



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة زيان عاشور – الجلفة-  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم إعلام واتصال



# استخدام التطبيقات الذكية للمؤسسات العمومية في الاتصال المؤسسي الخدماتي

دراسة كمية: بوكالة الضمان الاجتماعي بالجلفة – تطبيق الهناء -

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر  
تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتور:  
عمراني ثامر

إعداد الطلاب:  
- صرصاب بلال  
- سلت عبد القادر  
- صولح عيشة

أمام لجنة المناقشة المكونة من:

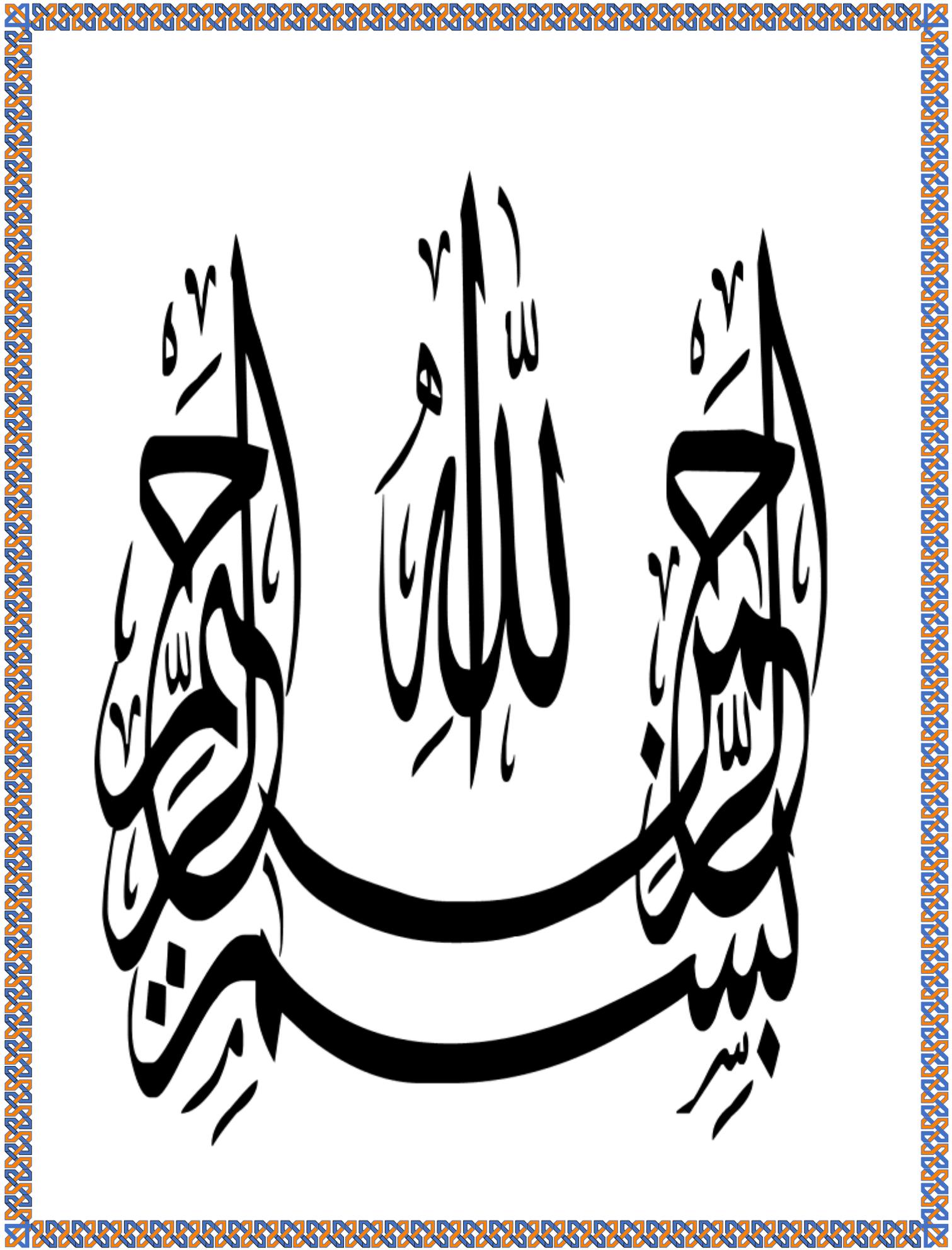
رئيسا  
مشرفا ومقررا  
عضوا مناقشا

جامعة الجلفة  
جامعة الجلفة  
جامعة الجلفة

عزاز زوليخة  
عمراني ثامر  
رقاب محمد

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# شكر و عرفان

بعد ان وفقنا الله عزوجل الى إتمام هذا العمل المتواضع  
لا يسعني الى ان نقدم بخالص شكرنا وعظيم تقديرنا الى من مد  
يد العون لإتمام هذا العمل وتقدم بالنصح والإرشاد والتوجيه  
خلال البحث هذا واطح بالذكر أستاذي المشرف

عمراني ثامر

لما لقيناه منه من حسن المعاملة طيلة إعداد هذا العمل

وشكرا

# الإهداء

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على خاتم الأنبياء والمرسلين أهدي هذا  
العمل إلى:

من جرع الكأس فارغاً ليسقيني قطرة حب

إلى من كلت انامله ليقدّم لنا لحظة سعادة

إلى من حصد الأشواك عن دربي ليمهد لي طريق العلم

إلى القلب الكبير والدي العزيز

إلى من أرضعتني الحب والحنان

إلى رمز الحب وبلسم الشفاء

إلى القلب الناصع بالبياض والدتي الحبيبة

إلى القلوب الطاهرة الرقيقة والنفوس البريئة إلى رياحين حياتي

اخوتي

إلى كل من لم تذكره مذكرتي ولم تنساه ذاكرتي فوق عن قلبي سهوا أهدي هذا

العمل

عبد القادر

## الإهداء

باسم الخالق الذي أضياء الكون بنوره الإلهي وحده أعبدته وحده، له المجد خاشعا

شاكرا لنعمه وفضله على في تمام هذا الجهد

إلى صاحب الفردوس الأعلى وسراج الأمة المنير وشفيعها النذير البشير محمد صلى الله

عليه وسلم فخرا واعتزازا.

إلى من سهر الليالي ونسي القوافي وظل سندي الموال وحمل همي غير مبالي والدي

العزيز حفظه الله

إلى من أثقلت الجفون سهرا وحملت الفؤاد هما وجاهدت الأيام صبرا وشغلت البال

فكرا ورفعت الأيادي دعاء وأيقنت بالله أملا أغلى الغوالي وأحب الأحباب أمة الغالية

إلى من عليهم اعتمدت واكتسبت بوجودهم قوة

اخوتي واخواتي:

إلى كل العائلة وأصدقائي

إلى كل من في قلبي ونسي قلبي أن يكتبه

عيشة

## الإهداء

الحمد لله وصلاة على الحبيب المصطفى ﷺ

اما بعد الحمد لله على الذي وفقني في مسيرتي الدراسية

بمذكراتي هاته ثمرة الجهد والنجاح

مهداة الى الوالدين حفظهما الله

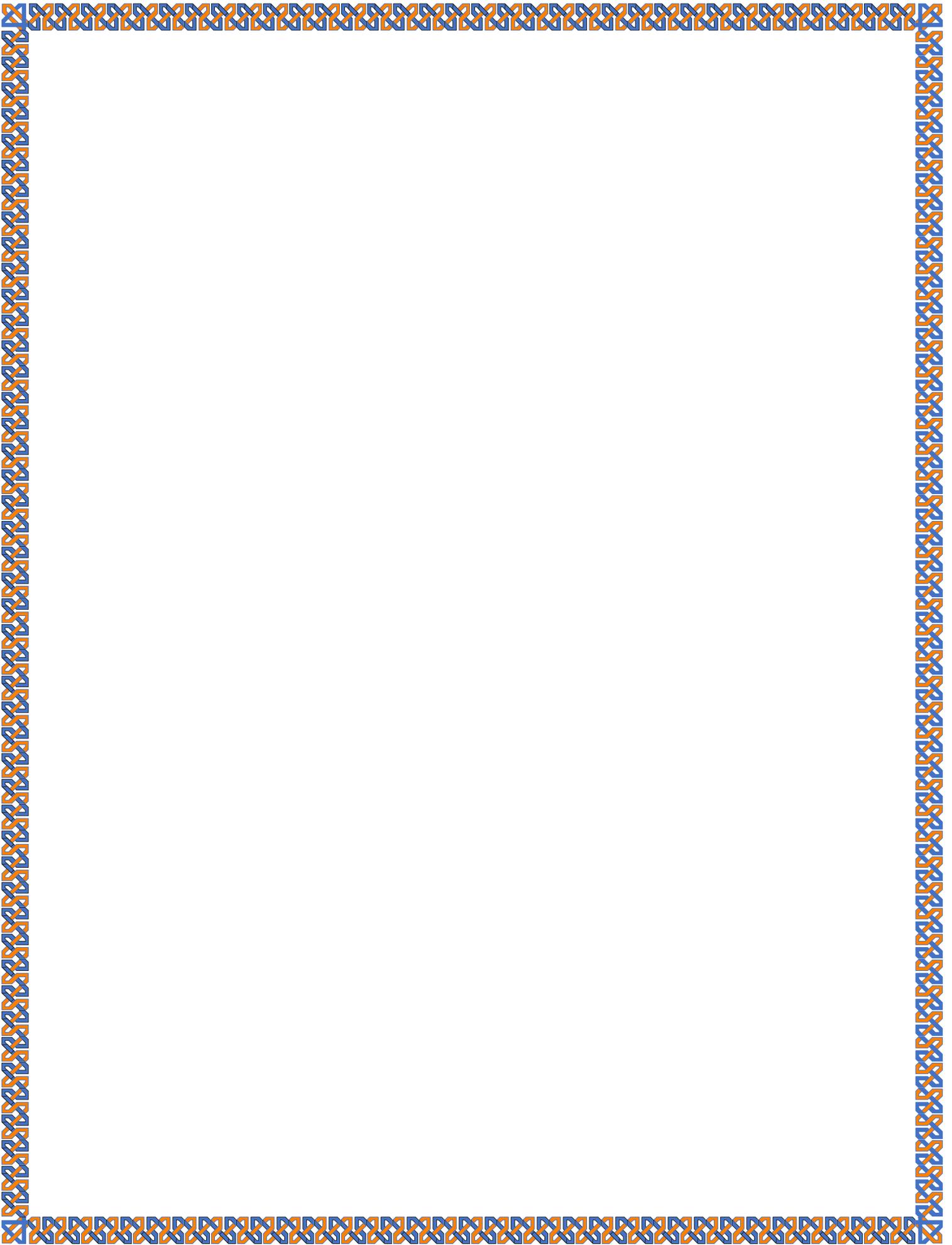
وأخواتي وجميع العائلة

وكل ما رافقني من أصدقائي

ولا انسى أساتذتي وأستاذي المشرف

والى كل قسم العلوم الاجتماعية بجامعة زيان عاشور.

بلال



## الفهرس

الفهرس .....	1
فهرس الجداول: .....	2
مقدمة:.....أ	3

### الفصل الأول: الإطار النظري والمفاهيمي للدراسة

1- الإشكالية: .....	4
2- الفرضيات: .....	5
3- أسباب اختيار الموضوع:.....	5
4-أهمية الدراسة: .....	6
5- تحديد مفاهيم الدراسة:.....	6
6-الدراسات السابقة:.....	8
7- التعقيب على الدراسات:.....	12
8- صعوبات الدراسة .....	13

### الفصل الثاني: التطبيقات الذكية

تمهيد .....	15
1- مفهوم التطبيقات الإلكترونية.....	16
2- أنواع التطبيقات الإلكترونية.....	17

- 3- أهمية التطبيقات الإلكترونية ..... 23
- 4- عوامل ومعوقات نجاح التطبيقات الإلكترونية ..... 25
- 5- خصائص التطبيقات الإلكترونية ..... 29
- 6- نماذج عن التطبيقات الذكية ..... 29
- خلاصة الفصل ..... 32

### الفصل الثالث: الاتصال المؤسسي في المؤسسات الخدمية

- تمهيد: ..... 35
- 1- تعريف الاتصال المؤسسي ..... 36
- 2- وظائف الاتصال المؤسسي ..... 38
- 3- مخطط الاتصال المؤسسي ..... 42
- 4- عناصر الاتصال المؤسسي ..... 46
- 5- أنواع وأنماط الاتصال المؤسسي ..... 47
- 6- معوقات الاتصال الفعال داخل المؤسسة ..... 49
- خلاصة الفصل: ..... 51

### الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية

- 1- التعريف بمؤسسة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة: ..... 54
- 2- مهام والهيكل التنظيمي للمؤسسة: ..... 54
- 3- حدود الدراسة: ..... 55
- 4- منهج الدراسة: ..... 56

56	4- عينة الدراسة:
57	5- أداة جمع البيانات:
58	6- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:
62	6-2- تساهم التطبيقات الذكية في تحسين الاتصال المؤسساتي في وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة.
75	المحور الثالث: تعمل وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة على تحسين الاتصال المؤسساتي.
81	7- نتائج الدراسة:
82	8- مناقشة الفرضيات:
86	الخاتمة:
88	قائمة المصادر والمراجع:

## فهرس الجداول:

- جدول 1: يبين توزيع الموظفين حسب الجنس: ..... 58
- جدول 2: يبين توزيع الموظفين حسب السن..... 59
- جدول 3: يبين توزيع الموظفين حسب الخبرة المهنية ..... 60
- جدول 4: يبين توزيع الموظفين حسب متغير المستوى التعليمي ..... 61
- جدول 5: هل يساعدك تطبيق الهناء على التقليل من طلبات المؤمنين ..... 62
- جدول 6: كيف ترى خدمات تطبيق الهناء لمؤسسة الضمان الاجتماعي..... 63
- جدول 7: ما مدى رضاكم عن تطبيق الهناء ..... 63
- جدول 8: هل تطبيق الهناء ناجح علميا..... 64
- جدول 9: هل تم الترويج لتطبيق الهناء من طرف مؤسستك ..... 65
- جدول 10: استخدام الهناء يفعل من عملية الاتصال بين العمال والمؤمنين اجتماعيا ..... 67
- جدول 11: ما هي الخدمات التي تستخدم في تطبيق الهناء: ..... 68
- جدول 12: ما هي السلبيات والنقائص التي توجد في تطبيق الهناء في نظرك ..... 69
- جدول 13: ما أهمية التطبيق بالنسبة لك..... 70
- جدول 14: هل ترى تطبيق الهناء ..... 71
- جدول 15: هل تفضل استخدام التطبيقات الذكية للمؤمنين عن الاتصال بالمؤسسة ..... 72
- جدول 16: هل ترى بان تطبيق الهناء ساعد في تحسين الاتصال مع المؤسسة ..... 73
- جدول 17: هل يمكنك الاستغناء عن تطبيق الهناء..... 74
- جدول 18: هل هناك جهود من مؤسستك لتحسين الاتصال ..... 75
- جدول 19: هل تعمل المؤسسة على تفعيل مهارات الاتصال الحديثة..... 76
- جدول 20: ما هي الآليات المعتمدة من وكالة الضمان الاجتماعي لتحسين الاتصال داخل مؤسستك..... 77

جدول 21: ما هي الطريقة المعتمدة في الاتصال بين المسؤول والعمال .....78

جدول 22: علاقة الرضى بعملية الاتصال بطريقة الاتصال .....79

# مقدمة

**مقدمة:**

في العصر الرقمي المتسارع، تلعب المؤسسات العمومية دوراً حيوياً في تقديم الخدمات للمواطنين بطرق أكثر كفاءة وفعالية. ومع تطور التكنولوجيا وظهور التطبيقات الذكية، شهدت المؤسسات العمومية تحولاً جذرياً في كيفية تواصلها مع الجمهور وتقديم خدماتها الاتصال الخدماتي، الذي يُعد أساسياً لضمان تلبية احتياجات المواطنين، قد تطور ليصبح أكثر ديناميكية واستجابة بفضل الابتكارات التقنية.

المؤسسات العمومية، التي كانت تعتمد سابقاً على الأساليب التقليدية في تقديم الخدمات، بدأت تتبنى التكنولوجيا الحديثة لتعزيز التواصل مع المواطنين وتقديم خدمات محسنة وسريعة، ان التطبيقات الذكية أصبحت جزءاً لا يتجزأ من استراتيجية هذه المؤسسات، حيث توفر منصات رقمية تُمكن المواطنين من الوصول إلى المعلومات والخدمات بكل سهولة ويسر، حيث من خلال هذه التطبيقات، يمكن للمؤسسات العمومية تحسين تجربة المستخدم، تقليل وقت الانتظار، وتقديم خدمات مخصصة تلبي الاحتياجات الفردية للمواطنين.

هذا التحول نحو الرقمنة لم يكن فقط استجابة للتطورات التكنولوجية، بل أيضاً نتيجة للضغط المتزايدة لتحسين الكفاءة والشفافية في العمل الحكومي. التطبيقات الذكية تساهم في تعزيز الشفافية والمساءلة، حيث تتيح للمواطنين متابعة طلباتهم والتفاعل المباشر مع الجهات الحكومية. بالإضافة إلى ذلك، تعزز هذه التطبيقات من قدرة المؤسسات على جمع البيانات وتحليلها، مما يساهم في اتخاذ قرارات مستنيرة وتحسين السياسات العامة.

وقد ارتأينا في مذكرتنا اعتماد مقدمة وأربع فصول:

حيث تناولنا في الفصل الأول وهو الإطار النظري تناولنا فيه الإشكالية والفرضيات وأهمية الدراسة وفي الفصل الثاني تم التطبيقات الذكية وأنواعها وأهميتها ونماذج عن التطبيقات الذكية وفي الفصل الثالث تم دراسة الاتصال المؤسسي تعريفه وأنواعه ومعيقاته وفي الفصل الرابع تم التطرق الى الجانب التطبيقي.

وفي الأخير تطرقنا إلى الخاتمة وفيها وضعنا اهم النتائج.

الفصل الأول:

الإطار النظري والمفاهيمي

للدراسة

## 1 - الإشكالية:

تعد التطبيقات الإلكترونية من بين الوسائل التكنولوجية الأساسية في عصر التقنية، حيث تمتلك قدرة كبيرة على تلبية احتياجات المستخدمين في مختلف المجالات. ومن خلال استمرار توسع وتنوع خدماتها، أصبحت هذه التطبيقات ضرورية وحيوية في الحياة اليومية، لتسهيل الحياة وتقديم الخدمات التي يمكن للأفراد الاستفادة منها بسهولة.

ولكن لم تقتصر أهمية التطبيقات الإلكترونية على المستوى الفردي فقط، بل امتدت إلى المستوى المؤسسي. فأصبح من الضروري للمؤسسات الاعتماد على هذه التطبيقات لدعم أنشطتها وخدماتها، والتواصل مع العملاء والجمهور بشكل أكثر فعالية. وقد استشعرت مؤسسة الضمان الاجتماعي بأهمية هذه التطبيقات، واستخدمتها كوسيلة داعمة لعملها وخدماتها، وتعزيز الاتصال المؤسسي.

تحقيقاً لهذه الأهداف، بدأت المؤسسات الجزائرية بالاهتمام بسمعتها، واتخذت خطوات نحو تطبيق التكنولوجيا الحديثة في أنشطتها وخدماتها. ومن هنا، فإن استخدام التطبيقات الإلكترونية يمثل جزءاً مهماً من استراتيجية المؤسسات لتحسين الاتصال المؤسسي وتحقيق أهدافها بفعالية.

ولمعالجة موضوع دور التطبيقات ارتأينا في دراستنا بعنوان استخدام التطبيقات الذكية بالمؤسسات العمومية في الاتصال المؤسسي الخدماتي وكانت دراستنا الميدانية بمؤسسة بالصندوق الوطني الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة لتطبيق الهناء، ومن خلال ما سبق نطرح التساؤل العام التالي:

-هل استخدام التطبيقات الذكية يفعل الاتصال المؤسسي في مؤسسة الصندوق الوطني لضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة ؟

**2- الفرضيات:**

- تساهم التطبيقات الذكية في تحسين الاتصال المؤسسي في وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة.
- يعمل تطبيق الهناء لتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين بوكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة.
- تعمل وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة على تحسين الاتصال المؤسسي.

**3- أسباب اختيار الموضوع:**

أسباب ذاتية

- الميول والرغبة في معالجة هذا الموضوع
  - رغبتنا في معرفة التطبيقات الذكية في المؤسسات الخدمية.
- أسباب موضوعية
- محاولة معرفة دور التطبيقات الذكية في الاتصال المؤسسي.
  - محاولة فهم استخدام التطبيقات الذكية والذي عرف تطورا كبيرا في المؤسسات
  - إثراء الدراسات المتعلقة بالتطبيقات الذكية.

**4- أهمية الدراسة:**

- تزايد اهتمام المؤسسات بالتطبيقات الإلكترونية لتحقيق الاستقرار والنجاح وتحسين وضمان سير العمل بالمؤسسات وضمان استمرارية المؤسسات بها، وضرورة اتجاه المؤسسات الجزائرية للاعتماد على هاته التطبيقات الإلكترونية التي تساهم في تحسين سمعتها.

- أهمية الاتصال المؤسساتي وتزايد الاهتمام بهذا الموضوع مما يولي هذه الموضوعات ذات الصلة به أهمية بالغة في البحث والدراسة.

- تسهم هذه الدراسة في إبراز دور تطبيق الهناء في الاتصال المؤسساتي.

**5- تحديد مفاهيم الدراسة:****1- التطبيقات الإلكترونية:**

التطبيقات لغة: تطبيق [مفرد]: ج تطبيقات (لغير المصدر): مصدر طَبَّقَ. أي إخضاع المسائل والقضايا لقاعدة علمية أو قانونية أو نحوية "يقوم المدرِّس بتطبيق المسائل على النظريات- يسعى لتطبيق التعليمات طبقاً للقانون"<sup>1</sup>

التطبيقات الإلكترونية إصطلاحاً : التطبيق هي برامج تعمل على أحد الهواتف الذكية بالاعتماد على أحد المزايا التي تقدمها هذه الهواتف بحيث تقدم خدمة معينة لمستخدميها، وتعتمد بالغالاب على الاتصال بالإنترنت الذي توفره هذه الهواتف.<sup>2</sup>

مفهوم التطبيقات الإلكترونية إجرائياً: اعتمادنا في دراستنا على أن التطبيقات الإلكترونية هي برامج مخصصة للعمل على الهواتف النقالة والحواسيب واللوحات الإلكترونية تقدم الاستفادة منها وتعطي خدمات معينة وحسب موضوعنا فهي تقدم خدمات للمؤسسات التي تمتلك التطبيق كتحسين الأداء أو السمعة وكذلك تقدم خدمات واستفادة لزبائن تلك المؤسسات.

<sup>1</sup>الشرقاوي علي، العملية الإدارية، وظائف المديرين، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2002، ص 61.

<sup>2</sup>صاحب سلطان محمد، العلاقات العامة ووسائل الاتصال، دار المسيرة، الأردن، 2015، ص 78.

## 2- مفهوم الاتصال:

الاتصال لغة: الاتصال يقابلها بالإنجليزية (communicate) بمعنى نقل، أوصل، بلغ، راسل كاتب، خابر، بمعنى يبلغ الأخبار (to communicate news) ويفشي السر<sup>1</sup>

- ومصطلح "الاتصال" في اللغة العربية مشتق من كلمة "تواصل"، والتواصل في اللغة من الوصل، ويعني ربط شيء بشيء آخر، الوصول إلى الشيء أو بلوغه والانتهاء إليه.

الاتصال اصطلاحاً:

- تعريف "كارل هوفلاند" للاتصال: "هو العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي نعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة)".

الاتصال إجرائياً: "هو عبارة عن نشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الانتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع ومنشأة أو قضية وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الاتجاهات من شخص أو جماعة إلى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين.

## 3- المؤسسة:

تعريف المؤسسة لغة: ورد في معجم لسان العرب "لابن منظور" في فعل "أسس"، "الأسس" و"الأسس" و"الأساس": كل مبتدأ شيء. والأس والأساس أصل بناء، والأسيس أصل كل شيء، وأس البناء مبتدؤه. وأسست داراً إذا بنيت حدودها ورفعت من قواعها.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عبد الرحيم النوايسة فاطمة، الاتصال الإنساني بين المعلم والطالب، دار الحامد، عمان، الأردن، 2012، ص 13.  
<sup>2</sup> حريم حسين، السلوك التنظيمي، سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، دار الحامد للنشر والتوزيع عمان، الأردن 2004، ص 10.

تعريف المؤسسة اصطلاحاً: هي: " تركيبة يبتدعها الإنسان بالتعاون مع الأفراد الآخرين في المجتمع"، فالمؤسسة هي: " منظمة تجمع أشخاص ذوي كفاءات متنوعة تستعمل رؤوس أموال وقدرات لإنتاج سلعة ما، والتي يمكن أن تباع بسعر أعلى مما تكلفه"<sup>1</sup>.

تعريف إجرائي للمؤسسة: أنها كيان أو هيئة تعمل في مجال معين، سواء كان ذلك في القطاع العام أو القطاع الخاص، بهدف تحقيق أهداف محددة. وتتنوع المؤسسات بشكل كبير في حجمها ونطاق نشاطها، فقد تكون صغيرة مثل المتجر المحلي أو كبيرة مثل الشركات العالمية الكبيرة.

## 6 - الدراسات السابقة:

نظراً لأهمية الدراسات السابقة المتمثلة في إثراء الإطار النظري بالمعلومات، وربطه مع الجانب الميداني، والإفادة منها في المنهجية، وفي تطوير وصياغة أداة الدراسة الحالية، فقد تم تقسيم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع الدراسة الحالية، وفقاً للتسلسل التاريخي لها من الأحدث إلى الأقدم كالآتي:

### الدراسة الأولى: تفاعلية التطبيقات الإلكترونية في الهواتف الذكية -اليوتيوب نموذجاً-<sup>2</sup>

مذكرة شهادة الماستر في الاعلام تخصص سمعي بصري شعبة علوم الاعلام والاتصال كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة الشهيد حمى لخضر الوادي (2019-2020).

من إعداد الطالبات: بلباي أشواق، أعراج فطيمة.

جاء التساؤل الرئيسي للدراسة كما يلي:

<sup>1</sup> خاطر أحمد، مقدمة في إدارة المؤسسات الاجتماعية، دار الكتاب الجامعي الحديث، القاهرة، مصر، 1982، ص 17.

<sup>2</sup> أشواق بلباي، فطيمة أعراج، تفاعلية التطبيقات الإلكترونية في الهواتف الذكية، اليوتيوب، نموذجاً، مذكرة ماستر جامعة جامعة الشهيد حمى لخضر الوادي، 2019-2020.

ما مدى استخدام الأدوات التفاعلية المتاحة على تطبيق يوتيوب في الهواتف الذكية والاشباعات المحققة منه؟"

وقد انبثق من هذا التساؤل تساؤلات فرعية، وهي:

- (1) ماهي عادات وأنماط استخدام الشباب الجامعي لموقع اليوتيوب.
  - (2) ماهي دوافع استخدام الشباب الجامعي لتطبيق يوتيوب على الهواتف الذكية؟
  - (3) فيما تتمثل الاشباعات التي يحققها الشباب الجامعي وراء استخدامهم لموقع التواصل الاجتماعي يوتيوب؟
- هدفت هذه الدراسة إلى:

- الكشف عن مدى تأثير الهاتف الذكي على الطالب الجامعي.
  - الوصول إلى الاشباعات المحققة للطلبة جراء متابعتهم لليوتيوب.
  - التعرف على مدى مساهمة مواقع التواصل الاجتماعي في اشباع رغبات الطالب الجامعي.
  - معرفة المكانة التي يحتلها اليوتيوب أوساط الطلبة في ظل وجود مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى.
- وتكمن أهمية الدراسة السابقة في البحث في دراسة واحدة من الحقول الاعلامية هي التفاعلية في التطبيقات الإلكترونية على الهواتف الذكية كأداة تواصل وتداول ومشاركة، إذ أن الهاتف الذكي يعتبر تطور تكنولوجي مذهل وسهولة ربطه أيضا بالإنترنت والانتشار الواسع لشبكات التواصل الاجتماعي خاصة تطبيق اليوتيوب فتسهم هذه الدراسة في إبراز دور اليوتيوب في التفاعلية على الهاتف الذكي بالإضافة إلى معرفة مدى درجة هائلة التفاعلية.

- اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي فهو في مجمله أداة لتوضيح طبيعة الحقيقة لمشكلة أو الواقع الاجتماعي وتحليل تلك الأوضاع، أما عينة البحث فهي العينة القصدية وهي التي تختار عن عمد بما يتناسب مع تحقيق هدف بحث معين واعتمدت الدراسة على أدوات الاستبيان والملاحظة.

الدراسة الثانية : استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية. دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق.<sup>1</sup>

واستخدمت الباحثة المنهج المسحي بالإضافة إلى المنهج التحليلي للوصول إلى تفسيرات كيفية تضاف إلى النتائج الكمية، ومن أجل جمع البيانات استعانت الباحثة بالملاحظة والمقابلة (المقابلة نصف الموجهة والمقابلة الموجهة) واستمارة الاستبيان، واعتمدت على مجتمع بحث يتكون من كل الموظفين المزودين بالتكنولوجيا الاتصالية الحديثة ولما كان عددهم محدود فقد اختارت الباحثة أن تجري حصرا شاملا لكل المفردات لمجتمع بحث متكون من (49) موظفا.

أهم أهداف الدراسة تتضح فيما يلي:

- أهداف علمية وتتضح من خلال الدراسة المتعلقة بالاتصال ومدى استخدام الفعلي للتكنولوجيات الحديثة، انطلاقا من ترتيب استخدام التكنولوجيات الأربع. والعوامل التي تحكم هذا الاستخدام على مستوى أداة المؤسسة المدروسة. وذلك بالكشف عن مدى مساهمة هذه التكنولوجيات في تفعيل العلاقات بين أفراد المؤسسات، ودورها في القضاء على مختلف العوائق التي تعرقل سيرورة المعلومات بالدقة المطلوبة والوقت المحدد.

تحاول هذه الدراسة الإجابة عن التساؤلات الآتية:

<sup>1</sup> حورية بولعويدات ، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، رسالة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة، جامعة قسنطينية 2007-2008.

- هل تؤثر العوامل الذاتية للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة؟.
- ما هو ترتيب الوسائل التكنولوجية الاتصالية الأربعة (جهاز الحاسوب، شبكة الأنترنت، شبكة الأنترنت، شبكة الإكسترنال) من ناحية الاستخدام في المؤسسة؟.
- ما هو أثر هذا الاستخدام على المؤسسة؟.
- من أهم نتائج هذه الدراسة ما يلي:
- تؤثر العوامل الذاتية للمبحوثين على نسبة استخدامهم لتكنولوجيا الاتصال الحديثة بالمؤسسة
- المدرسة (المنصب، المستوى التعليمي، متابعة وسائل الاتصال الجماهيري، الصحافة المكتوبة والإذاعة والتلفزيون) قد تحقق جزئياً.
- التباين في استخدام التكنولوجيات الاتصالية الأربعة ومجالات الاستخدام.
- تكنولوجيا الاتصال الحديثة في مؤسسات سونلغاز قد ساهمت في تحسين الاتصال بشكله الداخلي والخارجي وذلك بنسبة 83.93% وحسنت الانتاجية وذلك بنسبة 92.07% وساهمت في تحسين محيط العمل وذلك 88.28%.

### الدراسة الثالثة: 1Relationnes les relations publiques sur le web 2.0

إن إشكالية هذه الدراسة تتلخص في محاولة دراسة العلاقات الاتصالية بين المؤسسات عبر الشبكات الاجتماعية وخاصة الفيسبوك وفي هذا النّسق قامت الباحثة بدراسة تسع شركات

<sup>1</sup> Relationnes les relations publiques sur le web 2.0 : vers de nouveaux modèles université ' catholique de recherche doctorat le clôturée en 2013 de laboratoire LASCO Louvain Bruxelles.

من قطاعات مختلفة تمثلت في قطاع البنوك ومؤسسة الطيران الفرنسية .... وعليه فإن صاحبة الدراسة اعتمدت منهجية تمثلت في طريقة التحليل العلمي للوظيفة الاتصالية للمؤسسات لأجل الكشف عن ديناميكية العلاقة بين المؤسسات، حيث أجرت الباحثة عدة استطلاعات عبر مواقع المؤسسات.

ولأجل إتمام مجريات الدراسة قد استخدمت الباحثة أداة بحثية تمثلت في الاستمارة لجمع البيانات التي تم ارسالها إلى المكلفين بالاتصال عبر الشبكات الاجتماعية المختارة كعينة فالاستمارة تضمنت أسئلة متعلقة بهيكل المؤسسات والموارد البشرية فيها وكذلك المواقع المستخدمة والعلاقات مع الجمهور.

حيث أسفرت هذه الدراسة بعد تحليل البيانات وتفسيرها إلى عدة نتائج تمثلت أهمها في: أن بعض المؤسسات تستخدم الفايسبوك كوسيلة للبيع والترويج وكذلك الحوار مع المشاركين في الموقع، وكذلك توصلت الباحثة على أن بعض المؤسسات ترى الفيسبوك وسيلة مهمة لترسيخ العلامة التجارية وتكوين الصورة عن العلامة التجارية وأن بعض المؤسسات تستخدم الفايسبوك كوسيلة لنشر معلومات إضافية للعملاء.

## 7- التعقيب على الدراسات:

لقد اعتمدنا على الدراسات التي ذكرت سابقا كونها ساعدتنا في بلورة مشكلة البحث، وتحديد أبعادها، كما زودتنا بالعديد من الأفكار والأدوات فهي تعتبر بمثابة تجارب سابقة التمسنا من خلالها الخطوات المنهجية حيث تدرج كلها ضمن الدراسات الوصفية، وقد استفدنا كثيرا منها للإحاطة بالموضوع المدروس من الناحية النظرية والميدانية لتحديد مشكلة الدراسة، واختيار الفرضيات الملائمة، ووضع أسئلة الاستمارة.

وتتشابه هذه الدراسات مع دراستنا من ناحية المنهج المتبع وهو المنهج الوصفي التحليلي وكذلك من حيث الأدوات المستخدمة في جمع المعلومات والبيانات كاستمارة الاستبيان،

ومجتمع البحث المتمثل في العاملين داخل المؤسسات المدروسة، وفي بعض الأهداف الفرعية والتساؤلات المطروحة.

بينما كان الاختلاف بين هذه الدراسات ودراستنا حيث الهدف الرئيسي، كون هذه الدراسات تبحث عن أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال على العمال أو على نشاط المؤسسة، بينما تتمحور دراستنا حول محاولة معرفة دور التطبيقات الذكية في مؤسسة عمومية.

كما يوجد اختلاف في الجانب التطبيقي حيث تم توزيع الاستمارة في المؤسسات الاقتصادية، أم نحن فقد وجهنا الاستمارة إلى العمال داخل المؤسسات العمومية.

### 8- صعوبات الدراسة

- صعوبة تحصلنا على المراجع التي نخدم بحثنا بما يتناسب والمعلومات المراد الحصول عليها.

- صعوبة التعامل مع المبحوثين خاصة فيما يتعلق بمليء قوائم الاستبيان وقد اضطررنا إلى شرح بعض الأمور حول الاستبيان.

الفصل الثاني:

التطبيقات الذكية

**تمهيد**

في ظل التطورات التكنولوجية المتسارعة، أصبح الوصول إلى المعلومات أثناء التنقل ضرورة ملحة أكثر من أي وقت مضى. لقد غيرت الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية بشكل جذري كيفية تفاعل الناس مع العالم من حولهم، مما جعل الحصول على المعلومات والخدمات في أي وقت وأي مكان أمرًا بديهيًا. هذا التحول التكنولوجي أوجد الحاجة إلى تطوير تطبيقات إلكترونية متقدمة تمكن المستخدمين من إجراء معاملاتهم المختلفة بسرعة ويسر، سواء كانت هذه المعاملات تتعلق بالأعمال، التعليم، التسوق، أو حتى الرعاية الصحية.

## 1- مفهوم التطبيقات الإلكترونية

هي عبارة عن برامج تصممها الشركات المصنعة للهواتف أو الشركات المقدمة لخدمة الهاتف، أو شركات أخرى مختصة في صناعة التطبيقات، يقوم المستخدم بتنزيلها على هاتفه من متاجر وشركات الهواتف العالمية وذلك حسب نوع نظام تشغيل الهاتف، هذه الأخيرة تقدم خدمات تنفيذ المشترك في حياته اليومية في شتى المجالات، رياضية، إخبارية، دينية، علمية، تعليمية، وغيرها، ركز هذا التعريف على الجهات المصممة للهواتف الذكية ومجالات الاستفادة منها.<sup>1</sup>

في تعريف آخر هي تطبيقات تعمل بالإنترنت وتكون مثبتة على جهاز الهاتف لأداء مهمة معينة للمستخدم مثل التصفح، الدردشة، التعلم، إرسال واستقبال الرسائل... الخ وتعرف أيضا على أنها تطبيقات برمجية مصممة للتشغيل على الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية يمكن تنزيلها مجانا أو عن طريق الشراء من خلال منصات توزيع تطبيقات الهواتف الذكية، في هذا التعريف ركز الباحث على طرق الاستفادة من هذه البرمجيات.<sup>2</sup>

من خلال التعريفات السابقة نستنتج أن تطبيقات الهواتف الذكية هي تلك التطبيقات والبرامج التي تتوفر أو تنصب في الهواتف الذكية وفقا لنظام التشغيل الذي يعمل به الهاتف، تحتوي على تقنيات وتقدم العديد من الخدمات، تفيد المستخدم في حياته العملية والعلمية على حد سواء، يتم الحصول عليها من إحدى متاجر شركات التطبيقات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>الحسن محمد حسين، الإدارة الإلكترونية- المفاهيم، الخصائص، المتطلبات، ط 1، مؤسسة الوراق، 2011 ص 14.

<sup>2</sup>سعد غالب ياسين، الإدارة الإلكترونية وأفاق تطبيقاتها، العربية المملكة العربية السعودية معهد الإدارة العامة، 2005، ص 23.

<sup>3</sup>أحمد محمد سمير، الإدارة الإلكترونية، عمان، دار المسيرة، 2009، ص 17.

## 2- أنواع التطبيقات الإلكترونية

ويمكن ذكر أنواع التطبيقات الإلكترونية حسب تصنيفات:

### 1. أنواع التطبيقات الإلكترونية حسب البرمجة الداخلية:

#### - التطبيقات الأصلية

وهي التطبيقات التي تتطلب من المستخدم، تنزيلها وتثبيتها على هاتفه الذكي وقد صممت لتلائم أنظمة التشغيل جميعها، ويتكون من مجموعة من البرامج المكتوبة خصيصا لمواصفات المنصة المطلوبة، والتطبيقات الأصلية موجودة على الجهاز ويمكن الوصول إليها من خلال الأيقونات الموجودة على الشاشة الرئيسية للجهاز، يتم تثبيت التطبيقات الأصلية من خلال متجر التطبيقات (مثل Google Play أو متجر تطبيقات Apple). تم تطويرها خصيصًا لمنصة واحدة، ويمكنها الاستفادة الكاملة من جميع ميزات الجهاز - يمكنهم استخدام الكاميرا ونظام تحديد المواقع العالمي (GPS) ومقياس التسارع والبوصلة وقائمة جهات الاتصال وما إلى ذلك. يمكنهم أيضًا دمج الإيماءات (إما إيماءات نظام التشغيل القياسية أو لإيماءات جديدة محددة بواسطة التطبيق). ويمكن للتطبيقات الأصلية استخدام نظام إعلام الجهاز ويمكنها العمل دون اتصال بالإنترنت.<sup>1</sup>

ويعتمد إنشاء التطبيقات فيها على اللغات المعتمدة من أنظمة التشغيل ولا يعمل هذا النوع من التطبيقات إلا على نظام التشغيل الخاص به والذي تم إنشاء التطبيق عليه فلا يمكن أن يتم فتح واستخدام تطبيق أندرويد على نظام IOS أو عكس ذلك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>التكريتي، سعد والعلاق، بشير، الأعمال الإلكترونية، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2002، ص 56.

<sup>2</sup>الصيرفي محمد، الإدارة الإلكترونية، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2006، ص 26.

## - تطبيقات الويب

وهي التطبيقات المتوفرة على الموقع الإلكتروني، ولا تتطلب من المستخدم تحميلها وتثبيتها على الهاتف الذكي الخاص به، وتعمل هذه التطبيقات تلقائياً على أي هاتف ذكي أو جهاز لوحي، أو جهاز محمول أو جهاز الحاسوب، متوافقة مع معايير متصفح الويب. والجدير بالذكر أن المضمون في تطبيق الويب، معنيون بتقديم تصاميم للواجهة بشكل كامل عكس التطبيق الأصلي فإن عناصر الواجهة تكون محددة، ومعلومة تلقائياً من قبل شركتي أبل وجوجل.<sup>1</sup>

ويشبه هذا النوع من التطبيقات للتطبيقات الأصلية ويتم برمجته وإنشائه في الغالب باستخدام بعض اللغات المعروفة والتي منها CSS او JavaScript او HTML5 وتقوم هذه التطبيقات بتوجيه المستخدم الى URL.

## - التطبيقات الهجينة أو المختلطة

ويعتبر مزيج من التطبيق الأصلي وتطبيق الويب، ليلائم الأجهزة المحمولة كافة ويكون متاح من خلال الموقع الإلكتروني للخدمة. هذا النوع من التطبيقات يعتمد في تكوينها الأساسي على وجود صفحات الويب ويمكن برمجتها باستخدام نفس لغات البرمجة السابقة وهي HTML و CSS و JavaScript ويمتاز هذا النوع من التطبيقات بعمله على العديد من المنصات المختلفة دون إعادة برمجة أي شيء.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> طارق عبد الرؤوف عامر، الإدارة الإلكترونية نماذج معاصرة، ط1، دار السحاب للنشر والتوزيع، 2007، ص 42.

<sup>2</sup>العلاق بشير عباس، الإدارة الرقمية المجالات و التطبيقات، أبو ظبي، مركز الإمارات للدراسات و البحوث الاستشارية، أبوظبي، 2005، ص 88.

**2. تطبيقات البرامج:**

- برامج البريد الإلكتروني: يستخدم هذا البرنامج بهدف استقبال وإرسال الرسائل والملحقات أيضاً بواسطة البريد الإلكتروني، مثل: MS Outlook و Gmail.
- برنامج جداول البيانات: يتم الاعتماد على تلك البرامج كأداة لإتمام العمليات الحسابية وتنظيم الجداول ومنها MS Excel, MS Pro Quattro و MS Works
- برامج النشر المكتبي: يتم الاعتماد على تلك البرامج كوسيلة لإنشاء اللافتات والمنشورات والكتابة، وغير ذلك الكثير. ومنها MS Word و MS Publisher
- برنامج العرض: وظيفة هذا البرنامج هي عرض الصور، والوسائط المتعددة والمعلومات أو جميعها معاً ومنها: MS PowerPoint, Hyper Studio.
- برنامج معالج النصوص: هذا البرنامج عبارة عن أحد الأدوات التي تستخدم من أجل طباعة الكلمات وإنشائها مثل: MS Word و MS Works و Apple Works<sup>1</sup>.
- برامج قواعد البيانات: تستخدم لكي يتم تخزين المعلومات والبيانات الرقمية والنصية التي تساعد على فرز البيانات ومن أمثلتها: MS Access و FileMaker Pro.

**3. التطبيقات الإلكترونية حسب الاستخدام والمحتوى:**

تطبيقات التواصل الاجتماعي:

وهي التطبيقات المنتشرة حالياً بين الجميع شباب وأطفال وكبار رجال ونساء والتي ساعدت على جعل العالم كأنه دولة صغيرة مثل الفيس بوك والواتس اب واليوتيوب

<sup>1</sup>عنيم أحمد محمد ، الإدارة الإلكترونية ،أفاق الحاضر و تطلعات المستقبل، المنصورة المكتبة العصرية 2004، ص 78.

والتليجرام والسكايب والانستجرام وغيرها من التطبيقات الهامة المنتشرة، وهذه التطبيقات شكلت ثورة في وسائل الاتصال بين جميع أنحاء العالم، حيث يستخدمها الآن المليارات من البشر، وتعمل هذه التطبيقات على ربط الأشخاص ببعضهم وتبادل الثقافات المختلفة.<sup>1</sup>

#### التطبيقات الترفيهية:

نشر هذا النوع من التطبيقات خاصة بين الأطفال والشباب حيث ان هذا النوع من التطبيقات أصبح بديل عن الألعاب الإلكترونية والالعاب الكمبيوتر، والتي استهدفت جمهور الهواتف الذكية خلال السنوات الأخيرة بزيادة طرح الألعاب الشهيرة على التطبيقات، مما زاد من عدد المستخدمين للألعاب والى هذا النوع من التطبيقات، ولا يقتصر هذا النوع من التطبيقات على طرح الالعاب المسلية وحسب، بل توجد بعض التطبيقات الترفيهية التي تقدم الفيديوهات المختلفة مثل فيديوهات ترفيهية وكوميديية، وأقلام كرتون وغيرها من وسائل الترفيه.

#### تطبيقات الخدمات:

وهي نوع من أنواع التطبيقات المنتشرة والتي لها أهمية كبيرة جداً حيث ان هذه التطبيقات تعمل على تقديم العديد من الخدمات الهامة، مثل تطبيقات البنوك و مكاتب البريد وتطبيقات حجز القطارات والطائرات، وتطبيقات طلب المأكولات والمشروبات من المطاعم المختلفة، وتطبيقات طلب سيارات الأجرة بين الأماكن والأحياء والمدن وبعضها البعض وتعد هذه التطبيقات من التطبيقات المنتشرة بكثرة وتكون مزودة بخرائط جوجل الهامة لجميع المدن، هذا إلى جانب التطبيقات الصحية والتعليمية والثقافية وهذه التطبيقات تقدم الخدمات المعلوماتية عن الصحة والتعليم

<sup>1</sup>فداء محمود حامد، الإدارة الإلكترونية، دار الداية، عمان ، 2012، ص 32.

والكتب وغيرها، بالإضافة الى التطبيقات التي تعمل على تقديم الخدمات اليومية الهامة.<sup>1</sup>

هذا النوع يعد من الأنواع التي تم تخصيصها وتصميمها لتحقيق مصلحة للشركات والمؤسسات والتي قد يستخدمها أحد أنواع أنظمة ادارة المحتوى الرقمي، منها التطبيقات الخاصة بالبنوك والمؤسسات الخدمية.

حيث من خلالها يُمكن للشخص أو المستخدم أن يقوم بإتمام كافة الإجراءات والمعاملات المالية، ويمكنه أيضاً التعرف على ما يمتلكه من رصيد مالي.<sup>2</sup>

يوجد أيضاً منها على سبيل المثال، تطبيقات خاصة بمؤسسات الدولة كتطبيق بريدي موب ومثل تطبيقات خاصة بالشركات السياحية التي تمكن المستخدم من إجراء الحجوزات يطريق مباشر ثم الدفع إلكترونياً بعد ذلك، مما ساهم في توفير الكثير من الوقت والجهد.

#### التطبيقات التعليمية:

تعتبر كمنصات تعليمية أون لاین وغير أون لاین تحتوي على دروس وكورسات في العديد من المجالات والموضوعات كتطبيقات تعلم اللغات وتطبيقات الكورسات.<sup>3</sup>

#### تطبيقات المتاجر الإلكتروني:

وهذه المتاجر زادت بدسبة كبيرة خلال السنوات الأخيرة وهي تعمل على تسويق العديد من المنتجات، وقامت جميع الشركات بامتلاك تطبيق من هذا النوع خاص

<sup>1</sup>محمد سمير أحمد، الإدارة الإلكترونية، دار المسيرة، الأردن، 2009، ص 89.

<sup>2</sup>بن حسين سليمة، دور الإدارة الإلكترونية في تحسين أداء الخدمات الإدارية، المجلة الجزائرية للمنو التتمية العدد السابع، جويلية 2014، ص 82

<sup>3</sup>بوعمامة العربي ورقاد حليلة، الاتصال العمومي والإدارة الإلكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد9، ديسمبر 2014، ص 23.

بما وحقت شهرة كبيرة في البيع والشراء، وأصبحت توفر المجهود في عرض المنتجات على الفئات المهتمة، وإشعارهم بالعديد من المنتجات الجديد، ولهذا زادت التجارة الإلكترونية يفضل تلك التطبيقات وأصبحت هذه التجارة من أكبر الوسائل التي تحقق الأرباح.

وهناك أنواع أخرى داخل هذا التصنيف مثل تطبيقات البرمجة وتطبيقات الأخبار وتطبيقات الأدوات وغيرها.<sup>1</sup>

- برامج الاتصالات: تسمح هذه البرامج لمستخدميها أن يتواصلوا فيما بينهم بواسطة استخدام الدردشة أو الفيديو أو الصوت ومنها: ICQ, IRC, MS Net Meeting.

- متصفحات الويب:

من خلال هذه البرامج يمكن تصفح الإنترنت وإرسال الرسائل أيضاً عبر البريد الإلكتروني، إضافة إلى ذلك يمكن استخدامها من أجل إنشاء صفحات الويب مثل: Internet Explorer, Google Chrome وOpera.

### 3. التطبيقات الإلكترونية حسب الاستخدام والمحتوى:

وهي التطبيقات المنتشرة حالياً بين الجميع شباب واطفال وكبار رجال ونساء والتي ساعدت على جعل العالم كأنه دولة صغيرة مثل الفيس بوك والواتس اب واليوتيوب والتليجرام والاسكايب والانستجرام وغيرها من التطبيقات الهامة المنتشرة، وهذه التطبيقات شكلت ثورة في وسائل الاتصال بين جميع أنحاء العالم، حيث يستخدمها الآن المليارات من البشر، وتعمل هذه التطبيقات على ربط الأشخاص ببعضهم وتبادل الثقافات المختلفة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> رأفت رضوان، الإدارة الإلكترونية، الإدارة والمتغيرات العالمية الجديدة، الملتقى الإداري الثاني للجمعية السعودية للإدارة، مركز المعلومات واتخاذ القرار، القاهرة، 2004، ص 34.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 35.

## التطبيقات الترفيهية:

نتشر هذا النوع من التطبيقات خاصة بين الأطفال والشباب حيث ان هذا النوع من التطبيقات أصبح بديل عن الألعاب الإلكترونية وألعاب الكمبيوتر، والتي استهدفت جمهور الهواتف الذكية خلال السنوات الأخيرة بزيادة طرح الألعاب الشهيرة على التطبيقات، مما زاد من عدد المستخدمين للألعاب والى هذا النوع من التطبيقات، ولا يقتصر هذا النوع من التطبيقات على طرح الألعاب المسلية وحسب، بل توجد بعض التطبيقات الترفيهية التي تقدم الفيديوهات المختلفة مثل فيديوهات ترفيهية وكوميديية، وأقلام كرتون وغيرها من وسائل الترفيه.<sup>1</sup>

## تطبيقات الخدمات:

وهي نوع من أنواع التطبيقات المنتشرة والتي لها أهمية كبيرة جداً حيث ان هذه التطبيقات تعمل على تقديم العديد من الخدمات الهامة، مثل تطبيقات البنوك ومكاتب البريد وتطبيقات حجز القطارات والطائرات، وتطبيقات طلب المأكولات والمشروبات من المطاعم المختلفة، وتطبيقات طلب سيارات الأجرة بين الأماكن

## 3- أهمية التطبيقات الإلكترونية

تكمن أهمية التطبيقات الذكية من حيث نمو الأعمال والتواصل الفعال بين الشركات وعملاءها لسهولة تنفيذ الأعمال بتلك الهواتف فعلى سبيل المثال. يمكن للمستخدمين دفع فواتيرهم أو إدخال بياناتهم أو شراء منتجات من مجرد نقره واحده على هواتفهم.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>سلامي نادية ، الإدارة الإلكترونية كأساس لترقية الخدمة العمومية في الجزائر (الدور و التحديات) ، العدد الرابع ، جوان 2015، ص 77.

<sup>2</sup>موسى عبد الناصر وقرشي محمد، مساهمة الإدارة الإلكترونية في تطوير العمل الإداري بمؤسسات التعليم العالي، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، العدد 09، 2011، ص 112.

يوجد أي مجال تقريبًا لم تثبت فيه أهمية تطبيقات الهواتف الذكية فيه، كما ان تطبيقات الهواتف اثبتت أنها أساسيه للتواصل الفعال مع العملاء المستهدفين. وبالتالي، لماذا تضيع هذه الفرصة على عمالك؟

على الصعيد العالمي، هناك أكثر من 5 مليار هاتف ذكي حول العالم. لذلك، فإننا نواجه واقع وهو أن الأشخاص هذه الأيام يقضون وقتًا أطول على الهاتف مقارنةً بأجهزة الكمبيوتر الشخصية. إذا قمت بضبط خطة التسويق الخاصة بك لتتناسب مع هذا التحول وتطيع هذا الواقع لصالحك فالتأكيد سوف تضمن أرباح كبيرة لشركتك.

إذا كنت ترغب في تقديم خدمات أو عرض منتجات على الإنترنت فاستخدم تطبيقات الهواتف للوصول إلى أقصى مبيعاتك. كلما زادت العروض التي تقدمها للعملاء المحتملين لضمان الوصول إليك عبر تطبيقات الهاتف، كلما زاد انتشار عمالك على مستوى العالم.<sup>1</sup>

والتطبيقات الإلكترونية لها أهمية بالغة في حياتنا اليومية، وتلك الأهمية البالغة تزداد مع الوقت لما تقدمه أنواع التطبيقات الإلكترونية المختلفة من خدمات تسهل من إمام الوظائف الحياتية على المستخدمين.

حيث أن مجالات الاستثمار في تطبيقات الجوال والتطبيقات الإلكترونية عديدة حيث منها: المجال الخدمي، والمواصلات، المجال الثقافي والتعليمي، مجال السياحة والعديد غير ذلك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>قدوري سحر، الإدارة الإلكترونية وامكانياتها في تحقيق الجودة الشاملة، مجلة المنصورة جامعة منصور، بغداد العدد 14، الجزء الاول، 2010، ص73.

<sup>2</sup>نزلي غنية، دور الإدارة الإلكترونية في ترقية خدمات المرافق العمومية المحلية " مجلة العلوم القانونية والسياسية، العدد 2، جانفي 2016، ص 56.

ويوم بعد يوم تتوسع الخدمات التي تقدم من تلك التطبيقات لتسهل شؤون حياتنا وقد ساهم تطور تكنولوجيا الهواتف المحمولة وأنظمة التشغيل في توسيع دائرة تلك التطبيقات في السنوات الأخيرة بشكل ملحوظ خصوصًا مع ارتفاع عدد مستخدمي الهواتف الذكية كما ساهمت في تسهيل الأعمال وتسهيل التواصل والتعلم والتسلية وأصبحت ضرورة لبعض الشركات والبنوك وغيرها من المؤسسات لإنهاء أعمالهم بأسرع وقت وأسهل طريقة.

#### 4- عوامل ومعوقات نجاح التطبيقات الإلكترونية

في ظل التطورات والشبوع الهائل للتطبيقات الإلكترونية وما تقدمه من أهمية وخدمات تتضمن مميزات تسهل الحياة اليومية الا انه لنجاح التطبيقات الإلكترونية لابد من توفر عوامل مساعده على ذلك ولا بد من تفاعى المعوقات التي تصعب من تجاهاها.

##### 1. عوامل نجاح التطبيقات الإلكترونية

-عوامل تنظيمية

- ترتبط بوجود سياسة واضحة للاستخدام.

- تهيئه المستخدمين بأهمية التطبيق الإلكتروني.

- وضع استراتيجية ما قبل صدور التطبيق وأثناء الصدور والمراقبة البعديّة.

-عوامل تقنية

- التركيز على المتطلبات التقنية من خلال الشبكات الداخلية والخارجية

- وجود إدارة متخصصة في دعم الفني أعداد وتأهيل الفنيين على إنشاء التطبيقات

الذكية كنوع من الاستقلالية البرمجية المراد ينائها.

-عوامل أخرى

- إنشاء قائمه بالمعيقات المحتملة للتطبيق والعمل على تقاؤها - الاعتماد على لغات البرمجة الحديثة في النشاء التطبيقات الكترونية مثل لغة بايثون ولغة فورتران وغيرها من اجل مواكبه التطور التكنولوجي الحاصل والحصول على أفضل خدمة.<sup>1</sup>

- تحقيق متطلبات الجودة الخاصة بالبرمجة الحديثة- مثل الاعتمادية وهي الاعتماد على الدقة النظرية للخوارزميات وتقليل أخطاء البرمجة الى الحد الأدنى ، ومثل المتانة وهي مدى توقع البرنامج للمشاكل بسبب الأخطاء، ومثل الصلاحية وبيئة العمل ، القابلية للنقل، القابلية للصيانة اي سهول تعديل التطبيق بواسطه مطوربه الحاليين أو المستقبليين من اجل إجراء تحسينات او تخصيصات او إصلاح الأخطاء والثغرات الأمنية او تكيفها مع بيئات جديده، الفعالية و الأداء من قياس وقت المعالجة مساحة الذاكرة للأجهزة الضعيفة والبطيئة وتفاعل المستخدم وإدارة الموارد بعناية.<sup>2</sup>

- عدم الاقتصار على تحسين وتطوير الواجهة الخلفية فقط. للتطبيق بل التعويل على فعالية وامتياز الواجهة الأمامية للتطبيق ايضا من التصميم الجذاب الى سهوله الاستخدام وتيسير الوصول الى أوامر التطبيق المختلفة.

- توفير التطبيق على مختلف المنصات ومتاجر التطبيقات المتاحة مثل بلاي ستور واب ستور.<sup>3</sup>

- توفير كل المعلومات حول التطبيق الإلكتروني المتاح وتوفيرها للمستخدم من التعريف به وتقدم مطوره والتواريخ الخاصة به، وأبرز التحديثات وعناوين الاتصال وغيرها.

<sup>1</sup>سلامي نادية ، الإدارة الإلكترونية كأساس لترقية الخدمة العمومية في الجزائر (الدور و التحديات) ، مرجع سابق، ص 78.

<sup>2</sup>قدوري سحر، الإدارة الإلكترونية وإمكانياتها في تحقيق الجودة الشاملة، مرجع سابق، ص 112.

<sup>3</sup>بوعمامة العربي و رقاد حليلة، الاتصال العمومي والإدارة الإلكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية، مرجع سابق، ص 83.

- المراقبة الدورية للتطبيق وتجاوز المشاكل التقنية وتوقيع فريق صيانة وتوفير التحديثات اللازمة.

- اعتماد شكاوى وتوصيات المستخدمين وتسهيل وصولها وأخذها بعين الاعتبار.

- توفير الأمان الإلكتروني والخصوصية لبيانات ومعلومات المستخدمين خاصة في التطبيقات المالية والخدماتية.

- الترويج للتطبيق الإلكتروني والعمل على تشهير به لدى كل المستخدمين واعتماد كل الوسائل من الإعلانات ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها.<sup>1</sup>

## 2. معوقات نجاح التطبيقات الإلكترونية

### -معوقات أمنية

- ضعف مستوى الخصوصية والأماكن الإلكترونية.

- ضعف مستوى الموثوقية لتطبيقات الإلكترونية.

- اعتماد لغات برمجة تعتبر ضعيفة أمنياً.

- نقص الفريق التقني المعني بإدارة السياسات الأمنية للتطبيق.

- عدم تحيين الحساب.

- صعوبة تغيير كلمات المرور.

- سهولة الاختراقات والأعطاب الأمنية وكثرة الثغرات وتضمين الفيروسات.

### -معوقات برمجية

- اعتماد لغات برمجة تعتبر تقليديه نوعاً ما وغير فعالة.

<sup>1</sup>بوعمامة العربي و رقاد حليلة، الاتصال العمومي والإدارة الإلكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية، مرجع سابق، ص 84.

- عدم توافق اللغة البرمجية المستخدمة في الواجهة الخلفية للتطبيق مع اللغة البرمجية المستخدمة في الواجهة.

الأمامية للتطبيق.

- الاعتماد على البرمجة قصيرة المدى مما يعرض التطبيق للأعطاب والمشاكل التقنية والفنية مستقبلا.<sup>1</sup>

- عدم توفر برمجة تسمح بقابلية الصيانة والتعديل والتطوير مستقبلا داخل التطبيق.

- نقص التنسيق البرمجي الذي يسمح بتشغيل مختلف التطبيقات في كل أنظمة التشغيل المتاحة.

**-معوقات فنية وتقنية:**

- نقص الفنيين والفريق التقني المختص.

- اعتماد تصميمات تقليديه وغير متطورة مثل استخدام أيقونات وعناصر غير متناسقة وغير مترابطة لا تخدم المستخدم.<sup>2</sup>

- حدوث الاعطال المفاجئة وعدم تحمل ضغط الاستخدام.

- قلة التحديثات والصيانة الدورية.

- النقص في مستقبلات شبكة الانترنت لدى التطبيق.

- كثرة الاعلانات والاشهارات الغير مرغوب فيها.

- كثرة البيانات المهملة والغير ضرورية في مساحة تخزين التطبيق.

- عدم توفر اللغات الضرورية الكافية الذي يحتاجها المستخدم .

<sup>1</sup>سلامي نادية ، الإدارة الإلكترونية كأساس لترقية الخدمة العمومية في الجزائر (الدور و التحديات) ، مرجع سابق، ص 97.

<sup>2</sup>المرجع نفسه، ص 98.

- عدم توثيق التطبيق لدى متاجر التطبيقات مما يجعله يضيع بين التطبيقات المشابهة والتي تحمل نفس الاسم مما يفقده الوصول الى المستخدمين ويفقده المصداقية.

## 5- خصائص التطبيقات الإلكترونية

تتميز تطبيقات الهواتف الذكية بعدة الخصائص والمميزات المهمة، هذه المميزات تسخر للمستخدمين العديد من الميزات، وهي كالآتي:<sup>1</sup>

\* تساعد هذه التطبيقات الأفراد في الوصول إلى المعلومة مهما كانت صعبة وبعيدة بأقل جهد ممكن وبأقل التكاليف.

\* مواكبة لغة العصر من ناحية التكنولوجيا الحاصلة تمكن المستخدم من تقييم ومراجعة التطبيق الذي يقوم بتنزيله في الهاتف المحمول.

\* تتوفر التطبيقات بعدة لغات لكي تتناسب مع كل المستخدمين باختلاف لغاتهم واحتياجاتهم.

\* سهولة الاستخدام والتحديثات الفورية: بحيث يتم تنزيل التحديثات بمجرد الاتصال بالإنترنت، وتضمن هذه التحديثات استمرارية التطبيق وانتشاره بين المستخدمين.

\* تتميز هذه التطبيقات بالتوافق مع أنظمة تشغيل الهواتف الذكية مثل Android الخاص بهواتف سامسونغ.

## 6- نماذج عن التطبيقات الذكية

توجد العديد من التطبيقات المستخدمة في مجال البحث العلمي تختلف فيما بينها في طريقة الاستخدام والخدمات التي تتيحها، وأبرزها ما يلي:

<sup>1</sup> طارق عبد الرؤوف عامر، الإدارة الإلكترونية نماذج معاصرة، مرجع سابق، ص 90.

- تطبيق GOOGLE DRIVE : هو تطبيق يقدم خدمة تخزين وتعديل الملفات المكتبية مملوك لشركة GOOGLE والذي تم إطلاقه في 24 أبريل 2012، وتبرز أهمية هذا التطبيق من خلال:<sup>1</sup>

الأفراد: تمكن من تخزين الملفات والمجلدات ومشاركتها والوصول إليها من أي هاتف ذكي أو جهاز لوحي أو كمبيوتر، الفرق: يمكن التفاعل مع الفريق من خلال منصة تعاون امنة مستندة الى السحابة الإلكترونية مما يسهل مشاركة الملفات وتخزينها و الوصول البها، المؤسسات: يمكن حماية بيانات المؤسسة باستخدام ميزة منع فقدان البيانات و VOULT لجمع الأدلة الإلكترونية و الأرشفة ومركز الأمان. لبدأ استخدام GOOGLE DRIVE بمجرد إعداد حساب GOOGLE خاص بك يمكنك الوصول إلى التطبيق بالانتقال الى <http://DRIVE.GOOGLE.COM> من متصفح الويب الخاص بك أنت أيضا تنتقل إلى 'DRIVE'. ثم انقر فوق GOOGLE DRIVE ONLY GOOGLE PAGR

- تطبيق GOOGLE FORMS :<sup>2</sup>

هو تطبيق ويب يقدم خدمة تخزين سحابي تسمح للمستخدمين بتحميل وتعديل وإنشاء عدة أنواع من الملفات، يسمح هذا التطبيق بتوفير طريقة جديدة لجمع البيانات أو إنشاء الاستبيانات وتوزيعها بعدة طرق الكترونية على الأنترنت والحصول بعدها على الردود وحفظها بصيغة أداة جداول بيانات GOOGLE وكذلك إنشاء ملف خاص لها وتحليلها ويشترط الاتصال بالأنترنت، يمكن العمل ب GOOGLE FORMS من خلال تحميله من متجر google play مجانا.

<sup>1</sup>عبان عبد القادر، "تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر- دراسة سيولوجية بلدية الكاليتوس العاصمة"، رسالة دكتوراه منشورة في علم الاجتماع، قسم العلوم الاجتماعية جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015 - 2016، ص 66.

<sup>2</sup>عبان عبد القادر، "تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر- دراسة سيولوجية بلدية الكاليتوس العاصمة"، مرجع سابق، ص 68.

## - تطبيق ACADEMIA :

هو عبارة عن منصة للتواصل الاجتماعي موجهة للأكاديميين والباحثين، وتتمثل مهمته في توفير نظام للعلماء لمشاركة نتائجهم بشكل مستقل عن نظام المجالات الحالي قام بإنشائه ريتشارد برايس المؤسس والرئيس التنفيذي لشركة ACADEMIAEDU، يمكن استخدام تطبيق ACADEMIA من خلال تنزيل التطبيق مجاني من GOOGLE PLAY للوصول إلى حساب ACADEMIA.EDU الخاص بك متى تشاء. حيث يمكن القيام بعدة وظائف من خلال هذا التطبيق كمشاركة الأوراق البحثية، تحميل البحث ومراقبة تأثيره، تتبع التحليلات وتتبع البحث عن الباحثين الذين تتابعهم كذلك مناقشة المخطوطات قبل تقديمها، ومراسلة الباحثين وربط عنوان البريد الإلكتروني لتلقي الإشعارات، إمكانية تحميل أي شيء متعلق بالبحث.<sup>1</sup>

## - تطبيق RESEARCHER :

هو تطبيق مصمم للباحثين و الأكاديميين يمكن تنزيله من GOOGLE PLAY أو APP STORE أو APP INCHINA، يتم تنزيل التطبيق مجانا لأنظمة WEB و ANDROID، يسمح تطبيق RESEARCHER بإنجاز عدة وظائف كالبقاء على إطلاع بأحدث الأبحاث سريعا وفعالا، جمع ملخصات لأكثر من 15000 مجلة في عدة مجالات متنوعة، كذلك تقديم المقالات بشكل موجز وإرسال التنبيهات في حال تم نشر ورقة علمية جديدة في موضوعك، لا يتم فرض رسوم على الناشرين لتضمين ال

<sup>1</sup>عبان عبد القادر، "تحديات الإدارة الإلكترونية في الجزائر- دراسة سيولوجية بلدية الكاليتوس العاصمة"، رسالة، مرجع سابق، ص 70.

### خلاصة الفصل

نستنتج أن للتطبيقات الإلكترونية مكانة مهمة لدى الأفراد والمؤسسات حيث دخلت في العديد من مجالات الحياة وأصبحت جزءا كبيرا منها مثل التعليم والترفيه والتواصل، يفضل مميزات تسهيلات تقدمها خاصة إن توفرت عوامل نجاح هاته التطبيقات تفادت معيقات ذلك، وبتنوع هذه التطبيقات حسب برمجيتها أو حسب محتواها واستخدامها وتستخدم التطبيقات الإلكترونية في قطاع الخدماتية لأهداف عدة

منها تقدم خدمات ومصالح وأغراض خاصة بالمؤسسات والأفراد مثل تطبيقات المؤسسات المالية.

## الفصل الثالث:

الاتصال المؤسسي في

المؤسسات الخدمية

**تمهيد:**

الاتصال المؤسسي هو عملية حيوية تعزز تواصل المؤسسة مع مختلف الفاعلين، سواء كانوا داخل المؤسسة نفسها أو خارجها. يعتبر الاتصال المؤسسي عاملاً أساسياً في بناء علاقات قوية وفعّالة، سواء كانت داخلية بين الموظفين أو خارجية مع العملاء والشركاء والمجتمع المحلي.

تتضمن الاتصال المؤسسي عدة جوانب مهمة، بما في ذلك نقل الرسائل والمعلومات بوضوح وفعالية، وتبادل الآراء والأفكار بين مختلف الأطراف، وبناء الثقة والتفاهم، وتحقيق التواصل السليم لأهداف المؤسسة.

عندما يكون الاتصال المؤسسي فعالاً، يمكن أن يسهم في تحقيق النجاح والاستمرارية للمؤسسة، من خلال تعزيز العلاقات الداخلية والخارجية، وبناء صورة إيجابية للمؤسسة في أذهان الجمهور.

مع التطورات التكنولوجية والاجتماعية المستمرة، يتطلب الاتصال المؤسسي استخدام وسائل متنوعة ومتقدمة، مثل وسائل التواصل الاجتماعي والبريد الإلكتروني والمواقع الإلكترونية، لضمان وصول الرسائل بفعالية وفاعلية.

## 1- تعريف الاتصال المؤسسي

يعرف الاتصال المؤسسي كعملية إرسال الرسائل والإشارات الموجهة للجماهير المختلفة، والتي تهدف أساساً إلى تحسين صورتها وتقوية علاقاتها والترويج لمنتجاتها وخدماتها والدفاع عن مصالحها، فنحدث عن العملية لأن ميدان الاتصال المؤسسي غير محدد بشكل كافٍ ومناهجه جنينية (بدائية) علاوة على ذلك، فإن هذا الأخير لا يمثل نشاط مستقل بل مجموعة من التفاعلات الذهنية.<sup>1</sup>

وبشكل عام فهو يمثل مجموعة الأنشطة الاتصالية المنظمة التي تتم بشكل مباشر مع الزبائن ومع مختلف الشركاء في إطار هدف الاتصال حول صورتها (الدعم، العلاقات العامة، الإشهارات). وهو يسمح للمؤسسة بتحسين أو تقوية صورتها الحاملة لقيم إيجابية وكذلك إيجاد مناخ ثقة ودي ملائم لتطوير نشاطها.

ويعرف اتصال المؤسسة أو الذي نسميه أيضاً الاتصال المؤسسي كشكل من أشكال الاتصال التي تعبر من خلاله المؤسسة عن نفسها مهما كانت طبيعة الجمهور المستهدف، بهدف خلق شعور حسن إزاءها.<sup>2</sup>

وبالنسبة لبعض الباحثين فإن الاتصال المؤسسي يطلق عليه أيضاً تسمية اتصال العلامة (وهو مصطلح باللغة الانجليزية) فالإتصال الذي يكون موضوعه المنظمة أو المؤسسة نفسها وبهذا المعنى حسب (Thomas F-Garbett) فإن هدف اتصال المنشأة هو بناء وتسيير صورتها والتعبير عن هويتها. وهناك من الباحثين الذين قاموا بالتمييز بين الاتصال المؤسسي واتصال المؤسسة على غرار ياف كرييف (Yveskrief) الذي يرى أن اتصال المؤسسة يتكون من ثلاث مجموعات: اتصال

<sup>1</sup> إسماعيل محمد حسن ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع الكويت الطبعة الأولى، 2003، ص 33.

<sup>2</sup> بدوي هناء حافظ ، وسائل الإتصال في الخدمة الإجتماعية والمجتمعات النامية، المكتب الجامعي الحديث الأزاريطة، الإسكندرية، مصر، 2001، ص 56.

المؤسسة (التعبير التجاري للمؤسسة)، الاتصال المؤسسي بشكل خاص (تعبير المنظمة كهيئة في المجتمع) وكذلك اتصال العلامة.<sup>1</sup>

ويرى فان ريان (Vin riel) أن الاتصال المؤسسي على "أنه الأداة الإدارية المتمثلة في جميع أشكال الاتصال الداخلية والخارجية المستخدمة بوعي، تكون منسجمة بطريقة أكثر فعالية وأكثر كفاية ممكنة".

وفي هذا الإطار نجد أن الاتصال المؤسسي حاليا يعرف انطلاقا من الرسالة الصادرة من أي مرسل. وفق لهذا المعنى، فإن المفهوم الجديد الذي يستعمله الباحثين هو اتصال المنظمات الذي يحل محل اتصال المؤسسة لأن إستراتيجية الاتصال تطبق بنفس المعالم الأساسية في أي نوع من المنظمة وليس فقط في مؤسسة واحدة.<sup>2</sup>

إن مفهوم الاتصال المؤسسي هو قاعدة ثابتة في ميدان المؤسسة، فهو يتميز عن الأنشطة الاتصالية الأخرى (حسب طبيعة المؤسسة، مبادئها، شخصيتها، مشروعها، اختيارها، أهدافها، أفعالها، نتائجها) كالأنشطة الاتصالية في المجال التجاري المتعلقة بالمنتجات أو الخدمات، غير أنه نجد منطق الاتصال المؤسسي في منظمات أخرى مثل المؤسسات العمومية، المجالات العمومية للوزارات، الإدارات، الجماعات المحلية، أو في الميدان غير الإنتاجي مثل الجمعيات، الأحزاب، المنظمات الأخرى.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>بن روان بلقاسم، "إستراتيجية الاتصال الخارجي للمؤسسة الاقتصادية: المؤسسة كنسق"، المجلة الجزائرية للاتصال، جامعة الجزائر، العدد 3، 1996، ص 89.

<sup>2</sup>بن نوار صالح، فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث والترجمة قسنطينة الجزائر، 2006، ص 24.

<sup>3</sup>بوخريسة بوبكر، زيمي مراد وآخرون، دراسات في تسيير الموارد البشرية، منشورات قرطبة للنشر والتوزيع الجزائر الطبعة الأولى، 2008، ص 75.

## 2- وظائف الاتصال المؤسسي

هناك نوعين من الوظائف: أولاً: الوظائف المركزية التي تنتج في الأساس من الواجب القانوني المقدم من المنظمة أو المؤسسة، وفي إطار هذا النوع يمكن التمييز بين أربع وظائف أخرى: الإعلام، التفسير، الدفاع عن القيم والحوار.

إعلام الجمهور: تكتسي هذه الوظيفة أهمية كبيرة خاصة في ظل تطبيق مبادئ الديمقراطية، وهي ناتجة من مبدأ الإشهار الذي يفرض وجود شفافية في النقاشات ونشر القرارات لجميع المواطنين في إطار تحقيق المصلحة العامة. ومن جهة أخرى يجب على الإدارة نشر كل القوانين، القرارات، الأوامر والمراسيم والوثائق المتاحة للجميع، .... وهذا المبدأ الإشهاري يكون معمم على مجموعة قرارات وأنشطة المنظمات والمؤسسات الإدارية وهي مسؤولة عن القيام بالإعلام بطريقة منتظمة وكاملة لنشاطاتها وقراراتها.<sup>1</sup>

بمعنى يجب على كل مؤسسة أن تحترم حق المواطن في الحصول على المعلومات حول مهامها وأهدافها سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، من خلال ضمان سريان المعلومات بين مختلف مصالح المؤسسة من جهة، وتقديم المعلومات ذات المنفعة العامة للمواطنين، وإعلامهم بحقوقهم وواجباتهم وبالإجراءات الإدارية والقرارات المتخذة والخدمات المقدمة من جهة أخرى، بالإضافة إلى التوجه نحو وسائل الإعلام للتعريف بمهامها، أهدافها، مخرجاتها، وذلك في إطار عملية الترويج لصورة المؤسسة المرجوة نحو الخارج من جهة أخرى.

<sup>1</sup>حجازي محمد حافظ، وسائل الاتصال الرسمي (البيروقراطية، الكومبيروقراطية) ، دار الوفاء لندنيا للطباعة ، الإسكندرية، مصر، 2006، ص 43.

-تفسير ودعم القرارات: إن تعقد السياسات العمومية إلى حد كبير على مستوى المحتوى والتنفيذ، يتطلب من المؤسسات والمنظمات العامة تقديم تفسيرات شاملة لأهدافها وشرح القرارات المتخذة ودعمها بأنشطة (بمقاييس) اتصالية.<sup>1</sup>

-الدفاع عن القيم وترقية التصرفات المسؤولة: من بين مهام الدولة هو حماية وترقية الحقوق الإنسانية والقيم الأساسية المشكلة لدولة القانون (كالمساواة، المعاملة العادلة، الحريات الفردية، الخ)، لكن نجد أيضا الدفاع عن القيم المعروفة في المجتمع وفي المؤسسات (كإدماج الأفراد المعوقين مثلا)، وتوعية المواطنين بضرورة القيام بواجباتهم وتحمل مسؤولياتهم (كاحترام البيئة). ولقد فرصت هذه القيم من ناحية أخرى وجود جانب معين من التجارب المعيشية في المؤسسات والمنظمات العامة التي تسهر لتجنب الأصوات المرتفعة (المعارضة) خاصة من طرف جماعات المصالح ووسائل الإعلام.

ومن جهة أخرى يهدف الاتصال المؤسسي العمومي إلى تحقيق وظيفة "التعبئة"، حيث تلعب المؤسسة العمومية دورا أساسيا في تنظيم حياة الجماعة، مما يسمح لها بمرافقة هذه المهمة في الواقع، فهدف التعبئة يتجسد في الارتباط (الالتزام) العام والسياسي للمواطنين بالمعنى الواسع، حيث يترجم ذلك من خلال المعلومة حول ميكانيزمات القرارات، المشاركة، استشارة المواطنين، فهؤلاء المواطنين لهم دور كبير في الفضاء العمومي ولا يضعهم فقط كمستهلكين للنشاط العمومي، لكن أيضا كفاعلين. كما يمكن أن تأخذ هذه "التعبئة" شكل أنشطة التوعية بهدف تغيير السلوكات والذهنيات وبشكل عام لتحسين الحياة العامة في الجماعة (أمن الطرقات، جمع الطرقات ..).<sup>2</sup>

<sup>1</sup>حنفي عبد الغفار ، السلوك التنظيمي وإدارة الأفراد، الدار الجامعية، بيروت، لبنان، 1991، ص 68.

<sup>2</sup>المرجع نفسه، ص 70.

-ضمان الحوار بين المؤسسات والمواطنين: يتجسد الفعل الديمقراطي كنشاط حيوي عن طريق مشاركة المواطنين في اتخاذ القرارات وإجراء النقاشات العامة. فتطور الحكومة في عدة مستويات مع تزايد عدد القرارات السياسية وتعدد الكثير من السياسات العمومية الصادرة من المنظمات، فرض على الإدارة مسؤولية إيجاد حوار دائم مع المواطنين. فالمنظمة التي نقصدها قد لا تكون معروفة ولا تكون لها أي مصداقية في إطار المجتمع المعاصر، فالإتصال أصبح مهمة مستمرة ومتفاعلة وهو نفس الشيء فيما يتعلق بين السلطات والمواطنين.

ثانيا: أما الوظائف المكتملة فهي تتميز عن الوظائف المركزية ليس لأنها أقل أهمية في مفاهيم الإتصال، لكن لأنها لا يتم وضعها في الغالب وفق قواعد قانونية واضحة. فهي تجسد في النهاية المفهوم الحديث للمنظمة العامة.<sup>1</sup>

-الاستقبال: تتجسد وظيفة الاستقبال من خلال علاقات الموظفين مع المستخدمين الذين لا يكونوا مستهلكين، غير مستعملين، غير زوار، لكنهم مواطنين. فالاستقبال يمثل وظيفة الاستماع والحوار مع المواطن، الذي يكون قاعدة الأنشطة الاتصالية

....

ونادرا ما نجد النصوص القانونية التي تتناول طريقة وكيفية استقبال المواطنين في الإدارة ووضع المعلومة بكيفية مسبقة ومنظمة وكذا الرفاهية المادية في الاستقبال، طريقة الإجابة في الهاتف، الاتجاه المعتمد في العلاقة الشخصية .. الخ.<sup>2</sup>

ورغم أن الاستقبال يمثل أول نشاط اتصالي في المنظمة، إلا أن إحترام الوقت وتوفير الرفاهية المرغوبة، اللطف والتقمص الوجداني للشخص، سهولة التواصل وفق اتجاه وكلام مناسب، هي عناصر أساسية في تقييم الخدمة العمومية. بالإضافة إلى

<sup>1</sup>خيري خليل الجميلي، الإتصال ووسائله في المجتمع الحديث، المكتب الجامعي الحديث الأزربطية مصر، 1997، ص 88.

<sup>2</sup>بدوي هناء حافظ ، وسائل الإتصال في الخدمة الإجتماعية والمجتمعات النامية، مرجع سابق، ص 102.

الإشارات وإعداد المكاتب والحركة الداخلية كتصرفات ومواقف العاملين في المؤسسة، التي تشكل جانب من الهوية التنظيمية، حيث نجد أن مدراء المنظمات العامة يعطون أهمية معتبرة للهوية الخاصة لمنظماتهم من خلال تسهيل إقامة العلاقات مع المستفيدين من خدمات المؤسسة.<sup>1</sup>

-الاستماع: تتميز وظيفة الاستماع بأهمية كبيرة على غرار وظيفة الاستقبال لأنها تفرض وجود تنظيم محكم لمختلف الأنشطة ووجود أدوات خاصة، فلا يمكن للموظف بمفرده تحديد حاجات وانشغالات المواطن وإعطائه إجابة مناسبة، لكن يتوقف ذلك على كفاءة وقدرة الإدارة في استقبال المعلومات المقدمة من المرتفقين بطريقة منظمة، ومن بين الأدوات الكلاسيكية للاستماع نجد تسيير التصريحات والمحادثات التي توجه وتنظم الانتقادات المتوقعة، بالإضافة إلى إجراء المناقشات مع جماعات المنظمة الموجهة للمستخدمين.

-شرعنة نشاط المؤسسات العامة: إن الهدف الأساسي من قيام المؤسسات العامة بأنشطة اتصالية، هو تقديم وإعطاء مصداقية لقراراتها ومهامها ومشاريعها والحصول على موافقة حول تسييرها للنشاطات العامة وإعطاءها كذلك شرعية إلى حد كبير لدى الرأي العام الوطني والدولي ويتم ذلك كله في سياق معقد جدا، مما يفرض بناء استراتيجيات اتصالية قوية، للحفاظ على مكانتها والقيام بمواجهة المعارضة والانتقادات، بالإضافة إلى الاستمرارية في ممارسة السلطة، وتحقيق ذلك يفرض عليها تحقيق شعارين أساسيين:<sup>2</sup>

<sup>1</sup>دادي عدوان ناصر، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية، دراسة نظرية وتطبيقية دار المدية العامة الجزائر، 2004، ص 22.

<sup>2</sup>سالمي جمال، منظومة الاتصال التنظيمي في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسات الصغيرة والمتوسطة، ودورها في التنمية، الأغواط، 8-9 أفريل. 2002، ص 46.

-مؤسسات شفافة: ترتبط مصداقية نشاط المؤسسات العامة وشرعيتها بشكل قوي بدرجة شفافيتها في ممارسة صلاحياتها التي تمر في البداية عبر إعلام المواطن المنصوص عليه في مختلف التشريعات والقوانين الدولية، والتي تنص على ضرورة تقديم المعلومات للمواطنين حول مختلف القرارات والأنشطة من خلال مجموعة من الإدارات العامة التي تسمح لها بتحقيق الشفافية في التسيير العمومي، الذي أصبح واحد من بين مبادئ الحكم الراشد وهو كأداة لعصرنه العلاقات بين الدولة والمروؤسيين.

### 3- مخطط الاتصال المؤسسي

ارتبط ظهور التخطيط الاتصالي بمجموعة من العوامل التي ساعدت على ظهوره وتطوره، فالباحثون في علوم الإعلام والاتصال يرون أن الفترة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية وما ميزها من ظروف عصبية عانى منها العالم بأسره، كانت بمثابة دافع نحو تبلور مفاهيم جديدة اتجاه الأسلوب العلمي الذي ينبغي الأخذ به في بناء المجتمعات بالكيفية التي تعوض ما فات والتي تجعلها مستعدة للتوافق والتكيف مع ما هو آت.

وفي هذا السياق يرى الباحث جون ميتدلون (Jean -M) أن الاتجاه الذي ساد العالم خلال النصف الثاني من القرن العشرين، يقوم على الإيمان بالعلم والتخطيط في شتى مناحي الحياة، هو الذي دفع إلى ضرورة التخطيط للاتصال كجزء من ظاهرة عامة، حيث أصبح موضع اهتمام رئيسي حين ظهر اهتمام المجتمعات بمختلف أنساقها (بما في ذلك منظماتها) للعمل المخطط بهدف التغيير والتطور ويتجلى ذلك في استخدامهم الهادف للاتصال، باعتباره جزءا من استراتيجيات التنمية والتقدم.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>سيد فهمي محمد، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية، مصر، 2006، ص 53.

وبالنظر إلى القوة التي يكتسبها الاتصال في الوقت الراهن مستفيدا من التطور الهائل الذي عرفته تكنولوجيا وسائل الاتصال، أصبح بالضرورة نشاطا يستوجب التخطيط المسبق بهدف الوصول إلى اتصال فعال يجسد ويحقق النتائج المرجوة من أي عملية اتصالية.

أما عن منهجية تطوير مخطط الاتصال، فيمكن تحديد أهم هذه الخطوات كما يلي:  
 أولا: تشخيص نظام الاتصال: ظهر مفهوم التشخيص العملي أو العملياتي في سنوات الخمسينات في مؤسسات القطاع العمومي أو الخاص في الولايات المتحدة الأمريكية، وهو عبارة عن اختيار لنشاطات المؤسسة بالمقارنة مع غاياتها وأهدافها بهدف مساعدة الإدارة على التحكم أكثر في مختلف العمليات والنتائج وتحسين الكفاءات.

وبشكل أكثر واقعية يرتبط التشخيص العملي بتنظيم المؤسسة أو تسييرها أو بكليهما، أي المعلومة المتعلقة بالتنظيم وهيكلته وتسييره، حيث يتم اختبار مدى صحتها ومدى نجاعتها.<sup>1</sup>

كما يعتبر نقطة التقاطع بين الماضي والمستقبل لإجراء التقييم واستخلاص الدروس، فهو يهدف إلى أن يكون المشرف على دراية بكل جوانب الاتصال الخاص بالمؤسسة من حيث الممارسات السابقة والوسائل الممكنة المستعملة منها أو المهمة أو المجهولة التي تعمل على كشفها، وكذلك مختلف الجماهير الموجودة والمحتملة. ويتم التشخيص من خلال المناهج الوصفية (سبر الآراء) أو نوعية كالمقابلات، الملاحظات، تحليل الوثائق ومختلف العلامات.

ثانيا: تحديد الأهداف: يعد هذا العمل تقني، فإذا كانت الأهداف محددة بشكل خاطئ أو غير دقيقة، فإن الأنشطة التي تعرضها تكون غير متكيفة، حتى غير فعالة

<sup>1</sup>عاشور أحمد صقر، إدارة القوى العاملة، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 1983، ص 47.

(مفيدة). وتعد هذا الجانب مرتبط أساسا بعملية إدماج بعض العناصر في المحتويات والبرامج المختلفة لمعرفة نتائج التشخيص من جهة، والانشغالات الإستراتيجية من جهة أخرى. وأثناء عملية التشخيص فإن حاجات الجماهير تكون محددة، بالإضافة إلى الأهداف والمشكلات المحتملة، وكل هذه العناصر يجب ترجمتها في أهداف.<sup>1</sup>

ثالثا: تحديد الجماهير: من خلال الهدف المحدد، يتم التعريف بالجمهور المستهدف. فعلى الصعيد الداخلي، نجد مجمل الفاعلين على العكس في الخارج، فإن الجماهير أكثر تنوعا فهي تشمل الزبائن (المواطنين: قطاع النشاطات مثل الصحة، التعليم ..)، الشركاء (المرافق العمومية الأخرى أو الخاصة/المختلطة ...)، أصحاب القرار (الوزارات، السلطات الإدارية، الوصاية الإدارية، مجلس الإدارة ...)، وغيرها (مثل وسائل الإعلام، ..). وبعضهم يتميز بخصائص معينة من خلال وضعيتها أو وظيفتها، حيث نجد قادة الرأي لبعض الجماهير، فمن الضروري تحديدهم وتوجيه بعض الأنشطة لهم.<sup>2</sup>

رابعا: تحديد الرسالة: مهما كانت الأنشطة الاتصالية للمنظمة، فإن التنسيق الضروري لها يرجع أساسا إلى الرسالة العامة، ولكي تكون الرسالة مفهومة وواضحة يجب أن تستجيب لبعض المبادئ التالية:<sup>3</sup>

-مبدأ الملائمة: يجب أن يتم تكيف الرسالة مع خصائص الجمهور.

-مبدأ التنوع: قد تكون الرسالة متماثلة، فكل رسالة يجب إعدادها بأشكال مختلفة.

-مبدأ الاستمرارية: بمعنى يجب أن يتم بث الرسالة في كل الأوقات، وتكون متكررة بشكل منتظم، حتى يتم ترسيخها في ذهن الفرد.

<sup>1</sup>عشوي مصطفى، أسس علم النفس الصناعي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر. 1992، ص 53.

<sup>2</sup>علي سعد إسماعيل، الاتصال والرأي العام، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 1996، ص 50.

<sup>3</sup>محمد بهجت جاد الله كشك، المنظمات وأسس إدارتها، دار الطباعة الحرة، الإسكندرية، مصر، 1995، ص 21.

-مبدأ التنسيق(الانسجام): بمعنى يجب أن لا تتعارض الرسالة مع الوضعيات الداخلية أو وجود اختلال مع توجه الخيارات الإستراتيجية، وبالتالي ينبغي أن تتطابق مع الأنشطة والتصرفات الإدارية.

-مبدأ الواقعية(التحقيق): يجب إرسال الرسالة في وقتها المحدد وبشكل فوري، فالمعلومة التي لا تكون شاملة، يمكن تحويلها إذن بطريقة مجزئة. وبالتالي يجب وضع نظام سريع لتسهيل نشر المعلومة (التصديق على نشر المعلومة).

-مبدأ الموضوعية: تتركز الرسالة على الأفعال وليس على الأحكام. وفي حالة العكس، يمكن أن تصبح مصدر للإشاعة وإعطاء مجال لكل أشكال التأويلات.

-مبدأ الرجعية: فالرسالة المسترجعة في الغالب تدفع التبريرات، فتصبح مصدر للشك والظن.

خامسا: اختيار الأدوات والوسائل: الوسيلة الجيدة هي التي تحقق اتصال جيد للرسالة مع الجماهير المستهدفة، وبالتالي تحقيق الهدف من عملية الاتصال !.

سادسا: تنفيذ الأنشطة الاتصالية: في حالة تنظيم الأنشطة الاتصالية، فيجب تنفيذها

وبالتالي يمكن طرح الأسئلة التالية: من هو المكلف؟ في أي فترة؟، حسب أي تنظيم (وفق أي ترتيب). ويتم استخدام لوحة القيادة كوسيلة فعالة لإدماج جميع الأنشطة في إطار عملية منسجمة، ووفق النموذج المقترح فإن لوحة القيادة تعرف بالهدف المحدد في الداخل والخارج: الجمهور المستهدف، أنشطة التطوير، والوحدة المكلفة بتحديد الأنشطة، الوقت، مؤشرات القياس، الوسائل المتاحة ... كما تسمح بتكوين رؤية حول مجمل الأنشطة المنفذة، لكن في النهاية تسمح بمعرفة مدى تقدم المشروع من طرف الجهات المعنية المكلفة بتنفيذها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup>نظير محمود كامل، السلوك التنظيمي، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى 2002،

#### 4- عناصر الاتصال المؤسسي

عناصر الاتصال المؤسسي تشمل مجموعة من العوامل التي تؤثر على كيفية تفاعل المؤسسة مع الأطراف الداخلية والخارجية، وتشمل<sup>1</sup>:

**الرسالة (Message):** هي المعلومات أو الرسالة التي ترغب المؤسسة في نقلها إلى الجمهور المستهدف، سواء كانت تتعلق بالأهداف والقيم الأساسية للمؤسسة، أو المنتجات والخدمات التي تقدمها، أو أي معلومات أخرى تتعلق بنشاطاتها.

**الهدف (Objective):** يتمثل في الغرض من الاتصال المؤسسي، سواء كان ذلك لزيادة الوعي بالعلامة التجارية، أو زيادة المبيعات، أو بناء علاقات جيدة مع العملاء والشركاء.

**الجمهور المستهدف (Target Audience):** هو المجموعة المحددة من الأفراد أو الجماهير التي يتم توجيه الرسالة إليها، ويجب أن تكون محددة ومستهدفة بشكل جيد لضمان فعالية الاتصال.

**وسائل الاتصال (Communication Channels):** تشمل الوسائل والأدوات التي تستخدمها المؤسسة لنقل رسالتها إلى الجمهور المستهدف، مثل وسائل التواصل الاجتماعي، والإعلانات التلفزيونية، والمطبوعات، والمواقع الإلكترونية، والفعاليات والمعارض، والمزيد.

**التفاعل (Engagement):** يعكس مدى تفاعل الجمهور المستهدف مع الرسالة، ويمكن أن يشمل ذلك الردود والتعليقات على منشورات وسائل التواصل الاجتماعي، وزيادة حركة المرور على المواقع الإلكترونية، والمشاركة في الفعاليات والمحافل.

<sup>1</sup>بوعمامة العربي و رقاد حليلة، الاتصال العمومي والإدارة الإلكترونية رهانات ترشيد الخدمة العمومية، مرجع سابق، ص 85.

**التقويم والتقييم (Evaluation):** يتعلق بقياس فعالية الاتصال المؤسسي وتقييم مدى تحقيق الأهداف المحددة، ويمكن ذلك من خلال تحليل بيانات الأداء مثل عدد المشاهدات أو التفاعلات على منصات التواصل الاجتماعي، ومعدلات الاستجابة على الإعلانات، وغيرها<sup>1</sup>.

هذه العناصر تعتبر أساسية لبناء استراتيجية اتصال فعالة تساعد المؤسسة على تحقيق أهدافها وبناء علاقات قوية مع الجمهور المستهدف.

### 5- أنواع وأنماط الاتصال المؤسسي

وبقدر ما يتحقق من توازن بين الأنواع الثلاثة السابقة بقدر ما يكون نجاح العملية الاتصالية الإدارية بالمؤسسة، على العكس فالتفاوت بين هذه الأنواع والأشكال الاتصالية الثلاثة السابقة من شأنه أن يؤدي إلى وجود الأنماط الإدارية المختلفة ويتضح ذلك فيما يلي:

#### 1. نمط الإدارة الديمقراطي:

يقوم هذا النمط في الأساس على مشاركة التابعين أو المرؤوسين في اتخاذ القرارات بالنسبة لكل الأمور الهامة في المؤسسة، ويسمي النمط المتوازن، حيث تنشط فيه الاتصالات في كافة الاتجاهات، ويتعاضم تأثير جماعات العمل الرسمية، ويستمر العمل في ظله حتى في حالة تغيب القائد الإداري لبعض الوقت، ويشعر العاملون في ظله بقيمتهم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> الجوهر محمد ناجي، وسائل الاتصال والعلاقات العامة، عمان، الأردن، ط1، 2000، ص 145.

<sup>2</sup> جيرالد، جرينبرج، روبرت بارون، إدارة السلوك في المنظمات، تر: رفاعي محمود رفاعي، إسماعيل علي بسيون دار المريخ للنشر، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2004، ص 58.

ونوع الاتصال المصاحب لهذا النمط هو الاتصال ثنائي الاتجاه، المزدوج، الذي يسير في الاتجاهين الصاعد والهابط معاً<sup>1</sup>.

ويمكن تعليل ذلك في أن الإدارة الديمقراطية تقوم في الأساس على مشاركة التابعين أو المرؤوسين في اتخاذ القرارات بالنسبة لكل الأمور الهامة في المؤسسة، وهذه المشاركة لا تتحقق إلا من خلال التفعيل التام لكل قنوات الاتصال، في الاتجاهين الهابط لتوصيل القرارات إلى العاملين في محاولة ل طرحها للنقاش والمداولة والصاعد لرفع آراء واتجاهات العاملين تجاه القرارات إلى الإدارة العليا. ويتخلل هذا النوع من الاتصال النمط الأفقي، ولكن في نطاق محدود<sup>2</sup>.

## 2. نمط الإدارة الاستبدادي:

يقوم هذا النمط في الأساس على استبداد القائد بالسلطة حيث تنعدم المشاركة من جانب العاملين، ويستبد القائد الإداري بتابعيه، ويقلل من الثواب ويزيد من العقاب، ويبذل العاملين في ظله جهداً كبيراً للحصول على رضا القائد الإداري، ويتضاءل تأثير جماعات العمل غير الرسمية، ومع مرور الوقت تقل إنتاجية العاملين، ويتحول القائد إلى قائد ظالم لا يهتم إلا بمصالحه الشخصية.

ونوع الاتصال السائد في هذا النمط هو الاتصال الرأسي أو الهابط من أعلي إلى أسفل، أي من الإدارة إلى العاملين.

ويمكن تعليل ذلك في أن الإدارة الاستبدادية تقوم في الأساس على استبداد القائد بالسلطة حيث تنعدم المشاركة من جانب العاملين، ويكون هذا النمط الإداري معوقاً

<sup>1</sup>جيرالد، جرينبرج، روبرت بارون، إدارة السلوك في المنظمات، مرجع سابق، ص 59.

<sup>2</sup>المرجع نفسه، 60.

كبيرا للاتصال المؤسسي والإداري الفعال، فمعظم الاتصالات يكون لها اتجاه واحد هابط من أعلى إلى أسفل، أما الاتجاهين الصاعد والأفقي فيندمان<sup>1</sup>.

3. نمط الإدارة المتسبب:

نوع الاتصال المصاحب لهذا النمط هو الاتصال هو الاتصال الأفقي فيما بين العاملين بعضهم البعض أو فيما بين الإدارات المختلفة بعضها بعضاً.

ويمكن تعليل ذلك في أن هذا النمط المتسبب تضعف فيه شخصية القائد الإداري، ويتضاءل اهتمامه بالعمل والإنتاجية إلى أقصى حد، ويتعاضد اهتمامه بالعلاقات الاجتماعية والإنسانية، وتقل قدرته على أن يكون حاسماً، وعندها يتضاءل الاتصال الرأسي الهابط من الإدارة إلى العاملين بينما يتعاضد الاتصال في الاتجاه الأفقي والصاعد .

#### 6- معوقات الاتصال الفعال داخل المؤسسة

تواجه المؤسسات عدة معوقات يمكن أن تحد من فعالية الاتصال الداخلي. ومن بين هذه المعوقات<sup>2</sup>:

**نقص الشفافية:** عدم توفر المعلومات بشكل شفاف وواضح قد يؤدي إلى انعدام الثقة بين الموظفين والإدارة، ويمكن أن يؤدي إلى شائعات وانعزال داخل المؤسسة.

**الهرمية التنظيمية:** وجود هيكل تنظيمي هرمي قد يعوق تدفق الاتصال بحرية بين مختلف الأقسام والمستويات الإدارية، مما يؤدي إلى ضياع المعلومات وتباطؤ عمليات الاتصال.

<sup>1</sup> حجازي مصطفى، الاتصال الفعال في العلاقات الإنسانية والإدارة، المؤسسة الجامعية للدراسات ، 2000 ، ص 38.

<sup>2</sup> حريم حسين، إدارة المنظمات، منظور كلي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2003، ص 60.

**الثقافة التنظيمية السلبية:** تعتبر الثقافة التنظيمية التي لا تشجع على الاتصال المفتوح والشفاف واحدة من أكبر المعوقات، حيث قد يكون هناك مقاومة لتبادل المعلومات أو خوف من التعبير عن الآراء.

**نقص الاهتمام بالاتصال الداخلي:** عدم إيلاء الاهتمام الكافي لعمليات الاتصال الداخلي قد يؤدي إلى تجاهل مشاكل الاتصال وعدم تطبيق سياسات وإجراءات لتحسينها.

**التغييرات التنظيمية المتكررة:** قد تؤدي التغييرات المتكررة في هيكل التنظيم أو في التكنولوجيا المستخدمة إلى اضطرابات في عمليات الاتصال وقد تزيد من مستويات عدم اليقين والارتباك<sup>1</sup>.

**المسافات الجغرافية:** في المؤسسات التي تمتد على مواقع متعددة، قد تكون هناك صعوبات في التواصل ونقل المعلومات بسبب المسافات الجغرافية، مما يمكن أن يؤدي إلى عزل الفروع أو الأقسام المختلفة.

لتجاوز هذه المعوقات، يجب على المؤسسات تبني سياسات وإجراءات تعزز الشفافية وتعزيز ثقافة التواصل المفتوحة وتوفير وسائل فعالة لتبادل المعلومات والتواصل بين الموظفين وبين مختلف الأقسام والمستويات الإدارية.

<sup>1</sup>حسين عواد فاطمة، الاتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2011، ص 21.

### خلاصة الفصل:

الاتصال المؤسسي يعد عنصراً حيوياً لنجاح أي منظمة، حيث يسهم في بناء علاقات قوية داخل المؤسسة وخارجها. من خلال تبادل المعلومات والرسائل بشكل فعال، يتم تعزيز الشفافية والثقة بين الموظفين والعملاء والشركاء. يتطلب الاتصال المؤسسي تحديد رسالة واضحة وهدف محدد، وتحديد الجمهور المستهدف بعناية. بالإضافة إلى ذلك، يجب استخدام وسائل الاتصال المناسبة وتعزيز التفاعل والمشاركة من قبل الموظفين والأطراف المعنية. بتطبيق استراتيجيات تعزيز الاتصال وتجاوز المعوقات المحتملة، يمكن للمؤسسة أن تحقق أهدافها بفعالية وتعزز مكانتها في السوق.

# الفصل الرابع: الدراسة التطبيقية

## 1- التعريف بمؤسسة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة:

عرفت منظومة الضمان الاجتماعي بالجزائر منذ نشأتها وحتى اليوم، تطورا مكثفا ومتواصلا، من خلال توسيع نطاقها لتشمل فئات واسعة من السكان مع تبسيط الإجراءات لتحويل الحق في الضمان الاجتماعي، إلى دخولها عصر الرقمنة في عصرنا الحالي وسوف نعرض الدراسة التطبيقية في صندوق الضمان الاجتماعي وكالة الجلفة.

هو مؤسسة عمومية اقتصادية مستقلة ذات تسيير طبقا للقانون رقم 11/83 المؤرخ في 02/07/1983، المتضمن القانون التوجيهي لمؤسسات العمومية الاقتصادية، يتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، والمرسوم التنفيذي رقم 07-92 المؤرخ في 04 جانفي 1992 والذي يتضمن الصفة القانونية لصناديق الضمان الاجتماعي وكذا تنظيم الإداري والمالي.

## 2- مهام والهيكل التنظيمي للمؤسسة:

مهام الصندوق الوطني للتأمينات الاجتماعية للعمال الأجراء cnas: يقوم الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي بالمهام التالية:

تسيير آداءات التأمينات الاجتماعية (المرض، الأمومة،العجز والوفاة) وكذا حوادث العمل والأمراض المهنية، تسيير المنح العائلية لحساب الدولة، تحصيل الاشتراكات، منح رقم تسجيل وطني للمؤمن لهم اجتماعيا وكذا أصحاب العمل، المساهمة في ترقية السياسة الرامية إلى الوقاية من حوادث العمل والأمراض المهنية، إجراء الرقابة الطبية لفائدة المستفيدين، تسيير صندوق المساعدة والنجدة، إبرام اتفاقيات مع مقدمي العلاج.

## 3- حدود الدراسة:

وتعني المجالات الثلاثة المخصصة للدراسة وهي: الحدود الجغرافية المكانية، الحدود الزمانية، الحدود البشرية.

1- الحدود المكانية: إن اختيار أحد المؤسسات للقيام بالدراسة التطبيقية ليس بالأمر الهين خاصة فيما يتعلق بالمؤسسة الاقتصادية. لذا تم اختيارنا لمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية الجلفة كمكان إجراء الدراسة.

2- الحدود البشرية: إشمطت الدراسة على الموظفين الإداريين لمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية الجلفة، ووقع الاختيار على عينة من عمال هذه المؤسسة.

3- الحدود الزمانية: فقد تحددت وفقا لمراحل البحث انطلاقا من مرحلة الإعداد النظري التي كانت بداية من شهر ديسمبر سنة 2023، ثم يليها مرحلة الدراسة الاستطلاعية والتي كانت في المؤسسة المعنية والتي تضمنت معرفة المعلومات الخاصة بالمؤسسة ومعرفة العدد الإجمالي للعمال، وكانت هذه المرحلة من تاريخ 05/02/2024 الى غاية 12/02/2024 أي أنها دامت مدة أسبوع وحاولنا في هذه المدة سؤال عدد من العمال.

ثم يليها مرحلة الخروج إلى الميدان وتوزيع الاستمارات في 06/03/2024 وتم استرجاعها بعد يومين أي بتاريخ 08/03/2024، ثم بدأت عملية الإعداد الميداني وتنفيذه وتضمنت تفرغ البيانات وعرض نتائجها و تحليلها.

**4- منهج الدراسة:**

بما أن طبيعة الموضوع هي التي تفرض على الباحث نوع المنهج والذي يعرفه عمار بوحوش على أنه الطريقة التي يسلكها الباحث للوصول إلى نتيجة معينة<sup>1</sup>.

وتتعدد المناهج وتختلف حسب طبيعة البحث وأهدافه، وبناءا على هذا فإن المنهج المتبع في دراستنا هذه هو المنهج الوصفي مع التحليل، والذي نراه مناسباً لهذا النوع من الدراسة.

فالمنهج الوصفي من أكثر المناهج استخداماً خاصة في مجال البحوث التربوية والنفسية والاجتماعية، ويهتم المنهج الوصفي بجمع أوصاف دقيقة علمية للظاهرة المدروسة كما يهدف أيضاً إلى دراسة العلاقة القائمة بين الظواهر المختلفة، ولا يقتصر المنهج الوصفي على جمع البيانات وتبويبها وإنما يمتد إلى ما هو أبعد من ذلك لأنه يتضمن قدراً من التفسير لهذه البيانات، لذلك يجب على الباحث تصنيف البيانات و الحقائق وتحليلها تحليلاً دقيقاً، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة.

**4- عينة الدراسة:**

العينة هي جزء من الظاهرة الواسعة وتستخدم كأساس لتقدير الكل الذي يصعب أو يستحيل دراسته بصورة كلية لأسباب تتعلق بواقع الظاهرة أو الكلفة أو الوقت بحيث يمكن تعميم نتائج دراسة العينة على الظاهرة كلها.

وتتعدد طرق اختيار العينة وتختلف باختلاف مجتمع البحث والمنهج المتبع في الدراسة، وفي دراستنا هذه اعتمدنا على العينة العشوائية وفي نفس الوقت طبقية العشوائية التطبيقية، فهذا النوع من العينة هي التي يدرس الباحث فيها فئة معينة من مجموع الفئات المقترحة للدراسة، بحيث تأخذ العينة بواسطة السحب بالصدفة من بين مجموع الفئات التي تمثل مجتمع البحث".

<sup>1</sup> عمار بوحوش، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، 1999، ص12.

- يبلغ العدد الإجمالي لمجتمع الدراسة بمؤسسة الضمان الاجتماعي بولاية الجلفة 84 وتم اختيار أفراد العينة من مختلف المناصب التي يشغلونها اختيارا عشوائيا من كل طبقة منصب والبالغ عددهم 40 عاملا، وتم توزيع عليهم الاستمارات ثم تم استرجاعها كاملة بعدما أجاب عليها العمال.

### 5- أداة جمع البيانات:

إن جمع وتحليل المعلومات في المنهج الوصفي تم بوسائل وأدوات عديدة، وفي هذه الدراسة سوف نستخدم الاستمارة الاستبيان باعتبارها من أهم وسائل جمع البيانات. فالاستمارة: " هي الوسيلة العلمية التي تساعد الباحث على جمع الحقائق والمعلومات من المبحوث، وعليه التقيد بموضوع البحث المراد إجراءه، وعدم الخروج عن أطره العريضة ومضامينه التفصيلية ومسارته النظرية والتطبيقية".

وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة توجه إلى أفراد العينة ويتم الإجابة عنها، بشرط أن تكون هذه الأسئلة على علاقة بمشكلة البحث، كما أن طبيعة الأسئلة تجنب المبحوث الإحراج والأمور الشخصية، وقد تم تقسيم الاستمارة إلى محاور وهي كالتالي:

محور خاص بالبيانات الشخصية خاصة بالمبحوثين.

المحور الأول: مساهمة التطبيقات الذكية في تحسين الاتصال المؤسساتي.

المحور الثاني: خاص عمل تطبيق الهناء لتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين.

المحور الثالث: خاص بعمل مؤسسة الضمان الاجتماعي على تحسين الاتصال المؤسساتي.

## 6- عرض وتحليل نتائج الدراسة الميدانية:

## 6-1- المحور الأول: البيانات الشخصية:

## جدول 1: يبين توزيع الموظفين حسب الجنس:

النسبة %	التكرار	الجنس
67.5%	27	ذكر
32.50%	13	أنثى
100%	40	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن أغلبية مفردات مجتمع البحث ذكور وذلك بنسبة قدرت بـ(67,5%)، مقابل نسبة (5.32%) لفئة الإناث، ويؤكد سيطرة العنصر الرجالي على العمل الإداري داخل المؤسسة، ويمكن إرجاع هذا حسب اعتقادنا إلى كون طبيعة العمل داخل المؤسسة التي لا تفرض توظيف جنس على آخر، وهذا ما ساعدها في اختيار الكفاءات القادرة على تأدية الوظائف على أكمل وجه دون مراعاة نوع الجنس.

## جدول 2: يبين توزيع الموظفين حسب السن

النسبة %	التكرار	الفئة العمرية
27.5%	11	من 20 الى 29 سنة
37.5%	15	من 30 الى 39 سنة
25%	10	من 40 الى 49 سنة
10%	4	أكثر من 50 سنة
100%	40	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن ما يزيد عن (37.5%) من المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 30 سنة و 39 سنة، تليها الفئة من 20 الى 29 سنة بنسبة (27.5%) في حين نجد نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم بين 40 الى 49 سنة بـ(25%) وفي الأخير الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 50 فأكثر بنسبة (10%)، ويمكن إرجاع هذا حسب اعتقادنا إلى أن ارتفاع نسبة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم من 30 إلى 39 سنة راجع إلى كون المؤسسة تعتمد على العمال ذوي الخبرة والكفاءة العالية في المجال الإداري الخدماتي، ولكن دون الاستغناء عن العنصر الشبابي خاصة أن هذه الفئة تكون أكثر معرفة بالتكنولوجيا الحديثة.

جدول 3: يبين توزيع الموظفين حسب الخبرة المهنية

النسبة %	التكرار	الخبرة المهنية
30%	12	أقل من 03 سنوات
45%	18	من 04 إلى 10 سنوات
25%	10	من 11 إلى 20 سنة
100%	12	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن توزيع الموظفين حسب الخبرة المهنية، فأعلى نسبة تعود لذوي الخبرة التي تتراوح بين 04 و 10 سنوات والتي تقدر . (45%) تليها الفئة التي تتراوح أقدمتهم في العمل أقل من 03 سنوات بنسبة (30%)، والمرتبة الأخيرة بنسبة قليلة من الموظفين الذين تفوق خبرتهم من 11 إلى 20 سنة بنسبة قدرت بـ(25%)، ويمكن إرجاع هذا حسب اعتقادنا إلى أن المؤسسة يعتمد على التجديد في موارده البشرية ولا يستغني عن الكفاءات الشبابية التي لها القدرة على الإبداع والابتكار والتي تتطلع دائما إلى اكتشاف واستخدام كل ما هو جديد في المجال التكنولوجي.

## جدول 4: يبين توزيع الموظفين حسب متغير المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	المستوى التعليمي
10%	04	متوسط
30%	12	ثانوي
60%	24	جامعي
0	0	دراسات عليا
100%	40	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن الموظفين يتوزعون على ثلاث مستويات، المرتبة الأولى قدرت بـ(60%) بالنسبة للمستوى الجامعي، والمرتبة الثانية والثالثة قدرت بـ (30%) على التوالي بالنسبة للمستوى الثانوي أما المتوسط فنقدر النسبة بـ (10%) أما الدراسات العليا فلا توجد، ويمكن إرجاع هذا حسب اعتقادنا إلى أن مؤسسة الضمان الاجتماعي يولي أهمية كبيرة لخريجي الجامعات ذوي المستوى العالي في تسيير المؤسسة، كما أن الموظفين الذين تم اختيارهم يعملون داخل مكاتب إدارية، هذه الأخيرة تتطلب مجهودات فكرية كبيرة وبالتالي فهذه المناصب تتطلب توظيف أشخاص ذو مستوى تعليمي .

## 6-2- تساهم التطبيقات الذكية في تحسين الاتصال المؤسسي في وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة.

جدول 5: هل يساعدك تطبيق الهناء على التقليل من طلبات المؤمنين

النسبة %	المجموع	الجنس				نعم	لا
		النسبة %	أنثى	النسبة %	ذكر		
87.5	35	50	1	89.47	34	نعم	هل يساعدك تطبيق الهناء على التقليل من طلبات المؤمنين
12.5	5	50	1	10.53	4	لا	
100	40	100	2	100	38	المجموع	

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن هناك تباين واضح بين استجابة الذكور والإناث حول فعالية التطبيق. حيث يعتقد نسبة كبيرة من الذكور (89.47%) أن التطبيق يساعدهم في التقليل من طلبات المؤمنين، بينما كانت نسبة الإناث التي تعتقد ذلك متساوية (50%) بين نعم ولا.

يمكن القول إن الذكور قد يكونون أكثر اعتمادية على التكنولوجيا والتطبيقات لحل مشكلاتهم اليومية، مما يفسر النسبة العالية التي ترى أن التطبيق مفيد.

في المقابل، قد تواجه الإناث عقبات تتعلق بالتكنولوجيا، أو قد يكون لديهن طرق بديلة لتحقيق نفس الأهداف، مما يفسر التوزيع المتساوي بين نعم ولا.

جدول 6: كيف ترى خدمات تطبيق الهناء لمؤسسة الضمان الاجتماعي

الإجابات	التكرار	النسبة %
جيدة	30	75%
سيئة	10	25%
المجموع	40	100%

من خلال الجدول يبدو أن خدمات تطبيق الهناء لمؤسسة الضمان الاجتماعي تحظى بقبول جيد بين المستخدمين، حيث أجاب 75% من المبحوثين بأن الخدمات جيدة، بينما أجاب 25% بأنها سيئة. يمكن القول إذاً إن 75% من المستخدمين يرى أن خدمات التطبيق جيدة وذلك لسهولة الاستخدام وفعالية الخدمات وفي حين يعتبر 25% منهم أن الخدمات سيئة وذلك للعديد من المشاكل التي تواجههم أثناء استعمال التطبيق.

جدول 7: ما مدى رضاكم عن تطبيق الهناء

ما مدى رضاكم عن تطبيق الهناء								
الجموع	% نسبة	غير راضي	% نسبة	راضي نوعا ما	% نسبة	راضي		
29	50	2	81.82	9	72	18	نعم	هل تطبيق الهناء
11	50	2	18.18	2	28	7	لا	ناجح علميا
40	100	4	100	11	100	25	المجموع	

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن 72% من المشتركين راضين تماماً عن تطبيق الهناء، في حين أن 81.82% منهم راضين نوعاً ما. ومع ذلك، هناك نسبة 50% من المشتركين غير راضين بالتطبيق، في حين ترى نسبة 72.5% أن تطبيق الهناء ناجح وفعال، وترى نسبة 27.5% أن التطبيق غير ناجح، من الواضح أن تطبيق "الهناء" يحظى برضا كبير بين المستخدمين فيما يتعلق بنجاحه العلمي، حيث أن النسبة الأكبر من المستخدمين راضين أو راضين نوعاً ما عن التطبيق. ومع ذلك، هناك نسبة من المستخدمين غير راضين، وهذا يشير إلى وجود مجالات للتحسين، خاصة في الجوانب التي قد تكون غير مرتبطة مباشرة بالنجاح العلمي، مثل تجربة المستخدم أو الدعم الفني.

#### جدول 8: هل تطبيق الهناء ناجح علمياً.

النسبة%	التكرار	الإجابات
57.50%	23	ناجح
5%	02	غير ناجح
37.50%	15	نوعاً ما
100%	40	المجموع

والنسب الواردة نلاحظ أن 57.50% يرون ان تطبيق الهناء تطبيق ناجح ، أما نسبة 37.5% يرون ان التطبيق ناجح نوعاً ما، أما نسبة 5% فيرون أن التطبيق تطبيق غير ناجح وفاشل، ويمكن إرجاع ذلك الى ان تطبيق الهناء للضمان الاجتماعي نجح في التقليل من الطوابير وتقليل الجهد لهذا يعتبر ناجح، أما نسبة 5% فيرجع ذلك الى كون التطبيق يعاني العديد من المشاكل من توقف وعدم الولوج الى المنصة رغم أن كلمة السر واسم المستخدم صحيح.

جدول 9: هل تم الترويج لتطبيق الهناء من طرف مؤسستك

الاحتمالات	هل تم الترويج لتطبيق الهناء	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	مواقع التواصل الاجتماعي	12	35.29%	34	85%
	من المؤسسة	14	41.18%		
	من الإعلانات	08	23.53%		
لا	/			06	15%
المجموع	/			40	100%

من خلال الأرقام والنسب الواردة، نلاحظ أن 35.29% من المؤمنين قد شاهدوا إعلاناً عن تطبيق "الهناء" في مواقع التواصل الاجتماعي فيما ترى نسبة 41.18% شاهدوا إعلاناً او ملصقا عن تطبيق الهناء في المؤسسة، أما نسبة 23.53% فقد شاهدوا إعلاناً في التلفاز، في حين أن نسبة 15% من المؤمنين لم يتعرضوا لأي ترويج للتطبيق. يمكن إرجاع ذلك إلى أن جهود الترويج للتطبيق تبدو ناجحة بشكل عام، حيث تمكنت من الوصول إلى غالبية المؤمنين. ومع ذلك، تشير هذه الأرقام إلى وجود حاجة لمزيد من الجهود التسويقية للوصول إلى النسبة المتبقية من الجمهور المستهدف. هذا قد يتطلب استخدام قنوات تواصل إضافية أو تحسين استراتيجيات الإعلان الحالية لضمان أن جميع المؤمنين على دراية بالتطبيق وما يقدمه من خدمات.



جدول 10: استخدام الهناء يفعل من عملية الاتصال بين العمال والمؤمنين اجتماعيا

نسبة %	المجموع	استخدام الهناء يفعل من عملية الاتصال بين العمال والمؤمنين اجتماعيا					نعم	لا
		% نسبة	أحيانا	% نسبة	لا	% نسبة		
84.21	34	85.71	12	88.89	8	92.31	14	هل تطبيق الهناء ناجح علميا
15.79	6	14.29	2	11.11	3	7.69	1	لا
100	40	100	14	100	11	100	15	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن النسبة الأكبر من المستخدمين الذين يرون أن التطبيق يُفعل الاتصال بين العمال والمؤمنين يعتقدون أيضاً أن التطبيق ناجح علمياً. (92.31%) هذا يشير إلى أن الثقة في النجاح العلمي للتطبيق تعزز الاعتقاد بأنه يُحسن عملية الاتصال الاجتماعي.

أما نسبة (88.89%) من المستخدمين الذين لا يرون أن التطبيق يُفعل الاتصال الاجتماعي يرون أنه ناجح علمياً، يشير ذلك إلى أن بعض المستخدمين قد يجدون التطبيق ناجحاً من ناحية علمية وتقنية، لكن لا يشعرون بنفس الفعالية من ناحية تعزيز الاتصال الاجتماعي.

معظم المستخدمين الذين يرون أن التطبيق يُفعل الاتصال أحياناً يعتبرونه ناجحاً علمياً (85.71%)، يشير ذلك إلى تفاوت في تجربة المستخدمين، حيث يجد البعض أن التطبيق يساعد في بعض الأحيان وليس دائماً.

تطبيق "الهناء" يُعتبر ناجحاً علمياً من قبل معظم المستخدمين، ومع ذلك، هناك حاجة إلى تعزيز الجوانب الاجتماعية للتطبيق لضمان تحقيق فائدة أكبر في تحسين

الاتصال بين العمال والمؤمنين. يمكن تحقيق ذلك من خلال تحسين واجهات المستخدم وإضافة ميزات تفاعلية جديدة.

### جدول 11: ما هي الخدمات التي تستخدم في تطبيق الهناء:

النسبة %	التكرار	الاقتراحات
27.91%	12	استخراج الوثائق
46.51%	20	طلب بطاقة الشفاء
13.95%	6	متابعة تعويض المنتجات الصيدلانية
11.63%	2	إيداع الشكاوى
100%	40	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة، نلاحظ أن تطبيق "الهناء" يلعب دوراً مهماً في تقديم خدمات متنوعة للمستخدمين. حيث تُظهر البيانات أن نسبة 46.51% من المستخدمين يلجؤون إلى التطبيق لطلب بطاقة الشفاء، مما يشير إلى أن هذه الخدمة هي الأكثر شيوعاً بين المستخدمين. تليها خدمة استخراج الوثائق التي يستخدمها 27.91% من المستخدمين، مما يعكس احتياجاً كبيراً لهذه الخدمة أيضاً. أما متابعة تعويض المنتجات الصيدلانية فتأتي في المرتبة الثالثة بنسبة 13.95%، وهي نسبة لا بأس بها تشير إلى أهمية هذه الخدمة لمستخدمي التطبيق. أخيراً، نجد أن 11.63% من المستخدمين يستفيدون من التطبيق لإيداع الشكاوى، وهو ما يعكس أهمية وجود قناة ميسرة للتواصل مع الجهات المعنية وحل المشكلات. هذه الأرقام تبرز مدى تنوع واستخدام تطبيق "الهناء" في تلبية احتياجات المستخدمين المختلفة.

جدول 12: ما هي السلبيات والنقائص التي توجد في تطبيق الهناء في نظرك

الاحتمالات	التكرار	النسبة%
صعوبة استرجاع كلمة السر	21	52.50%
صعوبة الولوج للحساب أحيانا	08	20%
عدم تحيين الحساب	07	17.50%
مشاكل تقنية وقلة التحديثات	04	10%
المجموع	40	100%

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ (52.50%) من المؤمنين يرون أن هناك صعوبة في استرجاع كلمة السر، بينما نسبة 20% ترى أن هناك صعوبة في الولوج للحساب أحيانا، بينما نسبة 17.5% ترى عدم تحيين الحساب أما النسبة الأقل 10% ترى أن هناك العديد من المشاكل التقنية وقلة التحديثات، ويمكن إرجاع هذا حسب اعتقادنا إلى أن استرجاع كلمة السر أمرًا حساسًا ومهمًا لتجربة المستخدم. إذا واجه المستخدم صعوبة في الولوج للحساب، مما يؤثر على راحته وثقته في التطبيق. يجب على الضمان الاجتماعي العمل على تحسين أمان واستقرار التطبيق، وتوفير آليات فعالة لاسترجاع كلمة السر، وتحديث التطبيق بانتظام لتضمين التحسينات الأمنية والوظيفية الجديدة، مما يساهم في تحسين تجربة المستخدم وزيادة رضاهم.

## جدول 13: ما أهمية التطبيق بالنسبة لك

الاحتمالات	ما أهمية التطبيق بالنسبة لك	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
مهم	يساعدك في التقليل من العمل	18	48.65%	37	92.5%
	يسرع العمليات المستخدمة في الشباك	07	18.92%		
	يفعل من عملية التواصل بين المؤسسة والمؤمنين	12	32.43%		
غير مهم	/			3	7.5%
المجموع	/			65	100%

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ بأن 48.65% من المستخدمين يرون أن التطبيق مهم لأنه يساعدهم في التقليل من العمل، هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن واحدة من أكبر فوائد التطبيق هي تقليل الجهد والعمل المطلوب من المستخدمين، مما قد يعكس كفاءة التطبيق في أتمته وتبسيط العمليات.

أما نسبة 32.43% من المستخدمين يعتقدون أن التطبيق مهم لأنه يعزز التواصل بين المؤسسة والمؤمنين، هذا يشير إلى أن التطبيق لا يسهل فقط العمليات ولكن أيضاً يحسن الاتصال والتواصل بين الأطراف المعنية، مما يعزز العلاقات ويزيد من الفعالية التنظيمية.

أما نسبة 18.92% من المستخدمين يعتبرون التطبيق مهماً لأنه يسرع العمليات المستخدمة في الشباك. رغم أن هذه النسبة أقل من النسبة الأولى، إلا أنها مهمة وتوضح أن التطبيق يلعب دوراً في تحسين الكفاءة وتسريع الإجراءات، مما يقلل من وقت الانتظار ويزيد من رضا المستخدمين.

تطبيق "الهناء" يعتبر أداة مهمة للكثير من المستخدمين بسبب قدرته على تقليل العمل وتسريع العمليات وتحسين التواصل. بينما هناك نسبة صغيرة لا تعتبر التطبيق مهماً، فإن التحسين المستمر والتوعية بفوائده يمكن أن يعزز من قيمته ويزيد من نسبة الرضا بين جميع المستخدمين.

#### جدول 14: هل ترى تطبيق الهناء

النسبة %	التكرار	الاقتراحات
45%	18	بديلة عن الخدمات الورقية
15%	06	مساعدة للخدمات الورقية
40%	16	كلاهما
100%	40	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن نسبة (45%) يؤكدون أن التطبيقات الذكية بديلة عن الخدمات الورقية، ونسبة 40% تعبر أن التطبيقات الذكية بديلة ومساعدة للخدمات الورقية معاً، ونسبة 15% ترى أن التطبيقات الذكية مساعدة للخدمات الورقية فقط، ويمكن إرجاع هذا حسب اعتقادنا إلى أن تكنولوجيا التطبيقات الذكية تساهم في رفع أداء الموظفين داخل المؤسسة ، سواء كبديل للخدمات الورقية أو كمساعدة لها.

جدول 15: هل تفضل استخدام التطبيقات الذكية للمؤمنين عن الاتصال  
بالمؤسسة

النسبة %	التكرار	الإجابات
42.5%	17	التطبيق
20%	8	الخدمات الورقية
37.5%	15	معا
100%	40	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن نسبة (45%) يؤكدون أن تطبيق الهناء للضمان الاجتماعي بديل عن الخدمات الورقية، ونسبة 40% تعبر تطبيق الهناء للضمان الاجتماعي بديل ومساعد للخدمات الورقية معا، ونسبة 15% ترى أن تطبيق الهناء للضمان الاجتماعي مساعد للخدمات الورقية فقط، ويمكن إرجاع هذا حسب اعتقادنا إلى أن تكنولوجيا التطبيقات الذكية تساهم في رفع أداء الموظفين داخل المؤسسة ، سواء كبديل للخدمات الورقية أو كمساعدة لها.

جدول 16: هل ترى بان تطبيق الهناء ساعد في تحسين الاتصال مع المؤسسة

النسبة %	التكرار	الإجابات
55%	22	نعم
5%	2	لا
40%	16	أحيانا
100%	40	المجموع

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن نسبة (55%) يؤكدون أن تطبيق الهناء يساعد في تحسين الاتصال مع وكالة الضمان الاجتماعي، ونسبة 40% تعبر أن التطبيقات الذكية تساعد أحيانا في تحسين الاتصال مع المؤسسة، أما نسبة 5% وهي نسبة ضئيلة ترى أن تطبيق الهناء لم يساعد في تحسين الاتصال، ويمكن إرجاع هذا حسب اعتقادنا إلى أن تكنولوجيا التطبيقات الذكية تساهم في تحسين الاتصال مع المؤسسة.

## جدول 17: هل يمكنك الاستغناء عن تطبيق الهناء

النسبة %	التكرار	الإجابات	
50%	20	لا يمكنني الاستغناء عنه	نعم
20%	8	يمكنني أحيانا الاستغناء عنه	
30%	12	لا	
100	40	المجموع	

من خلال الأرقام والنسب الواردة نلاحظ أن نسبة (50%) يرون أن التطبيق لا يمكن الاستغناء عنه، هذه النسبة الكبيرة تشير إلى أن التطبيق يلعب دورًا حيويًا في حياتهم اليومية أو العملية، مما يدل على اعتمادية عالية على التطبيق لتحقيق أهدافهم أو تسهيل أعمالهم.

في حين ان نسبة (20%) يمكنهم الاستغناء عن التطبيق في بعض الأحيان، يشير ذلك إلى أن التطبيق مهم ولكنه ليس أساسيًا بشكل دائم، وربما يعتمد استخدامه على مواقف أو احتياجات محددة.

اما نسبة حوالي ثلث المستخدمين (30%) يرون أنهم يمكنهم الاستغناء عن التطبيق تمامًا، هذه النسبة تعني أن التطبيق ليس ضروريًا لبعض المستخدمين، وقد يكون ذلك بسبب وجود بدائل أخرى أو عدم الاعتماد الكبير على التطبيق.

يُظهر توزيع الإجابات أن التطبيق يلعب دورًا مهمًا بالنسبة لنصف المستخدمين الذين لا يمكنهم الاستغناء عنه، هناك نسبة أخرى تعتبر التطبيق مفيدًا في بعض الحالات فقط، بينما يعتبر البعض الآخر أنه غير ضروري بالنسبة لهم.

يمكن أن يكون تحسين وتطوير التطبيق لتلبية احتياجات المستخدمين الذين يرونه غير ضروريًا هو تحدي رئيسي لزيادة مستوى الاعتماد والرضا عند جميع المستخدمين.

### المحور الثالث: تعمل وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة على تحسين الاتصال المؤسسي

جدول 18: هل هناك جهود من مؤسستك لتحسين الاتصال

الإجابات	التكرار	النسبة %
نعم	24	60%
لا	2	5%
أحياناً	14	35%
المجموع	40	100%

من الأرقام والنسب المذكورة يمكن الاستنتاج بأن 60% من المشاركين يرون أن المؤسسة تعمل بجد لتحسين الاتصال، في حين أن 35% يرون أن المؤسسة تبذل جهداً في بعض الأحيان لتحسين الاتصال، ويعتقد 5% فقط أن المؤسسة لا تبذل جهداً في هذا الصدد. يمكن استنتاج أن الاتصال يلعب دوراً مهماً في استراتيجية المؤسسة، وأن المؤسسة تعمل بجد لتحسين جودة الاتصال بين موظفيها وبين العملاء أو بين مختلف الأقسام داخل المؤسسة.

## جدول 19: هل تعمل المؤسسة على تفعيل مهارات الاتصال الحديثة

النسبة %	التكرار	الإجابات
80%	32	نعم
7.5%	3	لا
12.5%	5	أحيانا
100%	40	المجموع

من الأرقام والنسب المذكورة، يمكن استنتاج أن 80% من المشاركين يرون أن المؤسسة تعمل على تفعيل مهارات الاتصال الحديثة، في حين أن 12.5% يرون أن المؤسسة تفعل ذلك أحيانا، ونسبة 7.5% فقط يرون أن المؤسسة لا تعمل على تفعيل مهارات الاتصال الحديثة. يعكس ذلك التركيز الكبير الذي تضعه المؤسسة على تطوير مهارات الاتصال لدي موظفيها ويشير إلى أهمية هذا الجانب في استراتيجيتها التنظيمية.

جدول 20: ما هي الآليات المعتمدة من وكالة الضمان الاجتماعي لتحسين الاتصال داخل مؤسستك

الاحتمالات	الآليات المعتمدة في تحسين الاتصال	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
نعم	إبداء الرأي	20	57.14%	35	87.5%
	المشاركة في اتخاذ القرار	5	14.29%		
	دون رأي	10	28.57%		
لا	/	/	/	2	5%
أحيانا	/	/	/	3	7.5%
المجموع	/	/	/	40	100%

من الأرقام والنسب المذكورة، يمكن استنتاج أن نسبة الأكثر شيوعاً (57.14%)، يوضح هذا أن الأفراد يرون أهمية إبداء الرأي في تحسين الاتصال، يعكس هذا التحليل رغبة الأفراد في المشاركة الفعالة والتفاعلية في عملية اتخاذ القرارات وتشكيل السياسات.

أما نسبة (14.29%)، تشير إلى أن بعض الأفراد يرون أهمية المشاركة في عملية اتخاذ القرارات، ويمكن أن يكون هذا مؤشراً على تفضيل بعض الأفراد للمشاركة المباشرة في تحديد مسار الأحداث واتخاذ القرارات.

وأن نسبة (28.57%) من الأفراد يفضلون الامتناع عن الرأي في عملية تحسين الاتصال، ويمكن أن يكون هذا بسبب عدم الاطلاع الكافي على الموضوع أو الرغبة في تجنب الصراعات.

إبداء الرأي يعتبر الآلية الأكثر شيوعاً ويظهر أهمية كبيرة في تحسين الاتصال.

الاستجابة لاحتياجات وتفضيلات الأفراد في عملية الاتصال واتخاذ القرارات يمكن أن تعزز الثقة والتفاعل.

يجب أن تتبنى المؤسسات أساليب متعددة لتعزيز الاتصال بين أفراد المجتمع، بما في ذلك إشراكهم في عمليات اتخاذ القرار وتوفير الفرص للتعبير عن الرأي.

### جدول 21: ما هي الطريقة المعتمدة في الاتصال بين المسؤول والعمال

الاحتمالات	الطريقة المعتمدة في الاتصال	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية
مباشر	شفوي	18	58.06%	31	77.5%
	كتابية	5	16.13%		
	الالكترونية	8	25.81%		
غير مباشر	/			9	22.5%
المجموع	/			40	100%

من الأرقام والنسب المذكورة، يمكن استنتاج أن النسبة الأكبر (58.06%)، مما يشير إلى أن الاتصال الشفوي يعتبر الأسلوب الأكثر استخدامًا وفعالية في التواصل.

كتابية: نسبة أقل (16.13%)، وهذا يعكس أن الاتصال الكتابي قد لا يكون مفضلاً بنفس القدر مثل الاتصال الشفوي، ولكن لا يزال له دور مهم في التواصل.

الإلكترونية: تمثل نسبة معتبرة (25.81%)، مما يظهر أهمية الاتصال الإلكتروني في العصر الحديث واستخدام التكنولوجيا في التواصل.

أما نسبة غير مباشر: فتمثل نسبة (22.5%)، وهو يشير إلى أن هناك بعض الحالات حيث يُفضل الاتصال بطرق غير مباشرة، ربما لأسباب تتعلق بالراحة أو التوقيت.

يظهر أن الاتصال المباشر لا يزال الأسلوب الرئيسي والمفضل لدى الأفراد في عمليات الاتصال.

الاتصال الشفوي يظل الأكثر استخدامًا وفعالية في تبادل المعلومات والتواصل بشكل عام.

الاتصال الإلكتروني يأخذ حصة معتبرة، مما يظهر أهمية التكنولوجيا في تسهيل عمليات الاتصال وتحسينها.

الاتصال الكتابي وغير المباشر يظهر أن هناك بعض الحالات التي يتم فيها تفضيل أساليب غير مباشرة للتواصل، وربما يكون ذلك بسبب الظروف أو الاحتياجات الخاصة.

جدول 22: علاقة الرضى بعملية الاتصال بطريقة الاتصال

نسبة %	المجموع	هل أنت راضي عن عملية الاتصال في مؤسستك						
		نسبة %	غير راضي	نسبة %	نوعا ما	نسبة %	راضي	
57.5	23	42.86	3	53.33	8	66.70	12	ما هي الطريقة المعتمدة في الاتصال بين المسؤول والعمال
42.5	17	57.14	4	46.67	7	33.30	6	
100	40	100	7	100	15	100	18	المجموع

من الأرقام والنسب المذكورة، يمكن استنتاج أن أن العديد من العمال (66.70%) راضون عن عملية الاتصال المباشر بين المسؤول والعمال.

ومع ذلك، هناك نسبة ملحوظة من العمال يشعرون بالرضا بشكل جزئي (53.33%)، وهذا قد يشير إلى بعض القضايا أو التحديات في عملية الاتصال.

وان نسبة (33.30%) راضون عن عملية الاتصال الغير مباشر.

ومع ذلك، هناك نسبة ملحوظة من العمال يشعرون بالرضا بشكل جزئي (46.67%)، وهذا يشير إلى أن هناك تحسينات ممكنة في عملية الاتصال الغير مباشر.

يبدو أن معظم العمال راضون عن عملية الاتصال المباشر، ولكن هناك بعض القضايا المحتملة التي يمكن تحسينها.

الاتصال الغير مباشر يستلزم بعض التحسينات لزيادة مستوى الرضا بين العمال.

يمكن تحسين عملية الاتصال بمزيد من التفاعل والشفافية، واستخدام أساليب متعددة لضمان فعالية الاتصال ورضا العمال.

## 7- نتائج الدراسة:

- بينت الدراسة أن أغلب الموظفين هم رجال وتتراوح أعمارهم ما بين 35 سنة و50 سنة، أغلبهم ذوي مستوى جامعي ولا تتعدى خبرة معظمهم 20 سنة، يتوزعون على ثلاث مناصب إدارية وأغلبهم يشغلون رتبة عون أداري.

- بينت الدراسة أن موظفي الضمان الاجتماعي يعتمدون بشكل كبير على التطبيقات الذكية في عملهم.

- بينت الدراسة أن الدافع من وراء التطبيقات الذكية هو تحسين الأداء الوظيفي وذلك من خلال تقليل كلفة حفظ المعلومات والأرشيف وسرعة وصول المعلومات وشفافيتها

- بينت الدراسة أن التطبيقات الذكية لها تأثير إيجابي في رفع مستوى أداء الموظفين بمؤسسة الضمان الاجتماعي.

- بينت الدراسة أن التطبيقات الذكية تساهم في تحسين الاتصال بين الموظفين، ولها دور في عملية التنظيم واتخاذ القرارات

بينت الدراسة أن استحداث التطبيقات الذكية باستمرار حسب متغيرات العمل يزيد من فعاليتها داخل المؤسسة.

## 8- مناقشة الفرضيات:

الفرضية الأولى: تساهم التطبيقات الذكية في تحسين الاتصال المؤسساتي في وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة.

من خلال النتائج تبين أن التطبيقات الذكية تبسيط عمليات التواصل داخل المؤسسة وخارجها، مما يعزز التنسيق بين الأقسام المختلفة ويسهل التفاعل مع العملاء والشركاء. بفضل التطبيقات الذكية، يمكن للموظفين إدارة المهام بشكل أكثر فعالية، وتبادل المعلومات بسرعة، وتوفير الوقت والجهد في إنجاز الأعمال اليومية. كما تسهم هذه التطبيقات في زيادة الشفافية والمساءلة، حيث يمكن تتبع العمليات وتوثيقها بشكل دقيق، مما يسهل مراقبة الأداء وتقديم التقارير اللازمة. بالإضافة إلى ذلك، تسهم التطبيقات الذكية في تحسين تجربة المستخدم، حيث يمكن الوصول إلى الخدمات بسهولة عبر الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية، مما يعزز رضا العملاء ويسهل عليهم الحصول على الخدمات التي يحتاجون إليها بسرعة وسهولة.

الفرضية الثانية: يعمل تطبيق الهناء لتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين بوكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة.

من خلال النتائج تبين أن تطبيق "الهناء" يعد وسيلة فعالة لتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين في وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة. من خلال هذا التطبيق، يمكن للمواطنين الوصول بسهولة إلى خدمات الضمان الاجتماعي وإجراءاتها، دون الحاجة إلى الذهاب شخصياً إلى المكتب. يوفر التطبيق مجموعة متنوعة من

الخدمات، مثل استعراض الحقوق والمزايا، وتقديم الطلبات، وتتبع حالة الطلبات، وتلقي الإشعارات والتنبيهات المهمة.

### الفرضية الثالثة: تعمل وكالة الضمان الاجتماعي بوكالة الجلفة على تحسين الاتصال المؤسساتي

من خلال النتائج تبين أن وكالة الضمان الاجتماعي في ولاية الجلفة تعمل جاهدة على تحسين الاتصال المؤسساتي بهدف توفير خدمات متميزة للمواطنين. تهدف الوكالة إلى تسهيل التواصل مع المؤسسات المختلفة، سواء كانت حكومية أو خاصة، من أجل تسهيل الإجراءات وتقديم الدعم اللازم للمواطنين. وتعتمد الوكالة على تبادل المعلومات والتنسيق الفعال مع هذه المؤسسات لضمان تقديم خدمات الضمان الاجتماعي بكفاءة وفاعلية، مما يسهم في تحسين مستوى حياة المواطنين وتوفير الحماية الاجتماعية اللازمة لهم.



# الخاتمة

## الخاتمة:

ختاماً، يُعتبر استخدام التطبيقات الذكية في المؤسسات العامة خطوة هامة نحو تحسين الخدمات وتيسير الإجراءات. فهذه التطبيقات تسهل على المواطنين والموظفين الوصول إلى المعلومات وإنجاز المهام بكل سهولة ويسر، مما يعزز من كفاءة العمل ويوفر الوقت والجهد. بالإضافة إلى ذلك، تساهم التطبيقات الذكية في تحسين التواصل بين المؤسسات الحكومية والمواطنين، وتعزز من مستوى الشفافية والمصداقية في تقديم الخدمات العامة.

مع ذلك، يجب أن تُدرك أن التطبيقات الذكية ليست بديلاً للتفاعل البشري، بل هي إضافة تعزز التواصل وتبسط الإجراءات. وبالتالي، من الضروري أن تُطوّر وتُحدّث هذه التطبيقات بانتظام لضمان استمرارية فعاليتها ومواكبتها لتطلعات المستخدمين ومتطلبات العصر.

## النتائج المتوصل إليها:

- تساعد التطبيقات الذكية في إنشاء بيئة عمل مرنة ومتجاوبة تتيح للموظفين العمل من أي مكان وفي أي وقت، مما يزيد من مرونة المؤسسة ويعزز كفاءتها.
- يمكن للتطبيقات الذكية تحسين إدارة الموارد البشرية من خلال توفير أدوات لتتبع الأداء وإدارة العمليات الإدارية مثل التوظيف والتدريب وإدارة الأداء.
- تساعد التطبيقات الذكية في توفير بيئة عمل آمنة ومأمونة، من خلال تطبيق إجراءات أمان متقدمة وحماية البيانات الحساسة.
- يمكن للتطبيقات الذكية تعزيز الابتكار والتطوير في المؤسسة، من خلال توفير بيئة تشجع على تبني التقنيات الجديدة وتطوير الحلول الإبداعية.
- يساعد تطبيق الهناء في تبسيط العمليات اليومية وتحسين كفاءة العمل، مما يؤدي إلى زيادة الإنتاجية وتحسين الأداء العام للمؤسسة.

- يسهل تطبيق الهناء التواصل بين الموظفين وتعزز التعاون.
- يسهل تطبيق الهناء تنظيم وإدارة العمليات بشكل فعال وفعّال.
- باستخدام تطبيق الهناء يمكن تقليل الأخطاء البشرية وزيادة دقة البيانات، مما يساهم في تحسين جودة الخدمات واتخاذ القرارات بشكل أفضل.

## قائمة المصادر والمراجع:

1- الكتب:

- إبراهيم الفقي: قوة التحفيز، دار ثمرات للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة مصر، 2011.
- رواية محمد حسن: إدارة الموارد البشرية رؤية مستقبلية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر، 1999.
- سعاد نائف برنوطي: إدارة المورد البشرية إدارة الأفراد، دار وائل للنشر، ط2، عمان الأردن، 2004.
- سنان الموسوي: إدارة المورد البشرية والتأثيرات العولمة عليها، دار مجد لاوي للنشر والتوزيع، ط1، 2006.
- سهيلة محمد عباس: إدارة المورد البشرية، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2012.
- طاهر محمود الكلالدة: تنمية وإدارة المورد البشرية، دار عالم الثقافة للنشر والتوزيع ط1، الأردن، 2008.
- عباد المجيد كرخي: إدارة الموارد البشرية، دار المناهج للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن 2014.
- عبد الباري درة وآخرون: إدارة القوى البشرية، دار الشركة العربية للتوريدات، القاهرة، مصر، 2008.
- عبد الحكم أحمد الخزامي: إدارة تغيير الأفراد والأداء، إيتراك للنشر والتوزيع، ط1، الإسكندرية مصر، 2001.
- عبد الغفار حنفي: السلوك التنظيمي وإدارة المورد البشرية، دار الجامعة للنشر، الإسكندرية مصر، 2006.
- علي بن عبد الوهاب: إستراتيجية التحفيز الفعال نحو أداء بشري متميز، دار التوزيع الإسلامية، القاهرة مصر، 2000.

- علي سلمى: إدارة الموارد البشرية الإستراتيجية، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة مصر 2001.
- علي غربي، بلقاسم سلاطنية، إسماعيل قيرة: تنمية الموارد البشرية، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2007.
- فيصل حسونة: إدارة المورد البشرية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1 عمان الأردن، 2008.
- محمد فتوح: إدارة المورد البشرية، دار النشر والعلوم، ط1، حلب، سورية، 2009.
- محمد فلاح صلاح: إدارة المورد البشرية، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2004.
- منال طلعت محمود: أساسيات علم الإدارة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية مصر 2003.
- موسى خليل: الإدارة المعاصرة الوظائف والممارسات، دار المؤسسة الجامعية للدراسات والتوزيع، بيروت 2005.
- نعيم إبراهيم الظاهر: تنمية الموارد البشرية، دار عالم الكتب الحديثة للنشر، ط1، عمان، الأردن، 2012.
- هاني خلف الطروانة، نظريات الإدارة الحديثة ووظائفها، دار أسامة للنشر والتوزيع ط1، عمان الأردن، 2012.
- هيثم العاني: الإدارة بالحوافز التحفيز والمكافئات، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، ط1، عمان الأردن، 2007.
- 2- الرسائل الجامعية:
- سامية خرفاش: أثر الحوافز على مستوى الكفاءة الإنتاجية، رسالة ماجستير تخصص إدارة أعمال قسم كلية العلوم التجارة، جامعة محمد بوضياف مسيلة، الجزائر 2003.

- عبد العزيز شنيق، الحوافز والفاعلية التنظيمية، رسالة ماجستير، تخصص تنمية وتسيير الموارد البشرية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة 20 أوت 55 سكيكدة، الجزائر 2007.