جامعة احمد دراية أدرار

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

قسم علوم التسيير

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي

تخصص: إدارة الأعمال

بعنوان

دور التكنولوجيا الحديثة–الإعلام والاتصال– في تسيير العلاقات مع الزبون

دراسة حالة مؤسسة موبيليس– وكالة بلدية رقان–

إعداد الطالبتين:

من إعداد الطالبتين:

- فنيش ناوية
- حاجي رقية

إشراف الأستاذ:

تحت إشراف:

الدكتور مجاهد سيد أحمد

لجنة المناقشة

بورزاق آسيا .....أستاذة محاضرة ب.....رئيسا

مجاهد سيد أحمد ..... أستاذ محاضر أ..... مقررا ومشرفا

بن الدين محمد .....أستاذ التعليم العالي .....مناقشا

الموسم الجامعي: 2022/2021

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People'sDemocraticRepublic of Algeria

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
جامعة أحمد دراية- أدرار
المكتبة المركزية
مصلحة البحث الببليوغرافي

Ministry of Higher Education and Scientific Research
University Ahmed Draia of Adrar
The central library

شهادة الترخيص بالإيداع

انا الأستاذ(ة): مجاهد سيد أحمد

المشرف على مذكرة الماستر الموسومة بـــ : دور التكنولوجيا الحديثة –الإعلام والاتصال- في تسيير العلاقات مع الزبون – دراسة حالة مؤسسة موبيليس وكالة بلدية رقان

من إنجاز :

الطالب(ة) فنيش ناوية
الطالب(ة) حاجي رقية

كلية :العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

القسم : علوم التسيير

التخصص: إدارة الأعمال

تاريخ تقييم / مناقشة: 2022/06/01

أشهد ان الطلبة قد قاموا بالتعديلات والتصحيحات المطلوبة من طرف لجنة التقييم / المناقشة، وان المطابقة بين النسخة الورقية والإلكترونية استوفت جميع شروطها. وبإمكانهم إيداع النسخ الورقية (02) والاليكترونية (PDF).

امضاء المشرف:

ادرار في : 12 JUIN 2022

مساعد رئيس القسم:

ملاحظة :لاتقبل أي شهادة بدون التوقيع والمصادقة.

بسم الله الرحمن الرحيم

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم وأكرمنا بالتقوى.

أهدي ثمرة جهدي إلى:

والديا الكريمين أطال الله في عمرهما.

إخواني وأخواتي كل واحد باسمه.

زوجي العزيز حفظه الله.

ابنتي قرة عيني سجود.

زميلتي في هذا العمل المتواضع.

إلى كل الأصدقاء والصديقات.

ناوية

شكر وعرفان

نشكر الله سبحانه تعالى على توفيقه لاتمام هذا العمل المتواضع.

وانطلاقا من قول رسول الله صلى الله عليه وسلم: " ومن صنع إليكم معروفا فكافئوه، فإن لم تجدوا ما تكفئوه به، فدعوا له حتى تروا أنكم كافأتموه." وعليه:

نتوجه بجزيل الشكر و الامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد لإتمام هذا العمل من خلال تذليل كل ما واجهناه من صعوبات ونخص بالذكر الأستاذ المشرف: مجاهد سيد أحمد الذي لم يبخل علينا بتوجيهاته ونصائحه التي كانت عونا لنا في إتمام هذا البحث.

كما لا يفوتنا أن نشكرموظفين وكالة موبيليس ببلدية رقان لدعمهم لنا بالمعلومات التي تخص موضع دراستنا.

فنيش ناوية

حاجي رقية

الملخص:

هدفت هذه الدراسة الى معرفة دور التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال في تسيير العلاقات مع الزبون، و تبيان خصائصها والآثار المترتبة عنها، وذلك من خلال تقديم المؤسسة لخدمات ذات الجودة لتلبية حاجيات ورغبات الزبون، و لتحقيق أهداف هذه الدراسة تم إعداد استبيان موجه لزبائن مؤسسة موبيليس وكالة رقان، حيث تم اعتماد 100 استبيان من أصل 120 تم توزيعها، بالإضافة إلى إجراء مقابلات شخصية مع بعض مسؤولي الوكالة.

واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي و الذي يتضمن استخدام الأسلوب الميداني في جمع البيانات بواسطة الاستبيان، وتحليلها إحصائيا بواسطة برنامج الخدمة الإحصائية spss لاختبار صحة فرضيات الدراسة .

حيث خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها انه لتكنولوجيا الاعلام و الاتصال دور فعال في تسيير العلاقة مع الزبون بالإضافة إلى أن مؤسسة موبيليس للاتصالات تسعى إلى تبني إدارة العلاقة مع الزبون في عملياتها وذلك بالاهتمام بجميع أبعادها و باستغلالها كل الموارد التكنولوجية والإمكانيات المتاحة من اجل تحقيق رضا وولاء زبائنها والاحتفاظ بهم أطول مدة ممكنة ،كما انه توجد علاقة ذات دلالة إحصائية لكل من جودة الخدمات ورضا الزبائن على مؤسسة موبيليس.

الكلمات المفتاحية: التكنولوجيا الحديثة، إدارة العلاقة مع الزبائن، الولاء، الرضا.

Résumé

Cette étude visait à connaitre le role des médias modernes et des technologies de la communication dans la gestion des relations avec le client, et à montrer ses caractéristiques et ses effets conséquence, gràce à la fourniture par i'institution de srvices de qualité pour répondre aux besoins et aux désirs du client, et pour atteindreles objectifs de cette étude, un questionnaire a été préparé pour les clients de Mobilis corporation et reggane Agency, ou 100 questionnaires ont été approuvés sur de 120 distribués, en plus de mener des entretiens personnels avec certains officiels de l'agence. L'étude s'est appuyée sur l'approche analytique descriptive, qui comprend l'utilisation de la méthode de terrain dans la collecte de données au moyen d'un questionnaire, et leur analyse statistique par le programme de service statistique spss pour tester la validité hypothéses de l'étude.

Là ou l'étude s'est conclue à un ensemble de résultats, dont le plus important que les technologies de l'information et de la communication jouent un role efficace dans la gestion de la relation avec le client, outre le fait que Mobilis communications corporation cherche à adopter une gestion dimensions et la relation avec le client dans ses opération enprétant attention à toutes ses en exploitant toites les ressources et capacités technologiques disponibles afin d'atteindre la satisfaction et la fidélité de ses clients et de les conserver le plus longtemps possible.ll existe également une relation statistiquement significative pour à la fois la qualité clients sur Mobilis corporation.

Les clients mots clés: technologie moderne, gestion de la relation,
fidélisation satisfaction.

الفهارس

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات..... I

قائمة الجداول III

قائمة الأشكال..... III

قائمة الملاحق..... III

قائمة المختصرات والرموز .....**خطأ! الإشارة المرجعية غير معرّفة.**

مقدمة:..... أ

لفصل الأول :الأدبيات النظرية للتكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال

تمهيد: 6

المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا الحديثة – الاعلام والاتصال–..... 7

المطلبالاول: مفهوم التكنولوجيا الحديثة – الاعلام والاتصال–وخصائصها 7

أولا: مفهوم التكنولوجيا الحديثة–الاعلام والاتصال–..... 7

ثانيا: خصائص التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال.....11

المطلبالثاني: أشكال التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال 12

المطلبالثالث: الآثارالمترتبة على استخدامات التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال 13

المبحثالثاني: الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة.....16

المطلبالأول: الدراسات العربية.....16

المطلبالثاني: الدراسات الأجنبية.....17

المطلبالثالث: المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة.....18

I.الدراسات العربية:.....18

II.الدراسات الأجنبية:.....20

خلاصة الفصل الأول:.....21

الفصل الأول :الدراسة التطبيقية

تمهيد: 23

المبحثالأول: تقديم مؤسسة موبيليس 24

المطلبالأول: لمحة عن مؤسسة موبيليس.....24

المطلبالثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس.....25

المصدر : جريدة موبيليس،العدد1،سنة 2006 ،الجزائر،ص 7 25

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج لمؤسسة موبيليس–وكالة بلدية رقان–.....29

المطلب الأول: الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية.....29

الفرع الثاني: الأدوات الإحصائية.....32

2: تحليل وعرض النتائج ومناقشتها 33

المحورالثاني: ما هو دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسيير العلاقة مع الزبون؟ 38

البحث عن عبارات محور قياس دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تسيير العلاقة مع الزبون.....38

خلاصة الفصل الثاني: 42

الخاتمة:.....44

قائمةالمصادروالمراجع 48

قائمة الجداول

الجدولرقم 1: الخصائص العامة لعينة الدراسة.....29
الجدولرقم 2: مقياس ليكرت الخماسي وفق درجات المقياس.....32
الجدولرقم 3: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفراد.....33
الجدولرقم 4: المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية والأهمية النسبية لإجابات أفرادعينة 38

قائمة الأشكال

الشكلرقم 1 : بيئة الاتصال 10
الشكلرقم 2: الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس: 25

قائمة الملاحق

المقدمة

مقدمة:

يشهد العالم عديد المتغيرات والمستجدات في ظل ما يعرف بالعولمة والانتقال التكنولوجي والرقمي، هذا الواقع الذي فرض على العالم عديد التحديات والرهانات، لتكون من أهم هذه الرهانات تكنولوجيا الاعلام والاتصال، فالعالم في هذا الزمان يعبر نقطة تحول تاريخية نحو الاستفادة القصوى من تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات التي ظهرت معالمها في القرن العشرين، فمن حيث الوسائل ظهرت وسائل تكنولوجية جديدة للإعلام والاتصال وتخزين المعلومات ثم استرجاعها، لعل أهمها على الإطلاق شبكة الإنترنت والحاسوب، يليها الأقراص المضغوطة والبريد الإلكتروني والهاتف الخلوي وغيرها من المبتكرات، ظهرت ملامح التفاعلات بين وسائل الإعلام والاتصال المعاصرة والمجتمع بظهور التجارة الإلكترونية، العمل عن بعد، التعلم السريع وغيرها.

بسبب هذه الطفرة التكنولوجية الهائلة الناجمة عن ضخامة الأعمال الفكرية و الإبداعية المتوصل إليها، قد مس هذا التطور العلمي الهائل كافة مناحي الحياة و على وجه الخصوص الجانب الاقتصادي حيث تحول الاقتصاد العالمي من الاقتصاد الصناعي القائم على رأس المال المادي إلى الاقتصاد المعلوماتي أو المعرفي.

تحتل تكنولوجيا الاعلام والاتصال اليوم موقع الصدارة من حيث الدور الاستراتيجي الذي تلعبه في عدد متنام في الصناعات والقطاعات الاقتصادية المختلفة، إذ وصفها الباحثون ضمن سياق التحديات الإستراتيجية الهامة في بناء المنظمة وأدائها عالميا، فالتطور التقني والتكنولوجي مكن المؤسسات من تجسيد فكرة الإنتاج الأسرع، مما ساهم بشكل كبير في زيادة حجم الإنتاج، اتساع الأسواق واشتداد حدة المنافسة، كما أن هذا التطور عزز حاجات السوق الظاهرة أو المستترة. إضافةً إلى معالجة كم هائل من البيانات وتزويد الإدارات العليا بتقارير سريعة ودقيقة لإنجاز أعمالها وتقديم الاستشارات اللازمة لها لاتخاذ القرارات بشكل صائب.

يجب على مؤسسات الأعمال التي تسعى إلى تحسين أدائها أن تحتضن هذا التغير التكنولوجي بنشاط كبير لتحقيق الفرص التي تتضمن في هذه النوعية الاقتصادية وحتى يمكنها البقاء والتعايش لمواجهة المنافسة الحادة، عليها الالتزام بتشكيل بنيات أساسية مناسبة للأسواق والأعمال وتشجيع التحول في العقلية التي تتجه نحو استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال .

نظرا للأهمية البالغة والدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تحسين العلاقات مع الزبون بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية، تظهر معالم دراستنا بطرح الإشكالية الرئيسية التالية:

الإشكالية الرئيسية:

ما هو دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في تسيير العلاقات مع الزبون؟

تقودنا هذه الإشكالية إلى جملة من الأسئلة الفرعية التالية:

التساؤلات الفرعية:

- ما لمقصود بتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة؟
- مما تتكون التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال؟
- هل ينتج عن استخدام التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال الحديثة تأثيرات جانبية؟
- ما إسهامات استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة بمؤسسة موبيليس؟

للإجابة على الإشكالية الرئيسة والتساؤلات الفرعية تم صياغة الفرضيات التالية:

فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الرئيسية:**

- العمل على تطبيق تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة يساهم في بقاء واستمرارية المؤسسة وتحقيق الرفاهية للمجتمع.

- **الفرضيات الفرعية:**

- تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة هي وسيلة إلكترونية لإنشاء وتخزين ومعالجة استلام وإرسال المعلومات من مكان إلى آخر.
- تتكون التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال من مجموعة الأجهزة والبرامج والبيانات المستعملة وصولا للأنترنت.
- يترتب على استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال تأثيرات على كل من وسائل الاتصال و الجمهور وكذا المجتمع.
- من بين الاسهامات التي تقدمها تكنولوجيا الاعلام والاتصال تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة.

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في:

- تتناول الدراسة واحدة من المؤسسات ذات الأهمية في الوسط الاجتماعي.
- تسمح بإبراز الاثر من استخدام التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في المؤسسات وتشجيع باحثين آخرين لدراسة الموضوع في أكثر من مجال.
- التدرب على القيام بالبحوث الميدانية.

- إثراء المكتبة الجامعية كون الموضوع ذو أهمية بالغة.

أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة بالدرجة الأولى إلى إبراز دور التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال في استدراج الزبون واكتسابه لصالح المؤسسة، بالإضافة إلى تحقيق جملة من الأهداف يمكن حصرها فيمايلي:

دوافع اختيار الموضوع:

الأسباب الرئيسية التي دفعتنا إلى انجاز هذا البحث العلمي هي كما يلي:

- الرغبة الشخصية للبحث في الموضوع لارتباطه بالتخصص.
- الأهمية المكتسبة لتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة في حقل الدراسات الاقتصادية.
- حداثة الموضوع نظرا لظهور وسائل وتقنيات جديدة في مجال الاتصال وتكنولوجيا المعلومات ودخولها كمبتكر جديد ومدخل مهم من مدخلات المؤسسة الحديثة.
- التعمق في دراسة الدور الاستراتيجي الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مختلف القطاعات الاقتصادية.

حدود الدراسة:

بهدف معالجة الإشكالية محل الدراسة وتحقيق أهدافها تم وضع محددات وأبعاد تتمثل في:

- **البعد العلمي:** اقتصرت الدراسة على إبراز دور التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية.
- **البعد المكاني:** اقتصرت الدراسة على مؤسسة موبيليس- وكالة بلدية رقان-
- **البعد الزماني: 11/02/2022 الى15/04/2022**

صعوبات الدراسات:

لا يخلو أي بحث علمي من الصعوبات و المعوقات التي تواجهه، وبصدد إعداد هذه الدراسة قابلتنا بعض الصعوبات نذكر منها:

- قلة البيانات الاحصائية.
- صعوبة ايجاد المراجع باللغة الأجنبية.

تقسيم الدراسة:ولمعالجة هذه الدراسة المعنونة ب «دور التكنولوجيا الحديثة -الإعلام والاتصال-في تسيير العلاقات مع الزبون، دراسة ميدانية بمؤسسة موبيليس -وكالة بلدية رقان -"، قمنا بتقسيم العمل من خلال خطة منهجية تتكون من فصلين، فصل يتعلق بالجانب النظري، وفصل في الجانب الميداني.

الفصل الأول:المعنون بالأدبيات النظرية لمتغيرات الدراسة، حيث تطرقنا فيه إلى ماهية التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال وذلك بإبراز المفاهيم والخصائص والمكونات وكذا أثر الاستخدام لهاته التكنولوجيا، بالإضافة إلى الدراسات السابقة التي عالجت موضوع الدراسة بلغتيها العربية والأجنبية والمقاربة بينها وبين الدراسة الحالية.

أما الفصل الثاني: خصص للجانب التطبيقي فقد جاء تحت عنوان " الدراسة الميدانية لإسهامات التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال في تسيير العلاقات مع الزبائن على مستوى مؤسسة موبيليس –وكالة بلدية رقان– ". حيث تطرقنا فيه إلى التقديم بالمؤسسة وعرض وتحليل لنتائج الاستبيان.

المنهج المتبع للدراسة:

قصد الإلمام بمختلف جوانب الموضوع والإجابة على الإشكالية المطروحة واختبار صحة الفرضيات، وتماشيا مع المناهج المعتمدة في الدراسات الاقتصادية تم الاعتماد على المنهج الوصفي في الفصل الأول بحجة التطرق للأدبيات الخاصة بموضوع، أما في الفصل التطبيقي استخدمنا فيه المنهج التحليلي بغية إبراز دور التكنولوجيا الحديثة –الاعلام والاتصال– في تسيير العلاقات مع الزبون داخل المؤسسة وعلى وجه الخصوص مؤسسة الهاتف النقال، والوصول الى النتائج المرجوة.

الفصل الأول

الأدبيات النظرية للتكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال

تمهيد:

أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بمختلف أنواعها تحتل دورا حيويا في ظل المتغيرات العالمية الجديدة التي خلفتها الثورة التكنولوجية في مختلف المنظمات لمساهمتها في تحقيق الأداء المتميز وتعزيز ديمومة مراكزها التنافسية، مما يؤكد ضرورة مواكبة التغيرات التكنولوجية السريعة من خلال تطبيق نظم وتقنيات ملائمة تساهم في تعظيم مواردها، إذ أدى استعمال هذه التكنولوجيات إلى إدخال هذه المؤسسات في حركية تكنولوجية جديدة دعمت انفتاحها على المحيط الخارجي وعززت من تواصلها الداخلي نظرا لأهميتها في تخزين، تنظيم، وعرض وإرسال واسترجاع المعلومات بالكفاءة والسرعة والدقة المطلوبة وفي الوقت المناسب.

فمن خلال هذا الفصل سنتناول الأدبيات النظرية للتكنولوجيا الحديثة –الاعلام والاتصال–من خلال التطرق إلى أهم المفاهيم المتعلقة بها بالإضافة إلى أشكال هاته التكنولوجيا و كذا إلى مكوناتها والأثر الناتج من استخدامها كما بعض الدراسات السابقة بالموضوع.

المبحث الأول: ماهية التكنولوجيا الحديثة – الاعلام والاتصال-

المطلب الأول: مفهوم التكنولوجيا الحديثة – الاعلام والاتصال-وخصائصها

أولا: مفهوم التكنولوجيا الحديثة-الاعلام والاتصال-

التكنولوجيات الحديثة تعتبر أحد أهم أسس التطور التقني الحديث، وهي ترتكز على لغة الآلة، لأن مصطلح " الرقمي" يقصد به استعمالات الأرقام، التي تستعمل في تشفير البرمجيات والتطبيقات المختلفة. وتتم بها معالجة المعلومات لتصبح معلومات رقمية يمكن تناقلها، وهو ما سمح ببروز تكنولوجيا الاعلام والاتصال، والتي جاءت نتيجة لاشتراك بين الاعلام الآلي من جهة، وبين الاتصالات من جهة أخرى.[1]

فقبل التطرق لمفهوم التكنولوجيا الحديثة -الاعلام والاتصال -لابد من التطرق للمصطلحات المتشكلة منها هذه العبارة كما يلي:

- **التكنولوجيا:**

- كلمة تكنولوجيا (Technologie) هي كلمة يونانية تتكون من شقين الأول(Techno) ويعني فن الصناعة أو التشغيل، والثاني(logy) ويعني علم أو منهج بمعنى كلمة تكنولوجي في معناها اللغوي تعني " العلم التطبيقي للنواحي الصناعية".[2]

- التكنولوجيا كلمة عامة تعني الطرق والوسائل العلمية التي يمكن بواسطتها تحقيق تقدم معين في مجال محدد من مجالات الصناعة أو الإنتاج أو الصحة العامة أو العلم.[3]

- يقصد بالتكنولوجيا الأدوات التي يستعملها الإنسان لمساعدته على قضاء حوائجه اليومية، مما يجعلها هي أساس التغيرات التي تحدث داخل المجتمع.[4]

- عرفت التكنولوجيا كذلك بأنها العلم الذي يعنى بعملية التطبيق المنهجي للبحوث والنظريات وتوظيف عناصر بشرية وغير بشرية في مجال معين، لمعالجة مشكلاته، وتصميم الحلول العلمية المناسبة لها، وتطويرها واستخدامها وإدارتها وتقويمها لتحقيق أهداف محددة.[5]

1نعيمة مرجاوي،**التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال أداة لدعم التعليم**، مجلة السياسة العالمية، جامعة محمد بوقرة بومرداس- الجزائر، المجلد 5، العدد 2، 2021،ص 365.

2 أشرف السعيد أحمد،**تكنولوجيا المعلومات وإدارة الأزمات**، د/ط، خاص- أشرف السعيد أحمد، د/ب، 2013، ص 48.

3الياس سي ناصر،**دور التكنولوجيات الحديثة للاتصالات في تحقيق في تحقيق التنمية البشرية المستدامة**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة1- الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2020، ص 1637.

4نعيمة مرجاوي ، مرجع سبق ذكره ، ص 366.

5دريس سفيان، **دور التكنولوجيا الحديثة في ضياع اللغة العربية بين الشباب العربي**، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، جامعة أبو القاسم سعد الله الجزائر2، المجلد7، العدد2، 2016، ص341.

من خلال التعاريف السابقة نرى بأن التكنولوجيا هي الاستخدام الأمثل للمعرفة العلمية وتطبيقاتها وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيته.

- **الاعلام:**

ليس هناك تعريف محدد لمفهوم الاعلام بسبب اتساع مفهومه وتداخله في الكثير من مجالات النشاط الإنساني، ولهذا يصعب تحديد لفظة " الاعلام" لتباين مذاهب الباحثين فيه.

لذلك معنى الاعلام اللغوي يقرب تعريفه الاصطلاحي فقد تنوعت تعاريفه وتعددت نذكر منها:

– الاعلام هو جعل المعلومات التي نريد إرسالها معروفة ومفهومة لدى المرسل إليه، ولا يعتبر إعلاما كل رسالة لا يفهم المستقبل معناها، ولا يشارك المرسل في فهم رموزها.[1]

– الاعلام هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة، والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات.[2]

– يعرف الاعلام أيضا بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه.[3]

– الاعلام هو عملية نشر وتقديم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة، وموضوعات دقيقة ووقائع محددة وأفكار منطقية، وآراء راجحة للجماهير مع ذكر مصادرها خدمة للصالح العام.[4]

– الاعلام هو اتصال بين طرفين بقصد إيصال معنى، أو قضية أو فكرة للعلم بتا، واتخاذ موقف اتجاهها.[5]

يمكن تعريف الاعلام من منظورنا الشخصي بأنه عملية تزويد الناس بمصادر العلم والفكر والمعرفة ونشر أكبر قدر ممكن من المعلومات بين الناس، من خلال وسائل متنوعة.

- **الاتصال:**

حظي مصطلح الاتصال بنصيب كبير من التعاريف التي زادت من إثراء معناه وتعدد استعمالاته حسب مختلف المجالات من بين هذه التعاريف ما يلي:

– عرف معجم المصطلحات الإعلامية الاتصال(communication) بأنه مشتقة من أصلها اللاتيني

1محمد عبد الملك المتوكل، **مدخل إلى الاعلام والرأي العام**، ط2،كلية التجارة والاقتصاد، صنعاء، 2005، ص 14.

2محمد عبد المطلب البكاء،**الإعلام واللغة**،د/ط، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، سورية–دمشق، 2010، ص 11.

3محمود خضر: **الاعلام والمعلومات والانترنت**، ط1، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015، ص12.

4أنعام حسن أيوب وآخرون: **العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2016، ص150.

5لؤي خليل: **الاعلام الصحفي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2014، ص5.

– (communis) أي (common) ومعناها مشترك، أي إننا نحاول أن نشترك معا في معلومات أو أفكار أو مواقف محددة.[1]

– يعرف الاتصال في معجم مصطلحات العلاقات العامة بأنه كلمة مشتقة من أصل لاتيني ومعناه عام أو شائع أو مألوف.[2]

– عرف قاموس المصطلحات الإعلامية فكلمة اتصال في المفرد وكصفة تستخدم للإشارة إلى عملية الاتصال التي يتم عن طريقها نقل معنى، أما الاتصال في صيغة الجمع تشير إلى الوسائل نفسها، أو مؤسسات الاتصال.[3]

– الاتصال هو عملية تفاعل بين طرفين خلال رسالة أو فكرة أو خبرة عبر قنوات اتصالية تتناسب مع مضمون الرسالة.[4]

– الاتصال هو نقل المعرفة أو المعلومات وفهمها بواسطة استخدام الرموز أو العلامات الشائعة.[5]

– الاتصال يعني تبادل الأفكار والمعلومات التي تتضمن الكلمات والصور والرسوم والرموز المختلفة.[6]

– إن عملية الاتصال تعني نقل معلومات أو بيانات أو حقائق أو أفكار أو آراء أو استفسارات أو شكاوى أو رغبات أو مواقف أو اتجاهات أو وجهات نظر أو أوامر أو تعليمات من شخص (مصدر الرسالة) إلى شخص آخر (مستقبلا لرسالة) أو مجموعة أشخاص باستخدام وسلة معينة للاتصال.[7]

– ويعرف الاتصال في المجال الإداري أو في التنظيمات عموما، بأنه تلك العملية التي تهدف إلى تدفق البيانات والمعلومات اللازمة لاستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها في مختلف الاتجاهات داخل الهيكل التنظيمي وخارجه بحيث تتيسر عملية التواصل المطلوب بين مختلف المتعاملين.[8]

---

1 محمد جمال الفار: **معجم المصطلحات الإعلامية**، د/ط، دار أسامةللنشر والتوزيع، الأردن–عمان، 2014، ص 7.

2بسام عبد الرحمن المشاقبة: **معجم مصطلحات العلاقات العامة**، ط1، دار أسامة للنشروالتوزيع، الأردن–عمان، 2014، ص 10.

3سوالمية حليمة: **دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل المهام الإدارية**، رسالة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي، 2014–2015، ص 30.

4خضرة عمر المفلح: **الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015، ص 15.

5سناء محمد سليمان: **سيكولوجية الاتصال الإنساني ومهاراته**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2014، ص 25.

6ماهر عودة الشمايلة وآخرون: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2015، ص65.

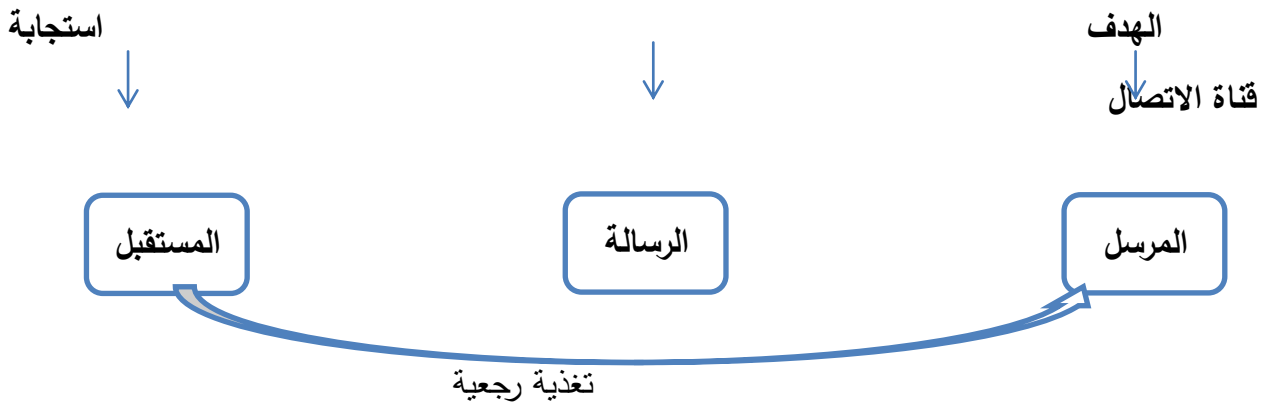
7محمد بن دليم القحطاني: **إدارة الموارد البشرية (نحو منهج استراتيجي متكامل)**، ط4، العبيكان للنشر، المملكة العربية السعودية– الرياض، 2015، ص 230.

8 فضيل دليو: **تاريخ وسائل الاعلام والاتصال**، ط4، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة–الجزائر، 2013، ص17.

نخلص بأن عملية الاتصال هي الجهاز العصبي لأي مؤسسة لأنه الوسيلة الوحيدة التي يمكن من خلالها نقل المعلومات والآراء والقرارات التي تؤدي إلى التأثير على العاملين وتعديل اتجاهاتهم والتأثير على دوافعهم وقيمهم ومعتقداتهم فلا يمكن أن يتم ذلك كله من غير استخدام وسيلة الاتصال .

من خلال ما سبق يمكننا تمثيل بيئة الاتصال على نحو الشكل التالي:

الشكل رقم 1: بيئة الاتصال



المصدر: سناء محمد سليمان: **سيكولوجية الاتصال الإنساني ومهاراته**، ط1،عالم الكتب، القاهرة، 2014، ص 49.

- **تكنولوجيا الاتصال والمعلومات**: هي مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الاتصالات، البيانات، والأفراد التي تستخدمها المنظمة في استقبال البيانات والمعلومات وخزنها ومعالجتها واسترجاعها باستخدام برمجيات متعددة الوسائط (السمعية، البصرية، النصية).[1]

بالأخير نتطرق لمفهوم التكنولوجيا الحديثة –الاعلام والاتصال بأنها جميع أنواع التكنولوجيا المستخدمة في تشغيل ونقل وتخزين المعلومات في شكل الكتروني وتشمل تكنولوجيات الحاسبات الآلية ووسائل الاتصال وشبكات الربط وأجهزة الفاكس وغيرها من المعدات التي تستخدم بشدة في الاتصالات.

من خلال مرورنا بعدة مفاهيم نستنتج بأن التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال هي واحدة من المفاهيم المتطورة والتي تخضع للتغيير المستمر نتيجة للتطور المستمر الذي تخضع له التكنولوجيا في كافة المجالات.

[1] عبد الله حسن مسلم: **إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات**، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015، ص 126.

ثانيا: خصائص التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال

من أبرز الخصائص التي تميز التكنولوجيا الحديثة–الاعلام والاتصال – نذكر ما يلي:

أ– **التفاعلية Interactivité**:حيث يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار، ويطلق على المرسلين لفظ المشاركين بدلاً من المصادر، وتكون ممارسة الاتصال مع المتلقي ثنائية الاتجاه وتبادلية.[1]

ب– **اللامركزية Decentralization**: بمعناستقلالية هذه التكنولوجيات، فالأنترنت تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الأنترنت على مستوى العالم كله.[2]

ت– **اللاتزامنية Asynchronization**:إن عمل وسائل الاتصال الحديثة بتكنولوجياتها المتقدمة والتي مكنتها من العمل الدائم والمستمر على مدار 24 سا يوميا تجاوز بها محدودية الوقت في استقبال الرسائل والاتصال من طرف الجمهور إلى إمكانية إرسال واستقبال الرسالة في الوقت الذي يناسب المرسل والمستقبل على حد سواء.[3]

ث– **الحركية والمرونة Mobility**:تتميز كثير من الوسائل الاتصالية الجديدة بقابلية الحركة اذ يمكن لمستخدمها نقلها معه بمرونة كبيرة لما يتيح إمكانية الاستفادة منها بنسب عالية، كالآيباد، الهواتف النقالة المزودة بمختلف الخدمات...الخ.[4]

ج– **اللاجماهرية Demessification** : لم تعد وسائل الاتصال تعتمد على مخاطبة الجماهير فحسب في رسالة عامة ومنظمة، بل أضحت من إمكاناتها توجيه رسائلها ومضامينها إلى الفرد بعينه تستهدفه برسائلها أو إلى جماعة أو فئة معينة تبعا لاهتماماتها وحاجاتها الخاصة، فخرجت بذلك من نطاق العمومية إلى خصوصية الرسالة تبعا لحاجة مستقبلها.[5]

---

1 محمد خليل الرفاعي: **دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيلقيم الأسرة العربية**، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 1 و2،2011، ص 712.

2بوخاري فاطنة / سعيداني محمد: **المرجع السابق**، ص 213.

3 عبد الرحمان سوالمية: **استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي**، مجلة العلوم الإنسانيةوالاجتماعية، العدد21، اسم المؤسسة التابعة لها ، 2015، ص 189.

4مصطفى عوفي وآخرون: **الهوية الوطنية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة**، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، د/م، العدد 04، 2012، ص 30.

[5]إيمان محداب/ حسنى شرانة: **أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على فعالية الأداء داخل المؤسسة الخدماتية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل،2016–2017، ص 40.

ح- **التوصيل Connevtivity:** وتعني إمكانية توصيل الأجهزة الاتصالية بتنويعة كبرى من أجهزة أخرى، بغض النظر عن الشركة الصانعة لها أوالبلد الذي تم فيه الصنع.[1]

خ- **الفورية: ألغت** تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحواجز الزمنية كما ألغت الحواجز المكانية، إذ يتم الاتصال بشكل فوري بغض النظر عن مكان المرسل أو المستقبل بحيث لا تلاحظ عند اتصالك بحاسوب في الصينأنك استغرقت وقتا أطول مما لو كان الاتصال بحاسوب في مدينتك وكذلك الحال مع هاتف النقال.[2]

المطلب الثاني: أشكال التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال

بفضل تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال وانتشارها بشكل واسع جعلها تمس جميع مجالات الحياة بما فيها المؤسسات على اختلاف أنوعها ونشاطاتها، الأمر الذي جعلها تستخدم هذه التكنولوجيات التي تتمثل أساسا فيما يلي:

أ- **المكونات المادية Hard wear: وتشمل** المعدات المستخدمة لإدخال المعلومات وخزنها ونقلها وتداولها واسترجاعها واستقبالها وبثها للمستفيدين كما أنها تتضمن الحاسبة، وما ارتبط بها من الأجهزة الملحقة التي تضم وحدة المعالجة المركزية، اللوحة الأساسية والشاشة وغيرها. وبذلك فإن الأجهزة تتكون من الحواسيب بأنواعها ومكوناتها الفرعية.[3]

ب- **البرمجيات Soft wear:** هي سلسلة من الأوامر التي يتم تنفيذها من قبل جهاز الكومبيوتر، بهدف انجاز مهمة معينة، فهي بذلك تعتبر مكمل لجهاز الكومبيوتر، تتمثل في برامج النظام وكذا مختلف البرامج التشغيلية بالإضافة الى برامج المعالجة والتطبيق الذي يختلف باختلاف الهدف المنشود ويتم تخزينها كمجموعة من الملفات في الذاكرة.[4]

1بلعياضي أسامة: **دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ترقية الإدارة العمومية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015-2016، ص 44.

2بونابي مصطفى/ عادل زكرياء: **استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي، الجزائر ،2020، ص 93.

3بوخاري فاطنة / سعيداني محمد: **التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ودورها في البنوك**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد 01، 2020، ص 213.

4بن عبد الحفيظ لطيفة/ حميداتني ندى: **مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير العملية التعليمية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020-2021، ص 46.

ت- **الشبكات Networks:** حتى يتمكن الكمبيوتر من الاتصال لابد من توافر قنوات اتصالية لنقل البيانات، كما يجب أن تتواجد مجموعة من الأساليب والقواعد والأدوات التي تعمل على تحويل البيانات من الشكل الرقمي للحاسوب إلى الشكل التناظري لقناة الاتصال والعكس، هذه القنوات الاتصالية تعرف بالشبكات، والشبكة أساسا هي «الرابط بين البيانات الطرفية" terminals" "للحاسبات بهدف نقل وتبادل المعلومات بين الحاسب الآلي والنهايات الطرفية المتصلة به، في إطار النقل على الخط المباشر Online للبيانات.[1]

ث- **البريد الالكتروني E-mail:**لقد أصبح البريد الالكتروني من أكثر وسائل الاتصال استخداما في يومنا الحاضر، سواء على مستوى الأفراد أو المنظمات، ويعتمد استخدام البريد الالكتروني على وجود أجهزة حواسي بشخصية مربوطة مع بعضها من خلال نظام شبكات معين وبرنامج معين.[2]

كما انتشر استخدام البريد الالكتروني بسبب قلة تكلفته إضافة إلى أنه بالإمكان إرسال كل أنواع الرسائل المقروءة والمسموعة والمرئية، وكذلك يمتاز بسرعته العالية حيث يقلل الوقت الذي يحتاجه الفرد في الطباعة وتوزيع الرسائل وتبادل البيانات فمن خلاله يمكن إرسال عشرات الرسائل إلى عناوين مختلفة بعملية واحدة[3].

ج- .**الهاتف النقال Mobile phone:**عبارة عن جهاز اتصال صغير الحجم مربوط بشبكة الاتصالات اللاسلكية والرقمية، تسمح ببث واستقبال الرسائل الصوتية والنصية والصور عن بعد وبسرعة فائقة، ونظرا لطبيعة مكوناته الإلكترونية واستقلاليته العلمية (عدم ارتباطه المادي المباشر) فقد يوصف ب"الخلوي" أو "النقال" أو " الجوال".[4]

المطلب الثالث: الآثار المترتبة على استخدامات التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال .

جاءت الثورة التكنولوجية في ميدان الاعلام والاتصال بفائدة على الإنسان بتسهيل الكثير من الصعاب وجعل العالم بين يديه وهو جالس في بيته، إلا أنها فرضت عليه تغيير جملة من سلوكياته وأفكاره ومعارفه، فنتج عن ذلك تأثيرات عديدة نوجزها فيما يلي:

---

[1] محمد محمد الهادي:**تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات**، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001، ص 130.

[2] صباح حميد علي/غازي فرحان أبو زيتون: **الاتصالات الادارية- أسس ومفاهيم ومراسلات**، د/ط، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص141.

[3] مزهر شعباني العاني/شوقي ناجي جواد: **العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات**،د/ط، دار إثراء للنشر والتوزيع،الشارقة، 2008، ص 215.

[4]فضيل دليو: **الاتصال مفاهيمه – نظرياته – وسائله**، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003، ص 170.

1- التأثيرات على وسائل الاعلام والاتصال:لقد تأثرت وسائل الاعلام والاتصال بالتكنولوجيا الحديثة، وتركت بصمات ظاهرة للعيان، منها ما هو ايجابي وآخر سلبي نذكر أهمها[1]:

أ- التأثيرات السلبية:

- انعدام الخصوصية والسرية نتيجة لصغر الأجهزة سواء فيما يتعلق بالتصوير أو التسجيل دون علم الأشخاص المعنيين وبطريقة قد تكون غير مباشرة.
- زيادة التبعية الثقافية لازدياد البرامج المستوردة، وتباين الخبرات فيما يسمى بالصحافة الالكترونية.
- تنميط العالم على نحو نمط المجتمعات الغربية وبالذات المجتمع الأمريكي وذلك بترويج الأيديولوجيات الفكرية الغربية وفرضها في الواقع من خلال الضغوط الاعلامية والسياسية.

ب- التأثيرات الايجابية:

- ازدياد كفاءة محطات الإرسال، تطور أجهزة التصوير، التي قل حجمها وخف وزنها مما سهل استخدامها.
- أصبحت المطابع أكثر سرعة وكفاءة.
- استحداث وسائل اتصال جديدة أسرع في ايصال الخبر وكذلك الحصول عليه (الانترنت- البريد الالكتروني).
- منح العاملين حرية أكبر في مجال الاعلام لنشر المعلومات التي يمتلكونها.
- أعطى ظهور الحاسب الآلي للإعلام قوة وآفاقا جديدة، مرورا بالتحرير وانتهاء بالتوزيع واكتسب قوة بظهور الشبكة العنكبوتية.

2- التأثيرات على الجمهور: يلاحظ أن تطور وسائل الاتصال الجماهيرية قد صاحبه أيضا نمو وتطور الجمهور معها، ويمكن تحديد تأثيرات ثورة الاتصال الراهنة على الجمهور في الجوانب التالية.[2]:

- تعدد قنوات الاتصال المتاحة أمام الأفراد.
- ان هذه التكنولوجيات الاتصالية الراهنة تتسم بسمة أساسية وجديدة في الوقت نفسه على عالم صناعة الاتصال وهي التفاعل بين المستقبل والمرسل، وإمكانية تحكم المستقبل في العملية الاتصالية وهذا يعطي للمستقبل سيطرة أكبر على عملية الاتصال، مما يساعده على التكيف مع انفجار المعلومات والسيطرة عليها كما وكيفا من خلال الانتقاء والاختبار.

---

[1] العربي العربي:**مستقبل الاعلام بين التطور التكنولوجي وصناعة التغيير**، مجلة الفكر، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، العدد 10، ص 231.

[2] دوادي شاحبة: **استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الاعلامية لدى الصحفي الجزائري**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2013-2014، ص 51-52.

ونتيجة لتلك الانتقائية التي أتاحتها تكنولوجيا الاتصال الحديثة، فأنه من المتوقع أن يؤدي ذلك على المدى الطويل إلى عزل أفراد الجمهور لأنفسهم عن المعلومات التي قد يجدونها غير سارة أو مزعجة أو جادة ومتوترة وليست مسلية، وزيادة عمليات الإدراك الانتقائي والتعرض الانتقائي

3- التأثيرات على المجتمع: تظهر التأثيرات الاجتماعية عند استخدامها لحل المشكلات الاجتماعية والإنسانية كالاستعانة بها في التشخيصات الطبية وتطبيقا للقوانين ومساهمتها في زيادة الإنتاجية، واستحداثها لوظائف جديدة في العمل، كما اعتبرت مسؤولة عن ارتفاع مستوى المعيشة وذلك نتيجة لإنجاز المهام الإدارية والإنتاجية في زمن وجيز حيث وفرت الوقت للعديد من الأفراد، وقضت على العديد من المهام المتعبة والمملة وبصفة عامة رفعت من مستوى أداء الأعمال الحياتية كما برزت تأثيراتها بشدة على مجالي الخصوصية والجانب النفسي الاجتماعي.[1]

[1] آمال سعودي/ نهاد بمجردة: **دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تفعيل الأداء الصحفي**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017-2018، ص 62.

المبحث الثاني: الدراسات السابقة حول موضوع الدراسة

استعراض الدراسات السابقة في البحث العلمي أمر ضروري ومهم فهي تزود الباحث بالمعايير والمقاييس التي يحتاجها في دارسته، من أجل الوصول إلى نتائج صادقة، وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على عدد من الدارسات السابقة التي أفادتنا في بعض التوجهات الملائمة لبحثنا، وهذا قد يجنبنا التكرار، ويمكننا من تفادي الأخطاء التي وقعت فيها الدارسات السابقة.

المطلب الأول: الدراسات العربية

الدراسة الأولى: دراسة بعنوان " **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**"[1]،حيث تطرقت الباحثة في صدد معالجتها لهذه الدراسة إلى مدى استفادة المؤسسات الصغيرة والمتوسطة من تكنولوجيا المعلومات والاتصال لضمان بقائها في مضمار المنافسة.

الدراسة الثانية: بعنوان " **تكنولوجيا الاعلام والاتصال كعامل مساعد في تنافسية المؤسسة**"[2]، اعتمد الباحث في هذه الدراسة إبراز دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تحول المجتمعات من المفهوم التقليدي إلى مجتمع المعلوماتية، وإسقاط هذا التحول على بعض المؤسسات الناشطة وبالأخص الجزائرية منها في مجال خدمات الاتصال والانترنت للوصول إلى المبتغى ألا وهو التحقق من انعكاس هاته التكنولوجيا على الواقع، وصولا إلى قياس مدى تأثيرها على التنافسية والسمو بالمؤسسة إلى العالمية عبر قدرتها في اكتساح الأسواق.

الدراسة الثالثة: بعنوان" **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة العلاقة مع الزبون**"[3]، أبرزت الباحثة في دراستها دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة العلاقة مع الزبون في المؤسسات من خلال محاولة استغلال كل الموارد التكنولوجية المتاحة من أجل تحقيق رضا وولاء زبائنها والاحتفاظ بهم أطول مدة ممكنة.

---

[1] بن بوزيد شهرزاد: **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة بوقرة بومرداس،2011-2012.

[2] مجدد عبد النور: **تكنولوجيا الاعلام والاتصال كعامل مساعد في تنافسية المؤسسة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجيلالي ليابس بسيدي بلعباس، 2014-2015.

[3] سارة دزيري: **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة العلاقة مع الزبون**، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة أم البواقي، 2016-2017.

الدراسة الرابعة: بعنوان" **أثر تكنولوجيات الاتصال الحديثة على الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري**"[1] هدفت هذه الدراسة إلى أهمية التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال الشخصي في عصرنا الحالي، إلا أنه تخللها بعض السلبيات نتيجة الاستخدام السيئ لها خاصة بين أفراد الأسرة الواحدة في عمق المجتمع الجزائري.

الدراسة الخامسة: بعنوان "**التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ودوروها في البنوك**"[2]توجهت الدراسة نحو ضرورة اسراع الجزائر في اعتماد تكنولوجيا الاعلام والاتصال في قطاعها البنكي الحساس من خلال تفعيل الصيرفة الالكترونية للالتحاق بباقي الدول العربية.

المطلب الثاني: الدراسات الأجنبية

الدراسة الأولى: بعنوان" principals perception of the technological knowledge and skills necessary for effective school leadership"[3]

أوضحت الدراسة أنه لا يوجد فهم واضح لدى مديري المدارس في المعرفة والمهارة والكفاية التقنية، وأن أغلب مديري المدارس رأوا أن البريد الالكتروني، وشبكة الانترنت هي وسائل مهمة لكون المدير تقني، وتحقق المعايير الوطنية، بالإضافة إلى برامج معالجة النصوص، والجداول الالكترونية.

الدراسة الثانية: بعنوان" the media and communication Industries:A21st century perspective "[4] أبرز الباحث الفرق بين قطاعات الاعلام التقليدية والجديدة باستخدام معايير منها الأسواق، الإمكانات الاقتصادية بالإضافة إلى عمليات التطور المستمرة والتحول.

الدراسة الثالثة: بعنوان" **le role des medias ethniques et socio-numériques dans la communication: et l'intégration des communautés et immigrntes دور وسائل**

---

[1]بومالي أمينة: **أثر تكنولوجيات الاتصال الحديثة على الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري**، المجلة العلمية، جامعة الجزائر3، العدد 09، 2017.

[2]بوخاري فاطنة / سعيداني محمد: **التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ودورها في البنوك**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد 01، 2020

[3]Peterson. Robert Blair. Principals' perceptoins--! Of the technological knowledge and skills necessary for effective school leadership. Journal of Leadership and Organizational Studies. May18. 2010.

[4]Alan B, Albarran. Ph.D.the media and communication Industries: A21st century perspective. The University of North Texas Center for Spanish Language Media Denton. TX USA. 2010

الاعلام العرقية والاجتماعية الرقمية في التواصل والتكامل بين المجتمعات العرقية والمهاجرة"[1]، ركز الباحث في دراسته على أهمية التواصل بين أفراد المجتمع بما فيهم الأقارب فيما بينهم من خلال التقنيات الجديدة بما في ذلك الانترنت والويب، خاصة مع انتشار الوسائط الاجتماعية الرقمية.

المطلب الثالث: المقارنة بين الدراسة الحالية والدراسات السابقة

I. الدراسات العربية:

الدراسة الأولى: تلتقي هذه الدارسة مع بحثنا في استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ومن بينها الحاسوب، شبكة الانترنت في المؤسسة، وتأثيراتها على محيط العمل الإداري، كما تشترك مع دراستنا في الإجراءات المنهجية، من حيث أن كلاهما يندرج ضمن الدراسات الوصفية، وكلاهما اعتمد على استمارة الاستبيان وهذا بغض النظر على بعض الاختلافات فإن هذه الدراسة قد أفادتنا كثيرا سواء من الناحية النظرية أو الميدانية.

الدراسة الثانية: تعتبر هذه الدراسة جزء من دراستنا من خلال بعض النقاط، حيث يبرز هذا من خلال دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تحقيق التنافسية للمؤسسة، وتتشابه في بعض الإجراءات المنهجية من خلال أداة الاستبيان والملاحظة.

الدراسة الثالثة: هناك تشابه كبير بين هاته الدراسة ودراستنا الحالية لاهتمام كل منهما بالزبون بالدرجة الأولى لأنه جوهر بقاء واستمرار المؤسسة من خلال الاستغلال الأمثل لكل مورد تكتسبه للاحتفاظ بزبائنها وكسب ثقتهم وهذا ما يعرف بإدارة العلاقة مع الزبون.

الدراسة الرابعة: لهاته الدراسة نفس الحقائق مع دراستنا الحالية، لأن كليهما يشرح مدى أهمية هاته التكنولوجيا في وقتنا الحالي إلا أنها تخلف سلبيات أكثر منها ايجابيات، لتأثيرها على النسيج الأسري لأنها قضت نوعا ما على القيم والأخلاق لدى الأفراد لسوء استخدامهم لها، مما ساعد في بروز أزمة الابتعاد عن الاتصال الشخصي التقليدي والتي يعاني منها الكثيرون ولكن في صمت رهيب.

الدراسة الخامسة:تشابهت هذه الدراسة مع دراستنا في الحاجة الماسة للعصرنة ومواكبة التغييرات الراهنة للبقاء في مضمار المنافسة من خلال الوقوف على مدى تطبيق التقنيات الجديدة لتكنولوجيا الاعلام

[1]Johany Vanessa Landaverde. Medias et reseaux socio–numeriques des minorites en France : le role des medias ethniques et socio–numériques dans la communication : et l'intégration des communautés et immigrntes. Grade de docteur en sciences de l'information et de la communication, universite cote d'Azur, 2017

والاتصال كالدفع الالكتروني وكذا معرفة أهم التحديات التي تصادفها، إلا أنها اختلفت معها في أسلوب التجاوب لهاته التقنيات بشكل أسرع.

II. الدراسات الأجنبية:

الدراسة الأولى: تتشابه هذه الدراسة نوعا ما مع دراستنا الحالية لأن كليهما يبحث في المهارات التقنية الضرورية لدى الموظفين لتحقيق المعايير المطلوبة وذلك من خلال التقنيات الحديثة كشبكة الانترنت والبريد الالكتروني بالإضافة إلى معالجة النصوص والجداول الالكترونية.

الدراسة الثانية: *اختلفت هاته الدراسة مع دراستنا من حيث أنها قامت بدراسة حالة تحلل قطاعات الاعلام والاتصال التقليدية والجديدة باستخدام معايير الأسواق والقادة في كل صناعة، متوصلة إلى أن وسائل الاعلام وصناعات الاتصال لم تعد محددة من حيث القطاعات الأساسية مثل البث والصحف، مفحمة هذه الدراسة بسلسلة من الاقتراحات* من بينها تقديم *إطار يمكن أن يبنى عليه البحث والتحليل في المستقبل عكس دراستنا التي اعتمدت على الآثار المترتبة على استخدام التكنولوجيا الحديثة .*

الدراسة الثالثة: حيث قامت هاته الدراسة بدراسة عملية الاندماج المحتملة للأقليات المهاجرة في فرنسا في ضل انتشار الوسائط الاجتماعية الرقمية لمدة سبع سنين،معتمدة على البعد الاجتماعي للأدوات الرقمية و وسائل الاعلام والاتصال التي تمنحها وظيفة إقامة روابط مع المجتمع المضيف بحيث استنتجت أن للانترنت علاقة في بناء واندماج الأقليات العرقية والمهاجرين في فرنسا مستخدمين الأثنوجرافيا للشبكات الاجتماعية وnetnography، على غرار دراستنا التي تطرقت لهذا من جانب اثر وسائل الاعلام والاتصال على الزبون من خلال استخدام التحليل بالاستبيان.

خلاصة الفصل الأول:

في ختام هذا الفصل المتعلق بالأدبيات النظرية بتكنولوجيا الاعلام والاتصال نكون قد عرجنا من خلاله على أهم المفاهيم المتعلقة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال باعتبارها الركيزة، متطرقين الى كل من اشكال هاته التكنولوجيا و مكوناتها وكذا الآثار الناتجة من استخدمها، كما سلطنا الضوء على الدراسات السابقة بالعربية منها والأجنبية ذاكرين مختلف نقاط التشابه و الاختلاف،بحيث يمكننا الجزم بان التكنولوجيا وفرت على الانسان الكثير من الجهد و الوقت في معالجة البيانات و الحصول على المعلومات ما جعل من تكنولوجيا الاعلام والاتصال مكونا اساسيا في بناء و تطور المجتمعات من خلال قدرتها على خلق المنافع و اندماجها في جل أوجه الحياة المعاصرة، إلا أن استغلالها بالشكل الامثل يحتاج الى عملية تفاعلية بين الافراد و المؤسسات من خلال الاتصال الفعال.

الفصل الثاني

الدراسة التطبيقية

تمهيد:

بعد التعرض في الفصل السابق من الدراسة لمفهوم التكنولوجيا الحديثة –الاعلام والاتصال، وعرض خصائصها وكل المصطلحات المتعلقة بتا وتحديد مكوناتها والأثر الناجم من استخدامها، سنحاول من خلال هذا الفصل إحداث نوع من التقارب بين ما تم دراسته نظريا، وواقع ذلك في مؤسسة موبيليس.

ولذلك تم القيام بدراسة ميدانية لعينة من أفراد المؤسسة على مستوى وكالة ملحقة بلدية رقان وكذا بعض الزبائن التابعة لها لمعرفة مدى تطبيق هاته التكنولوجيا الحديثة في المؤسسة وأثرها في تسيير العلاقة مع الزبون. وعلى هذا الأساس نقسم الفصل إلى مبحثين: المبحث الأول يتناول تقديم عام لمؤسسة موبيليس، والهيكل التنظيمي الخاص بها أما المبحث الثاني خصص للإطار المنهجي للدراسة وكذا عرض نتائج الاستبيان ومناقشتها.

المبحث الأول: تقديم مؤسسة موبيليس

المطلب الأول: لمحة عن مؤسسة موبيليس

مؤسسة موبيليس[1] هي فرع من الجزائرية للاتصالات وتسمى كذلك المتعامل التاريخي وهي أول متعامل للهاتف النقال في الجزائر، تقدم لزبائنها سلسلة من المنتجات والخدمات. تعتبر موبيليس أول متعامل في سوق الهاتف النقال الجزائرية، تم الإعلان عن نشأتها وأقرت استقلاليتها في شهر أوت من سنة 2003 وأصبح لديها هيكلها التنظيمي المستقل، أرادت موبيليس المتوقع كمتعامل أكثر قربا من شركائها وزبائنها، وما زاد ذلك قوة شعارها " أينما كنتم."هذا الشعار يعد تعهدا بالإصغاء الدائم، ودليلا على التزامها بلعب دور هام في مجال التنمية المستدامة وبمساهمتها في التقدم الاقتصادي، بالإضافة إلى احترام التنوع الثقافي، أداءها لدورها مساهمتها في حماية البيئة وهذا بالرجوع إلى قيمها الأربعة: الشفافية، الوفاء، الحيوية والإبداع.[2]

افتتحت وكالة موبيليس ببلدية برقان يوم 12 أكتوبر 2015، يعمل بها حاليا مدير الوكالة و مستشارين اثنين للزبائن وهي تابعة للمديرية الجهوية لولاية بشار، تستقبل أغلب زبائنها من بلدية رقان، أولف، زاوية كنته وبرج باجي مختار[3]

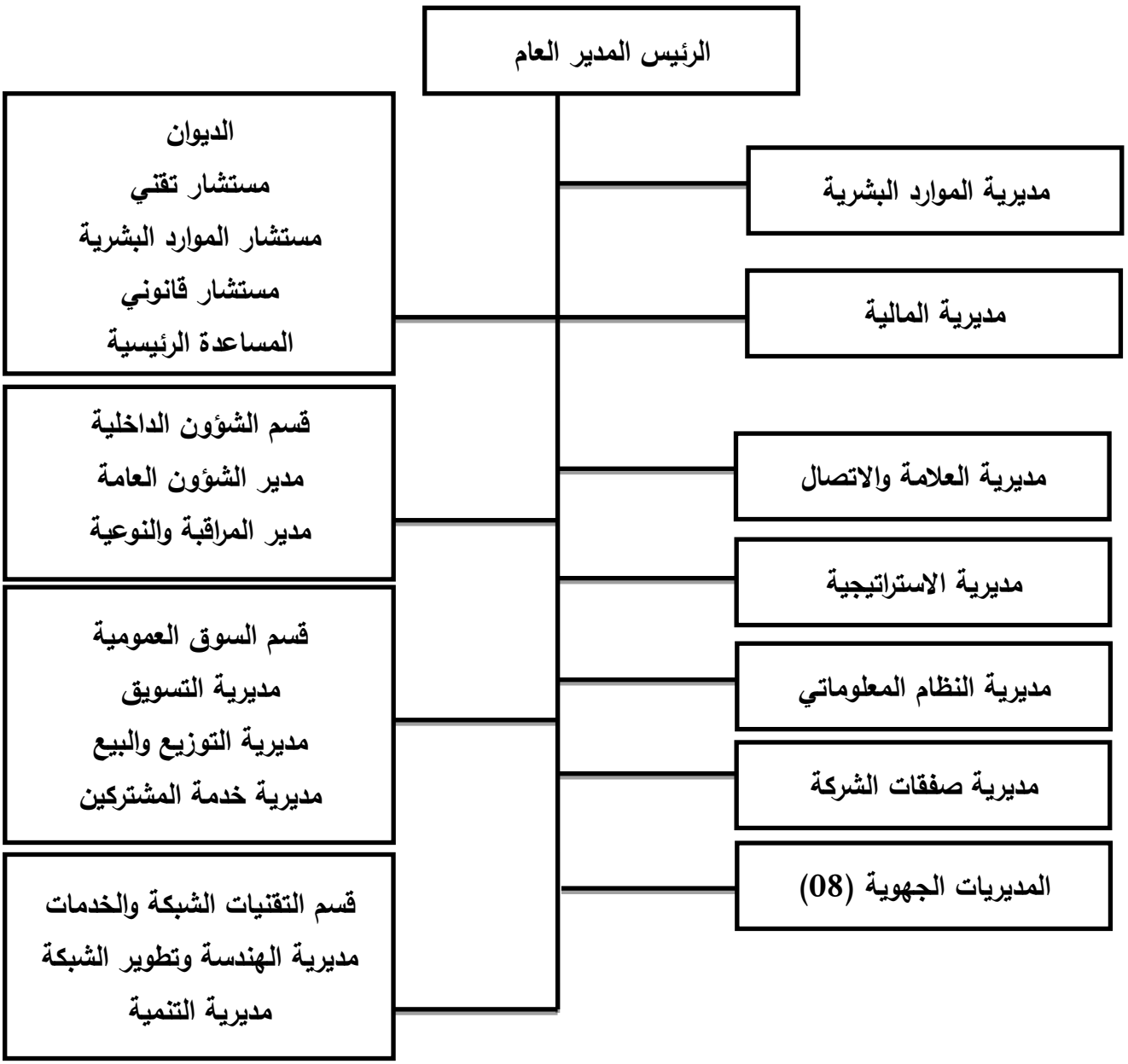
[2] https://www.mobilis.dz/ar/apropos.php تاريخ الاطلاع: **28 /02/2022**

[3] مقابلة شخصية معرئيس وكالة موبيليس ببلدية رقان بتاريخ ...28/02/2022..على الساعة 10:30

المطلب الثاني: الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس

يتماشى الهيكل التنظيمي للمؤسسة ويستجيب للتغيرات الحاصلة في البيئة مع مرور الزمن، وبفضل هذه المرونة تكتسب المؤسسة وتزيد من تنافسيتها، سيمكننا الشكل الموالي من معرفة ذلك :

الشكل رقم1: الهيكل التنظيمي لمؤسسة موبيليس:



المصدر: جريدة موبيليس، العدد1،سنة 2006 ، الجزائر ، ص 7 .

من خلال الشكل السابق

1- **مديرية الموارد البشرية:** هذه المديرية مكلفة بتنمية وتطوير نظم تسيير الموارد البشرية، وتحديد السياسات والأساليب المتبعة في الأجور وترقية العمال، كما تهتم بتكوين وتأهيل العمال والإطارات بشكل مستمر حسب متطلبات المؤسسة.

2- **مديرية المالية:**ويقع على عاتق هذه المديرية تسيير خزينة المؤسسة وجميع العمليات المالية الخاصة بها.

3- **مديرية العلامة والاتصال:** تولي المؤسسة اهتمام كبير للعمليات التسويقية حيث نجد للعلامة والاتصال مديرية خاصة بهما، وتهتم هذه المديرية بترقية منتجات موبيليس، وذلك بإجراء الدراسات والأبحاث بالتنسيق مع مخابر البحث.

4- **مديرية الاستراتيجية:** تهتم بشؤون الاستراتيجية والسياسات المستقبلية للمؤسسة.

5- **مديرية النظام المعلوماتي:** تشرف على الأنظمة المعلوماتية في المؤسسة وتزويد المصالح الأخرى بالمعلومات والبيانات اللازمة.

6- **مديرية صفقات الشركة:** تهتم بالصفقات وعقود الشراكة أو العقود التي تبرم مع الشركات الأخرى.

7- **المديريات الجهوية:** حيث تتفرع مؤسسة موبيليس إلى ثماني مديريات جهوية وهي[1]:

- المديرية الجهوية بورقلة
- المديرية الجهوية بشلف
- المديرية العامة للوسط
- المديرية الجهوية بقسنطينة
- المديرية الجهوية بسطيف
- المديرية الجهوية بوهران
- المديرية الجهوية بعنابة
- المديرية الجهوية ببشار

إلى جانب المديريات السابقة يشمل الهيكل التنظيمي على الأقسام العملية التالية:

[1]شريط مروة/معاشو نور الهدى: **مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين صورة المؤسسة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 8 ماي 45، 2015-2016، ص ص 93-94.

- **قسم تقنيات الشبكة والخدمات:** والذي يحتوي على كل من مديرية الهندسة وتطوير الشبكة ومديرية التنمية، ويهتم هذا القسم بوضع شبكة الهاتف النقال، وصيانتها، وكذا تقديم الدعم التقني لمديرية التسويق لتصميم وتنفيذ العروض الترويجية.

- **قسم السوق العمومية:** الذي يضم مديرية التسويق، مديرية التوزيع، مديرية خدمة المشتركين، ويهتم هذا القسم بشكل عام بتتبع حركة المبيعات وأنشطة الترويج، والقيام بدراسة السوق.....الخ.

- **قسم الشؤون الداخلية:** الذي يشمل مديرية الشؤون العامة ومديرية المراقبة والنوعية، ويكلف هذا بتسيير الشؤون العامة للمؤسسة والمراقبة الدورية لجودة العروض المقدمة، و إعداد تقارير المراجعة، وتحليل وتشخيص عدم المطابقة وإيجاد الحلول اللازمة لتصحيح الانحرافات والرفع من جودة العروض المقدمة.

- **الديوان:** يحتو ي على عدد من المستشارين وهم :

* المستشار التقني
* مستشار الموارد البشرية
* مستشار قانوني
* المساعد الرئيسية

ويقوم هؤلاء المستشارين بمساعدة المديريات على اتخاذذ القرارات المناسبة كل حسب تخصصه.[1]

[1] بلعيد سمية: **دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة العلامة التجارية**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، 2018-2019، ص ص 51-52.

المبحث الثاني: عرض وتحليل النتائج لمؤسسة موبيليس–وكالة بلدية رقان–

يتناول هذا المبحث عرض وتحليل أدوات الدراسة الميدانية والأساليب الإحصائية المستخدمة في التحليل، وكذا وصفا لأفراد عينة الدراسة، باستخدام برنامج الحزمة الاحصائية(Spss).

المطلب الأول: الاجراءات المنهجية للدراسة الميدانية

1.1 تحليل الخصائص العامة لعينة الدراسة

ان وصف الخصائص العامة لعينة الدراسة مثلتها (4) اسئلة تهدف في مجملها لتوضيح بعض الامور التي تساعد في تحليل النتائج فيما بعد و الجدول الموالي يبين تفصيل هذه الخصائص.

الجدولرقم1: الخصائص العامة لعينة الدراسة

التعيين	الفئات	التكرارات	النسبة
الجنس	ذكر	44	%52.40
	انثى	40	%47.60
العمر	اقل من 25 سنة	06	%07.10
	من 25–35سنة	47	%47.00
	من35–45 سنة	31	%31.00
	45 سنة وما فوق	00	%00.00
المستوى التعليمي	ثانوي	00	%02.40
	تكوين أخر	15	%17.90
	جامعي	40	%47.60
الخبرة المهنية	اقل من 5 سنوات	20	%23.80
	من5–10 سنوات	34	%40.50

	من10-15 سنة	26	%31.00
	15 سنة فاكثر	04	%04.80

المصدر: من اعداد الطلبة بالاعتماد على نتائج spss

يبين الجدول السابق(01) توزيع عينة الدراسة حسب الخصائص الشخصية و الوظيفية، كالجنس، و السن، و المستوى التعليمي، إضافة إلى الخبرة المهنية. و يتضح من نتائجه، ان (52.40)% من الإطارات المستجوبة من الذكور إما الإناث فيمثلون نسبة (47.60%). اذ نلاحظ إن نسبة الذكور و الإناث متقاربة جدا وهذا يدل على إن الشركة الجزائرية للهاتف النقال موبيليس لا تميز بين الجنسين في عملية التوظيف وكما لا تمييز بينهم بالنسبة لمستخدمين هاته التكنولوجيا هذا من جهة، ومن جهة اخرى يتضح إن المرأة تجابه الرجل إما من ناحية العمل في هذا المجال أو استعماله.

و بالنسبة للسن فنجد إن الفئة الشابة تتراوح(من25 إلى 35) تمثل اكبر نسبة والتي تبلغ (47%)، لتليها الفئة المتراوحة أعمارهم (من35 إلى 45 سنة) وهو ما يدل على إن المؤسسة تدعم قدراتها البشرية سواء الإطارات لمواكبة تحولات وتطورات المحيط التكنولوجية الحديثة للأعلام والاتصال ، أو مستخدمي ها التكنولوجيا.

إما من ناحية المستوى التعليمي فنلاحظ إن المستوى الجامعي احتل المرتبة الأولى بنسبة (47.60%) على غرار لكل من المستوى الثانوي بنسبة(02.40%) و تكوين أخر بنسبة (17.90%)،وهذا ما يدل على إن المؤسسة تستقطب كم هائل من الفئات الجامعية التي غالبا ما تتميز بسرعة الإدراك ومسايرة التطورات التكنولوجية الحديثة للأعلام والاتصال.

و اذا نظرنا الى الخبرة المهنية فتتصدر نسبة (40.5%) الممثلة للإطارات المتراوحة خبرتهم (من5 الى10 سنوات)، لتليها نسبة (31%) لذوي خبرة تتراوح بين(10 الى15 سنة)، مما يدل على إن غالبية موظفي المؤسسة لهم خبرات مهنية متوسطة عموما وهذا راجع لحداثة إنشاء ها المديرية التي هي محل تركيز دراستنا.

2.1 :تحليل النتائج المتعلقة بتصورات واستجابة أفراد الدراسة

1- هيكل الاستبيان: تكون الاستبيان من محاور وهي كالتالي:

المحور الأول: شمل هذا المحور على البيانات الشخصية والوظيفية لأفراد العينة محل الدراسة وهذه المعلومات متمثلة في (الجنس- العمر- المستوى التعليمي- الخبرة المهنية).

المحور الثاني: يشمل هذا المحور **تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في مؤسسة موبيليس**.المتكون من خمسة أبعاد

المحور الثالث: يشمل هذا المحور دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تسيير العلاقة مع الزبون لمتكون من ثلاث أبعاد

وقد اعتمد في الاستبيان مقياس ليكرت الخماسي وفق درجات المقياس موضحة في الجدول الأتي:

الجدولرقم2: مقياس ليكرت الخماسي وفق درجات المقياس

العبارات	غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة
درجة الموافقة	1	2	3	4	5

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على سلم ليكرت

إضافة إلى الاعتماد على المقابلات كأداة تستخدم في شرح محاورة استفسار مجموعة من العاملين بمختلف المستويات،وذلك من أجل الوقوف على قابلية أداة الدراسة ومدى وضوحها.

الفرع الثاني: الأدوات الإحصائية

من اجل تسهيل عملية التحليل الإحصائي وبعد التحصيل النهائي لاستمارات الاستبيان قمنا بتجميع البيانات المحصلة ومعالجتها باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (spss *26).

وبالنسبة لجمع وتبويب المعلومات في هذه الدراسة ارتكزنا على الأدوات الإحصائية التالية:

- **التكرارات والنسب المئوية:** لمعرفة الخصائص الشخصية والوظيفية لأفراد عينة الدراسة، وكذا لتحديد استجابات أفراد العينة اتجاه عبارات محاور الاستبانة.
- **معامل ألفاكرونباخ (Cronbach's Alphà)**: من أشهر مقاييس ثبات الاستبيان، وهو يعتمد على حساب الارتباط الداخلي بين إجابات الأسئلة.
- **الانحراف المعياري (Standard Deviation)**: هو الجذر التربيعي للتباين، وهو أيضا من أدوات حساب تشتت البيانات ويقيس الانحراف في إجابات أفراد العينة عن وسطها الحسابي
- **المتوسط الحسابي(Mean)** : هو القيمة التي لو أعطيت لكل مفردة من مفردات المجموعة لكان مجموع القيم الجديدة مساويا لمجموع القيم الأصلية ويرمز له برمز x.
- **معامل ارتباط سيبرمان:** استعمل هذا المعامل لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات الاستبيان مع الدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه (الاتساق الداخلي لأداة الدراسة).
- **المدى:**لمعرفة الفرق بين أكبر قراءة و أصغر قراءة في مجموعة القراءات، ولتحديد طول خلايا مقياس لديكارت الخماسي المستخدم في الاستبيان تم حساب المدى بين أكبر وأصغر قيمة لدرجات مقياس ليكارت**(5−1=4)**.

2: تحليل وعرض النتائج ومناقشتها

من خلال هذا العنصر سنقوم بتحليل محاور الاستبانة بغية الإجابة على أسئلة الدراسة بالاعتماد على التحليل الإحصائي بواسطة برنامج spss(v.17) . و ذلك باستخدام الإحصاء الوصفي باستخراج المتوسط الحسابي و الانحراف المعياري(على مقياس1-5) لإجابات أفراد عينة الدراسة عن فقرات الاستبيان. و قد تقرر ان يكون المتوسط الحسابي لإجابات المبحوثين عن كل فقرة إن من (1الى2.5) دالا على مستوى منخفض من القبول، ومن (2.5الى3.5) دالا على مستوى متوسط و من (3.5 إلى 5) دالا على مستوى مرتفع. وهذا ما يعكس الاتجاه العام لإجابات أفراد عينة الدراسة.

المحور الأول: ما هو مستوى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة موبيليس؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تقسيم هذا الجانب الذي يعتبر بمثابة المتغير المستقل في النموذج إلى جملة من الأبعاد شملت عددا من العبارات سنقوم بتحليلها من خلال حساب مقاييس الإحصاء الوصفي.

الجدول رقم 3: المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور قياس تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في المؤسسة.

الرقم	عبارات قياس تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الأهمية النسبية	مستوى القبول
أولا: البعد البشري (الأفراد)		03.95	0.559	3	مرتفع
01	تستقطب المؤسسة أصحاب الاختصاص في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال (مهندسين، مبرمجين، مصممي النظم،).	04.35	0.526	1	مرتفع
02	تقوم المؤسسة بدورات تكوينية مستمرة لتدريب إطاراتها على التقنيات المستحدثة والمطورة من حين لآخر .	04.24	0.594	3	مرتفع

03	تقدم المؤسسة تحفيز معنوية لعمالها في سبيل تحسين الأداء الوظيفي .	03.30	1.003	5	متوسط
04	تقدم المؤسسة باستمرار التحفيز المادية الملائمة لعمالها حسب المنصب والوظيفة .	03.61	0.892	4	مرتفع
	ثانيا:الاجهزة والمعدات	03.73	0.618	5	مرتفع
05	تمتلك المؤسسة عدد كافي من الأجهزة الخاصة بالإعلام الآلي.	04.11	0.712	1	مرتفع
06	تمتلك المؤسسة عدد كافي من المعدات الخاصة بمجال الاتصالات.	03.24	0.701	2	مرتفع
07	تقوم المؤسسة بتحديث وتطوير واقتناء الأجهزة و المعدات الخاصة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال باستمرار .	03.24	0.952	6	متوسط
	ثالثا: قواعد البيانات	3.97	0.441	2	مرتفع
08	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات مفصلة عن احتياجات ومتطلبات زبائنها.	4.30	0.579	1	مرتفع
09	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات مفصلة عن منافسيها.	03.65	0.799	5	مرتفع
10	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات مفصلة عن	03.79	0.713	4	مرتفع
	موردیها.				

11	تكنولوجيا الاتصال المستخدمة على مستوى المؤسسة تسهل عملية الوصول إلى قواعد البيانات المطلوبة عند الحاجة.	03.99	05.70	3	مرتفع
12	المؤسسة مجهزة بأجهزة حاسوب مربوطة بقاعدة بيانات واحدة توفر الوقت اللازم لتقديم الخدمة للمشتركين.	04.17	0.656	2	مرتفع
	رابعا: البرمجيات	03.84	0.553	4	مرتفع
	يتم تطوير البرمجيات باستمرار لمواكبة ما هو جديد في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.	03.73	0.750	4	مرتفع
13	تستخدم الشركة في عملها برمجيات حاسوبية حديثة	03.69	0.694	5	مرتفع
15	البرمجيات المستخدمة في الشركة تسرع من اداء العمليات وتقديم الخدمة على أحسن شكل	03.81	0.649	2	مرتفع
	خامسا: الشبكات	04.47	0.377	1	مرتفع
14	توجد شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة النظام المعلوماتي للمؤسسة.	04.54	0.525	4	مرتفع
15	المؤسسة مربوطة في شبكة واحدة تساهم في مراقبة وضبط العمليات اليومية.	04.58	0.542	2	مرتفع
16	وجود شبكة واحدة في المؤسسة تزيد من	4.50	0.570	5	مرتفع

	سرعة الإبلاغ عن أي خلل يحدث في وقته .				
17	هناك ربط الكتروني بين المؤسسة والزبائن.	04.50	0.570	6	مرتفع
18	هناك ربط الكتروني بين المؤسسة والموردين.	04.12	0.751	8	مرتفع
19	هناك ربط الكتروني بين المؤسسة والوزارة الوصية .	04.43	0.587	7	مرتفع
20	هناك ربط الكتروني بين جميع وكالات المؤسسة ومديرياتها الجهوية والمديرية العامة.	04.54	0.502	3	مرتفع
21	تمتلك المؤسسة عدد كبير من الموزعين ونقاط البيع الخاصة بالمعتمدين.	04.17	0.514	3	مرتفع
22	تقوم المؤسسة بتقديم عروض وامتيازات بشكل مستمر من أجل جذب مشتركين جدد وكسب ثقتهم من خلال عروض خدماتها .	3.99	0.503	7	مرتفع

الشبكات: من خلال الجدول (03) نلاحظ إن بعد الشبكات جاء بالمرتبة الأولى من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل إفراد عينة البحث، إذا بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (0.447)بانحراف معياري قدره (0.377)، ووفقا لمقياس الدراسة فان هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعبارات هذا البعد ما بين (4.61-4.12) وتراوحت الانحرافات المعيارية مابين (0.491-0.751). مما يدل على إن لمؤسسة موبيليس شبكة حواسيب تصل إلى جميع المناطق، مما يسهل عملية الاتصال الدائم مع متعامل المباشرين و سير الإعمال و الإبلاغ عن الأخطاء .

قواعد البيانات: يتضح من الجدول (03) إن هذا البعد جاء بالترتيب الثاني من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل إفراد عينة البحث، إذا بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد (03.97) بانحراف معياري قدره(0.441)، ووفقا لمقياس الدراسة فان هذا البعد يشير إلى نسبة قبول مرتفعة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لعبارات هذا البعد ما بين (3.65-4.30) وتراوحت الانحرافات المعيارية مابين (0.570 -0.799). مما يدل على إن مؤسسة موبيليس لديها قواعد بيانات هامة توفر للمسيرين و متخذي القرار كافة المعلومات الضرورية بشكلها الصحيح وفي الوقت المطلوب.

المورد البشري: من الجدول يتضح إن بعد المورد البشري احتل المركز الثالث من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذا بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد(3.95) بانحراف معياري قدره(0.559). وبذالك تعتبر عبارات هذا البعد ذات نسبة قبول مرتفعة على العموم، لتراوح المتوسطات الحسابية ما بين(3.30-4.35)، وكما تراوحت الانحرافات المعيارية مابين (1.003-0.526). مما يدل على إن المؤسسة تهتم بالعنصر البشري وذالك باستقطاب الكفاءات العالمية وذوي الاختصاص من اجل النهوض بالمؤسسة ومواكبة كل ما هو جديد على الصعيد التكنولوجي لتلبية حاجيات وحداثة وسائل الإعلام والاتصال.

البرمجيات: من خلال الجدول أعلاه يعد بعد البرمجيات ذو المرتبة الرابعة من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذا بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد(03.84) بانحراف معياري قدره(0.553). و وفقا لقياس الدراسة فان هذا البعد يشيرالى نسبة قبول مرتفعة ، لتراوح المتوسطات الحسابية ما بين(3.69-4.19)، وكما تراوحت الانحرافات المعيارية مابين (0.649-0.750). وهذا يدل على إن المؤسسة تمتلك مختلف البرمجيات الحاسوبية الحديثة اللازمة لأداء إعمالها، والتي تستخدمها بسهولة ووضوح مما يتيح إمكانية تقديم خدماتها على أكمل وجه.

الأجهزة والمعدات: يبرز لنا الجدول أعلاه إن بعد الأجهزة والمعدات جاء بالترتيب الخامس من حيث الأهمية النسبية المعطاة له من قبل أفراد عينة البحث، إذا بلغ المتوسط الحسابي للإجابات عن هذا البعد(03.73) بانحراف معياري قدره(0.618). و وفقا لقياس الدراسة فان هذا البعد يشيرالى نسبة قبولا بين المرتفع و المتوسط ، لتراوح المتوسطات الحسابية ما بين(3.24-4.11)، وكما تراوحت الانحرافات المعيارية مابين (0.701- 0.952). وهذا يدل على إن المؤسسة تؤمن احدث الحواسيب وأفضلها من طابعات ومعدات خاصة بالاتصال اللازمة لأداء وظائفها إلا إن مستوى قبول إجابات إفراد العينة بخصوص تحديث الأجهزة

كان متوسط مما يتطلب من المؤسسة الاهتمام بعملية التجديد المعدات من اجل الحفاظ على مستوى جيد من الأداء.

مما سبق نستنتج إن تصورات إبعاد قياس تكنولوجيا الإعلام والاتصال بمؤسسة موبيليس جاءت مرتفعة وفقا لمقياس الدراسة، إذ بلغ متوسط إجاباتهم (03.99) بانحراف معياري قدره(0.353). مما يدل على مدى اهتمام المؤسسة محل الدراسة بهذا النوع من التكنولوجيات، و أن أبعاد قياس تكنولوجيا الاعلام والاتصال هي على التوالي حسب أهميتها في المؤسسة محل الدراسة :

الشبكات، قواعد البيانات، المورد البشري، البرمجيات، الأجهزة والمعدات.

المحور الثاني: ما هو دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسيير العلاقة مع الزبون؟

للإجابة عن هذا السؤال تم تقسيم هذا الجانب الذي يعتبر بمثابة المتغير المستقل في النموذج إلى جملة من الأبعاد شملت عددا من العبارات سنقوم بتحليلها من خلال حساب مقاييس الإحصاء الوصفي .

الجدولرقم3: المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية و الأهمية النسبية لإجابات أفراد عينة البحث عن عبارات محور قياس دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تسيير العلاقة مع الزبون.

الرقم	عبارات قياس دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تسيير العلاقة مع الزبون.	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	الاهمية النسبية	مستوى القبول
أولا: جودة الخدمات		**3.349**	**0.753**	**2**	**مرتفع**
01	تقوم مؤسسة موبيليس بتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات تتوافق مع حاجاتي ورغباتي.	**3.650**	**1.073**	**1**	**مرتفع**
02	تقدم مؤسسة موبيليس خدمات تنسجم مع متطلباتي في ظل مستوى الأسعار يتماشى والقدرة المادية لي .	**3.610**	**1.075**	**2**	**مرتفع**
03	تقدم مؤسسة موبيليس الخدمة في الوقت الذي يلاءم احتياجات الزبون.	**3.350**	**1.124**	**3**	**متوسط**
04	تقوم مؤسسة موبيليس بتحسين جودة خدماتها باستمرار.	**3.215**	**1.164**	**5**	**متوسط**
05	تحرص مؤسسة موبيليس على تقديم خدمات متميزة مقارنة	**3.280**	**1.169**	**4**	**متوسط**

	بمؤسسات الاتصال الأخرى.				
ثانيا: رضا الزبائن		3.503	**0.640**	**1**	**مرتفع**
06	تقوم مؤسسة موبيليس باستطلاع أراء العملاء لمعرفة درجة الرضا عن الخدمات المقدمة	**3.075**	**1.164**	**6**	**متوسط**
07	مؤسسة موبيليس متوفرة في كل المناطق وخدماتها مقدمة بشكل جيد مقارنة مع غيرها.	**3.600**	**1.156**	**9**	**مرتفع**
08	يسعى الموظفون إلى مساعدة الزبائن بلباقة وطيب خاطر.	**3.565**	**1.015**	**4**	**مرتفع**
09	يتلقى الزبائن استقبال ومعاملة جيدة من الموظفين يجعلهم يشعرون بالتميز وحسن الخدمة.	**3.540**	**0.965**	**3**	**مرتفع**
10	تستمع شركة موبيليس إلى شكاوى ومشاكل الزبائن وتعمل على إيجاد الحلول الناجعة لها.	**3.275**	**1.0979**	**10**	**متوسط**
11	تقوم مؤسسة موبيليس بتوضيح الخدمة للزبائن وكيفية الحصول عليها.	**3.715**	**0.904**	**2**	**مرتفع**
12	يتمتع الموظفين بمهارات عالية وسرعة تقديم الخدمة والمعلومات اللازمة للزبائن.	**3.625**	**1.0535**	**6**	**مرتفع**
13	تتصف معلومات وبيانات مؤسسة موبيليس التي تقدمها بنوع من الدقة والوضوح.	**3.500**	**1.032**	**7**	**مرتفع**
14	يساهم الموظفين في تكوين الانطباع الجيد عن المؤسسة في أذهان الزبائن وتطوير علاقتها معهم.	**3.605**	**1.0471**	**6**	**مرتفع**
ثالثا: ولاء الزبائن		**3.268**	**0.849**	**3**	**متوسط**

15	مقارنة بمؤسسات الاتصال الأخرى أرى أن هذه المؤسسة هي الأحسن على الإطلاق .	**3.045**	**1.257**	**5**	**متوسط**
16	أشعر بالفخر كوني من زبائن هذه المؤسسة.	**3.380**	**1.127**	**3**	**متوسط**
17	أرغب بالبقاء كزبون لمؤسسة موبيليس لشعوري بالارتياح والخدمات المتميزة باستمرار العلاقة معها.	**3.665**	**1.088**	**2**	**مرتفع**
18	مستعد لدفع أي سعر للحصول على خدمات مؤسسة موبيليس مقارنة بالمؤسسات الأخرى المنافسة.	**2.820**	**1.251**	**6**	**متوسط**
19	لن تقودني العروض المغرية في المؤسسات الأخرى المنافسة للتحول إليها.	**3.085**	**1.231**	**4**	**متوسط**
20	إذ واجهتني مشكلة الخدمة التي تقدمها مؤسسة موبيليس فسوف انقلها مباشرة إلى العاملين فيها بقصد حلها.	**3.815**	**0.885**	**1**	**مرتفع**

من إعداد الطلبة بالاعتماد على مخرجات إلspas

❖ رضا الزبون:يظهر من خلال الجدول إن بعد رضا الزبون جاء بالمرتبة الأولى من حيث مستوى القبول أو نسبة الموافقة بحيث بلغ المتوسط الحسابي له ب(3.503) إما الانحراف المعياري فقد بلغ(0.640)، لتتراوح المتوسطات الحسابية ما بين (3.075-3.745) إما الانحراف المعياري فقد تراوح بين(0.904-1.164)، مما يدل على إن مؤسسة موبليس تعمل على تطوير وتنويع الخدمات التي تخدم رغبات الزبائن .

❖ جودة الخدمات: من خلال الجدول أعلاه يتضح إن المتوسط الحسابي لبعد جودة الخدمات قدر ب(3.349) كما بلغ الانحراف المعياري له(0.753) و وفقا لقياس الدراسة فان هذا البعد يشيرالى نسبة قبول مرتفعة ، لتراوح المتوسطات الحسابية ما بين(3.215-3.650)، وكما تراوحت الانحرافات المعيارية مابين (1.073-1.169). وهذا يدل على أن المؤسسة تقدم خدمات ذات مرونة و جودة عالية تتوافق مع حاجيات ورغبات الزبائن المتزايدة مما يخلق عندهم الشعور بالرضا و الولاء تجاه خدماتها.

❖ ولاء الزبون: يتضح من خلال نتائج الجدول إن المتوسط الحسابي لبعد الولاء بلغ (3.268)، إما الانحراف المعياري فقد بلغ(0.849)، بحيث تراوحت المتوسطات الحسابية بين (3.045-3.815) إما

الانحراف المعياري فتراوح بين (0.885-1.251).مما يدل على العلاقة القائمة بين مؤسسة موبيليس التي تتبنى وسائل التكنولوجيا الحديثة الإعلام والاتصال والزبون.

اختبار صحة الفرضيات:

من خلال هذا العنصر سنحاول اختبار فرضيات الدراسة الرئيسية والفرعية ، اين سيتم الحكم عليها بالقبول او الرفض

خلاصة الفصل الثاني:

تمكنا في هذا الفصل من إسقاط الإطار النظري على الواقع العملي من خلال دراسة تطبيقية لمدى إسهامات تكنولوجيا الاعلام والاتصال بإبعادها المختلفة في تجسيد العلاقة مع الزبون وذلك على مستوى مؤسسة موبيليس –وكالة بلدية رقان.

ومن اجل ذلك استخدمنا في هذه الدراسة وسيلة الاستبيان الذي تم توزيعه على عينة من موظفي وزبائن موبيليس، وتمت معالجة البيانات بواسطة البرنامج الإحصائي المعرف باسم الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية spss بالإضافة إلى القيام بتحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها.

حيث تم التأكد من وجود علاقة وطيدة ودائمة مع الزبون، و هذا ما يدل على ضرورة تطبيق إدارة علاقة الزبائن على مستوى المنظمات الاقتصادية للبقاء و مواكبة التحول التكنولوجي الهائل،خاصة مؤسسة موبيليس، لأنها أصبحت من الضروريات التي أوجبتها التغيرات المستمرة في مجال التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال، مع ضرورة الاستجابة إلى الزبائن لمعرفة احتياجاتهم لتوفير مطالبهم التي تختلف من زبون لآخر، وذلك بتطبيق أبعاد إقامة علاقة تفاعلية مع الزبون.

الخاتمة

الخاتمة:

إن التطور الهائل في تكنولوجيا الاعلام والاتصال أدى بانتقال الاقتصاد من الاقتصاد الكلاسيكي إلى الاقتصاد الرقمي الذي يمثل ثورة تنظيمية و اجتماعية و اقتصادية كبرى، و يعتمد هذا الاقتصاد على الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الاعلام والاتصال بصفة عامة و الانترنت بصفة خاصة.

لذا أصبحت تكنولوجيا الاعلام والاتصال في العصر الحديث تمثل سلاحا تنافسيا قويا بمؤسسات الإعمال، حيث أضحى التطور التكنولوجي الحديث سمة الربع الأخير من القرن الماضي بدرجة أثرت على جميع نواحي الحياة، بحيث أدت إلى ظهور أساليب جديدة يمكن الاستفادة منها في مجالات شتى وبشكل يزيد من كفاءة وفعالية الأداء في هذه المجالات، ومما لا شك فيه إن التطور في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال أصبح واضح للجميع فنحن نعيش في عصر الالكترونيات في عالم الاقتصاد.

ففي ظل النظرة الجديدة للزبون، واعتباره المدخل الرئيسي لنجاح إي مؤسسة وفي إطار تفعيل التوجه نحو الزبون الذي هو شريان الحياة بالنسبة لهذا العالم، فهم الثورة الحقيقية و الثمينة للمؤسسات و قادة الاقتصاد لذا على المؤسسات الاهتمام بالزبون وبناء علاقة ترابطية وطيدة و طويلة الأمد من اجل تلبية احتياجاته ورغباته مستعينة في ذلك بأحدث ما وصلت إليه التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال من تطور.

وقد اشتملت عملية تحليل و دراسة الإشكالية على جانبين، جانب نظري وتم التوصل من خلاله إلى بعض النتائج النظرية ، وجانب تطبيقي على مؤسسة الاتصالات "موبيليس" بحيث تم التوصل إلى بعض التوصيات و النتائج بناء على ما تم الحصول عليه من خلال تحليل الاستبيان في الدراسة الميدانية.

النتائج النظرية:

- ✓ من المطالب الأساسية لتأقلم المؤسسة مع المحيط يجب فهم حاجات الزبون و التمكن من تحقيق رغباته أفضل من المنافسين
- ✓ ترتكز إدارة العلاقة مع الزبون بالأساس على الحفاظ على الزبون من خلال إقامة علاقات معه لكسب ثقته وولائه.
- ✓ تظهر نتائج إدارة العلاقة مع الزبون على المدى الطويل، لان جذب زبائن جدد أكثر تكلفة من الحفاظ على الزبائن الحاليين.
- ✓ إن المؤسسة تقوم بتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات بأسعار جيدة ، بالإضافة إلى تقديم معلومات وبيانات تمتاز بالدقة و الوضوح.

- ✓ تمتلك المؤسسة نظاما لتسيير شكاوى الزبائن، لكنها لم تستفد منه بالقدر الكافي لان معظم الزبائن محايدون أو ليسو راضين كفاية عن نقص استجابة المؤسسة لشكاويهم و مشاكلهم والتأخر في تقديم الحلول الناتجة عنها.
- ✓ استخدام وسائل التكنولوجيا الحديثة هي احد المعايير ومتطلبات استمرارية المؤسسة لكسب ثقة الزبون لمنتجاتها.

الاقتراحات والتوصيات:

انطلاقا من النتائج المشار إليها سابقا يمكن تقديم جملة من الاقتراحات:

- ➢ على المؤسسة تبني أسلوب الاتصالات الفعالة وتبادل المنافع والامتيازات بينها وبين زبائنها، و يتم ذلك إلا من خلال قيامها بتحسين وتطوير أدائها وتقديم منتجات و خدمات جيدة بحسب طلب ورغبة الزبون.
- ➢ إدراك إن أهم وأثمن الأصول لديها ليس الخدمة التي تقوم بعرضها، ولكن الزبون الذي تقوم بخدمته، ونوعية العلاقة التي تربطها بت
- ➢ يجب على شركات الاتصالات زيادة وتوسيع قنوات اتصالاتها ومستويات علاقاتها بزبائنها عبر كافة الوسائل، لتنتهز كل الفرص المتاحة لتوطيد علاقاتها بهم.
- ➢ التقرب أكثر من الزبائن بتحسين خدمات الشبكة والعروض والتسهيلات لمواجهة إي تغير في احتياجاتهم وتوقعاتهم والسعي الجاد لتحقيق الوعود ما أمكن من خلال السعي الدائم لضمان جودة الخدمة.
- ➢ العمل على وضع برامج مكافأة للشراء المتكرر، و العمل على تقديم حوافز مادية للزبائن وخاصة من ناحية الأسعار والخدمات.
- ➢ التوسع في نطاق تغطية الشبكة لتشمل المناطق النائية من الوطن، وتوفير عدد معتبر من الفروع عبر تراب الوطن .
- ➢ الاهتمام أكثر بشرائح الزبائن المربحين والسعي لتقديم خدمات متميزة دون إهمال بقية الشرائح، حيث يمكن تقديم خدمات مناسبة لكل نوع من شرائح الزبائن مما يساهم في زيادة درجة الولاء ونقص عدم الرضا و كذا نقص كثرة الشكاوي بتسييرها الكترونيا لتحقيق استجابة فورية.
- ➢ يجب على المؤسسة أن تسعى بقدر الإمكان إلى تفصيل وبلورة خدماتها وفقا للاحتياجات والتوقعات الشخصية لزبائنها لتحقيق التميز والبقاء.

أفاق الدراسة :

في ضل ما اشرنا إليه سابقا في موضوع دور التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال في تسيير العلاقات مع الزبون وعلى ضوء النتائج التي تم التوصل إليها يمكننا اقتراح بعض الدراسات ذات العلاقة بالموضوع نذكر منها :

- اهمية التكنولوجيا الحديثة الاعلام والاتصال في بناء الذكاء الاقتصادي.
- واقع استخدام التكنولوجيا الحديثة على مؤسسات الاتصال الجزائرية .
- اثر نظم المعلومات في تجسيد الابتكار في التكنولوجيا المالية

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر و المراجع

1. أشرف السعيد أحمد،**تكنولوجيا المعلومات وإدارة الأزمات**، د/ط، خاص- أشرف السعيد أحمد، د/ب، 2013.
2. ألان باران: **صناعات الإعلام والاتصالات: منظور القرن الحادي والعشرين**، دكتوراه مركز جامعة تكساس لوسائل الاعلام الاسبانية، الولايات المتحدة الأمريكية، 2010.
3. آمال سعودي/ نهاد بمجردة: **دور التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال في تفعيل الأداء الصحفي**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل، 2017-2018.
4. أنعام حسن أيوب وآخرون: **العلاقات العامة والاتصال في الخدمة الاجتماعية**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2016.
5. إيمان محداب/ حسنى شرانة: **أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على فعالية الأداء داخل المؤسسة الخدماتية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد الصديق بن يحي، جيجل،2016-2017.
6. بسام عبد الرحمن المشاقبة: **معجم مصطلحات العلاقات العامة**، ط1، دار أسامة للنشروالتوزيع، الأردن-عمان، 2014.
7. بلعياضي أسامة: **دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في ترقية الإدارة العمومية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2015-2016.
8. بلعيد سمية: **دور المسؤولية الاجتماعية في تحسين صورة العلامة التجارية**، مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، جامعة الجيلالي بونعامة بخميس مليانة، 2018-2019.
9. بن بوزيد شهرزاد: **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين تنافسية المؤسسات الصغيرة والمتوسطة**، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة بوقرة بومرداس،2011-2012.
10. بن عبد الحفيظ لطيفة/ حميداتني ندى: **مساهمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تطوير العملية التعليمية**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، 2020-2021.

11. بوخاري فاطنة / سعيداني محمد: **التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال ودورها في البنوك**، مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، المجلد 13، العدد 01، 2020.

12. بومالي أمينة: **أثر تكنولوجيات الاتصال الحديثة على الاتصال الشخصي في المجتمع الجزائري**، المجلة العلمية، جامعة الجزائر3، العدد 09، 2017.

13. بونابي مصطفى/ عادل زكرياء: **استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تحسين الصورة الذهنية للبنوك الإسلامية في الجزائر**، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي، الجزائر ، 2020.

14. بيترسون، روبرت بلير، **تصورات المديرين للمعرفة والمهارات التكنولوجية اللازمة لقيادة مدرسية فعالة**، مجلة القيادة والدراسات التنظيمية، 2010.

15. جوهاني فانيسا لاندافيردي: **دور وسائل الاعلام العرقية والاجتماعية الرقمية في التواصل والتكامل بين المجتمعات العرقية والمهاجرة**، مذكرة لنيل أطروحة دكتوراه في علوم المعلومات والاتصالات، جامعة كوت دازور – فرنسا،2017.

16. خضرة عمر المفلح: **الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة**، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان–الأردن، 2015.

17. دريس سفيان، **دور التكنولوجيا الحديثة في ضياع اللغة العربية بين الشباب العربي**، مجلة أنسنة للبحوث والدراسات، جامعة أبو القاسم سعد الله الجزائر2، المجلد7، العدد2، 2016.

18. دوادي شاحبة: **استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تنمية المهارات الاعلامية لدى الصحفي الجزائري**، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة المسيلة، 2013–2014.

19. سارة دزيري: **دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تفعيل إدارة العلاقة مع الزبون**، مذكرة مكملة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في العلوم التجارية، جامعة أم البواقي، 2016–2017.

20. سناء محمد سليمان: **سيكولوجية الاتصال الإنساني ومهاراته**، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2014.

21. سوالمية حليمة: **دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في تسهيل المهام الإدارية**، رسالة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي –أم البواقي، 2014–2015.

22. شريط مروة/معاشو نور الهدى: **مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين صورة المؤسسة**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمجتمع، جامعة 8 ماي 45، 2015–2016.

23. صباح حميد علي/غازي فرحان أبو زيتون: **الاتصالات الادارية- أسس ومفاهيم ومراسلات**، د/ط، دار الحامد للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.

24. عبد الرحمان سوالمية: **استخدامات تكنولوجيا الاتصال الحديثة وانعكاساتها على نمط الحياة في المجتمع الريفي**، مجلة العلوم الإنسانيةوالاجتماعية ، العدد21، اسم المؤسسة التابعة لها ، 2015.

25. عبد الله حسن مسلم: **إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات**، ط1، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2015.

26. العربي العربي:**مستقبل الاعلام بين التطور التكنولوجي وصناعة التغيير**، مجلة الفكر، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، العدد 10.

27. فضيل دليو: **الاتصال مفاهيمه - نظرياته – وسائله**، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 2003.

28. فضيل دليو: **تاريخ وسائل الاعلام والاتصال**، ط4، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، القبة القديمة- الجزائر، 2013.

29. لؤي خليل: **الاعلام الصحفي**، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان-الأردن، 2014.

30. ماهر عودة الشمايلة وآخرون: تكنولوجيا الاعلام والاتصال، ط1، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان- الأردن، 2015.

31. مجدد عبد النور: **تكنولوجيا الاعلام والاتصال كعامل مساعد في تنافسية المؤسسة**، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة الجيلالي ليابس بسيدي بلعباس، 2014-2015.

32. محمد بن دليم القحطاني: **إدارة الموارد البشرية (نحو منهج استراتيجي متكامل)**، ط4، العبيكان للنشر، المملكة العربية السعودية- الرياض، 2015.

33. محمد جمال الفار: **معجم المصطلحات الإعلامية**، د/ط، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن-عمان، 2014.

34. محمد خليل الرفاعي: **دور الإعلام في العصر الرقمي في تشكيل قيم الأسرة العربية**، مجلة جامعة دمشق، المجلد 27، العدد 1 و2،2011.

35. محمد عبد المطلب البكاء، **الإعلام واللغة**،د/ط، دار نينوى للدراسات والنشر والتوزيع، سورية-دمشق، 2010.

36. محمد عبد الملك المتوكل، **مدخل إلى الاعلام والرأي العام**، ط2،كلية التجارة والاقتصاد، صنعاء، 2005.

37. محمد محمد الهادي:**تكنولوجيا الاتصالات وشبكات المعلومات**، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، 2001.

38. محمود خضر: **الاعلام والمعلومات والانترنت**، ط1، دار الكندي للنشر والتوزيع، الأردن، 2015.

39. مزهر شعباني العاني/شوقي ناجي جواد: **العملية الإدارية وتكنولوجيا المعلومات**،د/ط، دار إثراء للنشر والتوزيع،الشارقة، 2008.

40. مصطفى عوفي وآخرون: **الهوية الوطنية في ظل تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة**، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، د/م، العدد 04، 2012.

41. مقابلة شخصية مع رئيس وكالة موبيليس ببلدية رقان

42. نعيمة مرجاوي، **التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال أداة لدعم التعليم**، مجلة السياسة العالمية، جامعة محمد بوقرة بومرداس–الجزائر، المجلد 5، العدد 2، 2021.

43. الياس سي ناصر،**دور التكنولوجيات الحديثة للاتصالات في تحقيق في تحقيق التنمية البشرية المستدامة**، مجلة الباحث للدراسات الأكاديمية، جامعة باتنة1– الجزائر، المجلد 07، العدد 02، 2020.

44. https://www.mobilis.dz/ar/apropos.php

الملاحق

جامعة أحمد دراية أدرار
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير

استمارة استبيان حول:

دور التكنولوجيا الحديثة-الإعلام والاتصال- في تسيير العلاقات مع الزبون

دراسة حالة مؤسسة موبيليس – وكالة بلدية رقان-

مذكرة تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر الأكاديمي
تخصص: إدارة الأعمال

إعداد الطالبتين:
فنيش ناوية
حاجي رقية

إشراف الأستاذ:
مجاهد سيد أحمد

ملاحظة:

- بيانات الاستمارة سرية والغرض منها علمي بحث.
- ضع علامة (x) في خانة الاجابة.

السنة الجامعية: 2021-2022

القسم الخاص بموظفي مؤسسة موبيليس:

المحور الأول:البيانات الشخصية

1- الجنس:

ذكر	أنثى

2- السن:

أقل من 25 سنة	من25- 35 سنة	من 35-45 سنة	45 سنة فما فوق

3- المستوى الدراسي:

ثانوي	جامعي	تكوين آخر

4- الخبرة الوظيفية:

أقل من 5 سنوات	من 5- 10 سنوات	من 10- 15 سنة	15 سنة فما فوق

المحور الثاني: تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثةفي مؤسسة موبيليس.

التعريف بتكنولوجيا الاعلام والاتصال:

هي تلك الابتكارات والوسائل التي توصل اليها الانسان في ميدان الاعلام والاتصال نتيجة العديد من العوامل (اجتماعية، نفسية، سياسية، اقتصادية) وتتسم هذه التكنولوجيات بالتطور السريع والمرونة والاندماج والتفاعلية وكل هذا يخدم متطلبات الانسان ورغباته المختلفة.

الرقم	عبارات قياس تكنولوجيا الاعلام والاتصال في المؤسسة	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
01	تستقطب المؤسسة أصحاب الاختصاص في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال (مهندسين، مبرمجين، مصممي النظم،).					
02	تقوم المؤسسة بدورات تكوينية مستمرة لتدريب إطاراتها على التقنيات المستحدثة والمطورة من حين لآخر .					
03	تقدم المؤسسة تحفيزات معنوية لعمالها في سبيل تحسين الأداء الوظيفي .					
04	تقدم المؤسسة باستمرار التحفيزات المادية الملائمة لعمالها حسب المنصب والوظيفة .					
05	تمتلك المؤسسة عدد كافي من الأجهزة الخاصة بالإعلام الآلي.					
06	تمتلك المؤسسة عدد كافي من المعدات الخاصة بمجال الاتصالات.					
07	تقوم المؤسسة بتحديث وتطوير واقتناء الأجهزة و المعدات الخاصة بتكنولوجيا الاعلام والاتصال باستمرار .					
08	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات مفصلة عن احتياجات ومتطلبات زبائنها.					
09	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات مفصلة عن منافسيها.					

10	تمتلك المؤسسة قواعد بيانات مفصلة عن مورديها.					
11	تكنولوجيا الاتصال المستخدمة على مستوى المؤسسة تسهل عملية الوصول إلى قواعد البيانات المطلوبة عند الحاجة.					
12	المؤسسة مجهزة بأجهزة حاسوب مربوطة بقاعدة بيانات واحدة توفر الوقت اللازم لتقديم الخدمة للمشتركين.					
13	يتم تطوير البرمجيات باستمرار لمواكبة ما هو جديد في مجال تكنولوجيا الاعلام والاتصال .					
14	توجد شبكة اتصالات حديثة وفعالة لخدمة النظام المعلوماتي للمؤسسة.					
15	المؤسسة مربوطة في شبكة واحدة تساهم في مراقبة وضبط العمليات اليومية.					
16	وجود شبكة واحدة في المؤسسة تزيد من سرعة الابلاغ عن أي خلل يحدث في وقته .					
17	هناك ربط الكتروني بين المؤسسة والزبائن.					
18	هناك ربط الكتروني بين المؤسسة والموردين.					
19	هناك ربط الكتروني بين المؤسسة والوزارة الوصية .					
20	هناك ربط الكتروني بين جميع وكالات المؤسسة ومديرياتها الجهوية والمديرية العامة.					
21	تمتلك المؤسسة عدد كبير من الموزعين ونقاط البيع الخاصة بالمعتمدين.					
22	تقوم المؤسسة بتقديم عروض وامتيازات بشكل مستمر من أجل جذب مشتركين جدد وكسب ثقتهم من خلال عروض خدماتها .					
23	تعمل المؤسسة على تأمين فرص الابداع والمبادرة.					

القسم الخاص بزبائن مؤسسة موبيليس:

المحور الأول: البيانات الشخصية:

1- الجنس:

ذكر	أنثى

2- السن:

أقل من 25 سنة	من 25-35 سنة	من 35 -45 سنة	45 سنة فما فوق

3- المستوى الدراسي:

ابتدائي-متوسط	ثانوي	جامعي	تكوين اخر

المحور الثاني: دور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال في تسيير العلاقة مع الزبون.

تعريف بتكنولوجيا الإعلام والاتصال:

هي تلك الابتكارات والوسائل التي توصل إليها الإنسان في ميدان الاعلام والاتصال نتيجة العديد من العوامل (اجتماعية، نفسية، سياسية، اقتصادية) وتتسم هذه التكنولوجيات بالتطور السريع والمرونة والاندماج والتفاعلية وكل هذا يخدم متطلبات الانسان ورغباته المختلفة.

..

الرقم	عبارات قياس دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في تسيير العلاقة مع الزبون.	موافق	موافق بشدة	محايد	غير موافق	غير موافق

						بشدة
01	تقوم مؤسسة موبيليس بتقديم تشكيلة متنوعة من الخدمات تتوافق مع حاجاتي ورغباتي.					
02	تقدم مؤسسة موبيليس خدمات تنسجم مع متطلباتي في ظل مستوى الأسعار يتماشى والقدرة المادية لي .					
03	تقدم مؤسسة موبيليس الخدمة في الوقت الذي يلاءم احتياجات الزبون.					
04	تقوم مؤسسة موبيليس بتحسين جودة خدماتها باستمرار.					
05	تحرص مؤسسة موبيليس على تقديم خدمات متميزة مقارنة بمؤسسات الاتصالالأخرى.					
06	تقوم مؤسسة موبيليس باستطلاع آراء العملاء، لمعرفة درجة الرضا عن الخدمات المقدمة.					
07	مؤسسة موبيليس متوفرة في كل المناطق وخدماتها مقدمة بشكل جيد مقارنة مع غيرها.					
08	يسعى الموظفين إلى مساعدة الزبائن بلباقة وطيب خاطر.					
09	يتلقى الزبائن استقبال ومعاملة جيدة من الموظفين يجعلهم يشعرون بالتميز وحسن الخدمة.					
10	تستمع شركة موبيليس إلى شكاوى ومشاكل الزبائن وتعمل على إيجاد الحلول الناجعة لها.					
11	تقوم مؤسسة موبيليس بتوضيح الخدمة للزبائن وكيفية الحصول عليها.					
12	يتمتع الموظفين بمهارات عالية وسرعة تقديم الخدمة والمعلومات اللازمة للزبائن.					
13	تتصف معلومات وبيانات مؤسسة موبيليس التي تقدمها بنوع من الدقة والوضوح.					
14	يساهم الموظفين في تكوين الانطباع الجيد عن المؤسسة في أذهان الزبائن وتطوير علاقتها معهم.					
15	مقارنة بمؤسسات الاتصال الأخرى أرى أن هذه المؤسسة هي الأحسن على الاطلاق .					
16	أشعر بالفخر كوني من زبائن هذه المؤسسة.					

17	أرغب بالبقاء كزبون لمؤسسة موبيليس لشعوري بالارتياح والخدمات المتميزة باستمرار العلاقة معها.					
18	مستعد لدفع أي سعر للحصول على خدمات مؤسسة موبيليس مقارنة بالمؤسسات الأخرى المنافسة.					
19	لن تقودني العروض المغرية في المؤسسات الأخرى المنافسة للتحول إليها.					
20	إذ واجهتني مشكلة الخدمة التي تقدمها مؤسسة موبيليس فسوف انقلها مباشرة إلى العاملين فيها بقصد حلها.					