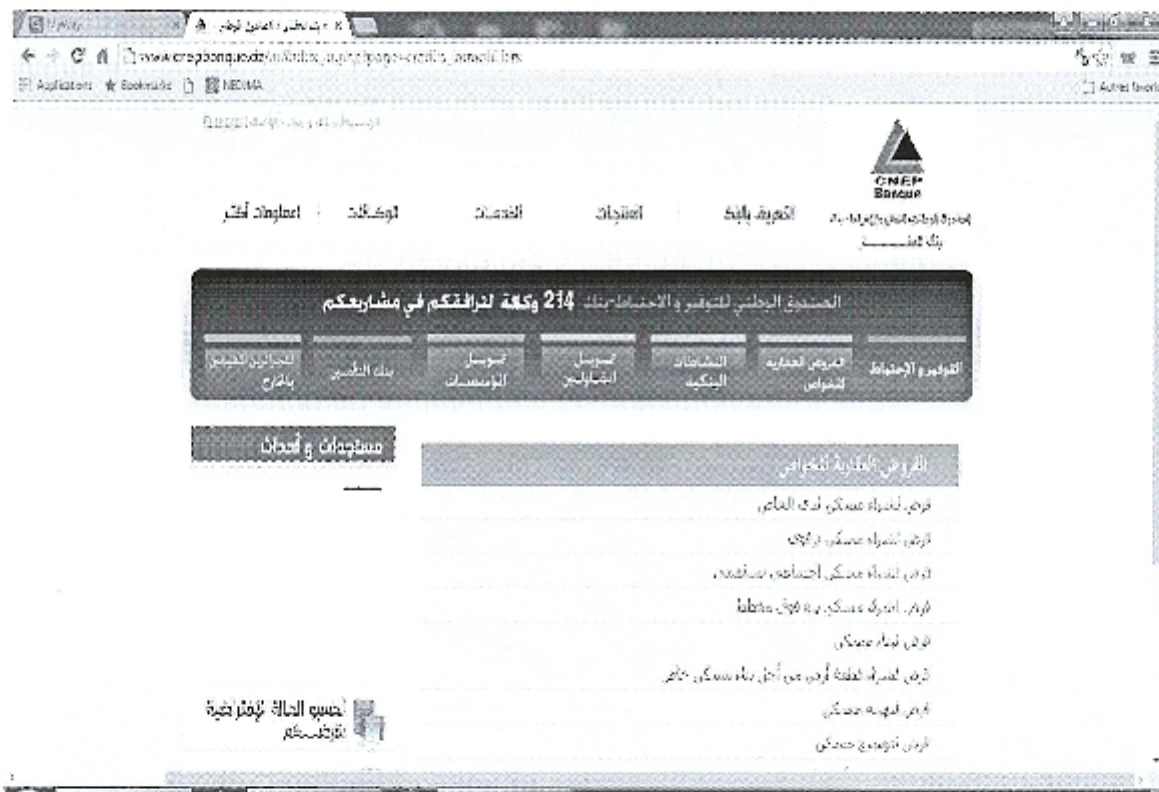
قائمة الملاحق

ملحق رقم (01): وصف الموقع الإلكتروني:

موقع الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط-بنك CASSE NATIONALE D'EPARGNE ET DE PREVOYANCE-BANQUE متاح على الرابط <http://www.cnepbansue.dz>

جميع المستخدمين ويوفر مجموعة من المنتجات و الخدمات الالكترونية موضحة في الصفحة الرئيسية في عناوين قوائم وهي كالتالي التعريف بالبنك هنا يجد الزائر لمحة عامة عن نشأة الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط، المنتجات : الخدمات، الوكالات، وفي الأخير قائمة بالخدمات أكثر وهنا يجد الزبون معلومات مختلف تفيدته وتزيل

عنه الغموض كما في الصورة التالية :



الصورة رقم (01): يوضح الصفحة الرئيسية للموقع الالكترونية للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط .

كما يظهر في الشكل السابق فإن عناوين القوائم مبنية في أعلى الصفحة وسنعرض صور توضيحية أكثر لبعض تفاصيلها:

منتجات و أجهت

التعرف بالبنك

بنك أسس عام 1964. ينضم المصرف الوطني للتوفير و الإحتياط-بنك إلى جميع البنوك التي تنضم إلى الاتحاد المصرفي و التأميني، مؤسسة إئتمار بنك و مؤسسة الإئتمار التي لها صلة بالبنك

إجمالي رأسمال 206 ب. 10 مليار جنيه موزعة على كامل التراب الوطني. يتواجد المصرف الوطني للتوفير و الإحتياط-بنك أيضا على مستوى الشبكة المصرفية من أجل خدمة جميع فئات الأوساط

أصبح البنك الإقراضية
للتوفير و الإحتياط

سعر الأمان

لحفظات إئتمارية

الإئتمار و الإحتياط



بنك الإئتمار و الإحتياط - القاهرة

الصورة رقم (02) : يوضح صفحة تعريف بالبنك

أما في قائمة المنتجات فهو يقدم لزيائن مجموعة من المنتجات موضحة في الصور التالية:

قروض عقارية - نسب قائمة مغفلة - مدة الغرض 30 سنة - السن الأقصى 75 سنة					
التوفير و الإحتياط	التوفير العقاري	التوفير العقاري	التوفير العقاري	التوفير العقاري	التوفير العقاري
التوفير و الإحتياط	التوفير العقاري	التوفير العقاري	التوفير العقاري	التوفير العقاري	التوفير العقاري

منتجات و أجهت

التوفير و الإئتمار

التوفير و الإئتمار

التوفير و الإئتمار

حساب إئتمار لأجل - بنك

حساب إئتمار لأجل - بنك

06-95-10-75

أصبح البنك الإقراضية
للتوفير و الإحتياط

سعر الأمان

لحفظات إئتمارية

الإئتمار و الإحتياط

الصورة رقم (03): يوضح للزبون قائمة بالمنتجات المقدمة من طرف البنك من بينها التوفير و الإحتياط

التمويل والإحتياط	التمويل العقاري	التأمينات	التأمينات	التأمينات	التأمينات
-------------------	-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------

مستجدات و أحداث

06-2010-25

جدة ١

أحدث حالة الإحتياطية
مؤسسة

مؤسسة الأمان

مؤسسة الإحتياطية

الإحتياطية

الصورة رقم (06): يوضح قائمة تمويل المقاولين على الموقع .

التمويل والإحتياط	التمويل العقاري	التأمينات	التأمينات	التأمينات	التأمينات
-------------------	-----------------	-----------	-----------	-----------	-----------

مستجدات و أحداث

06-2010-25

جدة ١

أحدث حالة الإحتياطية
مؤسسة

مؤسسة الأمان

مؤسسة الإحتياطية

الإحتياطية

تمويل المؤسسات

مؤسسة الإحتياطية

مؤسسة الإحتياطية
هو تمويل متوسط أو طويل المدى موجه لتمويل مشاريع استثمارية مبدئية أو
/ أو تطوير وسائل الإنتاج (تطويرات) في القطاعات المذكورة أعلاه

تمويل مؤسسات الإحتياطية ، التوسيع و / أو دعم وسائل الإنتاج (تطويرات)
للمؤسسات إنتاج هذه البنية أو المؤسسات (تجار التجزئة) لها حالة بالبناء ،
تمويل مشاريع الاستثمار في قطاعات الطاقة ، الزراعة و البترول كيميائية و
الأنابيب

مؤسسة الإحتياطية

الصورة رقم (07): يوضح شروط تمويل المؤسسات .


 المؤسسة الوطنية للتوفير والإحتياط
 بنك الشراكة

التخطيط والتك
 المنتجات
 الخدمات
 الوثائق
 معلومات أكثر

لديكم أقل من 35 سنة؟ اكتشفوا القرض العقاري "شباب"

التوفير والإحتياط	القرض العقاري	المنتجات البنكية	تمويل المساكن	تمويل المؤسسات	بنك الشراكة	الخدمات المصرفية
-------------------	---------------	------------------	---------------	----------------	-------------	------------------

مستجدات و أحداث

بنك الشراكة يرحب بكم بمرافقنا الجديدة
 نرحب بكم بمرافقنا الجديدة

نرحب بكم بمرافقنا الجديدة

أصبح البنك الإلكتروني
 أكثر سهولة

خدمات النشاطات البنكية

التوفير والإحتياط

القرض العقاري

المنتجات البنكية

تمويل المساكن

تمويل المؤسسات

بنك الشراكة

الخدمات المصرفية

الصورة رقم (10) : يوضح خدمات النشاطات البنكية الالكترونية.

التوفير والإحتياط	القرض العقاري	المنتجات البنكية	تمويل المساكن	تمويل المؤسسات	بنك الشراكة	الخدمات المصرفية
-------------------	---------------	------------------	---------------	----------------	-------------	------------------

مستجدات و أحداث

بنك الشراكة يرحب بكم بمرافقنا الجديدة
 نرحب بكم بمرافقنا الجديدة

نرحب بكم بمرافقنا الجديدة

أصبح البنك الإلكتروني
 أكثر سهولة

خدمات النشاطات البنكية

التوفير والإحتياط

القرض العقاري

المنتجات البنكية

تمويل المساكن

تمويل المؤسسات

بنك الشراكة

الخدمات المصرفية

الصورة رقم (11) : يوضح خدمة الصك المعمم إحدى خدمات النشاطات البنكية .

لديكم أقل من 35 سنة؟ اكتشفوا القرض العقاري "شباب"

التمويل والإحتياط | القروض العقارية | المنتجات البنكية | التمويل للمواطنين | بنك التأمين | التمويل للمؤسسات

مستجدات و أحداث

05-2010-26

جديد

زيد المصطفى الوطني للتوفير والإحتياط - بنك

أحدثوا الحالة الافتراضية
لقرضكم

للمصارف الأخرى

خدمات التوفير والإيداعات

صفحة التوفير

شرح دفتر توفير بنكي أو دفتر توفير شخصي

نسب الفوائد على الادخار

الصورة رقم (12): يوضح خدمات التوفير والإيداعات الموجودة في الموقع.

شروط صفة الموفرة عندما تملكون (دفتر توفير سكن - دفتر توفير شخصي) 30 سنة السن الأقصى 75 سنة

التمويل والإحتياط | القروض العقارية | المنتجات البنكية | التمويل للمواطنين | بنك التأمين | التمويل للمؤسسات

مستجدات و أحداث

05-2010-26

جديد

زيد المصطفى الوطني للتوفير والإحتياط - بنك
من مدة أقل من 35 سنة، أو قرض شخصي، أو قرض بنكي
الذي تم فتحه على الأقل منذ سنة، وأن تكون نسبة الفوائد المضافة على الأقل

أحدثوا الحالة الافتراضية
لقرضكم

للمصارف الأخرى

للمصارف الأخرى

للمصارف الأخرى

صفحة الموفر

خدمات التوفير والإيداعات

الخدمة إلى 2010

لعرفة كيف حدد صفة الموفر عندما تملكون (دفتر توفير سكن - دفتر توفير شخصي)

كيف يمكنكم معرفة إن كنتم تصيرون بصفة الموفر؟
يشير بصفة الموفر كل كمل تدخله بالبرقي الذي لا يقل عن 100 دينار كويتي

أن يكون لديه دفتر توفير سكن (أخص) أو لديه دفتر توفير شخصي (شخصي) و
الذي تم فتحه على الأقل منذ سنة، وأن تكون نسبة الفوائد المضافة على الأقل
(2000 م.ج.)

مزايا صفة الموفر
يمكن للموفرين الذين يملكون الشروط المذكورة أعلاه أن يستفيدوا من مزايا التي
يحددها القانون لدى التعامل مع البنوك الموفرة للتوفير والإحتياط - بنك.

الصورة رقم (13): يوضح للزبون شروط إتمام صفة الموفر إحدى خدمات التوفير والإيداعات من خلال الموقع.

لديكم أقل من 35 سنة؟ اكتشفوا القرض العقاري "شباب"

التوفير والإحتياط | القروض العقارية | التسهيلات | تمويل | تمويل | بنك التأمين | التأمين | التأمين

خدمات القروض العقارية

شراء ملكية عقارية على أساس قيمة ملكية أخرى

الدعم

الادرس المتابعة

تسوية القروض المتعددة

مجلس من طهر عدم المصادرة

مستجدات و أحداث

08-2019-28

أصبح الحالة الإقتصادية

مستجدات و أحداث

أصبح الحالة الإقتصادية

الصورة رقم (14): يوضح خدمة القروض العقارية وأهم مآقده من خدمات .

وفي تصور التالية نستعرض أهم الخدمات الأخرى أو الثانوية التي يقدمها الموقع:

التوفير والإحتياط | القروض العقارية | التسهيلات | تمويل | تمويل | بنك التأمين | التأمين | التأمين

قروض عقارية تسبب فائدة مغرية مدة القرض 30 سنة السن الأقصى 75 سنة

التوفير والإحتياط | القروض العقارية | التسهيلات | تمويل | تمويل | بنك التأمين | التأمين | التأمين

سؤال و جواب

سؤال على سؤال هو بطر تعريب

1- ما هي طرق التمويل العقاري والإحتياط؟

2- ما هي طرق التمويل العقاري؟

3- ما هي طرق التمويل العقاري؟

4- ما هي طرق التمويل العقاري؟

5- ما هي طرق التمويل العقاري؟

6- ما هي طرق التمويل العقاري؟

7- ما هي طرق التمويل العقاري؟

مستجدات و أحداث

أصبح الحالة الإقتصادية

مستجدات و أحداث

أصبح الحالة الإقتصادية

الصورة رقم (15): يوضح مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الزبون في الموقع.



الصورة رقم(16): يوضح حساب الحالة الافتراضية للقروض العقارية للخواص و الشباب.



الصورة رقم(17): يوضح مجموعة من الروابط المفيدة للزبون في الموقع.

مستجدات و أحداث

00-2019-26

أخصيو الحالة الافتراضية
لقرائكم

تقرير الأداء

أحداث إخبارية

00-2019-26

تحميل وثائق

انقر على الصورة لتحميل الوثيقة

قرض شراء مسكن جديد

قرض شراء مسكن قديم

قرض شراء مسكن مع قرض جديد

قرض شراء مسكن مع قرض قديم

قرض شراء مسكن مع قرض جديد

قرض شراء مسكن مع قرض قديم

الصورة رقم (18) : يوضح رابط يسمح للزبون بتحميل وثائق تفيد.

من هنا يمكن لمستخدم الموقع تحميل ان يحمل وثائق تمه في صيغة PDF.

Consultation

Des crédits immobiliers aux particuliers Des taux d'intérêts attractifs Durée : jusqu'à 30 ans Limite d'âge : 75 ans

Equipe et personnel

Crédits immobiliers aux particuliers

Activités bancaires

Financement des particuliers

Financement des entreprises

Remerciements

Adresses résidentielles et étrangères

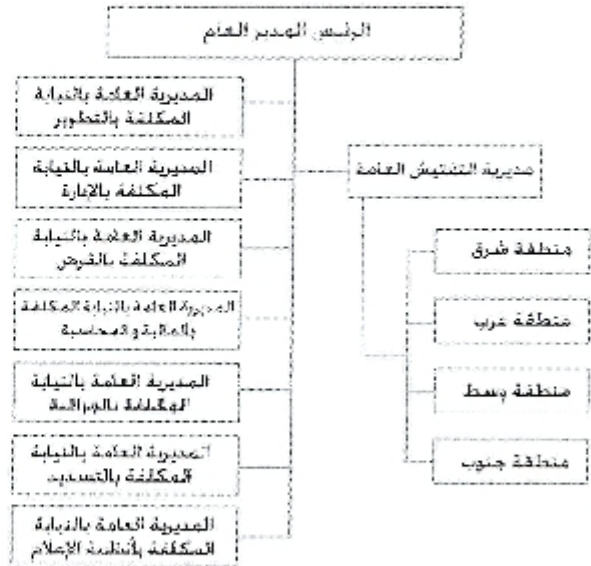
ESPACE CONTACT

NOUVEAU !

Simulez votre Prêt

الصورة رقم (19) : يوضح فيه المكان مخصص للاتصال بإدارة الموقع .

الهيكل التنظيمي للبنك



المديرية العامة بالنيابة

الصورة رقم (20) : يوضح الهيكل التنظيمي للبنك .

يظهر في الصورة الهيكل التنظيمي الرئيسي للصندوق الوطني للتوفير والإحتياط - كتاب - .

المديرية العامة بالنيابة

المديرية العامة بالنيابة المكلفة بالإدارة	المديرية العامة بالنيابة المكلفة بالتطوير
مديرية الإدارة و الوسائل	مديرية التسويق و النشاط التجاري
مديرية الدوائر البشرية	مديرية التوثيق و مراقبة التسيير
مديرية المحافظة على الأثاث	مديرية شبكات الاستغلال
مركز الدراسات البنيوية التطبيقية	مديرية الدراسات
المديرية العامة بالنيابة المكلفة بالمالية و المحاسبة	المديرية العامة بالنيابة المكلفة بالقرض
مديرية التوفر	مديرية تمويل المقاولين
مديرية المحاسبة	مديرية قروض الحياض
مديرية المياه	مديرية النشاط التجاري / قروض
مديرية التطوير	مديرية تمويل المؤسسات
	مديرية التوكية العقارية
المديرية العامة بالنيابة المكلفة بالمرافقة	المديرية العامة بالنيابة المكلفة بالمرافقة
مديرية مرافقة التوفر	مديرية مرافقة التوفر
مديرية مرافقة التجهيزات	مديرية مرافقة التجهيزات
مديرية مراقبة المحاسبة	مديرية مراقبة المحاسبة
مديرية الإلتحاف الداخلي	مديرية الإلتحاف الداخلي
المديرية العامة بالنيابة المكلفة بقطاع الإعلام	المديرية العامة بالنيابة المكلفة بقطاع الإعلام
مديرية الدراسات و تطبيقات الإعلام	مديرية الدراسات و تطبيقات الإعلام
مديرية التنظيم و المتابعة و الجودة	مديرية التنظيم و المتابعة و الجودة
مديرية المكتبات و المراكز للإعلام و الاتصال	مديرية المكتبات و المراكز للإعلام و الاتصال
مديرية الاستغلال و مساعدة المستعملين	مديرية الاستغلال و مساعدة المستعملين
مديرية و سائل الدفع	مديرية و سائل الدفع

الصورة رقم (21) : يوضح مختلف مهام المديرية الموجودة في البنك.

كما نلاحظ في الصورة فالموقع جميع أسماء المديرية العامة بالنيابة عن مديريات اخرى.

لمحة تاريخية

تم تأسيس الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط في 10 أوت 1964 على أساس شبكة صندوق التضامن للولايات و إقدييات الجزائرية و يعمل بدوره في جمع التوفير أول وكالة للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط التتحت أنظارها يوم 1 مارس 1967 بتأسيسه. في حين أن، تم تمويل دفتر الصندوق الوطني للتوفير منذ مدة قبل فتح الوكالة على مستوى شبكة البريد.

1964-1970 جمع التوفير في الدفتر

خلال الفترة ما بين 1964 و 1970 ، كانت تشمل نشاط الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط فقط في جمع التوفير في الدفتر مع سبع فروع إقليمية رئيسية. كانت شبكة الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط تشمل على وكالات حقوقية فقط لأموالهم في 1967 و علم 373 نقاد جمع المتواجدا على مستوى شبكة البريد.

1971-1979 تسريع تمويل السكن

في أبريل 1971، أصدرت لائحة تكلف بها الصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط لتسهيل برامج إيجار سككيات باستعمال موارد الخزانة العمومية. بالتالي توفر الأسر يعرف انطلاقا و تطور هائل. في نهاية 1973، بعد الفترة التي تم فيها بيع أول المسكنات لصالح مالكي دقاتر التوفير في 1979، كان للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط +6 وكالة محلية.

80 هشارية 20: صندوق الوطني للتوفير و الاحتياط في خدمة الترقية العقارية

منذ أخرى خصصت للصندوق الوطني للتوفير و الاحتياط، يتعلق الأمر بالتفويض العقارية الموجهة للأشخاص و ذلك من أجل بناء سككيات و تمويل السكن الترفوي و ذلك حصريا لصالح المتوفقين.

الصورة رقم(22): يوضح لمحة تاريخ عن البنك.

NOS AGENCES

Donnez-moi : 24 agences de la wilaya de :

Code	Agence	Adresse	Téléphones	Adresse (P.A.S.)
102	DIRECTION DU NORD-EST d'Alger Centre	42, rue Kheir Mokhalles - Alger	021 71 80 61	021 74 14 00
101	INDALAMEN V	1 & 3 Boulevard Mohamed V - Alger	021 73 13 28	021 70 13 24
102	VIKRAM	Centre Hassan Boukhalil - Chéraga - Alger	021 69 17 47	021 69 10 23
103	ES SAÏR	40, rue Larbi Ben M'hidi - Alger	021 75 10 35	021 75 11 25
104	ORIENTALE MOUSAO	66, rue Abdouche Noureddine - Alger	021 74 14 01	021 74 13 14
105	BERMUDOS	11, rue Luthi Ben M'hidi - Alger	021 69 14 15	021 49 14 40
106	CHICHI MARRA	60, Avenue d'El-Fenache - El-Fenache - Alger	021 43 00 01	021 43 00 02
107	CHIRIS	25, rue de l'Indépendance - Rouba - Alger	021 26 25 01	021 26 15 25
108	CHIRIS DEB	23, rue de l'Indépendance - Alger	021 25 37 51	021 25 10 00
109	ALGER EL EST	Office Rénové de Rachid Boucra - Constantine - Alger	021 67 00 00	021 67 45 40
110	BOUZAREH	Centre Commercial - Bouzareh - Alger	021 91 17 00	021 91 13 00
111	BALEZOUAN	Centre Commercial - BALEZOUAN - Alger	021 24 14 40	021 24 14 40
112	BALEZOUAN	Centre Commercial - BALEZOUAN - Alger	021 24 14 40	021 24 14 40
113	BOUZAREH	Centre Commercial - Bouzareh - Alger	021 91 17 00	021 91 13 00
114	BOUZAREH	Centre Commercial - Bouzareh - Alger	021 91 17 00	021 91 13 00
115	BOUZAREH	Centre Commercial - Bouzareh - Alger	021 91 17 00	021 91 13 00
116	BOUZAREH	Centre Commercial - Bouzareh - Alger	021 91 17 00	021 91 13 00

NEWS & EVENEMENTS



Le CNA dispose d'un réseau de 24 agences de la wilaya de l'Algérie. Ces agences sont ouvertes tous les jours de 9h à 12h et de 14h à 17h.

Simulez votre Prêt

Sondage

Spots publicitaires

Nous contacter

الصورة رقم(23): يوضح اهم الوكالات التابعة للبنك وارقام الهواتف والعناوين.

