



جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة
كلية العلوم الاقتصادية
والتجارية وعلوم التسيير



المستوى: ثانية ماستر

التخصص: محاسبة و تدقيق

عنوان المذكرة

دور تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تطوير المؤسسة

-دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر ولاية عين الدفلى

مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص محاسبة و تدقيق

تحت إشراف الأستاذة:

من إعداد الطالبتين:

-د. زروقي نسرين

-قدراوي يوسف

-مقران سيد أحمد

نوقشت هذه المذكرة أمام اللجنة المكونة من الأساتذة الآتية أسماؤهم

الأستاذ	الرتبة العلمية	الصفة
. د		رئيسا
. د		مشرفا و مقرا
. د		ممتحنا

السنة الجامعية: 2022/2021

سورة الاحقاف

الشكر و العرفان:

الحمد لله الذي علم بالقلم علم الانسان ما لم يعلم والصلاة والسلام

على المبعوث رحمة للعالمين

سيدنا محمد - صلى الله عليه وسلم -

ومن تبعه الى يوم الدين أما بعد:

أشكر الله العليّ التقدير أولاً وأخيراً على توفيقه لي بإتمام هذه الدراسة، فهو عز وجل أحق بالشكر و الثناء و أولى بهما، و انطلاقاً من قوله عليه الصلاة و السلام: "من لا يشكر الله لا يفرق الله بينه و بين الناس" أتوجه بالشكر و التقدير لأستاذتنا الفاضلة التي أشرفت على هذه الدراسة حبيب بفضل الله ثم بفضلها جهداً المتواصل و توجيهاتهما السديدة تم إنجاز هذا العمل المتواضع فلهذا فائق التقدير و الاحترام و الوفاء.

وأخيراً لا يسعني سوى ان أشكر كل من ساعدني و أمانني على هذا العمل وجزاهم الله جميعاً كل الخير و وقتهم و سدد خطاهم.

- و شكراً -

الإهداء:

إلى صاحب السيرة العطرة، و الفكر المستنير، و فلقه كان له الفضل الأول في

بلوغني التعليم العالي (والدي)

و إلى نبع الحنان الذي لا ينقطع (أمي الحبيبة)

إلى كل أصدقائي

أهدي هذا العمل

"بوسنيد"

الإهداء

أهدي ثمرة جهدي الى من كانت تساندني بدعائها

الى من سهرت الليالي تنير دربي

الى من كانت تتمنى أن تراني في أعلى المناصب

لكن قدر الله و ما شاء فعل "رحمك الله أمامه و أسكنك فسيح جناته"

الى من أحمل اسمه بكل فخر و امتزاز الى سندي و قوتي بعد الله

الى من سعى لأجل راحتي و نجاحي الى أعز و أعلى رجل في الكون

أبي العزيز

إلى كل من ساعدني في هذه المذكرة

"سيد أحمد"

فهرس المحتويات

.....	الشكر و العرفان:
.....	الإهداء:
.....	الإهداء
أ.....	توطئة :
5.....	الفصل الأول :
6.....	تمهيد
7.....	المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات
7.....	المطلب الأول : مفاهيم حول التكنولوجيا
8.....	المطلب الثاني: عموميات عن المعلومات
11.....	المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات
13.....	المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا الإتصال
13.....	المطلب الأول: ماهية الإتصال
16.....	المطلب الثاني : تكنولوجيا الاتصال
17.....	المطلب الثالث: أنواع تكنولوجيا الإتصال
19.....	المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والإتصال
19.....	المطلب الأول : مفهوم وخصائص تكنولوجيا المعلومات
21.....	المطلب الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والإتصال
22.....	المطلب الثالث : مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال
23.....	خلاصة.....
1.....	الفصل الثاني :
1.....	دراسة حالة بمؤسسة بريد الجزائر

25	تمهيد :
26	المبحث الأول : تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر و خدماتها
26	المطلب الأول : تعريف بمؤسسة بريد الجزائر
28	المطلب الثاني : البنية الهيكلية لبريد الجزائر
38	المطلب الثالث : الخدمات التي تقترحها مؤسسة بريد الجزائر
41	المبحث الثاني : واقع تكنولوجيا المعلومات و الإتصال المستخدمة في المؤسسة
41	المطلب الأول : تجهيزات المعلوماتية المتوفرة في المؤسسة
42	المطلب الثاني : الوسائط الإلكترونية
44	المطلب الثالث : الشبكة المعلوماتية و تطبيقاتها في المؤسسة
46	المبحث الثالث: عرض و تحليل الاستبيان
49	المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الاستمارة الموجهة إلى زبائن مؤسسة بريد الجزائر بخميس مليانة .
62	المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الإستمارة الموجهة إلى موظفين مؤسسة بريد الجزائر خميس مليانة
72	خلاصة الفصل :
74	خاتمة:
77	قائمة المراجع:

قائمة الجداول

- الجدول رقم 1 (1-3) : الموزع الآلي للأوراق النقدية D.A .B 43
- الجدول رقم 2 (2-3): الشباك الآلي G.A.B..... 43
- الجدول رقم 3 (3-3) : الإستبيانات الموزعة والمسترجعة 48
- الجدول رقم 4 (4-3): توزيع العينة حسب الجنس..... 49
- الجدول رقم 5 (5-3): توزيع العينة حسب السن..... 50
- الجدول رقم 6 (6-3) : توزيع العينة حسب المستوى التعليمي..... 50
- الجدول رقم 7 (7-3) : توزيع العينة حسب المهنة..... 51
- الجدول رقم 8 (8-3) الإحصائيات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر التعاطف..... 53
- الجدول رقم 9 (9-3) : الإحصاءات الوصفية بتقييم جودة الحصة من ناحية عنصر الملموسية 55
- الجدول رقم 10 (3 - 10) : الإحصاءات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر الاعتمادية 58
- الجدول رقم 11 (11-3) : الإحصاءات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر الاستجابة 59
- الجدول رقم 12 (12-3) : الإحصاءات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر الضمان.. 61
- الجدول رقم 13 (13-3) : توزيع العينة حسب الجنس 62
- الجدول رقم 14 (14-3) : توزيع العينة حسب السن 63
- الجدول رقم 15 (15-3): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي..... 64
- الجدول رقم 16 (16-3): توزيع العينة حسب الخبرة المهنية 64
- الجدول رقم 17 (17-3) : توزيع العينة حسب عدة دورات التدريبية..... 65
- الجدول رقم 18 (18-3) : مستخدمى الانترنت داخل المؤسسة..... 66
- الجدول رقم 19 (19-3) : استخدامات الانترنت في المؤسسة..... 66
- الجدول رقم 20 (20 -3) : وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها 68
- الجدول رقم 21 (21 -3) : أسباب إنشاء الموقع الإلكتروني للمؤسسة..... 69
- الجدول رقم 22 (22 -3) : محتويات الموقع الإلكتروني للمؤسسة..... 70
- الجدول رقم 23 (23 -3) : فوائد المتحصلة جراء الاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة 71

قائمة الأشكال:

- الشكل رقم 1 (01-01): يبين عناصر العملية الإتصالية..... 15.....
- الشكل رقم 2 (1-3) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على المستوى المركزية..... 33.....
- الشكل رقم 3 (3-3) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر بخميس مليانة..... 38.....
- الشكل رقم 4 (4-3) : الصفحة الرئيسية لموقع مؤسسة بريد الجزائر..... 45.....
- الشكل رقم 5 (5-3): توزيع العينة حسب الجنس..... 49.....
- الشكل رقم 6 (6-3): توزيع العينة حسب السن..... 50.....
- الشكل رقم 7 (7-3) : توزيع العينة حسب المستوى التعليمي..... 51.....
- الشكل رقم 8 (8-3) : توزيع العينة حسب المهنة..... 52.....
- الشكل رقم 9 (9-3) : توزيع العينة حسب الجنس..... 63.....
- الشكل رقم 10 (10-3) : توزيع العينة حسب السن..... 63.....
- الشكل رقم 11 (11-3) : توزيع العينة حسب المستوى التعليمي..... 64.....
- الشكل رقم 12 (12-3) : توزيع العينة حسب الخبرة المهنية..... 65.....
- الشكل رقم 13 (13-3): توزيع العينة حسب عدة دورات التدريبية..... 65.....
- الشكل رقم 14 (14-3) : مستخدمي الانترنت داخل المؤسسة..... 66.....
- الشكل رقم 15 (15-3) : إستخدامات الإنترنت في المؤسسة..... 67.....
- الشكل رقم 16 (16-3) : وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها..... 68.....
- الشكل رقم 17 (17-3) : أسباب إنشاء الموقع الإلكتروني للمؤسسة..... 69.....
- الشكل رقم 18 (18-3) : محتويات الموقع الإلكتروني للمؤسسة..... 70.....

مقدمة

توطئة :

شهد القرن الواحد والعشرين قفزات كبيرة في الإستخدام المتزايد لأدوات تكنولوجياية مختلفة من أهمها تكنولوجيايات المعلومات و الإتصال، فهذه الثروة الرقمية و المعلوماتية تمثل فرصة أمام المؤسسات لتحقيق قفزة مهمة و معتبرة لتطوير خدماتها و طاقتها الإنتاجية و الإبداعية و الإندماج في الإقتصاد الإفتراضي.

فالتطور الذي يشهده العالم في المجال الاقتصادي و ما ترتب عليه من إنتعاش في حركة الاقتصادية و تطور في وسائل تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و نمو المنافسة العالمية في مجال السلع و الخدمات و إنتقال الإقتصاد من الإهتمام بالتصنيع إلى الإهتمام بالخدمات بات من الضروري على المؤسسات البريدية أن تتكيف وفق هذه التطورات من خلال تبنيها لأساليب و إستراتيجيات تسويقية تمكنها من فهم و تحليل و إقتناص الفرص التسويقية و إشباع حاجات رغبات الزبائن لتحقيق أهدافها المسطرة.

تعتبر الخدمات المالية البريدية إحدى الخدمات العمومية الأكثر كثافة و إرتيادا من طرف المواطنين و عليه فإن توسيعها و تحديثها يشكلان أحد عوامل التنمية الاقتصادية و الإجتماعية لذلك أولت الدولة إهتماما متزايدا لهذه المؤسسات محاولتا منها تحسين الخدمات المقدمة للزبائن.

و بالتالي فإن عصرنه شبكة البريد يتطلب إتخاذ الإجراءات و الوسائل الكفيلة بتحسين ظروف الإستقبال للمواطنين بالإعتماد على التكنولوجيا الحديثة و تعميم إدخال الإعلام الآلي في مكاتب البريد و إتخاذ إجراءات الترقية؛ وسائل الدفع الإلكتروني ، ذلك ضمانا لتحسين نوعية الخدمة المقدمة .

و مع هذا التطور المذهل أصبح من المستحيل أن تستغني المؤسسة عن هذه التكنولوجيا في تقديم خدماتها البريدية و المالية لما لها من أهمية في تحسين جودة الخدمة و رضا الزبائن .

من خلال ما سبق ذكره تبرز معالم إشكاليتنا وفق السؤال الرئيسي التالي : إلى أي مدى يمكن لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال أن تساهم في تحسين جودة الخدمة ؟

و للإجابة عن السؤال الرئيسي للإشكالية نقوم بالإجابة على الأسئلة الفرعية التالية :

- 1 - ما هو مفهوم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال ؟
- 2 - ما المقصود بجودة الخدمة ؟ وكيف تساهم تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تحسين جودة الخدمة ؟
- 3 - ما هو واقع استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسات الجزائرية محل الدراسة ؟ و كيف يؤثر هذا الواقع على جودة الخدمة ؟

الفرضيات :

وبهدف الإجابة على إشكالية البحث واستنادا إلى تساؤلات الدراسة يمكن صياغة الفرضيات التالية واختبارها واستخلاص النتائج والتوصيات من خلالها:

الفرضية الرئيسية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات والإتصالات بأبعادها المختلفة والميزة التنافسية بالمؤسسة محل الدراسة. ويندرج تحت هذه الفرضية الرئيسة مجموعة من الفرضيات الفرعية صيغت على النحو التالي:

أ/ الفرضية الفرعية الأولى: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصالات وجودة الخدمة.

ب/ الفرضية الفرعية الثانية: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و السيطرة على الأسواق.

ج/ الفرضية الفرعية الثالثة: هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين تكنولوجيا المعلومات و الإتصال والإبداع والتطوير.

الفرضية الرئيسية الثانية: يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال بأبعادها المختلفة في تحقيق ميزة تنافسية للمؤسسة محل الدراسة.

وبندرج تحت هذه الفرضية الرئيسية مجموعة من الفرضيات الفرعية صيغت على النحو التالي:

أ/ الفرضية الفرعية الأولى: يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحقيق جودة الخدمة.

ب/ الفرضية الفرعية الثانية: يوجد دور معنوي ذو دلالة إحصائية لتكنولوجيا المعلومات و الإتصال في تحقيق السيطرة على الأسواق.

الفرضية الرئيسية الثالثة: توجد فروق ذات دلالة إحصائية في متوسطات إجابات أفراد العينة

لمستوى استخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في المؤسسة محل الدراسة تعزى للمتغيرات الشخصية

أهداف الدراسة و أهميتها :

تسعى الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية :

- التعرف على أهم الخدمات التي تقدمها المؤسسة لزيائنها.

- التعرف على مختلف التكنولوجيات المستخدمة في المؤسسة من أجل الإرتقاء بخدماتها - التأكد من أن التكنولوجيات توظف لتحسين الخدمة للزيائن.

- التعرف على أهم الخدمات و الإجراءات الممنوحة للزيائن المؤسسة لتسهيل معاملاتها.

- معرفة درجة تأثير العمالبهذه التكنولوجيات في تأدية عملهم تجاه الزيائن .

أهمية الدراسة :

تستمد أهمية الدراسة من الأهمية التي يكتسبها قطاع البريد في التمتع بإعتبارها خدمة عمومية لا يمكن الإستغناء عنها و بالتالي سعت مؤسسة بريد الجزائر جاهدة لمسيرة التطورات الحادثة في مجال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال للنهوض بخدماتها من خلال تعميم شبكة الإعلام الآلي و ترقية وسائل الدفع الإلكتروني ومنه يمكن لنتائج الدراسة أن تكون ذات أهمية للمؤسسة.

حدود الدراسة :

نظرا لإتساع البحث و كبر حجم الموضوع لا بد من وضع حدود للدراسة لتفادي التشعب فيه ، هذا من خلال جانبين أولهما المكاني : حيث تم حصر حدود الدراسة المكانية في دائرة المخاطرية ولاية عين الدفلى بمؤسسة بريد الجزائر .

و الثاني الجانب الزمني و المتمثل في فترة من فيفري 2022 إلى أبريل 2022

منهج البحث و الأدوات المستخدمة :

بحكم طبيعة الموضوع الذي نود دراسته و نوع المعلومات المتوفرة عنه يمكننا الإعتماد على المنهج الوصفي في شقه النظري و كذلك أسلوب دراسة الحالة في شقه التطبيقي .

و قد إستخدمنا مجموعة من الأدوات أهمها :

طريقة المسح المكتبي : و ذلك بالإعتماد على الكتب، المجلات، رسائل الماجستير، بالإضافة إلى بعض المواقع المتوفرة على شبكة الإنترنت؛ الإستبيان و الملاحظة : و ذلك لغرض الحصول على المعلومات الميدانية؛ بالإضافة إلى إستخدام برنامج 16.SSPS في المعالجة الإحصائية و برنامج Excel الإصدار 2007 لرسم الأشكال البيانية .

تقسيمات البحث (الدراسة) :

قسمت الدراسة إلى فصلين الأول منها يتعلق بالجانب النظري و الثاني فهو دراسة حالة.حيث تناولنا في الفصل الأول موضوع تكنولوجيا المعلومات و الإتصال، فتصرفنا في المبحث الأول إلى تكنولوجيا المعلومات و خصائصها من خلال إبراز مفهوم كل من التكنولوجيا ، المعلومات و إبرار مفهوم تكنولوجيا المعلومات و أهم خصائصها و تناولنا في المبحث الثاني مفهوم الإتصال و أشكاله، أما المبحث الثالث و الأخير فتطرقنا إلى تكنولوجيا المعلومات و الإتصال من خلال إبراز مفهومها و التعرف على مختلف تكنولوجيات الشبكات .

أما الفصل الثاني فخصصناه لدراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر بالمخاطبة ، فتناولنا في المبحث الأول تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر ثم مؤسسة محل الدراسة و تناولنا في المبحث الثاني واقع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال المستخدمة في المؤسسة محل الدراسة أما المبحث الأخير فخصصناه لعرض و تحليل نتائج الإستبيان لغرض التحقق من الفرضيات .

الدراسات السابقة :

هناك العديد من الدراسات المتوفرة و التي تدور حول موضوع تكنولوجيا المعلومات و الاتصال نذكر منها ما يلي :

1 - إبراهيم بختي "دور الإنترنت في مجال التسويق دراسة حالة الجزائر"، أطروحة دكتوراه دولة في العلوم الإقتصادية ، غير منشورة، جامعة الجزائر سنة 2002/2003

التي عالج فيها كيفية استخدام الإنترنت في أنشطة و استراتيجيات المؤسسة و أثرها على الوظيفة التسويقية وقد توصل فيها إلى أن هذه الشبكة تعطي الكثير من الفرض التي يمكن استغلالها في التسويق و أنه يجب على الجزائر إذا أرادت الوصول إلى إستغلال مكثف لهذه الشبكة أن تتبع بعض التوصيات التي يقترحها الباحث .

2 - شوقي شاذلي "أثر إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال علي الأداء المؤسسات الصغيرة و المتوسطة"، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص تسيير المؤسسات الصغيرة و المتوسطة، سنة 2008 ؛ تناولت هذه الدراسة تحليل لوضعية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الجزائر و مدى تبني المؤسسات الصغيرة و المتوسطة الجزائرية لها، و الوقوف على مدى مساهمة

التكنولوجيات في الرفع من مستويات الأداء في المؤسسات من خلال قياس أثرها على تكاليف جودة الخدمات المقدمة للزبائن و مدى الوصول إلى الأسواق الجديدة سواء كانت محلية أو دولية و زيادة مبيعاتها حيث اقتصرَت الدراسة على ولاية واحدة فقط .

و توصلت هذه الدراسة إلى أن هذه التكنولوجيات تتباين درجة كثافتها على حسب حجم المؤسسات، بالإضافة إلى أنها تلعب دورا مهما في تحسين أدائها؛و تناولت هذه الدراسة مدى مساهمة التكنولوجيا في الخدمة البنكية لما تكتسبه البنوك من أهمية في تحقيق الرفاهية الإقتصادية و الإجتماعية و توصلت فيها إلى أن الإستخدام الكفؤ لتوليفة التكنولوجيا و المعلومات يؤدي إلى إنتاج معلومات ذات قيمة مضافة في الوقت المناسب . و بالتالي تحقيق ميزة تنافسية و التوصل إلى أن المشكل ليس على مستوى نقص نظم المعلومات أو نظم تكنولوجيا المعلومات و إنما يتمثل في ضعف استثمار أو سوء تسيير المورد و قدرات هذه التكنولوجيات التي تتطلب ديناميكية فعالة .

صعوبات الدراسة :

تتمثل أهم الصعوبات التي واجهتنا أثناء القيام بإعداد هذه الدراسة في وجود بعض العراقيل أثناء القيام بالبحث عن المعلومات في المؤسسة محل الدراسة بحكم سرية المعلومات، بالإضافة إلى تأثر زبائن المؤسسة بأزمة السيولة مما جعل الكثيرين منهم يرفضون الإجابة على أسئلة الإستبيان بالإضافة الى فيروس كورونا COVID-19

الفصل الأول :

الإطار العام لتكنولوجيا المعلومات
والإتصال

تمهيد

يشهد العالم في ظل العولمة تطورا عميقا وسريعا على المستوى الاقتصادي والسياسي والاجتماعي والتكنولوجي، ونتيجة لعمق هذا التطور وسرعته في مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال دخل العالم عصر مجتمع المعلومات.

ونتيجة لهذه التطورات تزايد الطلب على هذه تكنولوجيا، وبالتالي أصبحت هذه الأخيرة هي مورد أكثر أهمية بالمقارنة بالموارد الكلاسيكية، مما أصبح الاهتمام بتكنولوجيا المعلومات و الإتصال المستوفية الشروط المشغل الشاغل لأي مؤسسة باعتبارها نقطة القوة و التميز في عصر سمته الأساسية هي المعلوماتية .

وإذا نظرنا أيضا إلى قطاع الاتصالات فنجد أنه شهد في فترة قصيرة تحولا حاسما بفضل التطورات التكنولوجية التي يقوم عليها حيث أصبح يشكل البنية التحتية لما يعرف اليوم بالإقتصاد الجديد أو اقتصاد المعرفة، الذي يعتمد على المعلومة وطرق إيصالها أفي قصر وقت وبأقل تكاليف، ونظرا للتطور الهائل الذي شهده هذا القطاع ومدى مساهمته في جميع القطاعات، وخاصة في ظل إستخدام الأقمار الصناعية، الهاتف النقال والانترنت، كل هذا وضع المؤسسة أمام تحدي جديد ألا و هو إمتلاك تكنولوجيا المعلومات و الإتصال

وللإلمام بالموضوع قمنا بتقسيم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث كالتالي:

المبحث الأول:تكنولوجيا المعلومات

المبحث الثاني: تكنولوجيا الإتصال

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

المبحث الأول: تكنولوجيا المعلومات

شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة غير مسبوقة في كافة نواحي الحياة، و أبرز هذه التطورات التي ميزت وقتنا الحالي هي الدينامكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات و بثها، أو بما أصبح يعرف بتكنولوجيا المعلومات

المطلب الأول : مفاهيم حول التكنولوجيا

لقد أصبحت التكنولوجيا تلعب دورا مهما في النهوض بإقتصاديات الكثير من الدول .

أولاً: مفهوم التكنولوجيا

يرجع أصل التكنولوجيا إلى الكلمة يونانية التي تتكون من مقطعين هما (Techno) تعني التشغيل الصناعي، والثاني (Logos) أي العلم أو المنهج ذ، ل ا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي¹. ويمكن تعريفها من جهة التحليل الاقتصادي بأنها "مجموعة المعارف والمهارات والخبرات الجديدة التي يمكن تحويلها إلى طرف إنتاج أو استعمالها في إنتاج سلع وخدمات وتسويقها وتوزيعها، أو استخدامها في توليد هياكل تنظيمية إنتاجية"².

ويمكن تعريف التكنولوجيا على أنها: "تطبيق الإجراءات المستمدة من البحث العلمي والخبرات العلمية لحل المشكلات الواقعية، ولا تعني التكنولوجيا هنا الأدوات والمكائن فقط بل أنها الأسس النظرية والعلمية التي ترمي إلى تحسين الأداء البشري في الحركة التي تتناولها"³.

ثانياً: أنواع التكنولوجيا

يتم تصنيف التكنولوجيا على أساس عدة أوجه منها مايلي :

1- على أساس درجة التحكم نجد مايلي :

أ- **التكنولوجيا الأساسية :** وهي التكنولوجيا التي تمتلكها أغلب المؤسسات الصناعية والمسلم به وتتميز بدرجة التحكم كبير جدا .

ب- **تكنولوجيا التمايز:** وهي التي تملكها مؤسسة واحدة أو عدد محدود من المؤسسات الصناعية وهي التكنولوجيا التي تتميز بها عن بقية منافسيها.

2 - على أساس موضوعها هناك :

أ- **تكنولوجيا التسيير:** وهي التي تستخدم في تسيير تدفقات موارد، ومن أمثلتها البرامج والتطبيقات التسييرية .

¹ - غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم و مداخل تقنيات تطبيقات علمية) ، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، 2006، ص 22.

² - نوفيل حديد، تكنولوجيا الإنترنت و تأهيل المؤسسة للإندماج في الإقتصاد العالمي، أطروحة دكتوراه دولة، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية و العلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006/2007، ص-ص : 51-52.

³ - عبد الباري، إبراهيم درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية و دلالاتها في البيئة العربية المعاصرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003، ص 26

- ب-تكنولوجيا التصميم: وهي التي تستخدم في نشاطات التصميم في المؤسسة كالتصميم بمساعدة الحاسوب .
- ج-تكنولوجيا أسلوب الإنتاج: وهي تلك المستخدمة في عمليات الصنع، وعمليات التركيب والمراقبة .
- د-تكنولوجيا المعلومات والاتصال : وهي التي تستخدم في معالجة المعلومات والمعطيات ونقلها .

3-على أساس درجة التعقيد : نجد

- أ-تكنولوجيا ذات درجة عالية: وهي التكنولوجيا شديدة التعقيد، والتي من الصعب على المؤسسات الوطنية في الدول النامية تحقيق إستغلاله إلا بطلب من صاحب البراءة .
- ب-تكنولوجيا العادية: وهي أقل تعقيدا من سابقتها، حيث بإمكان المختصين المحليين في الدول النامية إستيعابها غير أنها تتميز أيضا بضخامة تكاليف الإستثمار¹.

المطلب الثاني: عموميات عن المعلومات

تشارك معظم التنظيمات في المؤسسات العامة والخاصة في توفير المعلومات اللازمة لتسهيل تحقيقها أهدافها المختلفة. فالمعلومات أحد عناصر العملية الإنتاجية التي لا يمكن الاستغناء عنها. وقبل التطرق إلى مفهوم المعلومات يجدر بنا التطرق إلى مفهوم البيانات، ذلك قصد إزالة اللبس الواقع بين المفهومين (المعلومة و البيان).
أولاً: مفهوم البيانات

تعرف على أنها: " عبارة عن مجموعة حقائق غير منتظمة قد تكون في شكل أرقام أو كلمات أو رموز لا علاقة بين بعضها البعض، أي ليس لها معنى حقيقي و لا تؤثر في سلوك من يستقبلها"². كما تعرف أيضا : "حقائق مجردة لم يجرى عليها أية معالجات فهي تمثل المواد الخام"³. فمصطلح البيانات يشير إلى الحقائق الخام والتي تأخذ شكل الأرقام أو الأحرف أو الرموز أو خليط بينها، والتي لا يمكن الإستفادة منها مباشرة أي ليس لها معنى متكامل وتفتقد إلى علاقة بين بعضها البعض⁴.

ثانيا: ماهية المعلومات

1-مفهوم المعلومات

تعددت التعاريف المتعلقة بمفهوم المعلومات، من أبرز هذه التعاريف : يعرفها wiig بأنها : "حقائق و بيانات منظمة تصف موقفا معينا أو مشكلة معينة"⁵.

¹ - عبد الله لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تأثيرها على تحسين الأداء الإقتصادي للمؤسسة، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003 / 2004، ص 9 - 10.

² - محمد عبد العليم صابر، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2007، ص 36.

³ - شريف أحمد العاصي، نظم المعلومات الإدارية، دار نشر و مكان النشر، 2004، ص 28.

⁴ - محمد السعيد خشبة، نظم المعلومات، جامعة الأزهر، مصر، 1987، ص 04.

⁵ - مصطفى رحي، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2010، ص 30.

ويعرفها بعض المختصين في التسيير هي: " كل ما يحمل لنا معرفة يغير نظرتنا للأشياء يقلل خبرتنا"¹. كما تعرف أيضا على أنها: "بيانات تمت معالجتها بطريقة محددة بدءا يتلقى البيانات من مصدرها المختلفة ثم تحليلها وتبويبها وتطبيقها حتى يتم إرسالها إلى الجهات المعنية مصدرها المختلفة ثم تحليلها وتبويبها وتطبيقها حتى يتم إرسالها إلى الجهات المعنية"².

فمصطلح المعلومات مرتبط بمصطلح البيانات من جهة، وبمصطلح المعرفة knowledge من جهة أخرى، فالمعرفة هي الحصيلة مهمة ونهائية لإستخدام وإستثمار المعلومات من قبل صناع القرار والمستخدمين الآخرين، الذين يحولون المعلومات إلى المعرفة و عمل مستمر يخدمهم و يخدم مجتمعاتهم³.

2- خصائص المعلومات

تتوفر المعلومات على مجموعة من الخصائص أهمها :

- التوقيت المناسب : وهي المعلومات المناسبة زمني وتتوافر في وقت الحاجة إليها؛
- الوضوح : يجب أن تكون المعلومات واضحة وخالية من الغموض؛
- الدقة : وتعني أن تكون المعلومات خالية من أخطاء التجميع والتسجيل⁴، حتى يمكن الاعتماد عليها في تقدير احتمالات المستقبل و مساعدة الإدارة في تصوير واقع الأحوال؛
- الصلاحية : وتعني أن تكون المعلومات ملائمة أو مرنة ومناسبة لطلب المستفيد؛
- القياس الكمي: وتعني إمكانية القياس الكمي للمعلومات الرسمية الناتجة من نظام المعلومات؛
- المرونة : تعني أن تكون المعلومات ملائمة و تتكيف مع رغبات أكثر من مستفيد؛
- عدم التحيز: وتعني عدم تغير محتوى المعلومات مما يؤثر على المستفيد أو تغير المعلومات حتى تتوافق مع أهداف ورغبات المستفيدين؛
- إمكانية الحصول عليها : وتعني إمكانية الحصول على المعلومات بسهولة و سرعة أي تكون المعلومات سهلة المنال؛
- الشمول: وتعني أن تكون المعلومات شاملة لجميع متطلبات و رغبات المستفيد و أن تكون بصورة كاملة دون تفضيل زائد ودون إيجاز يفقد معناها⁵؛

¹ -بحبي دريس، دور إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية في دعم متخذي القرار، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، بالمسيلة، 2005، ص 30.

² -شريف أحمد العاصي ، نظم المعلومات الإدارية، مرجع سبق ذكره، ص 28.

³ -عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين الجنابي، نظام المعلومات و تكنولوجيا المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان، 2008، ص31.

⁴ -أحمد صالح الهزيمية، دور نظام المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسات الحكومية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، جامعة جرش الأهلية الأردن، المجلد 25 ، العدد الأول، 2009، ص 395.

⁵ -بحبي مصطفى حلمي، أساسيات نظم المعلومات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1998، ص78-79.

-قابلة للمراجعة: وهي خاصية منطقية نسبية وتتعلق بدرجة الاتفاق المكتسبة بين مختلف المستفيدين لمراجعة فحص نفس المعلومات¹.

3 - أهمية المعلومات :

تلعب المعلومات دورا هاما وحيوي يظهر ذلك في :

-إثراء البحث العلمي وتطور العلوم و تكنولوجيا ؛

-تعتبر العنصر الأساسي في إتخاذ القرار المناسب وحل المشكلات ؛

-لها أهمية كبيرة في مجالات التنمية الاقتصادية والاجتماعية والإدارية و الثقافية ...؛الخ

-لها دور كبير في التوقيت المناسب من خلال دورة المعالجة و الإدخال والتقارير؛

-تساعد المعلومات في نقل خبرتنا للآخرين وعلى حل المشكلات التي توجهنا، وعلى الاستفادة من المعرفة المتاحة.

كما أن توافر المعلومات المناسبة لأغراض التنمية الإجتماعية و الاقتصادية إلى تحقيق المكاسب التالي :

- تنمية قدرات المجتمع من خلال الإستفادة من المعلومات المتاحة؛

- ترشيد و تنسيق جهود المجتمع في البحث والتطوير على ضوء ما هو متاح من المعلومات؛

- ضمان قاعدة معرفية عريضة لحل المشكلات؛

- الإرتفاع بمستوى كفاءة و فعالية الأنشطة الفنية في الإنتاج و الخدمات؛

- ضمان مقويات القرارات السليمة في جميع القطاعات².

4-مصادر المعلومات :

هناك نوعين من المصادر وهي :

-**المصادر الداخلية** : وهي التي تتكون من أشخاص مثل المشرفين ورؤساء الأقسام والمديرين بمختلف مستويات داخل المؤسسة، يتم تجميع المعلومات هنا إما على أساس رسمي طبقا للأحداث التي وقعت بالفعل، أو على الأساس الغير رسمي من خلال الاتصالات والمناقشات الغير الرسمية³.

-**المصادر الخارجية** : تتم من خلال علاقات المؤسسة المستمرة مع محيطها الخارجي ، الذي تنتقل لها المعلومات دون الإنقطاع لها مصادر مختلفة ومتعددة العامة منها خاصة ومنها الوطنية والدولية.

- شركاء مباشرين من موردين ومقاولين وبنوك؛

- مختلف أنواع الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية؛

-جميع المؤسسات العمومية إدارات ووزارات؛

¹-مصطفى ربحي، اقتصاد المعلومات، مرجع سبق ذكره، ص 11.

²- محمد مالك الطيب، دور تكنولوجيا المعلومات في البحث العلمي في الاقتصاد الإسلامي

http://islamiccenter.kau.edu.sa/Tiecon/Arabic%20Papers/A17_Ezzeddine%20Malik.pdf.

³ -محمد الصيرفي، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009 ص 297

-مؤسسات ومكثبات متخصصة في تزويد المعلومات المختلفة؛

-الدراسات والبحوث والتقارير العلمية؛

-المشاركة في الجمعيات العامة للمساهمين؛

- المشاركة في المعارض المحلية والوطنية والدولية¹.

المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات

بعد أن تطرقنا إلى مفهوم التكنولوجيا وكذا مفهوم المعلومات لابد أن نتعرف على مفهوم تكنولوجيا المعلومات و أهم خصائصها.

أولاً: مفهوم تكنولوجيا المعلومات

يتضمن مفهوم تكنولوجيا المعلومات كل نظم و أدوات الحاسوب التي تتعامل مع إنسياق الرمزية المعقدة من المعرفة أو مع القدرات الإدراكية الذهنية وفي حقول التعليم والذكاء، بذلك تشكل تكنولوجيا المعلومات مظلة شاملة لكل علاقات التكنولوجيا بمعطيات الفكر الإنساني .

ومن هذا نجد عدة تعاريف لتكنولوجيا المعلومات نذكر منها :

يعرف روجر كارتر تكنولوجيا المعلومات بأنها: " الأنشطة والأدوات المستخدمة لتلقى، تخزين، تحليل، تواصل المعلومات في كل أشكالها، تطبيقها لكل جوانب حياتنا شاملة ، المكتب، المصنع والمنزل". ويميز روجر كارتر بين ثلاث جوانب رئيسية لتكنولوجيا المعلومات :

الجانب الأول: تكنولوجيا تسجيل البيانات وتخزينها ؛

الجانب الثاني : تكنولوجيا تحليل البيانات ؛

الجانب الثالث: تكنولوجيا توصيل البيانات (الاتصال)².

وتعرف تكنولوجيا المعلومات بأنها " خليط من أجهزة الكمبيوتر و وسائل الاتصال ابتداء من الألياف الضوئية إلى الأقمار الصناعية والتقنيات المصغرات و الفلمية والاستتساخ، تمثل مجموعة كبيرة من الاختراعات الذي يستخدم المعلومات خارج العقل البشري"³.

وتعرف تكنولوجيا المعلومات على أنها : "القاعدة الأساسية التي تبنى في ضوئها المنظمات الإدارية والمنشآت ميزتها التنافسية". ويقصد بالتكنولوجيا كل أنواع المعرفة الفنية والعلمية والتطبيقية التي يمكن أن تسهم في توفير

¹ -يمينة فوزية فاضل، اثر نظام المعلومات على القابلية التنافسية للمؤسسة الحالية (حالة المجتمع الصناعي صيدال) ، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2001/2000 ،ص77.

² -محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة و الإتصال الجماهيري، دار العربي للنشر و التوزيع بدون مكان النشر، 1990 ، ص 39.

³ -محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، دار الشروق، القاهرة، 1989، ص 32.

الوسائل، المعدات، الآلات، الأجهزة الميكانيكية والإلكترونية ذات الكفاءة العالية و الأداء الأفضل التي تسهل للإنسان الجهد وتوفير الوقت وتحقيق للمنظمة أهدافها النوعية و الكمية بكفاءة و فاعلية¹.

و عرف (peter et Haag) تكنولوجيا المعلومات بأنها: مجموعة من الأدوات التي تساعد مستخدميها على التعامل بالمعلومات و بإنجاز العمليات أو الأنشطة ذات العلاقة بمعالجة المعلومات².

ومن خلال هذه التعريفات يتضح لنا أن تكنولوجيا المعلومات تتمثل في مختلف الوظائف من تجميع للبيانات وتحليلها وتخزينها وإسترجاع المعلومات و ذلك عن طريق التكامل بين الآلات الإلكترونية ونظم الإتصالات الحديثة.

ثانيا: خصائص تكنولوجيا المعلومات

تتميز تكنولوجيا المعلومات بمجموعة من الخصائص أهمها :

-**تقليل الوقت** : فالتكنولوجيا تجعل كل الأماكن الإلكترونية متجاورة، مثال على ذلك شبكة الانترنت التي تسمح لكل واحد منها بالحصول على ما يلزمه من معلومات و معطيات في وقت قصير مهما كان موقعه الجغرافي،

-**رفع الإنتاجية** : تعمل تكنولوجيا المعلومات على رفع الإنتاجية حين يتم إستعمالها بشكل جيد و فعال؛

-**المرونة** : تعددت إستعمالات تكنولوجيا المعلومات لتعدد إحتياجاتنا لها، أبسط مثال على ذلك

الحاسوب الذي نستعمله في حياتنا اليومية والعملية، فهو أداة للكتابة والقيام بمختلف العمليات المعقدة مثل الإتصالات عن البعد أو القرب الخ كما أنها تمنح للإنتاج كفاءة عالية وهذا بكسب تكنولوجيا المعلومات مرونة كبيرة بالمقارنة مع آلة محدودة الإستعمال؛

-**التمتمة miniaturisation la** : ويقصد بها الأسرع و الأصغر و الأقل تكلفة وهي من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات فهي تتميز بالتحسن الدائم في سرعتها وسعة ذاكرتهم³.

ثالثا: أقسام تكنولوجيا المعلومات

شهد قطاع تكنولوجيا المعلومات تطورا كبيرا وذلك من سنة إلى أخرى بل ومن يوم إلى آخر، حيث إتسع هذا التطور حتى أصبح يضم مجالات وأقسام عديدة نذكر منها :

1-**صناعة المحتوى المعلوماتي** : وتتمثل هذه الصناعة في المؤسسات التي تنتج الملكية الفكرية عن طريق المحررين والمؤلفين وغيرهم.

2-**صناعة بث المعلومات** : وتتم بواسطة شركات الاتصال والبث التي تتم من خلالها توصيل المعلومات من أماكن تواجدتها إلى مستخدميها؛

¹ -شاهر فلاح العرود وطلال حمدون شكر، جودة تكنولوجيا المعلومات وأثرها في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة الأردنية، في إدارة الأعمال، المجلد 5، العدد 4، 2009، ص 478.

² - شار عباس الحميري، أحمد كاظم بريس، أثر تكنولوجيا المعلومات في جودة الفندقية دراسة لعينة من الفنادق السياحية في محافظة كربلاء، مجلة أهل البيت بجامعة أهل البيت، العدد الرابع، ص348.

³ -غنية لالوش، دور المعلومات في توجيه إستراتيجية المؤسسة (دراسة حالة مجمع صيدال)، رسالة ماجستير في تخصص إدارة أعمال، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002/2001، ص- ص 89-90.

3- صناعة معالجة المعلومات: وتقوم هذه الصناعة على منتجي الأجهزة الخاصة بتكنولوجيا المعلومات و الاتصال كما تشمل هذه الصناعة على منتجي البرمجيات¹.

المبحث الثاني: ماهية تكنولوجيا الاتصال

تعد الإتصالات مهمة لنجاح وتحقيق التفاهم والتعاون بين المتصلين من أفراد ومجموعات، إذا تمثل عملية الإتصال أحد العناصر الأساسية في التفاعل الإنساني، فمن خلال أنظمة الإتصال استطاعت المؤسسات إحراز تقدم ملموس في مختلف الجوانب.

المطلب الأول: ماهية الإتصال

أولاً: مفهوم الإتصال

اشتقت كلمة الاتصال (communication) من كلمة اللاتينية communic وتعني بالانجليزية common أي مشترك أو اشترك، فنحن نقول، بأن فلان شاركنا الرأي أو الحديث، أو المشورة في اتخاذ القرار². ويرجع كلمة اتصال في اللغة العربية إلى فعل (يتصل) والاسم يعني الرسالة الشفوية أو تبادل الأفكار والآراء أو المعلومات عن طريق الكلام أو الإشارات. كما تعني الكلمة أيضاً شبكة الطرق أو شبكة الاتصالات. وعرفها قاموس مختار الصحاح بأنها "وصل الشيء وصلاً". ويعرف قاموس أوكسفورد الإتصال بأنه "نقل وتوصيل أو تبادل الأفكار والمعلومات بالكلام أو كتابة أو الإشارات"³.

-تعريف فلويد بروكر: "prooker floyde الاتصال هو عملية نقل فكرة أو مهارة أو حكمة من الشخص لآخر"⁴. الاتصال يعني إنتاج أو توفير أو تجميع البيانات والمعلومات الضرورية لاستمرار العملية الإدارية ونقلها وتبادلها أو إذاعتها بحيث يمكن للفرد أو الجماعة إحاطة الغير بأمر أو خيار أو المعلومات الجديدة أو التأثير في سلوك الفرد أو الجماعات أو التغيير في هذا السلوك وتوجيهه وجهة معينة.⁵

ثانياً: عملية الإتصال

الإتصال ليس عملية سهلة وبسيطة بل هي معقدة وصعبة وتتضمن عدد من الخطوات والعناصر التي سنناقشها باختصار والتي يوضحها الشكل التالي.

-تبدأ عملية الاتصال بوجود شخص (مرسل) يرغب في إبلاغ طرف آخر (مستقبل)

1 -حاج عيسى آمال، هواري معراج، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الجزائرية، الملتقي الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، 23-22 أبريل 2003، ص 110.

2 -يسري إبراهيم حسني، الاتصال والسلوك الإنساني، (روية في انترولوجيا الاتصال)، البيئات سنتر للنشر والتوزيع، مصر، 1999، ص 41.

3 -أبو عرقوب إبراهيم، الاتصال الانساني ودوره في التفاعل، الطبعة الأولى، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، ص 17.

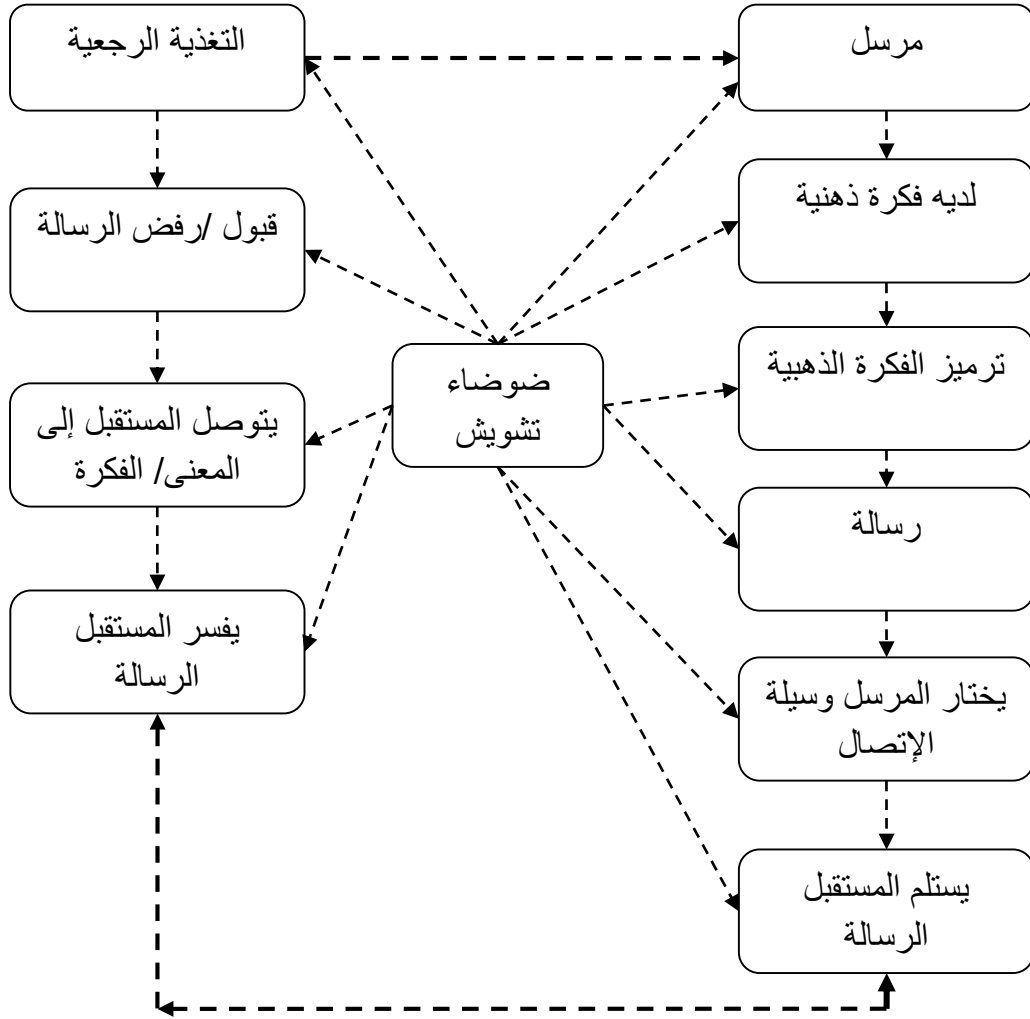
4 -محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2006، ص 23.

5 -توفيق عبد الرحمن، المناهج التدريبية المتكاملة "منهج مهارات الخدمة المتميزة"، الطبعة الثالثة، مركز الخبرات المهنية للإدارة (بميك)، 2004، ص 3.

- معلومات معينة من أجل التأثير في سلوكه على نحو ما؛
- يقوم المرسل بتطوير فكرة ذهنية (في عقل المرسل)حول موضوع معين يود إبلاغه لشخص؛
 - بعد إتمام المرسل بلورة الفكرة الذهنية، يقوم بتحويل هذه الفكرة إلى رموز أي لغة يستطيع المستقبل فهمها؛
 - ينتج عن عملية الترميز "الرسالة" التي يود المرسل إرسالها إلى المستقبل ؛
 - بعد إتمام الترميز يختار المرسل وسيلة لنقل هذه الرسالة وقد تكون هذه الو سائل إما كتابية أو شفوية؛
 - يتسلم المستقبل الرسالة ؛
 - يقوم المستخدم بتحليل الرموز و تفسير الرسالة؛
 - نتيجة لتفسير وتحليل الرسالة، يتوصل المستقبل إلى المعنى؛
 - بناء على ما توصل إليه المستقبل من معاني يقوم بقبول الرسالة أو رفضها؛
 - التغذية الرجعية حيث يقوم المستقبل بالرد على الرسالة و بالتالي تحول المستقبل إلى مرسل حيث يقوم ببلورة رده وتحويله إلى رسالة واختيار وسيلة لتوصيلها (الرسالة) إلى المرسل؛
 - المعوقات والتشويش والضوضاء وتتمثل في كل ما يمكن أن يتدخل ويعيق عملية الاتصال عند كل خطوة من الخطوات السابقة.¹

¹ -حسين حريم، مهارات الإتصال في عالم الإقتصاد و إدارة الأعمال، دار حامد عمان، 2009 ص ص 16-17.

الشكل رقم 1 (01-01): يبين عناصر العملية الإتصالية



المصدر: حسين حريم، مهارات الإتصال في عالم الاقتصاد وإدارة الأعمال، دار حامد، عمان، 2009 ص 17.

ثالثا : أهداف عملية الاتصال

- نقل معلومات الانسياب العلاقة بين موظفي الشركة العملاء.
- توفير معلومات لمتخذي القرارات.
- تحقيق فهم مشترك بين موظفي الشركة والعملاء.
- تنسيق الجهود.
- توصيل الأوامر والتعليمات للعاملين بالشركة .
- توصيل الآراء والأفكار.
- التوجيه والإرشاد وتنمية القدرات.
- تدعيم الارتباط وتقوية الانتماء¹.

¹ -عبد الرحمان توفيق، المناهج التدريبية المتكاملة"منهج مهارات الخدمة المتميزة"، الطبعة الثالثة، مركز الخبرات المهنية للإدارة(بميك)، 2004، ص 35.

المطلب الثاني : تكنولوجيا الاتصال

ساهمت التطورات التكنولوجية الحديثة بإزالة الفوارق بين الأدوات الإتصالية والحدود التي طالما فصلت بين وسائل الاعلام المختلفة حتى أواخر السبعينيات، فقد نشأت علاقات معقدة وهي علاقات أصبحت تربط الأدوات السمعية والبصرية والاتصالات البعيدة المدى والمعلوماتية والتدخلات المتزايدة بين أجهزة الاعلام.

لا يمكن الوقوف عند تعريف محدد لعبارة تكنولوجيا الإتصالات، رغم انتشار استخدامها، غير أن مدلولها أصبح ينصب على تلك الأجهزة والمعدات والوسائل والأدوات التي تستخدم في توصيل ونقل رسالة تتضمن معلومات أو أخبار من مكان إلى آخر بغض النظر عن نوعية المعلومات المنقولة شفوية كانت أم مكتوبة.¹

يمكن القول أن تكنولوجيا الاتصال هي مجموع التقنيات والأدوات أو الوسائل أو النظم المختلفة، والتي توظف لمعالجة المضمون أو المحتوى الذي يراد توصيله بعملية الاتصال الجماهيري أو الشخصي أو التنظيمي أو الجمعي، والتي بها تجمع المعلومات والبيانات المسموعة أو المكتوبة أو المصورة أو المرسومة أو المسموعة المرئية أو المطبوعة أو الرقمية عن طريق الحاسبات الإلكترونية، ثم تخزين هذه البيانات والمعلومات، ثم استرجاعها في الوقت المناسب ثم عملية نشر هذه المواد الاتصالية أو الرسائل أو المضامين سواء مسموعة أو مطبوعة أو رقمية، ونقلها من مكان إلى اخر وتبادلها.²

ويقصد بها أيضا " الوسائل الإلكترونية المستخدمة في الإنتاج والتشغيل الكهرومغناطيسي (الكاست الصوتي والفيديو) وأسطوانات الليزر، واللبث الإذاعي والتلفزيوني الذي توج باستخدام الشبكات الفضائية، وشبكات الميكروويف والشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب وتقنياته"³. إذا فتكنولوجيا الاتصال هي عبارة عن وسائط وأوعية تيسر إرسال البيانات والإشارات والصور والكلمات بين عقول نظم المعلومات، وبالشكل الذي تركز على هدفها الأساسي والذي هو توفير الاتصالات، أو أنها الأجهزة والوسائل التي تمكن من استقبال وترميز وتخزين وتحليل واسترجاع وعرض وإرسال المعلومات. ومن ذلك نجد أن تكنولوجيا الاتصال لا يمكن فصلها بشكل نهائي عن تكنولوجيا المعلومات فهما وجهان لعملة واحدة، وعليه فتكنولوجيا المعلومات والاتصال تعبر عن مجموعة من المكونات المادية، البرمجيات، الاتصالات، البيانات والأفراد التي تستخدمها المنظمة في استقبال البيانات والمعلومات وتخزينها ومعالجتها واسترجاعها باستخدام برمجيات متعددة (الوسائط) (السمعية، البصرية، النصية).

1 - جعفر جاسم، تكنولوجيا المعلومات، دار أسامة، عمان ، الأردن، 2005 ، ص 88.

2 - عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر وتوزيع، عمان الأردن، 2011، ص 44.

3 - عبد الباقي عبد المنعم أبو زيد، أثر تكنولوجيا الاتصالات على نوعية التعليم ومجالات العمل في الألفية الثالثة والمتطلبات التعليمية للاستعداد لها - دراسة ميدانية-، المؤتمر الدولي الأول للتعليم الإلكتروني، المنامة، البحرين، 17-19 أبريل 2006.

المطلب الثالث: أنواع تكنولوجيا الإتصال

أولاً: التلكس والتليتكس

1 - التلكس (المبرقة) Télex

التركس نظام لنقل الرسائل باستخدام جهاز يسمى المبرقة وقد كانت المبرقة أول جهاز تم استخدامه في إرسال الرسائل بالكهرباء. ومعظم رسائل البرق كان يتم إرسالها في وقت من الأوقات بتخصيص شفرة معينة لكل حرف عن طريق مفتاح المبرقة ثم تقوم المبرقة بتحويل النقط (...) والشرطات (--) الخاصة بالشفرة إلى نبضات كهربائية وإرسالها عبر أسلاك البرق. وتعرف الشفرة الخاصة بالمبرقة (شفرة مورس).

2- التليتكس (تبادل النصوص عن بعد) Télétex

يعد نظام تبادل النصوص عن بعد أو ما يسمى بالتلكس حالة متقدمة على نظام المبرقة أو التلكس وتطويراً لها. حيث أن التلكس يجمع بين عمل التلكس الاعتيادي وعمل نظام معالجة النصوص، الذي يعمل بواسطة الآلة الكاتبة الإلكترونية والشاشة المرئية المثبتة فيها، مع وجود إمكانية لخرن المعلومات المطبوعة. وبذلك يمكن إعداد نص كامل من المعلومات بواسطة الآلة الكاتبة، ثم قراءته على الشاشة وتعديله قبل إرساله إلى المستقبل أو الجهات المعنية في أي وقت لاحق. وهذا يعني أن تبادل الرسائل والمعلومات يكون إلكترونياً من وحدة ذاكرة (Mémoir) إلى وحدة ذاكرة ثانية أو أكثر وعبر شبكة اتصالات¹.

ويعمل التليتكس بجهازين (واحد للإرسال، وآخر للاستقبال) محدودة القدرة، أي أنها ترسل 6-7 حروف في الثانية، مع إمكانية الطباعة على الورق العادي، ورقة ورقة، حيث يمكن نقل 2400 وحدة في الثانية أي 50 مرة نظرياً أسرع من التليتكس.

ثانياً: بنوك الإتصال المتلفزة :

تعد بنوك الإتصال المتلفزة أو ما يطلق عليها مصطلح الفيديو تكس (أو الفيديو تكست) من تقنيات الإتصال الحديثة المستخدمة في نقل الرسائل والمعلومات بين الأفراد والمؤسسات، وهي حالة متطورة لاستخدام وإستثمار جهاز التلفزيون العادي عن طريق إضافة محطات وقنوات جديدة إلى جانب قنواته الاعتيادية.

ويعرف الفيديو تكس على أنه وسيلة لعرض الكلمات والأرقام والصور والرموز على شاشة التلفزيون عن طريق ضغط مفتاح معين ملحق بجهاز التلفزيون². ويشمل تقنية الفيديو تكس على ثلاث ركائز مهمة هي:

-البث عن طريق شاشة تلفزيونية؛

-تخزين واسترجاع عن طريق الحاسوب؛

-نقل هاتفي أو بوسيلة سلكية أو لا سلكية.

وتشمل بنوك الإتصال المتلفزة (الفيديو تكس) على نوعين رئيسيين هما:

-الفيديو تكس العادي أو الإذاعي ويسمى التليتكست (Télétex) أو النص المتلفز.

¹ -رحي مصطفى عليان ومحمد عبد الدبس، وسائل الإتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، الأردن، 1999، ص 106.

² -رحي مصطفى عليان، محمد عبد الدبس، مرجع سبق ذكره، ص 111.

-الفيديوتكس المتفاعل vidéotex Interactive ويسمى أيضا بخدمة البيانات المرئية Vidiodata.

ثالثا : الأقمار الصناعية

بشكل عام، تصنف الاتصالات إلى نوعين رئيسيين هما:

أولاً: الاتصالات الأرضية، سواء كانت سلكية أو لا سلكية.

ثانياً: الاتصالات الفضائية التي تتم عن طريق الأقمار الصناعية

يعرف القمر الصناعي بأنه: مركبة فضائية تدور حول الكرة الأرضية، لها أجهزة لنقل إشارات الراديو والبرق والهاتف والتلفزيون، وترسل محطات على سطح الأرض (المحطات الأرضية) الإشارات إلى القمر الصناعي الذي يبث الإشارات بعد ذلك إلى محطات أرضية أخرى، وجاءت فكرة الأقمار الصناعية معززة لطرق الاتصال عبر الأثير وكانت سعة الانتقال للدوائر الهاتفية التي تنقلها هذه الأقمار مغرية إلى حد كبير¹ وتقدم الأقمار الصناعية خدماتها لكونها محطات تحويل فضائية لبث إشارات ترسل بواسطة المحطات الأرضية والتي تعمل أيضا على ربط شبكات الاتصالات الأرضية من خلال شبكات الهاتف. وقد أخذت الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية تلعب دورا هاما في مجال نقل الرسائل والمعلومات بفضل فعاليتها وعدم تأثرها بالظروف المحيطة.

رابعا : الهاتف Telephone

تطور الهاتف في شكله وحجمه ومزاياه وإمكاناته عدة مرات وأصبحت هناك شبكات هاتفية، من أحدث الابتكارات في عالم الاتصالات الهاتفية الصوتي photophone أو الهاتف الفيديوي (videophone) الذي يستطيع نقل الصورة مع الصوت بسرعة هائلة الجهاز مزود بذاكرة تؤهله لخصن الصورة واسترجاعها، وينتشر الآن الهاتف النقال بشكل واسع بين الناس .ويستخدم الهاتف كوسيلة اتصال بالهواتف الأخرى المنتشرة جغرافيا بطريقتين أساسيتين هما :

-طريقة الاتصال المباشر أي من هاتف إلى آخر .

-طريقة الاتصال غير المباشر أي عن طريق ربطه بوسيلة أخرى مثل التليكس، والحوايب وغيرها .

ومع التطورات التي تشهدها وسائل وتكنولوجيا الاتصال، أخذت الاتصالات الهاتفية تتحول إلى نظام جيد(هو النظام الرقمي). ويعمل هذا الأخير عن طريق ترجمة موجات البث الإلكتروني إلى جزئيات تفصل بينها مسافات، وهذه الجزئيات هي نتاج الأرقام الثنائية وهي أصغر الوحدات في معالجة البيانات، ويعتبر هذا النوع من الأنظمة (الرقمية) أكثر دقة وفعالية ويمكن الاعتماد عليه أكثر من وسائل الاتصال التقليدية، وهو مناسب لمختلف أنواع الاتصالات الصوتية والفيديو والصور اللاسلكية والموجات الدقيقة والأقمار الصناعية، وهو أكثر ملائمة للاتصال مع الحوايب، بالإضافة إلى أنه يعطي نوعية أفضل بالنسبة للصوت والصورة المنقولة.²

¹ -الشافعي منصور، مملكة العلم والتكنولوجيا، ايتراك للنشر، مصر، 2000، ص82.

² -2231/ /04/20 www.commentcamarche.net/wireless/whintrophp-

المبحث الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يعد مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال مفهوما متداخلا بعض الشيء نظرا للتطور الذي شهدته، فمعظم هذه التكنولوجيا كانت موجودة منذ سنوات الثلاثين الماضية أو أكثر. وما يمكن إعتباره جديد بدرجة كبيرة هي العمل الشبكي وخاصة الانترنت.

المطلب الأول : مفهوم وخصائص تكنولوجيا المعلومات

أولا : مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال

يعرف رولي rowley تكنولوجيا المعلومات والاتصال بأنها : "جمع وتخزين ومعالجة وبت باستخدام المعلومات ولا يقتصر ذلك على التجهيزات المادية hardware أو البرامج software ولكن بتصرف كذلك إلى أهمية دور الإنسان وغاياته التي يربوها من تطبيق و إستخدام تلك التكنولوجيات والقيم والمبادئ التي يلجا إليها لتحقيق خبراته".¹

وتعرف كذلك بأنها: "عبارة عن ثورة المعلومات المرتبطة بصناعة وعبارة المعلومات وتسويقها وتخزينها واسترجاعها وعرضها وتوزيعها من خلال وسائل تقنية حديثة ومتطورة و سريعة، ذلك من خلال الإستخدام المشترك للحاسبات ونظم الإتصالات الحديثة".²

وتعرف أيضا بأنها: "كل ما ترتب على الاندماج بين تكنولوجيا الحاسب الالكتروني والتكنولوجيا السلكية واللاسلكية والالكترونيات الدقيقة والوسائط المتعددة من أشكال جديدة لتكنولوجيا ذات قدرات فائقة على إنتاج المعلومات وجمعها وتخزينها ومعالجتها ونشرها واسترجاعها بأسلوب غير مسبوق يعتمد على النص والصوت والحركة واللون وغيرها من مؤثرات الاتصال التفاعلي الجماهيري والشخصي معا. كما أن تكنولوجيا المعلومات تمثل اقتناء المعلومات وتجهيزها في مختلف صورها وأوعية حفظها سواء أكانت مطبوعة أم مصورة أم مسموعة أم مرئية أم ممغنطة أم معالجة بالليزر، وبتها باستعمال مجموعة من المعلومات الالكترونية ووسائل أجهزة الاتصال عن بعد. وقد مهدت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات الطريق للانتقال من المجتمع الصناعي إلى مجتمع المعلومات".³

ثانيا : خصائص تكنولوجيا المعلومات والاتصال

لقد تميزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال عن غيرها من التكنولوجيات الأخرى بمجموعة من الخواص أهم هذه الخواص ما يلي:

1-تقليص الوقت: فلا تكنولوجيا تجعل كل الأماكن -الالكترونية-متقاربة؛

1 - حسين محمد احمد عبد الباسط، التطبيقات و الأساليب الناجحة لإستخدام تكنولوجيا الإتصالات و المعلومات في تعليم و تعلم الجغرافيا، مجلة التعليم بالانترنت، جمعية التنمية التكنولوجية و البشرية، العدد الخامس مارس 2005، ص 3.

2 - نوفيل حديد، تكنولوجيا الإنترنت و تأهيل المؤسسة للإندماج في الإقتصاد العالمي، مرجع سبق ذكره، ص 56.

3 - لبنى عبد الله العلاوين، كولوجيا الاتصال وعلاقتها بإداء المؤسسات الاعلامية، رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، كلية الآداب نيسان، 2009، ص 3.

- 2- **تقليص المكان:** تتيح وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات المخزنة والتي يمكن الوصول إليها ببسر وسهولة؛
- 3- **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام؛
- 4- **النممة:** بمعنى آخر أسرع، أرخص..... الخ وتلك فهي وتيرة تطور منتجات تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛
- 5- **الذكاء الاصطناعي:** أهم ما يميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال هو تطوير المعرفة وتقوية فرص تكوين المستخدمين من أجل الشمولية والتحكم في عملية الإنتاج؛
- 6- **تكوين شبكات الاتصال:** تتوجد مجموعة التجهيزات المستندة على تكنولوجيا المعلومات من أجل تشكيل شبكات الاتصال، وهذا ما يزيد من تدفق المعلومات بين المستعملين والصناعيين، وهكذا منتجي الآلات، ويسمح بتبادل المعلومات مع بقية النشاطات الأخرى؛
- 7- **التفاعلية:** أي أن المستعمل لهذا التكنولوجيا يمكن ان يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار وهو يسمح بخلق نوع من التفاعل بين الأنشطة؛
- 8- **اللاتزامنية:** وتعني إمكانية استقبال الرسالة في أي الوقت يناسب المستخدم فالمشاركين غير مطالبين باستخدام النظام في نفس الوقت ؛
- 9- **اللامركزية:** وهي خاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات فالانترنت مثلا تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت على مستوى العالم بأكمله؛
- 10- **قابلية التوصيل:** وتعني إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة الصنع، أي بعض النظر عن الشركة أو البلد الذي تم فيه الصنع؛
- 11- **قابلية التحرك والحركية:** أي انه يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، أي من أي مكان عن طريق وسائل اتصال كثيرة مثل الكمبيوتر، الهاتف النقال..... الخ .
- 12- **قابلية التحويل:** وهي إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر كتحويل الرسالة المسموعة إلى الرسالة مطبوعة أو مقروءة؛
- 13- **اللاجماهيرية:** وتعني إمكانية توجيه الرسالة الاتصالية إلى فرد واحد لو جماعة معينة بدل توجيهها بالضرورة إلى جماهير ضخمة: وهذا يعني إمكانية التحكم فيها حيث تصل مباشرة من المنتج إلى المستهلك كما انها بالجمع بين الأنواع المختلفة للاتصالات سواء من شخص واحد أو من جهة واحدة الى مجموعات، او من الكل إلى الكل أي من مجموعة إلى مجموعة؛
- 14- **الشيوع والانتشار:** وهو قابلية هذه الشبكة للتوسع لتشمل أكثر فأكثر مساحات غير محدودة من العالم بحيث تكسب قوتها من هذا الانتشار المنهجي لنمطها المرن؛
- 15- **العالمية والكونية:** وهو المحيط الذي تشط فيه هذه التكنولوجيات، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة تنتشر عبر مختلف مناطق العالم وهي تسمح لرأس المال بان يتدفق الكترونيا خاصة بالنظر إلى سهولة

المعاملات التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي فيسمح لها بتخطي عائق المكان والانتقال عبر الحدود الدولية¹.

المطلب الثاني: أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصال

- تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات أداة قوية لتجاوز الانقسام الإنمائي بين البلدان الغنية والفقيرة والإسراع ببذل الجهود بغية دحر الفقر، الجوع، المرض، الأمية والتدهور البيئي وكما يمكن لهذه التكنولوجيات من توصيل منافع الإلمام بالقراءة، الكتابة، التعليم، والتدريب إلى أكثر المناطق إنعزلاً؛

- تساهم تكنولوجيا المعلومات والاتصال في التنمية الاقتصادية : فهي تسمح للناس بالوصول إلى المعلومات والمعرفة الموجودة في أي مكان بالعالم في نفس اللحظة تقريباً ورخاءاً لجميع سكانه تعمل هذه تكنولوجيا على زيادة قدرة الأشخاص على الإتصال وتقاسم المعلومات والمعارف ترفع من فرصة تحول العالم إلى مكان أكثر سلماً ؛

- تمكن تكنولوجيات المعلومات والاتصال بالإضافة إلى وسائل الإعلام التقليدية والحديثة، الأشخاص المهمشين والمعزولين من أن يدلوا بدلوهم في المجتمع العالمي، بغض النظر عن الجنسية التي يحملونها أو إنتمائهم العرقي أو القومي أو الديني، فهي تساعد على التسوية بين القوة وعلاقات صنع القرار على المستويين المحلي والدولي، ويوسعها تمكين الأفراد، في المجتمعات، والبلدان من تحسين مستوى حياتهم على نحو لم يكن ممكناً سابقاً.

من هذا يتضح أن لتكنولوجيا المعلومات والاتصال دور هام في تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية، ذلك لما لهذه الأخيرة من خصائص متميزة وأكثر كفاءة من وسائل الاتصال التقليدية، فتكنولوجيا المعلومات والاتصال واسعة الانتشار تتخطى بذلك الحدود الجغرافية والسياسية للدول لتصل إلى أي نقطة من العالم عجزت أن تصل إليها وسائل الإتصال القديمة، كما أنها تمتاز بكثرة وتنوع المعلومات والبرامج التثقيفية والتعليمية لكل مختلف شرائح البشر، متاحة في أي مكان وزمان وبتكلفة منخفضة. فهي تعد مصدر هام للمعلومات سواء للأشخاص أو المؤسسات بمختلف أنواعها أو للحكومات، كما أنها تلعب دوراً هاماً في تنمية العنصر البشري من خلال البرامج التي تعرض من خلالها كبرامج التدريب وبرامج التعليم وغيرها .

لهذا يكون من الضروري الإهتمام هذه التكنولوجيا وتطويرها إستخدامها بشكل فعال، مع تدريب وتعليم الأفراد على استعمالها، و توعيتهم بأهميتها في التنمية والتطور، من خلال إبراز أهميتها على الصعيد الجزئي و الكلي².

¹ - مراد رايس ، اثر تكنولوجيا المعلومات على موارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير (غير منشورة) كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة الجزائر ،2005،ص 23.

² -سميرة كرامة، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خدم تحسين الخدمة، مذكرة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2018، ص 24.

المطلب الثالث : مجالات تطبيق تكنولوجيا المعلومات والاتصال

إن لأي تكنولوجيا طبيعة اقتحامية، بمعنى أنها تقتحم المجتمعات سواء كانت مطلوبة أو غير مطلوبة، مرغوبة أو غير مرغوب فيها، وذلك بما تقدمه من سلع جديدة أو بما تولده من حاجة إلى السلع الجديدة أو الخدمات .

هذا الاقتحام يعود عادة لأن التكنولوجيا تساعد أفراد المجتمع في ممارسة أعمالهم اليومية البسيطة منها والمعقدة، وتكنولوجيا المعلومات والاتصال في الآونة الأخيرة لم تترك أي مجتمع إلا واقتحمت جميع أنشطته سواء السياسية منها أو المدنية، العسكرية، التجارية، التعليمية... الخ.

فتطبيقات هذه التكنولوجيا ليست محدودة، بل شملت حتى الميادين التي عجز الإنسان عن اقتحامها، وفتحت بذلك آفاق جديدة، إلا أننا سنركز هنا على بعض التطبيقات التي مست عالم الاقتصاد على سبيل المثال لا الحصر نوجز أهم هذه التطبيقات في السطور التالية :

أولاً : قطاع المال والاقتصاد

- أتمتة أعمال البنوك: الهدف منها تحسين الخدمة، سرعة الضبط للحسابات، مساندة الرقابة المالية على البنوك ؛

- تحويل الأموال إلكترونياً: الهدف منه سرعة الخدمة، تقليل العمل الورقي للعمليات بين البنوك؛

- إقامة النماذج الاقتصادية لتحليل أداء النظم الاقتصادية وتقييم الإستراتيجيات؛

- إدارة الاستثمارات: بتعظيم عائد الاستثمارات، وتحليل المخاطر؛

- نظم معلومات أسواق الأوراق المالية الهدف منها: فورية بث المعلومات للمتعاملين، استخراج إحصائيات السلاسل الزمنية لتغير أسعار الأسهم والسندات والمؤشرات الاقتصادية الأخرى؛

- التصميم بمساعدة الكمبيوتر: سرعة تعديل وتعدد تجارب التصميم وتوفير جهد ما بعد التصميم من خلال قيام النظام الآلي بتحديد قوائم المكونات والمواد الداخلة فيه؛

ثانياً : مجال التعليم والتدريب

- نظم التدريب من خلال المحاكاة لرواد الفضاء والطيارين على قيادة المركبات وهذا ما يقلل التكاليف والخطر؛

- برمجيات مساندة التعليم و التعلم: الهدف منها زيادة إنتاجية المعلم والطالب في مواجهة تضخم المادة التعليمية وتعقدها؛

- نظم المعلومات التربوية، والتي تساعد على صياغة ووضع السياسات التربوية والتخطيط التربوي وجهود البحوث والتنظير في مجال التعليم؛ هذا وغيرها من المجالات التي مستها هذه التكنولوجيا، ولا نكون مبالغين إذا قلنا أنها مست مختلف

خلاصة

إن التطور السريع في وسائل و تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات بأشكالها المختلفة جعلت عملية نقل وتبادل المعلومات و البيانات و الخبرات من أي مكان في العالم إلى مكان آخر عملية سهلة و تتم بسرعة وفعالية، وأصبحت التكنولوجيا الجديدة وسيلة هامة لتخفيض التكاليف و زيادة السرعة في المعالجة وتحسين الجودة في أنشطة المؤسسات .

ولعل امتلاك تكنولوجيا المعلومات والاتصال أولاً والتحكم فيها ثانياً هي الخطوة الأولى، ومعرفة كل ما هو جديد لأن أهم ميزة تميز هذا الاقتصاد الجديد المبني على المعرفة هي الإهلاك السريع والغير مسبوق لكل ما هو جديد

الفصل الثاني :

دراسة حالة بمؤسسة بريد الجزائر

تمهيد :

رأينا في الدراسة النظرية كيف يمكن إستغلال تكنولوجيا المعومات و الإتصال، خاصة الإنترنت في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن و سنحاول في الجانب التطبيقي هذا دراسة حالة واقع تكنولوجيا المعومات و الإتصال في المؤسسة العمومية الجزائرية والدور الذي ألحقته بخدماتها المقدمة، حيث أخذنا مؤسسة بريد الجزائر بدائرة خميس مليانة ولاية عين الدفلى كميدان لإجراء هذه الدراسة.

و لهذا قسمنا الفصل إلى ثلاث مباحث، حيث تناولنا في المبحث الأول تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر و أهم خدماتها المقدمة و في المبحث الثاني تناولنا واقع تكنولوجيا المعومات و الإتصال بالمؤسسة محل الدراسة أما المبحث الثالث و الأخير فخصصناه لغرض دراسة و تحليل الإستبيان.

ملاحظة قمنا بتغيير مكان إجراء البحث من مديرية الضرائب إلى بريد الجزائر لأن مكان إجراء البحث الأول لم يمنحنا تسهيلات اللازمة لإنجاز بحثنا.

المبحث الأول : تقديم عام حول مؤسسة بريد الجزائر و خدماتها

يحتل قطاع البريد و المواصلات مكانة هامة في كل من امجال الاقتصادي و الاجتماعي حيث شهد عدة إصلاحات نتج عنها إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تسمح ببناء دولة عصرية و بتقديم خدمات متطورة للمجتمع تسمى بـ **بريد الجزائر**.

المطلب الأول : تعريف بمؤسسة بريد الجزائر

نشأت مؤسسة بريد الجزائر نتيجة لعدة إصلاحات شملت إعادة هيكلة قطاع البريد و المواصلات، بحيث أعطت الدولة بذلك حرية التصرف الكاملة لهذا المتعامل الاقتصادي للمشاركة في النمو الاقتصادي و الاجتماعي للدولة.

1-نشأت مؤسسة بريد الجزائر

كانت مؤسسة بريد الجزائر تسيير وفق أحكام الأمر رقم 75-89 المؤرخ في 30 ديسمبر 1975 و المتضمنة قانون البريد و المواصلات، الذي يجعل من قطاع البريد والمواصلات مؤسسة واحدة، عمومية ذات طابع صناعي و تجاري تحت إشراف وزارة البريد و المواصلات، حيث تتمتع بميزانية ملحقة و يخضع تنفيذها إلى قواعد المحاسبة العمومية وتتمتع أيضا في إستغلالها لمختلف نشاطات البريد و المواصلات السلوكية و اللاسلكية وفق المادة 1و المادة 39 على التوالي من ذات القانون .

و نتيجة للتطور التكنولوجي لاسيما في ميدان الإتصال، كان حتما على قطاع البريد والمواصلات أن يساير هذه التحولات، فترجمة هذه النقلة بصدور القانون رقم 2000-03 المؤرخ في 05 أوت 2000 الذي يحدد القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلوكية و الاسلكية و الذي يهدف إلى :

- تطوير و تقديم خدمات البريد و المواصلات بمواصفات نوعية، في ظروف موضوعية وفي مناخ تنافسي، مع ضمان المصلحة العامة؛

- تحديد الشروط العامة للإستغلال في الميادين المتعلقة بالبريد و المواصلات من طرف المتعاملين؛

- تحديد إطار وكيفية ضبط النشاطات ذات الصلة بالبريد و المواصلات السلوكية واللاسلكية؛

- تحويل على التوالي نشاطات إستغلال البريد والمواصلات التي تمارسها وزارة البريد والمواصلات إلى مؤسسة عمومية ذات طابع إقتصادي و تجاري للبريد و إلى متعاملي المواصلات السلوكية واللاسلكية يُنشأ وفق التشريع المعمول به.

و تنفيذا لمحتويات هذا القانون صدرت المراسيم التنفيذية لتحديد مجالات النشاط لكل متعامل ومراسيم تنفيذية أخرى لإنشاء وتنظيم نشاط هؤلاء المتعاملين.

أما المراسيم التنفيذية المنظمة لنشاطات المتعاملين نذكر فيما يلي :

أ-المرسوم التنفيذي رقم 01-417 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001 : و يهدف إلى منع ترخيص إنتقالي إلى

متعامل يسمى "إتصالات الجزائر" كشركة مساهمة من أجل إقامة و إستغلال شبكات عمومية للموصلات السلكية واللاسلكية.

ب-المرسوم التنفيذي 01-418 المؤرخ في 20 ديسمبر 2001 : و يهدف إلى تحديد نظام الإستغلال المطبق على كل خدمة من خدمات البريد. فبموجب هذا المرسوم أخضعت خدمات البريد، الحولات البريدية، الصكوك البريدية، إصدار الطابع البريدية و كل علامات التخليص للخدمات البريدية إلى نظام التخليص للخدمات البريدية إلى نظام تخصيص (régime d'exclusivité)، أما إستغلال أو توفير خدمات البريد الدولي السريع فأخضع لنظام (régime d'autorisation) وأخيرا أخضعت الخدمات البريدية الأخرى إلى نظام التصريح البسيط¹. أما المراسيم المتعلقة بالإتشاء نذكر:

ج-المرسوم التنفيذي رقم 43-2002 المؤرخ في 14 جانفي 2002 : و المتضمن إنشاء مؤسسة "بريد الجزائر" .

تقع المؤسسة بريد الجزائر الأم في باب الزوار على بعد 20 كيلومتر من الجزائر العاصمة، بمحاذاة المطار الدولي "هوارى بومدين"².

2- نشأة المؤسسة محل الدراسة :

نشأت مؤسسة بريد و المواصلات بخميس مليانة سنة 1974 و هي مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري خدماتي و نتيجة إصلاحات التي قامت بها الجزائر أعطيت لها تسمية **بريد الجزائر**. كما تم إنشاء مقر جديد لهذه المؤسسة بجانب الأروقة سابقاً و الخريطة الموالية توضح موقع المؤسسة.

لقد تم تدشين المؤسسة من طرف رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة سنة 2004، ونظراً لحجم خدماتها المقدمة صنفت بخارج درجة، حيث تعد من المكاتب البريدية كاملة الخدمات على مستوى الوحدة البريدية بولاية عين الدفلى التابعة للمديرية الإقليمية بعين الدفلى، تحوي المؤسسة على 27 موظف و 12 ساعي بريدي³.

3- مهام المؤسسة : للمؤسسة عديد من المهام يمكن إيجازها في ما يلي:

- بإعتبارها مؤسسة تقدم خدمة عمومية فهي تعمل على توفير للمجتمع أحسن الخدمات و بأقل التكاليف؛
- بإعتبار مؤسسة ذات طابع صناعي و تجاري فيجب أن تعمل على تخطيط، ترقية، تنميتها وتقليص

¹ وهاب محمد، تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2005/2006،

ص ص 101-103

² مجلة شهرية لعمال البريد رقم 27 جانفي 2006، تصدر عن مديرية الإتصال لبريد الجزائر بالعاصمة.

بورقعة هوارى، مسؤول الأمانة، بالمؤسسة، يوم 28 جويلية 2011، (مقابلة شخصية).³

تكاليفها للحصول على نتائج إيجابية لمتابعة تطورها؛

- تلعب دور محرك للاقتصاد الوطني من خلال مضاعفة الجهود في مجال البحث و تطوير الإستثمار؛
- إستغلال كل النشاطات المدرجة تحت نظام التخصيص أو الحصر حسب المادة 63 من القانون 2003 بخصوص بريد الرسائل بكل أشكاله في النظام الداخلي وفي علاقتها مع الخارج؛
- القيام بكل النشاطات الملحقة و التي لها علاقة بالنشاط الرئيسي سواء تعلق الأمر بالنشاطات المرتبطة ببريد الرسائل، الطرود البريدية و المصالح المالية البريدية بما في ذلك مصلحة التوفير؛
- القيام بكل النشاطات الموكلة إليها لصالح الخزينة العمومية؛
- إنشاء و خلق هيئات و هياكل تتماشى مع نشاطاتها و أهدافها على مستوى كل التراب الوطني مع توفير كل الوسائل الضرورية لتأمين الإستغلال و صيانة كل الهياكل القاعدية الموجودة تحت تصرفها؛
- صياغة المخططات الرئيسية لتطوير مختلف الهياكل المرتبطة بنشاطها؛
- صياغة و الإشراف على السياسة التجارية تماشيا مع عقد نجاعة المصادق عليه بقرار من الوزير المكلف بالبريد؛

- الإشراف على تنفيذ سياسة الخدمة الدولية في إطار السياسة القطاعية و في إطار التنظيمات الجاري بها العمل وفق دفتر الأعباء الممضي مع سلطة الضبط للبريد و المواصلات.¹

المطلب الثاني : البنية الهيكلية لبريد الجزائر

تحتوي بريد الجزائر على هيكل تنظيمي يسمح لها بالإننتشار و التواجد في كل النقاط عبر القطر الجزائري و بهذا فقد بنت المؤسسة هيكلها على ثلاث مستويات:

- المديرية العامة و الهياكل المركزية وتسهر على الإشراف العام وتسيير المؤسسة على المستوى المركزي؛
- المديريات الإقليمية والتي تسهر على تسيير المؤسسة على مستوى جهوي؛
- الوحدات الولائية و تضطلع بمهام الإستغلال على المستوى الولائي.

1- الهياكل المركزية :

1-1-المديرية العامة : يرأسها المدير العام يسهر على تنفيذ توجيهات و قرار مجلس الإدارة معين بمرسوم، يحوز المدير العام على كامل السلطات على مستوى الوطني ليقوم بالإدارة و التسيير الإداري و التقني و المالي للمؤسسة حيث يقوم ب :

- إعداد و إقتراح التنظيم العام للمؤسسة على مجلس الإدارة للموافقة ليرفع إلى الوزير المصادقة؛
- ممارسة السلطة السلمية على كل موظفي المؤسسة؛
- إمضاء العقود و إجراء الصفقات و المعاهدات و الإتفاقيات في الإطار القوانين و الإجراءات التنظيمية الجاري العمل بها؛

وهاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 103-104.¹

- فتح حسابات لمصلحة المؤسسة و تشغيلها على مستوى مركز الصكوك البريدية على مستوى المؤسسات البنكية؛

- يمثل المؤسسة في النزاعات أمام القضاء؛

- يسهر على إحترام التنظيم الداخلي للمؤسسة؛

- يمكن أن يفوض بعض السلطات إلى مساعديه؛

- يقوم بإعداد الميزانية، جدول النتائج، الكشف السنوي الخاص بحقوق و ديون المؤسسة. كما يقترح على مجلس الإدارة : البرامج العامة للإستغلال، المشاريع والمخططات، البرامج الإستثمارية، الميزانية التقديرية، إستعمالات و توزيع النتائج، رزمانة مناصب العمل، نظام الأجور و مشاريع توسيع النشاط.

تتقسم مديرية العامة إلى قسمين : مديريات مكلفة بالبحث والدراسات و مديريات مركزية مكلفة بالإشراف والتنفيذ. (أنظر إلى الشكل رقم (3-1))

1-1-1- مديريات الدراسات :

أ- مديريات الدراسات لتحسين النوعية : ويتمثل الهدف الرئيسي لها في توفير خدمة ذات نوعية إلى الزبون وبلوغ ذلك فإن هذه المديرية مكلفة بما يلي :

- إيجاد نظام لتقييم مستوى الأداء، نوعية الخدمة و تقييم مستوى الرضا لدى الزبون؛

- تعداد مختلف الخدمات المقدمة من قبل المؤسسة؛

- إجراء مختلف التحقيقات الميدانية حول نوعية الخدمة المقدمة بالتعاون مع مختلف هياكل المؤسسة مع إمكانية التعاون مع المعاهد المتخصصة في هذا المجال؛

- تعداد وسائل القياس المستعملة على المستوى العالمي، إستعمال و تحديد الفروقات في مجال نوعية الخدمة المقدمة؛

- تحديد مستوى النوعية المقبول الخاص بريد الجزائر في ميدان :

- زمن توجيه بريد الجزائر، الطرود البريدية؛

- التخفيض من زمن تنفيذ العمليات على مستوى المكاتب البريدية والمراكز المالية؛

- تحسين مستوى الإستقبال.

ب- مديريات الدراسات الإستراتيجية، التخطيط و التنظيم : تعمل هذه المديرية على ترجمة إستراتيجية المؤسسة بتحديد محاور التنمية و تحضير مشاريع مخططات التنمية و تقوم بتسيير عقد النجاعة و العمل على تطبيق الإجراءات التنظيمية بالتعاون مع الهياكل المعنية¹.

ج- مديرية الدراسات في مجال الإتصال : تهدف هذه المديرية إلى ترقية الإتصال على المستوى الداخلي للمؤسسة و المحيط حيث تقوم ب:

وهاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 105-106.

- تمثيل مؤسسة بريد الجزائر؛
- توزيع و نشر مختلف نتائج التحقيقات في مجال دراسة السوق؛
- إنجاز التحقيقات المرتبطة بتطور المؤسسة و إستراتيجياتها؛
- القيام بتجنيد كل الطاقات البشرية لتحقيق الأهداف المسطرة .
- د-مديرية الدراسات لمراقبة التسيير و الإشراف الداخلي : تهدف هذه المديرية إلى إعطاء دفع للمؤسسة لتحسين أدائها من خلال إيجاد الحلول المناسبة و المساهمة الفعالة و الدائمة في خلق القيمة المضافة، كما تساعدها أيضا على تحقيق الأهداف المسطرة من خلال تقييم المستمر و الإشراف و تقديم الإقتراحات و تتكفل هذه المديرية بما يلي :
- قياس أداء المؤسسة و ترشيد الإستعمال الأمثل لمختلف الموارد؛
- المشاركة في تحديد المؤشرات (الإنتاج، النوعية)؛
- المشاركة في صياغة لوح القيادة و تحليل النتائج؛
- متابعة مختلف الملفات المتعلقة بالسرقات و إختلاس الأموال؛
- تنظيم دورات التفتيش على مستوى المؤسسات البريدية و المراكز المالية على المستوى الإقليمي والمحلي.
- ه-مديريات الدراسات لشؤون الدولية، التعاون و الشؤون القضائية : تكمن مهامها في تمثل مؤسسة بريد الجزائر في المفاوضات الدولية المتعلقة بالبريد و المصالح المالية و تمثيلها في الإتحاد العالمي للبريد، تهتم بمراقبة التعاون و التبادل الدولي و القيام بإعداد الإتفاقيات الثنائية و المتعددة مع مختلف الهيئات البريدية العالمية كما تتكفل ب :
- تطبيق نصوص مؤتمر الإتحاد البريدي و الإتحادات الجهوية؛
- تسيير ملفات النزاعات القانونية و إعداد الإجراءات القانونية لتقديمها إلى مصالح القضاء؛
- إعداد و متابعة الملفات المودعة لدى سلطة الضبط بخصوص إحترام النصوص القانونية؛
- تحضير الإمكانيات و الوثائق اللازمة في مجال إنشاء فروع النشاطات البريدية و المالية¹.
- و-مديرية الدراسات المكلفة بالامتلاكات : تتمثل مهامها في مساعدة الهياكل المكلفة بتسيير الوسائل العامة في إستغلال الوسائل و تسيير مختلف العقارات و الامتلاكات المدرجة في الصنف (2) من المخطط الوطني للمحاسبة و تتكفل هذه المديرية أيضا ب :
- الإثبات و التحقق من مختلف الامتلاكات التي وضعت تحت تصرف المؤسسة بسبب تقسيم امتلاكات القطاع بين مؤسسة بريد الجزائر و إتصالات الجزائر؛
- صياغة القواعد القانونية لجرد الامتلاكات و متابعة إهتلاكاتها؛
- المشاركة في صياغة القواعد المتعلقة بإدماج الإستثمارات الجديد المكتسبة حديثا؛

وهاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 106-108.¹

- إعداد مدونة لمختلف التجهيزات و الإستثمارات خاصة بريد الجزائر؛
- إعداد مختلف الإجراءات لمعالجة الفروقات الناتجة عن (تنازل عن الإستثمارات تحويلها، إخراجها من الحضيرة بسبب التقادم).

1-1-2- المديريات المركزية :

- أ-مديريات المصالح البريدية : تتكفل هذه المديرية بالسهر على حسن الأداء المصالح البريدية على المستوى الداخلي وفي علاقتها مع الخارج؛
- تحضير ومتابعة مخطط التنمية للهيكل القاعدية للبريد؛
- تطوير و ترقية البريد الشخصي ذو التوزيع الخاص و بريد المؤسسات ذو التوزيع الخاص؛
- إعداد البرامج السنوية لإصدار الطوابع البريدية؛
- تنفيذ نصوص الإتفاقيات البريدية و الإتفاقيات الثنائية والمتعددة المتعلقة بتبادل البعثات و الطرود البريدية و إعداد المحاسبة المتعلقة بذلك.

تشكل هذه المديرية على أربع مديريات فرعية و خلية مكلفة بالبريد السريع:

أ-1-المديرية الفرعية للبريد و الطرود البريدية.

أ-2-المديرية الفرعية لتطوير الشبكة البريدية، هواية جمع الطوابع .

أ-3-المديرية الفرعية للتجهيزات والبرامج .

أ-4-المديرية الفرعية للحسابات البريدية الدولية.

أ-5-الخلية المكلفة بالبريد السريع.

ب- مديرية المصالح المالية: تتكفل هذه المديرية ب :

- التنظيم والسهر حسن الأداء لمختلف المراكز الملحقة بها (مركز الصكوك، مركز التوفير، مركز الحوالات)؛

- العمل على تنفيذ المشاريع الهادفة إلى تحسين نوعية الخدمات و رفع الإنتاجية؛

- تأمين الإتصال الدائم مع المديرية العامة لصندوق التوفير، مكتب التبادل الدولي للحوالات و مع الخزينة العمومية للبنوك؛

- معالجة مختلف النزاعات القانونية و الإستعلامات و تشمل هذه المديرية على ثلاث مديريات فرعية.

ج- مديرية المالية والمحاسبة : و تتكفل هذه المديرية ب :

- إنجاز و تنفيذ السياسات المالية للمؤسسة؛

- تأطير مختلف الهياكل و الميادين الحاسبي و المالي؛

- توحيد مختلف الميزانيات و القيام بالتحليل المالي و المحاسبة للمؤسسة؛

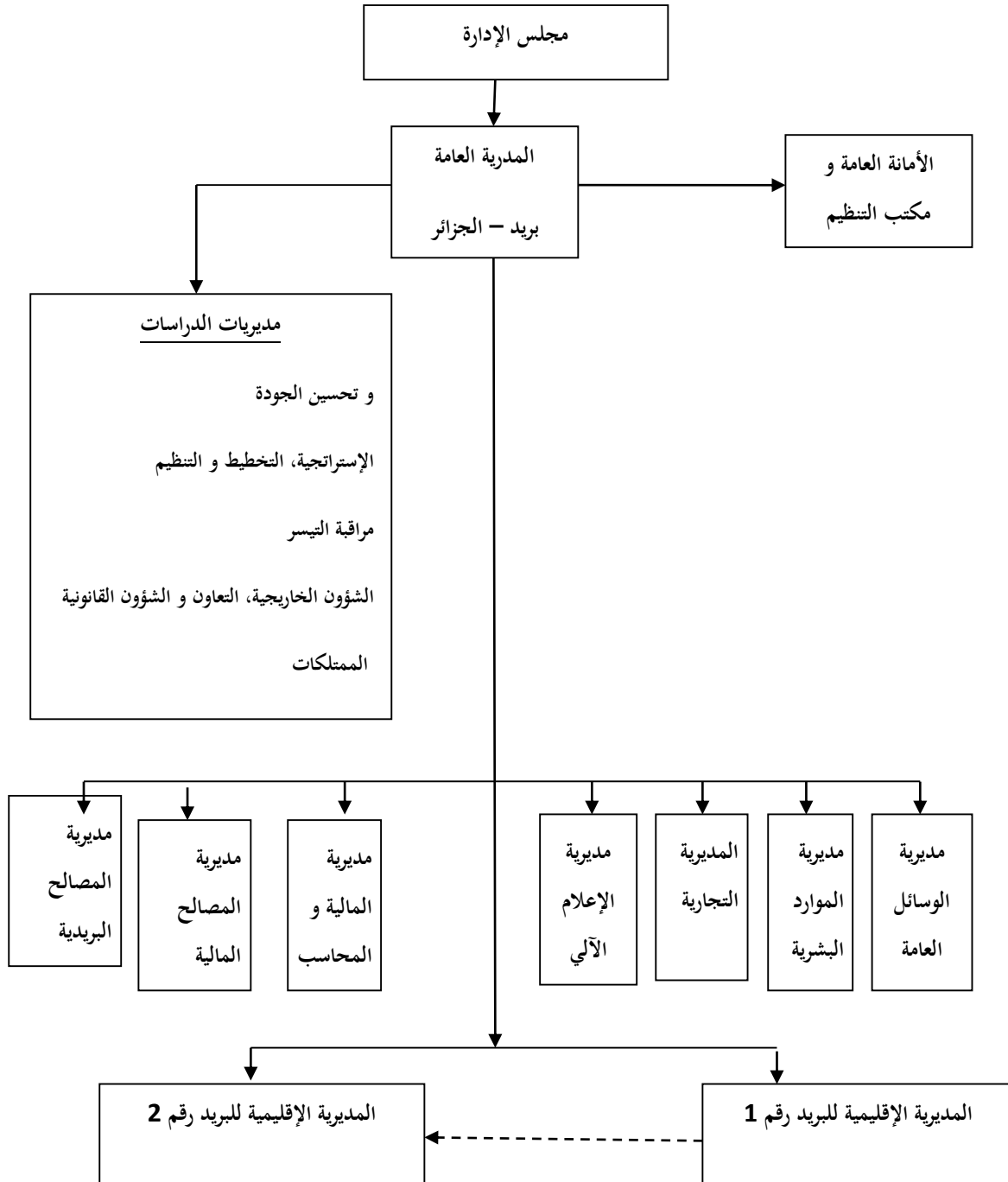
- توحيد و متابعة الميزانيات التقديرية بالتعاون مع مختلف الهياكل؛

- متابعة مساهمة المؤسسة في فروع المنشأة¹.
- د-مديرية الوسائل العامة :
- وتتكفل هذه المديرية ب : إنجاز والسهر على تطبيق السياسات المتعلقة بالعقارات، النقل، الترميم، الصيانة، الحماية و الأمن.
- هـ- مديرية الموارد البشرية : وتتكفل المديرية ب :
- إنجاز و السهر على تطبيق السياسات في مجال تسيير الموارد البشرية، تكوين و الشؤون الإجتماعية؛
- السهر على تطبيق قانون العمل (قانون التوظيف العمومي 85-59 والقانون 90-11)؛
- المشاركة في إعداد الهيكل التنظيمي للمؤسسة؛
- إعداد و تطبيق بنود الاتفاقية الجماعية و النظام الداخلي.
- و-المديرية التجارية : تتكفل هذه المديرية بما يلي :
- التكفل بالنشاطات التسويقية و اقتراح خدمات جديدة حسب إحتياجات الزبائن و إدخال تكنولوجيا المعلومات و الإتصال؛
- إعداد مخطط النشاط التجاري لبريد الرسائل الطرود البريدية و لخدمات المصالح المالية؛
- إعداد و توزيع الدعائم و الوثائق الإعلامية على الزبائن؛
- إعداد الدراسات بخصوص الأسعار و اقتراح التعديلات اللازمة.
- ج-مديرية الإعلام الآلي : و تتكفل هذه المديرية بما يلي :
- إعداد البرامج التجهيز النظام الإعلامي؛
- إنجاز و وضع حيز التطبيق أنظمة الإعلام الآلي الضرورية لتسيير المصالح؛
- إنجاز برامج الإستغلال و صيانة الأنظمة المعلوماتية و العمل على تخزينها و حمايتها؛
- الإشراف على تسيير و مراقبة مراكز الإعلام و العمل على تطوير البرامج؛
- مراقبة التطور التكنولوجي وترقية تكنولوجي الإعلام و الإتصال المستعملة².

وهاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص ص 109-110.¹

المرجع السابق، ص ص 103-104.²

الشكل رقم 2 (1-3) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر على المستوى المركزية



المصدر : وهاب محمد، مرجع سبق ذكره، ص 104.

2- الهياكل الإقليمية

يتكون الهيكل التنظيمي من 08 مديريات إقليمية تقوم بالإشراف على الوحدات الولائية التابعة للإقليم و

هذا ما يوضحه الشكل الموالي. و تتكفل هذه المديریات بما يلي :

- تنظيم و مراقبة إستغلال البريد على مستوى الإقليم؛

- تنفيذ البرامج المعدة من طرف المديرية العامة؛

- إعداد الميزانيات و إعداد التقارير الدورية الخاصة بنشاطاتها؛

- توحيد و إعداد الميزانيات التقديرية؛

- إعداد برامج التفتيش و مراقبة تنفيذها¹.

و مؤسسة بريد الجزائر محل دراستنا في هذا الموضوع هي واحدة من إحدى المكاتب البريدية للوحدة الولائية

بعين الدفلى التابعة للمديرية الإقليمية بعين الدفلى حيث تتشكل المديرية الإقليمية بعين الدفلى من : خلية

التفتيش الإقليمية و أربعة مديريات فرعية.

3- الوحدات الولائية

تشرف هذه الوحدة على مختلف المؤسسات البريدية و المراكز على مستوى الولاية و تتكفل ب :

- تنفيذ برامج التنمية و إعداد التقارير الدورية حول نشاطاتها؛

- تسيير الهياكل القاعدية و إستغلالها في المجال البريدي؛

- تنفيذ برامج تفتيش المكاتب البريدية.

تضم الوحدة الولائية لعين الدفلى 64 مكتب بريدي منها 35 مكتب كامل الخدمات و 29 مكتب ثانوي

حيث تتوزع هذه المكاتب البريدية بالمناطق الأهلة بالسكان على تراب الولاية. و تعد مؤسسة بريد الجزائر

بخميس مليانة محل دراسة إحدى المكاتب البريدية الهامة التابعة للوحدة الولائية بعين الدفلى.

تضم مؤسسة البريد خميس مليانة 26 مكتب بريدي تابع لها و تتشكل من 10 مصالح و هي موضحة

في الشكل رقم (3-3) :

1-رئيس المؤسسة : و هو المسؤول الأول و المباشر عن تسيير المؤسسة و السير الحسن لجميع المصالح

و هو مسؤول كذلك عن الأموال الموجودة في الصندوق.

2-رئيس القسم : و هو المشرف على مراقبة جميع مصالح المؤسسة كما يعمل على :

- تشكيل فريق عمل فعال؛

¹ الخنساء سعادي، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي(دراسة تقييميه

لمؤسسة بريد الجزائر)،مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص تسويق،

جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2005 /2006، ص 116.

- مراقبة الحضور؛

- مراقبة العلاقات المهنية بين الأعوان؛

- مراقبة جودة الخدمة؛

- تنظيم علاقة التعاون بين الشبابيك؛

- كما ينوب رئيس المؤسسة في حالة غيابه.

3- الصندوق : يتم على مستوى هذه المصلحة طلب الأموال و الطابع من القباضة الرئيسية بولاية عين الدفلى و تسليم الأموال إلى المكاتب الملحقة و أعوان الشبابيك بالمؤسسة.

فيقوم العون المكلف بالصندوق بطلب الأموال من القباضة الرئيسية بولاية عين الدفلى و ذلك بتحرير طلب 1114 الذي يمضاء من طرف رئيس المؤسسة و المكلف بالصندوق و يستقبل طلبات المؤسسات الملحقة له حيث ترسل المؤسسات الملحقة طلبات 1114، إذا كان المبلغ يتجاوز 1000.000.00 دج لبد أن يكون الطلب الممضى من طرف المنسق الولائي يقوم المكلف بالصندوق بملأ الكشف 1120 حيث يرسل B1120 مع الأموال و بعد أن تصل الأموال إلى المؤسسات الطالبة تقوم بإرسال وصل الاستلام إلى العون المكلف بالصندوق 1114 والكشف الورقة C1120 ويسجل المبلغ في جهة المصروفات في الكشف 1117 و يلصق فيه هذه الأوراق ويحتفظ بالكشف إلى نهاية الشهر لإرساله إلى المحاسبة.¹

يقوم عون الصندوق بطلب الأموال من رئيس المؤسسة بواسطة الكشف 1118 و يسجلها في سجل 1106 و يسجلها من جهة المقبوضات في خانة علاقة الأموال مع رئيس المؤسسة ثم يعمل على تزويد أعوان الشبابيك بالأموال و ذلك بواسطة الكشف 1118 الذي يستلمه منهم و يسجل في جهة المصروفات إسم العون المبلغ الذي أخذه.

و في آخر النهار يقوم كل العون من أعوان الشبابيك بتسليم أموال إلى عون الصندوق بواسطة الكشف 1118 حيث تبين فيه أنواع القطع وعددها و يسجل في جهة المقبوضات إسم العون والمبلغ الذي إستلمه منهم.

بالنسبة للشبابيك المالية يجب أن تكون المبالغ التي يرجعونها زائد الصكوك المخلصة مساوية للمبالغ التي تم أخذها و يسجل مبالغ الصكوك التي تم تخليصها في خانة الحساب البريدي و يسجل قيمة المبالغ التي يستلمها من عون شباك الحوالات جاري في خانة ال VAC و يسجل قيمة الطابع التي يستلمها من أعوان شبابيك الرسائل في خانة الطابع و يسجل في أسفل الدفتر 1106 في الجهة اليسرى الأموال التي تم إرسالها إلى مؤسسات الملحقة و الأموال من القباضة الرئيسية و المؤسسات الملحقة.

4- الأمانة : يشرف أعوان الأمانة على البريد الصادر و الوارد للمؤسسة و يقوم بتسجيله في سجل الخاص دراسة ملفات طلبات فتح الحسابات الجارية و بعد التأكد من صحتها ترسل لسعاة البريد لتأكد من الهوية

وثائق المؤسسة¹

- الطالب و عنوانه و يمضي عليها و ترسل إلى مراكز الصكوك البريدية.
- كما توجد بمكتب الأمانة الشباك الآلي التابع لبريد الجزائر GAB، فأعوان الأمانة هم المسؤولون على تعبئة هذا الشباك و مراقبته؛
 - المحافظة على أرشيف المؤسسة؛
 - يعمل على متابعة الإحتجاجات الخاصة بالحوالات التي يقدمها الزبائن حيث يقوم الزبون يملأ ورقة الإحتجاج مقابل دفع مبلغ 40,00 دج وبعد ذلك يقوم عون بمتابعة الحوالة إذا كانت الصادرة أو تسديد في المؤسسة ويقوم بالتحري الدقيق أما إذا كانت تسدد في المؤسسة أخرى أو الصادرة من مؤسسة أخرى فيرسل إليها ليقوم بعملية المتابعة؛
 - يقوم بعملية المقاصة الإلكترونية للصكوك البنكية.¹

5-المحاسبة : يقوم على مستوى هذه المصلحة بتقسيم المهام بين الأعوان المحاسبة

فالقسم الأول يكون مسؤول على حساب بريد رئيس المؤسسة، حيث يعمل على توقيف الحسابات اليومية مع الأعوان في الدفتر الخاصة و المتمثلة في دفتر 1105مسودة الصندوق حيث تسجل فيه كل العمليات المجرأة في المؤسسة و إستخراج الفائض اليومي ثم يقوم نقل المبالغ من سجل 1105 إلى سجل 1101 الخاص بالمقبوضات و سجل 1102 الخاص بالمصروفات و نقل مكونات من السجل 1105 إلى سجل الصندوق 1103 حيث يقوم المحاسب بجمع كل عمود ليحصل على حسابات نصف شهرية ترسل إلى المديرية الولائية و حاصل جمع بين نصف شهرين يمثل المحاسبة الشهرية و تحرر في الكشف 1104 و الذي يوقع من طرف رئيس المؤسسة و يرسل إلى المديرية الولائية مثل اللائحة 1427 مع الحوالات.

أما القسم الآخر فهو مسؤول على مراقبة حركة الأموال و ذلك بتسجيل كل ما يتعلق بحساب رئيس المؤسسة في دفتر الحساب الجاري لرئيس المؤسسة CH60BIS(صك 60مكرر).

في آخر النهار تملأ حوالة بريدية بمبلغ الأتاي الهاتفية المحصلة و تُحول إلى حساب إتصالات الجزائر وهذه عملية تؤثر بالنقصان على حساب رئيس المؤسسة، ثم يقوم العون بمراقبة الصكوك المسددة مع الصكوك لإكتشاف أخطاء الحجز، حيث يجب أن يتساوي رصيد الحساب الجاري لرئيس المؤسسة المستخرج من الدفتر 1105 مع الحساب الجاري المستخرج من CH60BIS و الرصيد الفعلي.

6-مصلحة البرق : و يتم في هذه المصلحة إرسال و إستقبال البرقيات الرسمية و العادية.

7-مصلحة تفتيش الشبايبك : و التي تنقسم بدورها إلى مفتش مركز المالي و مفتش مركز التلخيص

7-1-مفتش المركز المالي : و هو الذي يشرف على مراقبة سير العمليات في الشبايبك و التأكد من سلامته و يقوم في نهاية اليوم جمع الصكوك المسددة و حساب مبالغها ليزود مكتب الصندوق بقيمة الحساب الجاري، ليقوم هذا الأخير بتسجيله في سجله.

وثائق المؤسسة¹

7-2-مفتش مركز التلخيص : حيث يشرف على مراقبة العمليات في الشبابيك و في لآخر النهار يقوم بمراقبة الحوالات المسددة و تطابق مبلغها مع المبالغ الموجودة في اللائحة 1427 و كذا فوتير الهاتف و الكهرباء و قسيمة السيارات و خدمة إرسلي و التأكد من مطابقة مبلغها مع المبلغ الموجودة في اللائحة 1421.

8- **مصلحة الشبابيك :** و تتكون هذه المصلحة من 09 شبابيك غالبا لا تشغل كلها نظرا لنقص السيولة بالإضافة إلى وجود شبابيك غير مستمرة فتكون في العادة مرة كل سنة كبيع قسيمة السيارات كما يزيد أو ينقص عدد الشبابيك حسب عدد الخدمات المقدمة و يتواجد على مستوى هذه المصلحة مجموعة من الأعوان.

الأعوان : و هم الأفراد الذين يقومون بتقديم مختلف الخدمات للزبائن لتلبية حاجاتهم و رغباتهم مثل عملية السحب أو إيداع أموال الحوالات ...و غيرها.

9- **مصلحة الإستعلامات :** بها نوعان من الأعوان النوع الأول تكمن وظيفتهم في الإرشاد والتوجيه الزبائن و إستعلام عن بعض المعلومات و النوع الثاني فيتمثل في رجل الأمن و هذا لتدخل في حالة حدوث أي الطارئ.

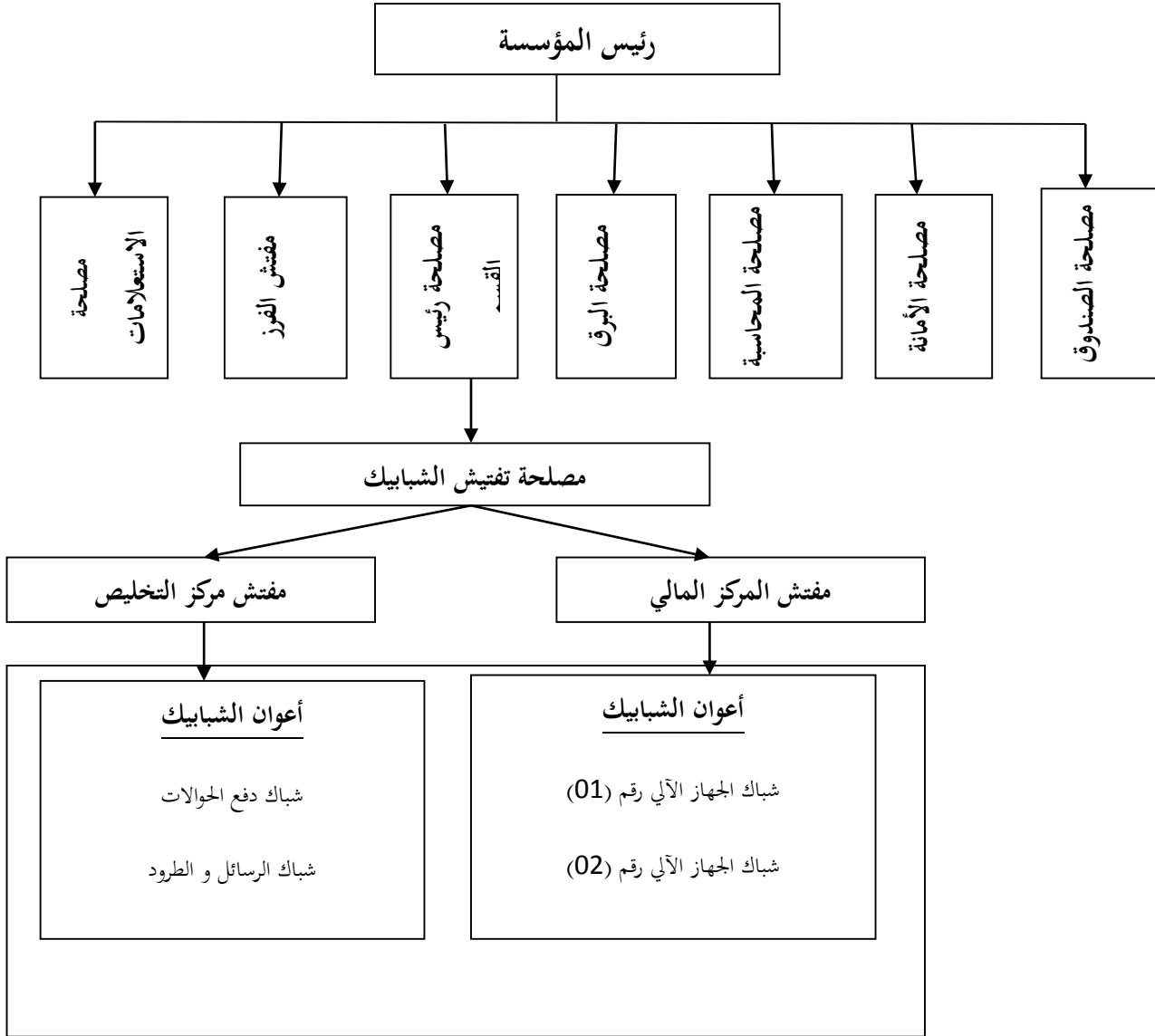
10 - **مفتش الفرز :** و يتم على مستوى هذه المصلحة مراقبة سير العمل في الغرف الثلاثة التالي وهي غرف المالية غرفة الشحن وغرفة الموزعين.

غرفة الشحن : و هو مكتب مسؤول على فتح الأكياس و فرز الرسائل ثم يتم تأكد الأعوان من أن ما بداخل الكيس يتوافق مع المبلغ المسجل في البيان.

غرفة المالية : و يتم على مستوى هذه الغرفة ترتيب وتنظيم الحوالات البريدية، ثم تسليمها للموزعين مع مبلغها إجمالي ليقوم هم الآخرين بتسليمها للمستفيدين في مقر إقامتهم و هذا بالنسبة للحوالات ذات المبالغ الأقل من 20.000.00دج و في آخر النهار يستلم عون الغرفة من الموزعين الحوالات التي لم توزعها و يحصل مبلغها مع ذكر سبب عدم الدفع في اللائحة 1425 الخاصة بالموزعين ثم يرسل هذه الحوالات التي يفوق مبلغها 20.000.00 دج هي حوالات مؤمنة لا تدفع في مقر الإقامة و ترسل مباشرة إلى شبك الحوالات و يتم إشعار صاحبها يتقدم إلى الشباك لإستلامها.

غرفة الموزعين : وهي غرفة خاصة بالموزعين و بها مخطط الأحياء التي يتم توزيع الرسائل بها.¹

الشكل رقم 3 (3-3) : الهيكل التنظيمي لمؤسسة بريد الجزائر بخميس مليانة



المصدر : وثائق المؤسسة

المطلب الثالث : الخدمات التي تقترحها مؤسسة بريد الجزائر

تقدم مؤسسة بريد الجزائر مجموعة من الخدمات يمكن تصنيفها إلى :

أ-خدمات مالية

1-خدمة الحساب البريدي الجاري (ccp) : و هي أكثر الخدمات إقبالا و أهمية لدى الزبون، تأخذ حصة الأسد بالنسبة لمختلف الخدمات المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر، حيث أنه لا يمكن لأي شخص جزائري يعمل في مؤسسة عمومية أن يتخلى عن هذه الخدمة، فكل زبون يملك حساب بريدي جاري يمكنه سحب مبلغ معين من رصيده أو إستعلام عنده في أي مكتب من مكاتب البريد المنتشرة عبر التراب الوطني

و هذا لوجود شبكة الواسعة تربط بين مختلف مؤسسات البريد و تتم عملية السحب وفق شروط معين :

- يجب أن لا تتعدى قيمة السحب 5000.00 دج إذا كان حامل الصك ليس هو صاحب الحساب؛
- يجب أن لا تتعدى قيمة السحب 20.000.00 دج إذا كان حامل الصك صاحب الحساب و في كلتا الحالتين لا يقوم العون بمراقبة تطابق الإمضاء في ch25 الذي فتح به الحساب لأول مرة؛
- إذا كان قيمة السحب أكثر 20.000.00 دج بالنسبة لصاحب الحساب فيقوم العون بمراقبة تطابق الإمضاء على ch25 و هذه عملية تسمى بسحب على منظور، بالإضافة إلى خدمة السحب و الإستعلام على الرصيد يمكنه طلب دفتر الصكوك و كل هذه الخدمات يمكن أن تتم بطريقة الأكثر سرعة و حداثة هي إستعمال الشبايك الآلية باستخدام البطاقة ccp و هذا لتوفير الوقت و الجهد.

2- خدمة الحوالات : وهي عدة أنواع :

1-2- الحوالات البطاقية : تحمل الرقم (1406): و يسمح هذا النوع من الحوالات للزبون بالإرسال إلى شخص آخر مبلغ مالي معين و غير محدود عبر كامل التراب الوطني.

2-2- الحوالات التلغرافية : تحمل الرقم (1412) : و هذا النوع من الحوالات أصبح نادر الإستعمال، حيث يمكن للزبون إرسال الأموال بطريقة التلغراف.

2-3- الحوالات البطاقية لتزويد الحسابات البريدي الجارية : تحمل رقم (1418) : و هي تسمح للزبون بتزويد حسابه البريدي الجاري أو حساب شخص آخر بمبالغ غير محدودة و هناك نوعان منها العادية التي ترسل عن طرق البريد و منها من ترسل عن طريق الدفع السريع بإستخدام شبكة تدعى ب (VAC).

2-4- الحوالات الإلكترونية (التحويل الإلكتروني للأموال) TRF : و هي تشبه الحوالات البطاقية و لكنها تتميز بتحويل الأموال بطريقة إلكترونية من مكتب بريدي إلى آخر عبر شبكة الإعلامية.¹

2-5- خدمة "وسترن يونيون" (الإستلام السريع للأموال) : بدأت هذه الخدمة في شهر ماي 2001 على مستوى 46 مكتب بريدي، أما على مستوى مؤسسة محل الدراسة فانطلقت سنة 2002 و تسمح هذه الخدمة للزبائن البريد تحصيل الأموال الصادرة من أكثر من 190 بلد عبر العالم بالعملة الوطنية لدى مكاتب البريد في أجل قريب.

2-6- خدمات التوفير : توفر بريد الجزائر بالتعامل مع البنك الوطني للتوفير و الإحتياط عبر جميع مكاتب البريد العمليات التالية :

- فتح حساب التوفير مع تسليم الدفتر.
- دفع مبلغ غير محدود القيمة على مستوى المراكز البريدية.
- سحب الأموال أنيا مهما كان المبلغ على مستوى المكتب الحائز على الحساب.
- سحب مبلغ لا يتجاوز 20.000 دج في باقي مكاتب البريد.

بورقعة هوارى، مسؤول الأمانة، بالمؤسسة، يوم 28 جويلية 2011، (مقابلة شخصية).¹

- تسوية الفوائد.

و بالتالي يسمح لأي فرد فتح دفتر التوفير و الإحتياط و ذلك بتحرير طلب على المطبوعة رقم 01 لفائدة الشخص الراشد و المطبوعة رقم 02 مكرر بالنسبة الأطفال ثم يحدد نوع الدفتر LEP أو LGL يسلم له فالدفتر LEL هو الذي لا تقل الدفعة الأولى فيه على 5000.00 دج و يتحصل على فوائد بنسبة 2% . أما دفتر LEP هو الذي لا تقل مبلغ الدفعة الأولى 10.000.00 دج و يتحصل على فوائد بنسبة 2.5% .

ب - الخدمات البريدية : و هي خدمات متنوعة تتكون من :

1-خدمة الطرود البريدية : حيث تساهم جميع المكاتب الموزعة عبر التراب الوطني في عملية تبادل الطرود عبر كامل التراب الوطني و البلاد الأجنبية.

2-خدمة كراء صناديق البريد و الخدمات البريدية : حيث تمنح للزبون صناديق بريدية للتأجير مقابل مبلغ إشتراك سنوي في مكتب بريدي مكلف بعملية التوزيع لدى الأشخاص الطبيعيين و المعنويين و أصحاب المؤسسات المقيمين بالدائرة البريدية، يكون مبلغ الإشتراك للأفراد 800 دج أما المؤسسات 1600 دج.

ج- الخدمات المؤدية لفائدة الغير :

تقوم مؤسسة البريد بإجراء عمليات تحصيل و دفع مختلفة لفائدة إدارات أخرى أو مصالح عمومية.

11-وزارة المالية : دفع المعاشات الجزائرية و الأجنبية و بيع الطوابع الضريبية، الجبائية، التخريمية و بيع قسيمة السيارات.

12-تحصيل لفائدة الزبائن الكبار : تشارك مؤسسة البريد في عملية تحصيل فواتير للزبائن الكبار مثل أوراسكوم، إتصالات الجزائر، موبيليس، الجزائرية للمياه، سيال، سوسيتي جنرال، ستلام الجزائر، بنك البركة.

13- خدمة racimo : هي عبارة عن تحميل إلكتروني الذي يوفر للزبائن الدفع المسبق لشركة موبيليس و هذا ما يسمى بالتعبئة الأتوماتكية.

14-خدمة أرسلني : توفر المؤسسة إمكانية تعبئة رصيد هاتفك المحمول لخط موبيليس بدون دفع الرسوم¹.

د - الخدمة عن بعد :

1-الموزع الصوتي "30-15" : هذه الخدمة تسمح لزبائن بريد الجزائر الإتصال المباشر عبر الهاتف على الرقم "30-15" ل :

- الإطلاع على الحساب البريدي الجاري؛

- طلب دفتر الصكوك؛

- طلب الرقم السري؛

- طلب مساعدة العاملة للإستفسار عن الخدمات النقدية.

2-الموزع الصوتي "30-90" : تسمح لزبائن بريد الجزائر بتعبئة حساباتهم المسبقة الدفع لموبيليس أو

بورقة هوارى، مسؤول الأمانة، بالمؤسسة، يوم 28 جويلية 2011، (مقابلة شخصية).¹

- حساب آخر من حسابكم الجاري CCP بكل مرونة و سهولة الإستعمال في أي وقت؛
- تصل الزبون رسالة قصيرة (sms) لتأكد له عضوية الإنضمام إلى الخدمة مع الرمز السري الشخصي؛
 - الثمن للتحميل هو 100 دج و الثمن الأعلى هو 2000 دج يوميا؛
 - يخصم من الحساب الجاري الدفع للزبون بالقيمة المعبئة بدون إقتطاع الرسوم.
- 3- خدمة الإنترنت :** موقع الإنترنت www.poste.dz يسمح لزبائن بريد الجزائر ب :
- الإطلاع على الرصيد؛
 - طلب دفتر الصكوك؛
 - طلب الرقم السري أو تغييره؛
 - طلب بيان على الحساب؛
 - طلب إيقاف البطاقة البنكية في حالة الضياع أو السرعة؛
 - الإستعلام عن البطاقة البنكية إذا صنعت و في أي مكتب بريد موجود¹.
- هـ- خدمات الأخرى :**

خدمة رسيدي (طلب رقم السري) : بدأت هذه الخدمة في المؤسسة محل الدراسة في جوان 2011 و تسمح هذه الخدمة لأي زبون يملك حساب بريدي جاري أن يحصل على رقم سري للإطلاع على الرصيد عبر الإنترنت أو الهاتف النقال و ذلك بالتقدم إلى إحدى المكاتب البريدية المزودة بشبكة الإعلام الآلي بطلب خطي متضمنة رقم الحساب البريدي الجاري و رقم الهاتف النقال بالإضافة إلى نسخة طبق الأصل من بطاقة التعريف².

المبحث الثاني : واقع تكنولوجيا المعلومات و الإتصال المستخدمة في المؤسسة

تسهر المؤسسة على توفير الوقت و الجهد و الراحة لزبائنهم و بهذا يتوجب عليها مواكبة التكنولوجيات الحديثة.

المطلب الأول : تجهيزات المعلوماتية المتوفرة في المؤسسة

لضمان سير العمل الجيد للمؤسسة يستلزم توفر الإمكانيات المادية و البشرية.

1-أجهزة الكمبيوتر : تحتوي المؤسسة على 11 جهاز كمبيوتر ، 08 منها تم إستبدالهم بأخرى حديثة ذات شاشات عرض مسطحة و أخرى ذات نوعية قديمة، تتوزع هذه الأجهزة على بعض المصالح وهي : مصلحة الشبابيك، مصلحة رئيس القسم، مصلحة المحاسبة، مصلحة الصندوق و مصلحة رئيس المؤسسة. وكل جهاز من هذه الأجهزة موصول بطابعة.

وثائق المؤسسة¹

بورقعة هواري، مسؤول الأمانة، بالمؤسسة، يوم 28 جويلية 2011، (مقابلة شخصية).²

2- البرامج : البرامج المكتبية المتوفرة على مستوى أجهزة الكمبيوتر في المؤسسة :

- Office 2007 (word, excel, power point...)

- Adobe Reader 9

3- الماسح الضوئي : تمتلك المؤسسة جهاز واحد لغرض إجراء مقاصة إلكترونية للصفوك البنكية.

4-قارئ البطاقة المغناطيسية : تمتلك المؤسسة 05 أجهزة خاصة بقراءة البطاقة المغناطيسيةccp، أربعة منها موجودة تحت تصرف أربع شبابيك كلاسيكية خاصة بعملية السحب، حيث يمكن للزبون القيام بعملية السحب من هذه الشبابيك بإستخدام بطاقة CCP دون اللجوء إلى الشبابيك الآلية، أما الجهاز الخامس فهو موضوع تحت تصرف رئيس المؤسسة و يضاف له بعض الإمتيازات كفتح بطاقات سيم.

5-جهاز متعدد الوسائط الإعلامية : تمتلك المؤسسة منذ سنة 2007 جهاز واحد من هذا النوع، موضوع تحت تصرف زبائن البريد ليتسنى لهم بواسطة البطاقة CCP الإطلاع على ما توفره الإنترنت من معلومات أو القيام ببعض العمليات كالإطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري أو طلب الحصول على دفتر الصفوك أو تسديد الفواتير عبر شبكة الإنترنت، إلا أنه لا يسمح بعملية السحب¹.

المطلب الثاني : الوسائط الإلكترونية

تضع مؤسسة بريد الجزائر نظاما خاص بالنقد الآلي، حيث أبرمت إتفاقية مع شركة النقد الآلي و العلاقات بين البنوك لتزويد جميع مكاتبها بالشبابيك الآلية للبنوك و أجهزة الدفع الإلكتروني.

1- تعريف بشركة النقد الآلي و العلاقات بين البنوك " SATIM "

شركة ساتيم هي فرع لثمانية بنوك تجارية جزائرية (البنك الوطني الجزائري، بنك الفلاحة و التنمية الريفي، البنك الخارجي الجزائري، بنك التنمية المحلية، الصندوق الوطني للإدخار و التوفير، الصندوق الوطني لتعاون الفلاحي، بنك البركة). نشأت سنة 1995 و هي شركة ذات أسهم رأسمالها مليون دينار، تكمن مهمتها في تحديث التقنيات البنكية و تطوير نظام النقد و عصرنه وسائل الدفع أما الأعمال التي تتطلع إليها فهي إدماج الموزعات الآلية في البنوك و التي تشرف عليها، صناعة البطاقات البنكية خاصة بالدفع و السحب حسب المقاييس المعمول بها دوليا و منح الرمز السري².

2- أجهزة الصرف الآلي : تتمثل فيما يلي :

1-2- الموزع الآلي : Distributeur Automatique de BILLETS

هو آلة أوتوماتيكية تم إستخدامها في المؤسسة منذ سنة 2002، تسمح لزبائن البريد القيام بعملية السحب من حساباتهم البريدية الجارية عن طريق البطاقة المغناطيسية CCP على مدار أيام الأسبوع بما فيها أيام

مقابلة مع السيد مسؤول الأمانة بالمؤسسة¹

²عامر بشير، تحديث البنوك التجارية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص نقود وتمويل، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2005 ص 167.

العطل الأسبوعية والأعياد أي (24 / 24 سا). و الجدول الموالي يوضح أهم مميزاته :

الجدول رقم 1 (1-3) : الموزع الآلي للأوراق النقدية D.A .B

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	
الموزع الآلي D.A .B للأوراق	-جهاز موصول بوحدة مراقبة إلكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة.	- يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب.	
تخفيض نشاط السحب في المؤسسة.			

المصدر : تومي إبراهيم، النظام المصرفي في الجزائري و اتفاقيات بازل، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007/2008 ص38.

2-2- الشبكات الآلي : Guichet Automatique de Banque

هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا و تنوعا و تطورا من السابقة، بدأ إستخدامه في المؤسسة سنة 2005، حيث يقدم خدمات أخرى بالإضافة إلى خدمة السحب.¹ و هي كما هو موضح في الجدول الموالي.

الجدول رقم 2 (2-3): الشبكات الآلي G.A.B

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	
الشبكات الآلي G.A .B للأوراق	- جهاز موصول بالكمبيوتر الرئيسي للمؤسسة يقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة التي تسمح بمعرفة الزبون للرصيد بفضل رمز سري.	- يخول لكل حائز على البطاقة القيام بالعديد من العمليات هي: السحب، معرفة الرصيد، القيام بتحويلات، طلب شيك، تسديد الفواتير، التحميل الإلكتروني الذي يوفر للزبائن الدفع المسبق لشركة موبيليس لتحميل آلي لهواتفهم.	
يستعمل من طرف الزبائن في جميع الأوقات.			

¹ تومي إبراهيم، النظام المصرفي في الجزائري و اتفاقيات بازل، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2007/2008 ص ص 38-39.

المصدر : تومي إبراهيم، مرجع سبق ذكره، ص39.

3- أجهزة الدفع الإلكتروني

3-1- بطاقة ccp : تسلم هذه البطاقة تلقائيا لمجمل زبائن الحساب البريدي الجاري مجانا و ذلك لإستخدامها في أجهزة الصرف الآلي التابعة لبريد الجزائر أو البنوك. كما تسمح هذه البطاقة القيام ب :

- 1-التأكد من صحة بيانات الزبون على مستوى شبائيك مكاتب البريد عند إجراء كل العمليات البريدية؛
- 2- سحب النقود من الموزعات الآلية للأوراق النقدية (DAB) و الشبائيك الآلية للبنوك (GAB) لبريد الجزائر و البنوك المنخرطة في الشبكة النقدية البنكية؛
- 3-الخدمة البنكية الحرة من خلال (LSB) الشبائيك الآلية للبنوك (GAB) لبريد الجزائر؛
- 4-الإطلاع على الرصيد؛
- 5-طلب دفتر الشيكات؛
- 6-الإشتراك و التحميل الإلكتروني الذي يوفر للزبائن الدفع المسبق لشركة موبيليس .

3-2- بطاقة الدفع CIB : تسلم هذه البطاقة وفقا لطلب الزبون ذو الحساب البريدي و يستجيب للمعايير المتمثلة في العائد و الرصيد. و هي نوعان كلاسيكية و ذ و تسمح هذه البطاقات ب :

- تلقي نفس الخدمات المقدمة من بطاقة CCP مع التأكد من صحة بيانات الزبون على مستوى شبائيك مكاتب البريد عند إجراء كل العمليات البريدية.
- تسديد المشتريات و الخدمات لدى التجار المجهزين بأجهزة الدفع الإلكتروني (TPE) و المنخرطين في نظام الدفع الآلي حاملي شعار (CIB).¹

المطلب الثالث : الشبكة المعلوماتية و تطبيقاتها في المؤسسة

تتطلع المؤسسة على تقديم الخدمات لزيائنها أين ما وجدوا و هذا يتطلب توفر شبكة و نظام لنقل و حفظ المعلومات.

1-الشبكة المعلوماتية

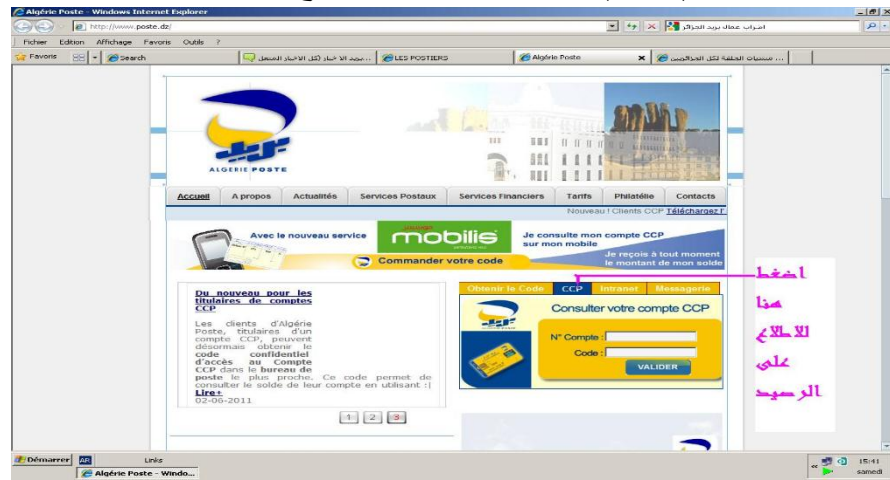
1-الشبكة المحلية : يتواجد بالمؤسسة شبكة محلية (LAN) تربط بين الخادم و 08 أجهزة كمبيوتر و تأخذ هذه الشبكة الهيكل السلسلة (الخطي) و يرجع السبب وراء إختيار هذا النوع من الهيكل هو أنه في حالة توقف أحد الأجهزة لا تتعطل الشبكة كما تتميز هذه الشبكة بسهولة إدارتها و سهولة إضافة أو سحب

وثائق المؤسسة¹

حواسيب من الشبكة. و ترتبط الشبكة المحلية للمؤسسة مع جميع شبكات المحلية (LAN) للمؤسسات البريدية على مستوى الجزائر لتكوين شبكة واسعة.¹

2- الشبكة الخارجية : تمتلك المؤسسة شبكة خارجية (الإكسترنال) من نوع التوزيع، بحيث يمكن لأي زبون يملك حساب بريدي جاري أن يدخل موقع المؤسسة و يطلع على بعض الصفحات عن طريق رقم حسابه الجاري و كلمة السر التي تمنحها له المؤسسة كما هو موضح في الشكل الموالي، بحيث يسمح لأي زبون من خلال هذه الشبكة أن يقوم بالإطلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري، طلب الحصول على دفتر الصكوك، طلب بيان العمليات على الحساب.....إلخ.

الشكل رقم 4 (3-4) : الصفحة الرئيسية لموقع مؤسسة بريد الجزائر



المصدر : (26/08/2011) www.poste.dz

3- شبكة الإنترنت : تشترك المؤسسة بالشبكة العالمية للإنترنت من نوع ADSL بسرعة 256 KBS.

4- أمن الشبكة : لضمان العمل الجيد للشبكة في المؤسسة تتخذ المؤسسة إحتياطات أمنية تتمثل في برامج مضادة للفيروسات Antivirus.

2- التطبيقات المعلوماتية على الشبكة

تتوفر داخل المؤسسة نظام معلومات مشترك عن طريق الشبكة الداخلية.

2-1- نظام WIWDFG : و هو نظام معلومات تم تطبيقه على مستوى المؤسسة منذ نشأتها و يساعد على القيام ببعض العمليات على الشبكة نذكر منها : الإطلاع على الرصيد أو السحب، طلب دفتر الصكوك، تقديم بيان على الحساب، تسديد الحوالات البطاقية لتزويد الحسابات البريدي الجارية، الإستلام السريع للأموال (خدمة وسترن يونيون)، إدخال الأجور.

2-2- نظام CHALNGER : و هذا نظام أكثر تطوراً من السابق تم إستخدامه في المؤسسة سنة 2009/2008 بحيث يسمح بالقيام بأكثر من 30 عملية نذكر منها : الإطلاع على الرصيد أو السحب، طلب دفتر الصكوك، منح الرقم السري للإطلاع على الرصيد عبر الإنترنت ، تقديم بيان على الحساب،

مقابلة مع مسؤول الأمانة.¹

تسديد فاتورة الكهرباء و الغاز و الهاتف الثابت والهاتف النقال موبيليس، حسابات الصندوق الوطني للتوفير و الإحتياط، تسديد الحوالات البطاقية لتزويد الحسابات البريدي الجارية، الحوالات الإلكترونية (التحويل الإلكتروني للأموال) TRF، الإستلام السريع للأموال (خدمة وسترن يونيون).....إلخ. كما يعمل هذا النظام على حفظ، معالجة و إسترجاع المعلومات المتعددة، لكن رغم هذا نرى أنه إلى غاية 2011 و هذا النظام غير مستغل بشكل كامل (100%) أي الكثير من العمليات لم يستخدم.

2-2-1- مستخدمين النظام :

يستخدم هذا النظام من طرف مصلحة الشبابيك، مصلحة الصندوق، مصلحة رئيس المؤسسة و مصلحة الأمانة، أما على مستوى مصلحة رئيس القسم ما يزال يستخدمون النظام القديم، يحصل الموظفون في المؤسسة المستخدمين للنظام على حساب مستخدم يعطى له من طرف مسؤول الأمانة في المؤسسة و الذي يقوم بدوره بتحديد الصلاحيات و النواظ التي يجب على المستخدم النظام العمل عليها، في حين تمنح لمستخدم النظام بطاقة الإلتمان و كلمة المرور السرية اللذان يسمحان له بالعمل على النظام و هذا لغرض تحميله المسؤولية الكاملة عن عمله و مكافحة محاولات الغش.

2-2-2- أهداف النظام :

- السرعة في إنجاز العمليات و إختصار الوقت و الجهد للموظفين؛
- تقليل نسبة الأخطاء؛
- سرعة تقديم الخدمة للزبائن؛
- إمكانية تقديم أكثر من خدمة في الشباك الواحد؛
- توزيع الضغط على شبابيك؛
- تحسين جودة الخدمات المقدمة؛
- تحسين ظروف عمل مستخدمي البريد؛
- رفع النجاعة الإنتاجية المالية للمؤسسة.¹

المبحث الثالث: عرض و تحليل الاستبيان

بغرض تقييم مدى مساهمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى بريد الجزائر في تحسين جودة الخدمة وقصد معرفة موافقة الزبائن لاتجاه عصرنة مؤسسات البريد، قمنا بإجراء الإستبيانين أولهما للزبائن الهدف منه معرفة مستوى الجودة المقدمة من طرف مؤسسة بريد الجزائر بخميس مليانة. أما الاستبيان الثاني فهو موجه إلى الموظفين لمعرفة مدى مساهمة التكنولوجيات المطبقة على مستوى المؤسسة في تحسين جودة الخدمة.

المطلب الأول: الإستبيان

مقابلة مع مسؤول الأمانة.¹

يعتبر الاستبيان من بين أهم الوسائل التي يمكن استعمالها من أجل معرفة البيانات الشخصية ووجهات نظر معينة مثل شعور واتجاه ودوافع وآراء المستهلكين تجاه سلعة أو خدمة معينة، أو إعلان معين، أو رسالة إعلانية معينة...، و هذا من أجل التأكد من فرضيات البحث. و للقيام بالإستقصاء هناك طرق يتم الاعتماد عليها مثل المقابلة الشخصية، البريد(المراسلة)، الهاتف، الإنترنت... الخ، حيث أنه وقبل أن تحدد المؤسسة الطريقة التي ستعتمد عليها يجب إعداد وبعناية فائقة أهم أدوات الاستبيان وهي قائمة الأسئلة التي يتم من خلالها توجيه بعض الأسئلة للمستقصى منه للإجابة عليها بأحد الطرق المذكورة أعلاه، لذا فمن الضروري أن يتأكد الباحث من أن الأسئلة المختارة تتناسب وطبيعة المشكل محل الدراسة و التساؤلات التي تثيرها الدراسة وأهدافها، وأن تكون مناسبة لمنطق المستقصى منه وليس المستقصى.

1. إدارة الاستبيان:

للتعرف على دور استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين جودة الخدمة المقدمة بالمؤسسة البريد الجزائر بخميس مليانة قمنا بتصميم إستبيانين :

بناء على الإطار النظري للدراسة والدراسات السابقة ذات علاقة بالموضوع وبالإستعانة ببعض الأسانذة الجامعيين المختصين في الإحصاء والمنهجية والتسويق.

قد تكونت إستمارة الإستبيان الأولى والخاصة بالزبائن من ثلاث وثلاثون عبارة بالإضافة إلى أربعة أسئلة تتمثل في بطاقة تعريفية للمستقصى منه، وعموما فقد تم ترتيب أسئلة وفق محاور رئيسية على النحو التالي :

- أ. المحور الأول: يتضمن معلومات عامة، تهدف إلى التعرف على خصائص عينة الزبائن.
 - ب. المحور الثاني: يتضمن 33 عبارة تقيس متغيرات جودة الخدمة من وجهة نظر الزبون.
- أما الإستمارة الثانية الخاصة بالموظفين فقد تتكون من ستة أسئلة بالإضافة إلى خمسة أسئلة تتمثل في بطاقة تعريفية للمستقصى منه : وعلى العموم فقد تم ترتيب الأسئلة وفق محاور رئيسية على النحو التالي
- أ. المحور الأول : يتضمن معلومات عامة تهدف إلى التعرف بخصائص عينة الموظفين.
 - ب. المحور الثاني : ويتضمن أسئلة تخص تكنولوجيا الإنترنت في المؤسسة.
 - ت. المحور الثالث : فقد خصص إلى التعرف على أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة على جودة الخدمة المقدمة من خلال 08 متغيرات وهي : سرعة تقديم الخدمة، مستوى الدقة في تقديم الخدمة، مستوى الخدمات المقدمة، إنتاجية الخدمات، عدد الزبائن، نسبة الأخطاء.
- أهداف الدراسة :**

الهدف من الدراسة: هو الوقوف على عدة متغيرات تتعلق باستخدامات مختلف تكنولوجيا المعلومات والاتصال و بالأخص تكنولوجيا الإنترنت بمؤسسة بريد الجزائر بخميس مليانة، وهذا لغرض رسم صورة واضحة لمستوى استخدام هذه التكنولوجيا ومحاولة توظيفها في عملية تقديم الخدمة وتحسينها للحصول على

رضاء الزبون.

قاعدة الإستبيان:

بعد جمع إستمارات الإستبيان من الزبائن المستجوبين نتحصل على بيانات خام، نقوم باستخدام سلم ليكرت الخماسي 5 point في توزيع درجات الإجابة والتي توزعت من أعلى وزن "دائما" والذي أعطي له (5) درجات إلى أدنى وزن الذي أعطت له (1) درجة .

وبذلك يكون المدى من 1 إلى أقل من 2.5 للوسط الحسابي وبموافقة منخفضة و المدى من 2.5 إلى 3.5 موافقة متوسطة والمدى أكثر من 3.5 إلى 5 موافقة عالية، وذلك عن كل فقرة من فقرات الإستبيان. أما بالنسبة للإستبيان الثاني الخاص بالموظفين وبعد جمع إستمارات الإستبيان والحصول على البيانات تم إستخدام الترميز في الإجابات من خلال الرقمين [0] والذي يدل على عدم إختيار الإجابة و[1] الذي يدل على إختيار الإجابة باستثناء إجابات المحور الثالث الذي يتمحور حول فوائد استخدام تكنولوجيا المعلومات والإتصال في المؤسسة ويتم ترميز الإجابات فيه من خلال سلم يتكون من ثلاث درجات وهي: 1:موافق 2: محايد 3:موافق.

من أجل دراسة وتحليل نتائج الإستبيانين إعتدنا على البرنامج الإحصائي للعلوم الإجتماعية (spss.16) لمعالجة المعلومات المتحصل عليها من الإستبيانين و برنامج Excel الإصدار 2007 لرسم الأشكال البيانية.

عينة الدراسة وإطارها المكاني والزمني:

لصعوبة إجراء الدراسة على جميع المؤسسات البريدية بخميس مليانة فقد إقتصرت الدراسة على أكبر مؤسسة بريد بدائرة خميس مليانة و التي تحتل روجا كبيرا.

لقد تم توزيع إستمارة الإستبيان على عينة الزبائن حيث توليت الإشراف على التوزيع شخصيا، وكذلك إستعنت ببعض الزملاء في عملية التوزيع.

كما تم توزيع الإستمارة الخاصة بعينة الموظفين حيث توليت الإشراف على التوزيع شخصيا وبطريقة عشوائية.لقد تمت عملية التوزيع واسترجاع الإستبيانات خلال الفترة الممتدة من شهر جوان 2011 إلى شهر جويلية 2011 .

والجدول التالي يوضح عدد الإستبيانات الموزعة والمسترجعة

الجدول رقم 3 (3-3) : الإستبيانات الموزعة والمسترجعة

الإستبيان الخاص بالموظفين		الإستبيان الخاص بالزبائن	
عدد الإستبيانات المسترجعة	عدد الإستبيانات الموزعة	عدد الإستبيانات المسترجعة	عدد الإستبيانات الموزعة
99	120	99	120
%77.5	%100	%82.5	%100

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
المطلب الثاني: عرض و تحليل نتائج الاستمارة الموجهة إلى زبائن مؤسسة بريد الجزائر بخميس مليانة
سنقوم فيما يلي باستعراض نتائج المعالجة الإحصائية للاستبيان الخاص بالزبائن و تحليلها كما توصلنا
إليها، مركزين على:

- التوزيعات التكرارية : لإظهار إجابات مفردات عينة الدراسة.
- النسب المئوية : لإظهار نسب إجابات عينة الدراسة .
- المتوسط الحسابي : لتحديد اتجاه الإجابات.

و معتمدين على نفس الترتيب الوارد في قائمة أسئلة الاستبيان:

1. تحليل معطيات المحور الأول: والتي يتم من خلالها التعرف على خصائص ومميزات العينة التي تم
استقصائها وذلك بالتطرق إلى العناصر التالية: الجنس، العمر، المستوى، الوظيفة.

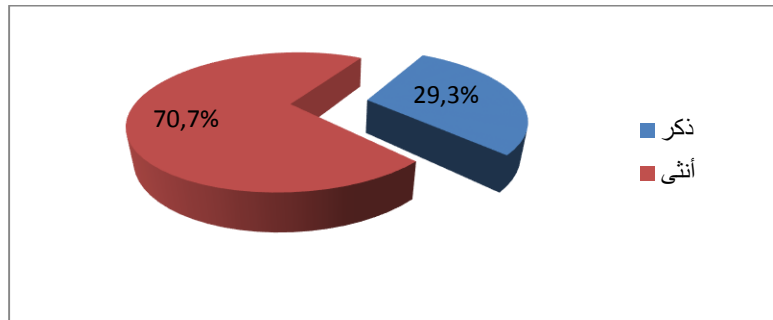
1- الجنس :

الجدول رقم 4 (3-4): توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكور	29	29.3%
إناث	70	70.7%
المجموع	99	100%

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الشكل رقم 5 (3-5): توزيع العينة حسب الجنس



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

حسب الجدول ز الشكل أعلاه يتبين أن نسبة 29.3 % من الزبائن المستجوبين كانوا ذكور، في حين
بلغت نسبة الإناث 70.7%، ويرجع سبب إنخفاض نسبة المستجوبين الذكور إلى إعتذار عن المساهمة
في ملء الاستمارة لأسباب إجتماعية وأزمة السيولة من جهة أخرى.

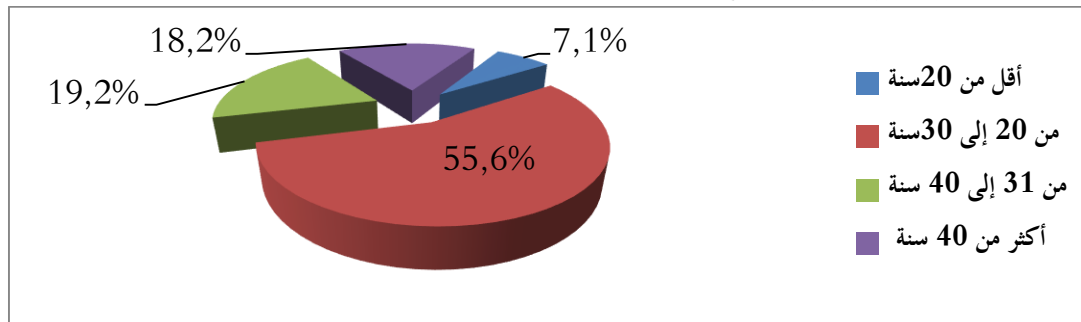
2- العمر

الجدول رقم 5 (3-5): توزيع العينة حسب السن

النسب المئوية	التكرارات	
7.17%	7	أقل من 20 سنة
55.6%	55	من 20 إلى 30 سنة
19.2%	19	من 31 إلى 40 سنة
18.2%	18	أكثر من 40 سنة
100%	99	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الشكل رقم 6 (3-6): توزيع العينة حسب السن



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

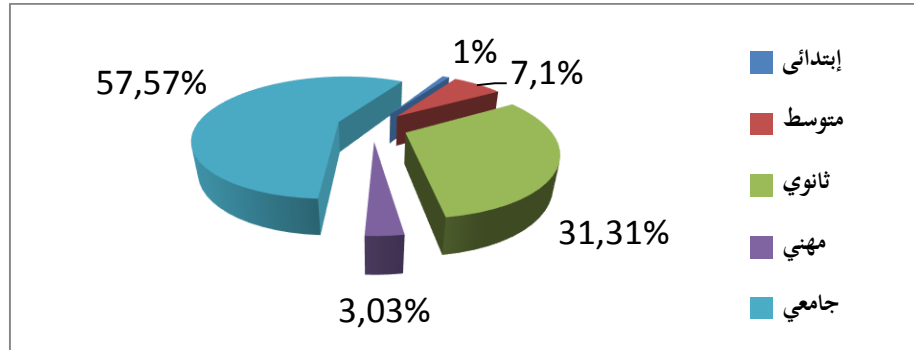
أظهرت النتائج المدونة في الجدول و الشكل أعلاه، أن 55.6% من أفراد العينة المستجوبة كانت أعمارهم من بين (20 إلى 30 سنة) ومنه نستخلص أن غالبية الزبائن المستجوبين شباب.

3- المستوى العلمي:

الجدول رقم 6 (3-6) : توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسب المئوية	تكرارات	
1%	1	إبتدائي
7.1%	7	متوسط
31.31%	31	ثانوي
3.03%	3	مهني
57.57%	57	جامعي
0%	0	أخرى
100%	99	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
الشكل رقم 7 (3-7) : توزيع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه أن المستوى التعليمي الغالب على أفراد العينة المستجوبة هو المستوى التعليمي الجامعي وذلك بنسبة 57.57% ويليهما المستوى الثانوي 31.31%، أما المستوى المتوسط فبلغت نسبته 7.1% وأقل نسبة كانت عند المستويين المهني والابتدائي بنسبة 1%، 3.03% على الترتيب.

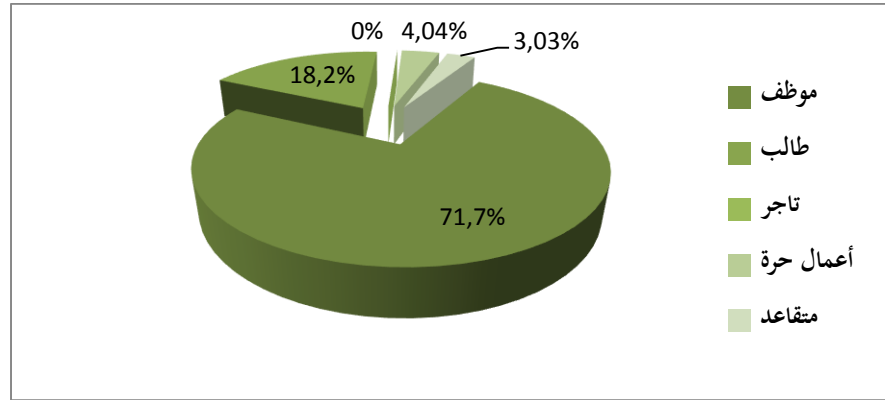
4- الوظيفة

الجدول رقم 7 (3-7) : توزيع العينة حسب المهنة

النسب المئوية	التكرارات	
74.7%	74	موظف
18.2%	18	طالب
0%	0	تاجر
4.04%	4	أعمال حرة
3.03%	3	متقاعد
100%	99	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الشكل رقم 8 (3-8) : توزيع العينة حسب المهنة



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الجدول رقم 8 (3-8) الإحصائيات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر التعاطف

الرقم	أسئلة الاستبيان	إطلاقا	نادرا	أحيانا	إلى حد ما	دائما	المتوسط الحسابي	التقييم
01	تحتوي مؤسسة بريد الجزائر على لوحات إرشادية تبيّن أماكن الحصول على الخدمة	11	11	23	24	12	3.52	العالى
		11.1	11.1	23.2	24.2	12.1		
02	توجد سهولة في الوصول إلى المكاتب المقصودة لإنجاز خدمة	5	22	34	20	28	3.24	متوسط
		5.1	22.2	34.3	20.2	28.3		
03	يتم إعلان الزبائن بجميع الخدمات المقدمة التي تتلاءم مع احتياجات ورغباته	14	31	27	20	5	2.75	متوسط
		14.1	31.1	27.3	20.2	5.1		
04	مقدمو الخدمات يحرصون على تقديم نصائح للزبائن	25	22	31	14	28.1	2.56	متوسط
		25.3	22.2	31.3	14.1	28.3		
05	أوقات عمل بريدي الجزائر مناسبة لك	12	7	21	36	42	3.52	عالى
		12.1	7.1	21.2	36.4	42.4		
06	الاتصال الهاتفي بالمؤسسة يوفر الكثير من الوقت	30	16	22	17	37	2.70	متوسط
		30.3	16.2	22.2	17.2	37.4		
07	توفر لك إدارة المؤسسة إمكانية الاستفسار عبر الهاتف	47	18.0	17	11	11	2.10	ضعيف
		47.5	18.2	17.2	11.1	11.1		
08	لا تنتهي علاقة المؤسسة بالزبون مجرد تلقيه الخدمة	38.0	17	18	14	14	2.44	ضعيف
		38.4	17.2	18.2	14.1	14.1		
09	تهتم المؤسسة برأي الزبون في الخدمة المقدمة لها	38	28	15	13	26	2.18	ضعيف
		38.4	28.3	15.2	13.1	26.3		
	المتوسط الحسابي العام						2.778	متوسط

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يتبين من الجدول أن أعلى نسبة لإجابات المستجوبين من الزبائن بـ دائما أو إلى حد ما على الأسئلة التي تخص عنصر التعاطف كانت عند السؤال رقم (05) والذي كانت عبارته "أوقات عمل مؤسسة بريد الجزائر مناسبة له" حيث بلغت 59.6%، في توزعت إجابات النسبة الباقية والمقدرة بـ 40.4 % بين أحيانا ونادرا وإطلاقا.

كما نلاحظ أن اتجاهات الزبائن المستجوبين تقع ضمن مجال التقييم العالي، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.52. وهذه الإحصائيات تؤكد أن أوقات عمل مؤسسة بريد الجزائر مناسبة لجميع الزبائن أما فيما يخص السؤال رقم (01) و الذي يتمحور حول مدى احتواء مؤسسة بريد الجزائر على لوحات إرشادية تبين أماكن الحصول على الخدمة، و من خلال المعالجة الإحصائية لإجابات الزبائن المستجوبين على هذا السؤال تبين أن نسبة الإجابات بـ دائما أو إلى حد ما بلغت 54.5، في حين وزعت إجابات النسبة الباقية و المقدرة بـ 45.5% بين أحيانا و نادرا و إطلاقا.

كما نلاحظ اتجاهات الزبائن المستجوبين تقع ضمن مجال التقييم العالي حيث بلغ المتوسط الحسابي بلغ 3.52، وهذه الإحصائيات تؤكد أن المؤسسة بريد الجزائر تحتوي على اللوحات الإرشادية تبين أماكن حصول على الخدمة لزيائنها.

أما فيما يتعلق بالأسئلة رقم (02-03-04-06) فكانت نسب الإجابات بـ دائما أو إلى حد ما على الترتيب كالتالي: 38.4%، 30.03%، أما باقي النسب المتبقية فقد توزعت على الترتيب بين إطلاقا، نادرا، أحيانا. ونلاحظ اتجاهات الزبائن المستجوبين على هذه الأسئلة تقع ضمن مجال التقييم المتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي: 2.75، 2.56، 2.70 على الترتيب.

أما فيما يتعلق بالأسئلة رقم (07-08-09) فكانت نسب الإجابات بـ دائما أو إلى حد ما: 17.2%، 16.2%، 18.2% على التوالي، أما بقية النسب المتبقية فهي موزعة على الترتيب بين إطلاقا، نادرا، أحيانا.

ونلاحظ أن اتجاهات الزبائن المستجوبين على هذه الأسئلة تقع ضمن مجال التقييم الضعيف، حيث بلغ المتوسط الحسابي: 2.10، 2.44، 2.18 على التوالي.

وهذه الإحصائيات تؤكد أن المؤسسة لم توفر لزيائنها إمكانية الإستفسار عبر الهاتف ولا تهتم برأي الزبون في الخدمة كما تنتهي علاقتها بالزبون بمجرد تلقى الخدمة.

أما فيها يخص المتوسط الحسابي العام للعبارات المتعلقة بعنصر التعاطف فهو يقع ضمن مجال التقييم المتوسط، حيث بلغ 2.776.

الجدول رقم 9 (3-9) : الإحصاءات الوصفية بتقييم جودة الحصة من ناحية عنصر الملموسية

الرقم	أسئلة الإستبيان	إطلاقا	نادرا	أحيانا	إلى حدما	دائما	المتوسط الحسابي	التقييم
01	تمتلك مؤسسة بريد الجزائر أجهزة حديثة في عملية تقديم الخدمة	20	18	13	36	12	3.02	متوسط
		20.2	18.2	13.1	36.4	12.1		
02	تحتوي المكاتب المقصودة لإنجاز الخدمة على مقاعد الإنتظار	7	21	25	18	28	3.39	متوسط
		7.1	21.2	25.3	18.2	28.3		
03	توفر المجلات و الجرائد الإعلانية في المكاتب المقصودة لإنجاز الخدمة	43	29	12	10	5	2.04	ضعيف
		43.4	29.3	12.1	10.1	5.1		
04	توفر لك بطاقة CCP الكثير من الجهد و الوقت أثناء طلب الخدمة	17	7	34	13	28	3.28	متوسط
		17.2	7.1	34.3	13.1	28.3		
05	تمنحك المؤسسة كلمة السر للإطلاع على رصيدك	18	18	8	13	42	3.43	متوسط
		18.2	18.2	8.1	13.1	42.4		
06	يمكنك إطلاع على الرصيد عبر الإنترنت	26	6	17	13	37	3.29	متوسط
		26.3	6.1	17.2	13.1	37.4		
07	توفر لك شبابتك الآلية إمكانية تلقي الخدمة 24 ساعة/24	23	24	28	13	11	2.65	متوسط
		23.2	24.2	28.3	13.1	11.1		
08	خلال زيارتك إلى موقع مؤسسة بريد الجزائر يمكنك الحصول على قدر كافي من المعلومات	7	28	21	28	14	3.19	متوسط
		7.1	28.3	21.2	28.3	14.1		
09	يتميز موظفون بالمظهر الجيد و الأناقة	6	15	18	34	26	3.6	عالي
		6.1	15.2	18.2	34.3	26.3		
المتوسط الحسابي العام								متوسط
2.987								

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يتبين من الجدول السابق أن أعلى نسبة لإجابات المستجوبين من الزبائن بـ دائما أو إلى حد ما على الأسئلة التي تخص عنصر الملموسية، كانت عند السؤال رقم (09) الذي كانت عبارته: " يتميز موظفون بالمظهر الجيد و الأناقة"، حيث بلغت 60.6% في حين توزعت إجابات النسبة الباقية و المقدرة بـ 39.4%.

ونستنتج من خلال إتجاهات الزبائن المستجوبين على هذا السؤال تقع ضمن مجال التقييم العالي، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.6 أما فيما يخص السؤال رقم (05) الذي يتمحور حول مدى منح المؤسسة بريد الجزائر لزبائنها كلمة السر للإطلاع على رصيد عبر الإنترنت، ومن خلال المعالجة الإحصائية لإجابات الزبائن المستجوبين على هذا السؤال يتضح أن نسبة الإجابات بـ دائما أو إلى حد ما بلغت 55.5% في حين توزعت إجابات النسبة الباقية والمقدرة بـ 44.5% بين إطلاقا، نادرا، أحيانا و نستنتج أن إتجاهات الزبائن المستجوبين تقع ضمن المجال التقييم المتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.43 أي قريب جداً من مجال التقييم العالي، وبالتالي يتضح أن أغلبية الزبائن المستجوبين يملكون رقم سري للإطلاع على رصيدهم عبر الإنترنت أو الهاتف.

أما بالنسبة للسؤال رقم (06) الذي يتمحور حول مستوى إطلاع على رصيد الحساب الجاري عبر الإنترنت أو الهاتف، فمن خلال المعالجة الإحصائية لإجابات الزبائن المستجوبين على هذا السؤال يتضح أن نسبة الإجابات بـ دائما أو إلى حد ما بلغت 49.5% بين إطلاقا، نادرا، أحيانا.

كما يتبين أن إتجاهات الزبائن المستجوبين على هذا السؤال تقع ضمن مجال التقييم المتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.29.

ونستخلص من السؤالين رقم (05 و06) أن نسبة إجابات الزبائن المستجوبين بـ دائما أو إلى حد ما متفاوت، حيث بلغت أعلى نسبة في سؤال رقم (05)، أي أن نسبة الزبائن المستجوبين المالكين الرقم السري للإطلاع على الرصيد أكثر من نسبة الزبائن المستجوبين الذين يمكنهم إطلاع على رصيدهم عبر الإنترنت مما يتضح أن حوالي 5% من الزبائن المستجوبين يملكون الرقم السري ولا يستخدمونه و هذا راجع إلى نقص الوعي بأهمية هذه الخدمة وما توفره من وقت وجهد ومال.

أما فيما يتعلق بالسؤالين رقم (01) و(02) الذي يتضمن إمتلاك المؤسسة بريد الجزائر لأجهزة حديثة لتقديم خدماتها و إحتواء المؤسسة على مقاعد الإنتظار، فبعد المعالجة الإحصائية لإجابات الزبائن المستجوبين على هذين السؤالين يتضح أن نسبة الإجابة بـ دائما أو إلى حد ما بلغت 48.5% و 46.5% على الترتيب، في حين أن النسب المتبقية والمقدرة بـ 51.5%، 53.5% على التوالي وزعت على إجابات: إطلاقا، نادرا، أحيانا.

ومنه يتضح أن إتجاهات الزبائن لكلا السؤالين تقع ضمن المجال التقييم المتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي لكل منهما 3.02، 3.39 على التوالي و هذا ما يوضح أن هناك البعض من الزبائن المستجوبين يصرحون بوجود مقاعد الإنتظار بالمؤسسة و إمتلاكها لأجهزة حديثة تساعد على تقديم خدماتها.

وبالنسبة للسؤال رقم (08) الذي يتمحور حول مدى مساهمة الموقع الإلكتروني للمؤسسة في توفير القدر

الكافي من المعلومات للزيائن وبعد المعالجة الإحصائية لإجابات الزيائن المستجوبين على هذا السؤال يتضح أن نسبة الإجابة بـ دائما أو إلى حد ما بلغت 42.4% في حين أن النسبة المتبقية والمقدرة بـ 57.6% موزع على إجابات، إطلاقا، نادرا، أحيانا.

كما يتضح من خلال اتجاهات الزيائن المستجوبين على هذا السؤال التي تقع ضمن مجال التقييم المتوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.19، ومنه فإن أغلبية الزيائن المستجوبين يصرحون بإمكانياتهم في الحصول على المعلومات الكافية من موقع المؤسسة.

وبالنسبة للسؤال رقم (04) الذي يتمحور حول مدى مساهمة بطاقة CCP في توفير الوقت والجهد للزيائن إنشاء طلب بعض الخدمات ومن خلال نتائج المعالجة الإحصائية لإجابات الزيائن المستجوبين على هذا السؤال يتضح أن نسبة الإجابات بـ دائما أو إلى حد ما بلغت 41.4% في حين توزع النسبة الباقية والمقدرة بـ 58.6% على إجابات: إطلاقا، نادرا، أحيانا.

و يتبين من خلال هذا أن اتجاهات الزيائن المستجوبين تقع ضمن مجال التقييم المتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.28.

أما بالنسبة للسؤال رقم (07) الذي يتضمن العبارة " توفر لك شبابيك الآلية إمكانية تلقي الخدمة 24 ساعة/ 24 ساعة. ومن خلال المعالجة الإحصائية على هذا السؤال يتضح أن نسبة الإجابات بـ دائما أو إلى حد ما بلغت 24.2% في حين توزعت إجابات النسبة الباقية و المقدرة بـ 75.8% بين إطلاقا و نادرا و أحيانا. كما يتضح من خلال اتجاهات الزيائن المستجوبين تقع ضمن مجال التقييم المتوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.65.

ونستنتج من خلال السؤالين السابقين أن نسبة الإجابة بـ دائما أو إلى حد ما في السؤال (07) أي أن نسبة الزيائن المستجوبين الذين يصرحون بأن بطاقة CCP توفر لهم كثير من الجهود و الوقت أكبر من نسبة الزيائن المستجوبين الذي توفر لهم الشبابيك الآلية الخدمة على مدار اليوم و الأسبوع.

أما بخصوص السؤال رقم (03) الذي يدور حول توفير المؤسسة المجالات والجرائد الإعلانية لزيائنها في مكاتب المقصودة لتلقي الخدمة. و من نتائج المعالجة الإحصائية لإجابات الزيائن المستجوبين على هذا السؤال يتضح أن نسبة الإجابات بـ دائما أو إلى حد ما بلغت 15.2%، في حين توزعت إجابات النسبة المتبقية و المقدرة بـ 84.8% بين إطلاقا ونادرا، وأحيانا، كما نشاهد أن اتجاهات الزيائن المستجوبين تقع ضمن مجال التقييم الضعيف حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.04.

و هذه الإحصائيات تؤكد أن المؤسسة لم توفر المجالات والجرائد الإعلانية لزيائنها في مكاتبها المقصودة لتلقي الخدمات.

أما فيما يخص المتوسط الحسابي العام للعبارات المتعلقة بعنصر الملموسية فهو يقع ضمن مجال التقييم المتوسط حيث بلغ 2.987.

الجدول رقم 10 (3 - 10) : الإحصاءات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر الاعتمادية

الرقم	أسئلة الإستبيان	إطلاقا	نادرا	أحيانا	إلى حدما	دائما	المتوسط الحسابي	التقييم
01	يلتزم الموظفون بتقديم الخدمات في المواعيد المحددة	24	20	25	17	12	2.29	متوسط
		24.2	20.2	25.3	17.2	12.1		
02	يلتزم الموظفون بتقديم الخدمات دون تميز	39	23	17	13	7	2.25	ضعيف
		39.4	23.2	17.2	13.1	7.1		
03	عدم وجود الأخطاء في تقديم طلب الخدمة	6	25	36	22	10	3.05	متوسط
		6.1	25.3	36.4	22.2	10.1		
04	يحرص الموظفون على تقديم خدمات بالدقة المطلوبة	9	13	25	32	20	3.41	متوسط
		9.1	13.1	25.2	32.3	20.2		
	المتوسط الحسابي العام						2.907	متوسط

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يبين الجدول السابق أن أعلى نسبة لإجابات المستجوبين من الزبائن بـ دائما أو إلى حدا ما على الأسئلة التي تخص عنصر الإعتمادية كانت عند السؤال رقم (04) و الذي يدور حول حرص الموظفين على تقديم الخدمات بالدقة المطلوبة، حيث بلغت 52.5% في حين توزعت إجابات النسبة الباقية و المقدره بـ 47.5% بين إطلاقا و نادرا و أحيانا.

و نلاحظ أن إتجاهات الزبائن المستجوبين على هذا السؤال تقع ضمن مجال التقييم متوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي له 3.41.

أما بالنسبة للسؤال رقم (03) والذي كانت عبارته " عدم وجود أخطاء في تقديم الخدمة" فبعد المعالجة الإحصائية لإجابات المستجوبين من الزبائن على هذا السؤال بلغت نسبة الإجابات بـ دائما أو إلى حدا ما 32.3% في حين توزعت إجابات النسبة الباقية و المقدره بـ 67.7% بين إطلاقا، نادرا، أحيانا. و نلاحظ أن إتجاهات الزبائن المستجوبين حول هذا السؤال تقع ضمن المجال التقييم المتوسط ، حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.05.

أما بخصوص السؤال رقم (01) والذي مفاده أن الموظفين يلتزمون بتقديم الخدمات في مواعيد محددة فقد بلغت نسبة إجابات المستجوبين من الزبائن بـ دائما و إلى حدا ما 21.3% في حين توزعت إجابات النسبة الباقية و المقدره بـ 70.7% بين إطلاقا و نادرا و أحيانا. مما يتضح أن إتجاهات الزبائن المستجوبين حول هذا السؤال تقع ضمن مجال التقييم المتوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي لإجابات المستجوبين من الزبائن 2.92.

أما فيما يخص السؤال رقم (02) الذي يتعلق بالإلتزام الموظفين بتقديم الخدمات دون تمييز، حيث بلغت نسبة الإجابة للمستجوبين من الزبائن بـ دائما أو إلى حدا ما 10.2% في حين توزعت إجابات النسبة الباقية و المقدره بـ 89.8% بين إطلاقا و نادرا و أحيانا. مما يتبين أن إتجاهات الزبائن المستجوبين تقع ضمن مجال التقييم الضعيف، حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.25 و هذه إحصائيات تؤكد أن الموظفون مقصرون في تقديمهم للخدمات حيث يقدمون الخدمات الزبائن مراعين في ذلك عنصر التمييز بينهم.

أما فيما يخص المتوسط الحسابي العام للعبارات المتعلقة بعنصر الاعتمادية فهو يقع ضمن مجال التقييم المتوسط حيث بلغ 2.907 .

الجدول رقم 11 (3-11) : الإحصاءات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر

الاستجابة

الرقم	أسئلة الإستبيان	إطلاقا	نادرا	أحيانا	إلى حدا ما	دائما	المتوسط الحسابي	التقييم
01	الإستجابة الفورية لإحتياجات الزبائن مهما كانت درجة الانشغال	48	23	18	9	1	1.91	ضعيف
		48.5	23.2	18.2	9.1	10		

متوسط	2.55	03	25	21	24	26	تعمل المؤسسة على تقليل الوقت الفاصل بين طلب الخدمة وتقديمها	02
		0.30	25.3	21.2	24.2	26.3		
عالي	3.91	51	9	25	7	7	فترة الإنتظار الخدمة تستغرق وقتا طويلا	03
		51.5	9.1	25.3	7.1	7.1		
ضعي ف	2.40	4	13	32	20	30	تقوم المؤسسة بالرد الفوري على إستفسار وشكاوي	04
		4.0	13.1	32.3	20.2	30.3		
متوسط	2.78	13	17	27	17	25	يمكنك طلب بعض الخدمات الإلكترونية	05
		13.1	17.2	27.3	17.2	25.3		
متوسط	2.71	المتوسط الحسابي العام						

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يتبين من الجدول السابق أن أعلى نسبة الإجابات المستجوبين من الزبائن بـ دائما أو إلى حدا ما على الأسئلة التي تخص عنصر الاستجابة كانت عند السؤال رقم (03) الذي ينص على أن فترة إنتظار الخدمة تستغرق وقت طويل، حيث بلغت 60.6% في حين إطلاقا، نادرا، أحيانا.

و نشاهد أن إتجاهات الزبائن المستجوبين تقع ضمن مجال التقييم العالي حيث بلغ المتوسط الحسابي 3.91، و بالتالي هذه الإحصائيات تؤكد سرعة إستجابة الموظفين لزبائن المؤسسة تمتاز بالبطء حيث أن زبون ينتظر فترة طويلة لتلقى الخدمة.

و بالنسبة للسؤال رقم (05) الذي يدور حول إمكانية طلب بعض الخدمات الإلكترونية، بلغت نسبة الإجابة المستجوبين من الزبائن بـ دائما أو إلى حدا ما (30.2%)، في حين وزعت إجابات النسبة الباقية و المقدرة بـ 69.8% بين إطلاقا، نادرا، أحيانا. كما نلاحظ أن إتجاهات الزبائن المستجوبين تقع ضمن مجال التقييم المتوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.78.

أما بالنسبة للسؤال رقم (02) الذي يدور حول أن المؤسسة تعمل على تقليل الفاصل بين طلب الخدمة و تقديمها، بلغت نسبة إجابات المستجوبين من الزبائن بـ دائما أو إلى حدا ما بـ (28.3%)، في حين توزعت إجابات النسبة الباقية و المقدرة بـ 71.7% بين إطلاقا، نادرا، أحيانا. و نلاحظ أن إتجاهات الزبائن المستجوبين تقع ضمن المجال المتوسط حيث بلغ المتوسط الحسابي 2.55.

أما فيما يخص السؤالين 1 و 4 فالأول يتعلق بمدى إستجابة الموظفين لإنشغال الزبائن، و الرابع الذي كانت عبارة هل هناك الإستجابة لإستفسارات الزبائن و إنشغالهم ؟ ، فبلغت نسبة الإجابة بـ دائما أو إلى حدا ما 11%، 17.1% على الترتيب، أما باقي النسب المتبقية فقد توزعت 98.9%، 82.9% على الترتيب بين إطلاقا، نادرا، أحيانا. و نلاحظ إتجاهات الزبائن المستجوبين على هذين السؤالين تقع ضمن المجال التقييم الضعيف، حيث بلغ المتوسط الحسابي: 1.91، 2.40 على الترتيب. وهذا ما يؤكد أن المؤسسة تستجيب للإنشغالات و إستفسارات

زيانها بشكل بطيء. أما فيما يخص المتوسط الحسابي العام للعبارات المتضمنة عنصر الاستجابة فهو يقع ضمن مجال التقييم المتوسط حيث بلغ 2.71.

الجدول رقم 12 (3-12) : الإحصاءات الوصفية الخاصة بتقييم جودة الخدمة من ناحية عنصر الضمان

الرقم	أسئلة الإستبيان	إطلاقا	نادرا	أحيانا	إلى حدا	دائما	المتوسط الحسابي	التقييم
01	تدفع المؤسسة تعويض	57	13	11	7	11	2.01	ضعيف
	لعملائها عند حدوث خطأ	57.6	13.1	11.1	7.1	11.1		
02	أشعر بثقة وأمان عند تعاملي	11	19	29	32	8	3.07	متوسط
	مع مقدمي الخدمات	11.1	19.2	29.3	32.3	8.1		
03	يحاول الموظفون فهم متطلبات	24	16	18	19	22	2.99	متوسط
	الزبون بسرعة فائقة	24.2	16.2	18.2	19.2	22.2		
04	هناك جودة في الأساليب	29	22	25	22	1	2.43	ضعيف
	المتبعة في حل مشاكل المتعاملين بفعالية	33	12	19	19	16		
05	تشعر أثناء إنجازك مهامك	33	12.1	19	19	16	3.20	متوسط
	بالمؤسسة أنها مهمة بتلبية حاجاتك	33.3	12.1	19.2	19.2	16.2		
06	يتحلى الموظفون بالأدب	15	10	31	26	17	3.20	متوسط
	وحسن الخلق واللياقة البدنية عند التعامل مع الزبائن	15.2	10.1	31.3	26.3	17.2		
	المتوسط الحسابي العام						2.738	متوسط

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

نلاحظ من الجدول السابق أن نسب إجابات المستجوبين من الزبائن بـ دائما أو إلى حدا ما على الأسئلة التي تخص عنصر الضمان كانت عنه الأسئلة رقم (02)، (03)، (05)، (06) على الترتيب كالتالي: 40.4%، 41.4%، 35.4%، 43.5% في حين توزعت إجابات النسب المتبقية و المقدر بـ 59.6%، 58.6%، 64.6%، 56.5% ، على الترتيب بين إطلاقا ونادرا، أحيانا. و نلاحظ إتجاهات الزبائن المستجوبين على هذه الأسئلة تقع ضمن مجال التقييم المتوسط، حيث بلغ المتوسط الحسابي لكل منها 3.07، 2.73، 2.99، 3.20، على الترتيب.

أما فيما يخص السؤالين رقم (1) و (04) فالأول يدور حول التعويض للزبون في حالة وجود خطأ، و الرابع يتمحور حول جودة الأساليب المتبعة في حل مشاكل الزبائن فكانت نسبة الإجابة بـ دائما أو إلى حد ما على سؤالين كالتالي: 18.2%، 23.2% على الترتيب في حين توزعت النسبة الباقية للسؤالين كالتالي: 81.8%، 76.8% على الترتيب بين إطلاقا، نادرا، أحيانا.

كما نلاحظ أن اتجاهات الزبائن المستجوبين على هذين السؤالين تقع ضمن مجال التقييم الضعيف بحيث بلغ المتوسط الحسابي 2.01، 2.43 على التوالي. ومنه تؤكد هذه الإحصائيات حسب تصريحات الزبائن المستجوبين أن المؤسسة بريد الجزائر لا تقوم بدفع تعويضات لزيائنها في حالة وجود خطأ بالإضافة إلى أنها لا تملك الأساليب جيدة لحل مشاكل المتعاملين معها.

أما فيما يخص المتوسط الحسابي العام للعبارة المتعلقة بعنصر الضمان فهو يقع ضمن مجال التقييم حيث بلغ 2.738.

إن تقييم زبائن المستجوبين لجودة الخدمة حسب كل بعد من الأبعاد الخمسة يقع ضمن مجال متوسط، مما يدل على وجود نوع من الإهتمام بهذه الأبعاد من طرف مؤسسة بريد الجزائر، غير أن هذا الإهتمام لم يرقى بعد إلى المستوى الذي يرغبه الزبون و يطمع إليه.

المطلب الثالث: عرض وتحليل نتائج الإستمارة الموجهة إلى موظفين مؤسسة بريد الجزائر خميس مليانة

سنقوم فيما يلي بعرض نتائج المعالجة الإحصائية للإستبيان الخاص بالموظفين وتحليلها كما توصلنا إليها مركزين على تكرارات والنسب المئوية كما نتخذ نفس الترتيب الوارد في قائمة أسئلة الاستبيان.

1. تحليل معطيات المحور الأول: والتي يتم من خلالها يتم التعرف على خصائص ومميزات العينة محل الدراسة

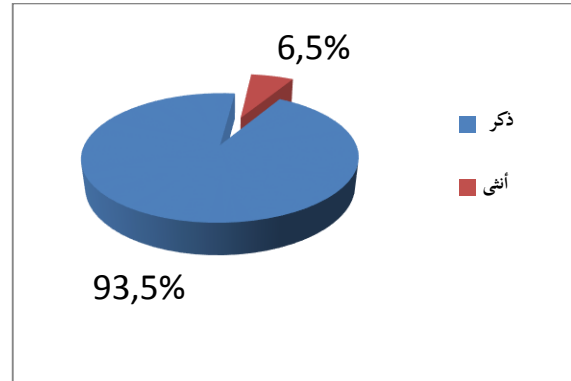
وذلك بالتطرق إلى العناصر التالية: الجنس، العمر، المستوى، الخبرة، الدورات التكوينية.

1- الجنس:

الجدول رقم 13 (3-13) : توزيع العينة حسب الجنس

الجنس	التكرارات	النسب المئوية
ذكر	29	93.5%
أنثى	2	6.5%
المجموع	31	100%

الشكل رقم 9 (3-9) : توزيع العينة حسب الجنس



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية نلاحظ من الجدول و الشكل أعلاه أن نسبة 93.5% من الموظفين المستجوبين ذكور و 6.5% إناث، وهذه النسبة تدل على سيطرة فئة الذكور على مجال العمل في مؤسسة بريد الجزائر.

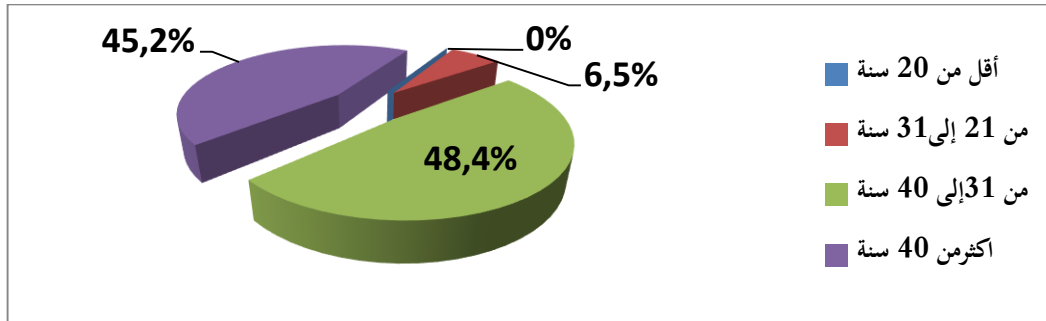
2- العمر

الجدول رقم 14 (3-14) : توزيع العينة حسب السن

النسب المئوية	التكرارات	
0%	0	أقل من 20 سنة
6.5%	2	من 21 إلى 30 سنة
48.4%	15	من 31 إلى 40 سنة
45.2%	14	أكثر من 40 سنة
100%	31	المجموع

المصدر :

من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية الشكل رقم 10 (3-10) : توزيع العينة حسب السن



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية أظهرت النتائج المدونة في الجدول و الشكل أعلاه أن الفئة العمرية التي تحتل أعلى نسبة هي ما بين (31-40 سنة) ، حيث قدرت نسبتها بـ 48.4% ، تليها الفئة التي يتراوح أعمارهم (أكثر من 40 سنة) ، حيث بلغت نسبتهم

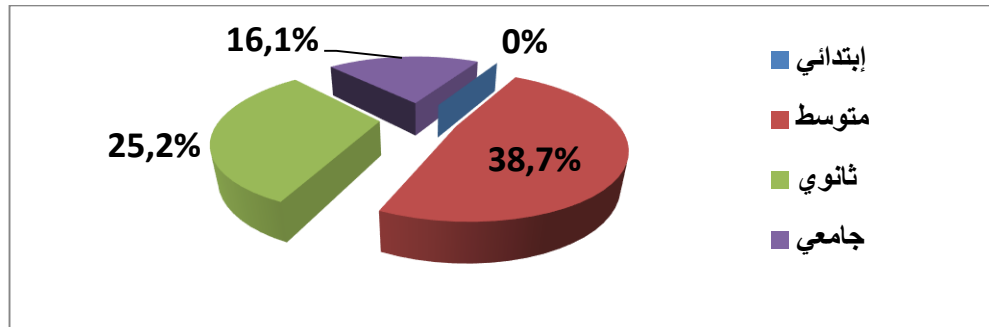
45.2%، ومنه هناك الفئتان يتميزون بخبرات كبيرة في مجال العمل بالمؤسسة البريد لذا يجب الاستفادة منهم في اكتساب سر التفاني في العمل وتدريب الفئات الأخرى من العمر على مراحل سير العمليات في المؤسسة.

3- المستوى التعليمي:

الجدول رقم 15 (3-15): توزيع العينة حسب المستوى التعليمي

النسب المئوية	التكرارات	
0%	0	إبتدائي
38.7%	12	متوسط
25.2%	14	ثانوي
16.1%	5	جامعي
100%	31	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية الشكل رقم 11 (3-11) : توزيع العينة حسب المستوى التعليمي



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

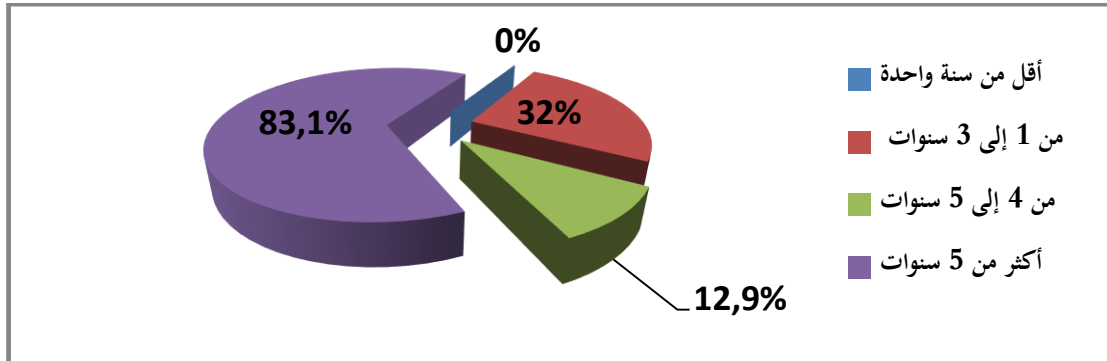
يتبين من الجدول و الشكل أعلاه أن معظم الموظفين المستجوبين حصلوا على مستوى تعليمي ثانوي، وهذا بالنسبة 45.2%، يليها المتوسط بنسبة 38.7% بالإضافة إلى فئة قليلة جدا حصلوا على مستوى دراسي جامعي بلغت نسبتهم 16.1%.

4- الخبرة المهنية

الجدول رقم 16 (3-16): توزيع العينة حسب الخبرة المهنية

النسب المئوية	التكرارات	
0%	0	أقل من سنة واحدة
3.2%	1	من 1 إلى 3 سنوات
19.2%	4	من 4 إلى 5 سنوات
83.1%	26	أكثر من 5 سنوات
100%	31	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
الشكل رقم 12 (3-12) : توزيع العينة حسب الخبرة المهنية



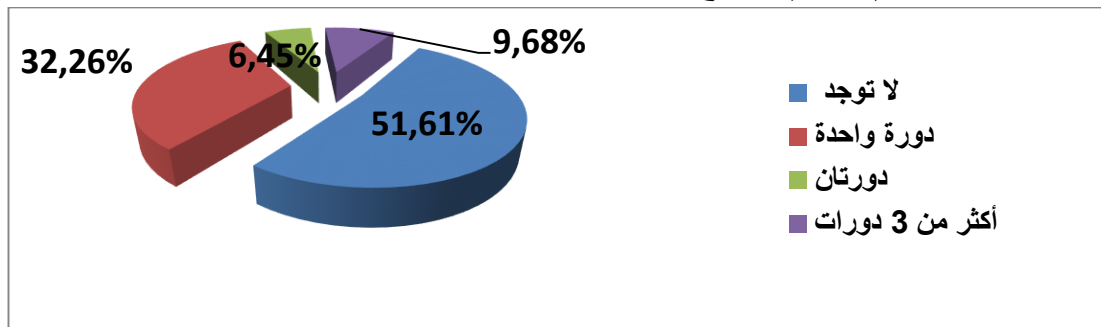
المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
من النتائج المعينة في الجدول والشكل أعلاه، يتبين أن أغلب موظفين المستجوبين لديهم خبرة مهنية أكثر من 5 سنوات، حيث بلغت نسبتهم 83.1% في حين أن باقي الموظفين تتراوح خبرتهم المهنية ما بين (1 و5 سنوات)، ومنه نستخلص أن معظم العاملين بالمؤسسة يتمتعون بخبرة جيدة تمكنهم من تقديم الأفضل للمؤسسة والزبون.

5- الدورات التدريبية :

الجدول رقم 17 (3-17) : توزيع العينة حسب عدة دورات التدريبية

التكرارات	النسب المئوية	
لا توجد	51.61	16
واحدة	32.26	10
دورتان	6.45	2
أكثر من 3 دورات	9.68	3
المجموع	100%	31

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
الشكل رقم 13 (3-13) : توزيع العينة حسب عدة دورات التدريبية



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

من النتائج المعينة في الجدول والشكل أعلاه، يتبين أن أغلب الموظفين المستجوبين لم يحصلوا على دورات تدريبية، حيث بلغت نسبتهم 51.61%، بينما هناك حوالي 32.26% من حصلوا على دورة تدريبية واحدة و6.45% حصلوا على دورتان 9.68% حصلوا على أكثر من 3 دورات.

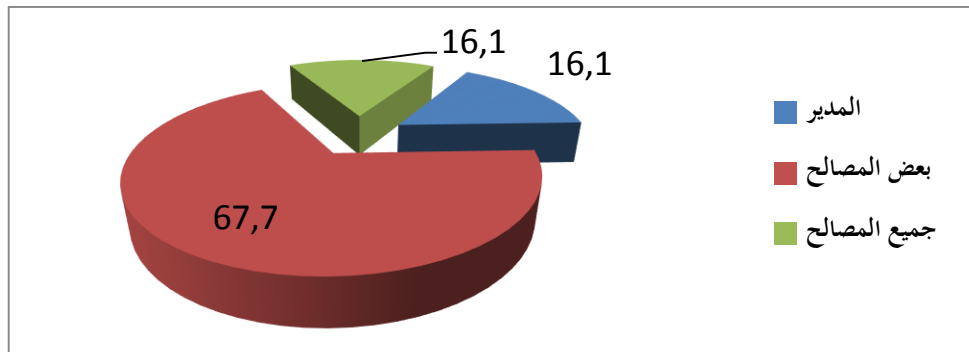
6- مستخدمو الإنترنت في المؤسسة:

الجدول رقم 18 (3-18) : مستخدمو الإنترنت داخل المؤسسة

النسب المئوية	التكرارات	
16.1%	5	المدير فقط
67.7%	21	بعض المصالح
16.1%	5	جميع المصالح
100%	31	المجموع

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الشكل رقم 14 (3-14) : مستخدمو الإنترنت داخل المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

نلاحظ من الجدول والشكل أعلاه، أن 67.7% من الموظفين المستجوبين صرحوا بأن استخدام إنترنت يقتصر على بعض المصالح في المؤسسة فقط.

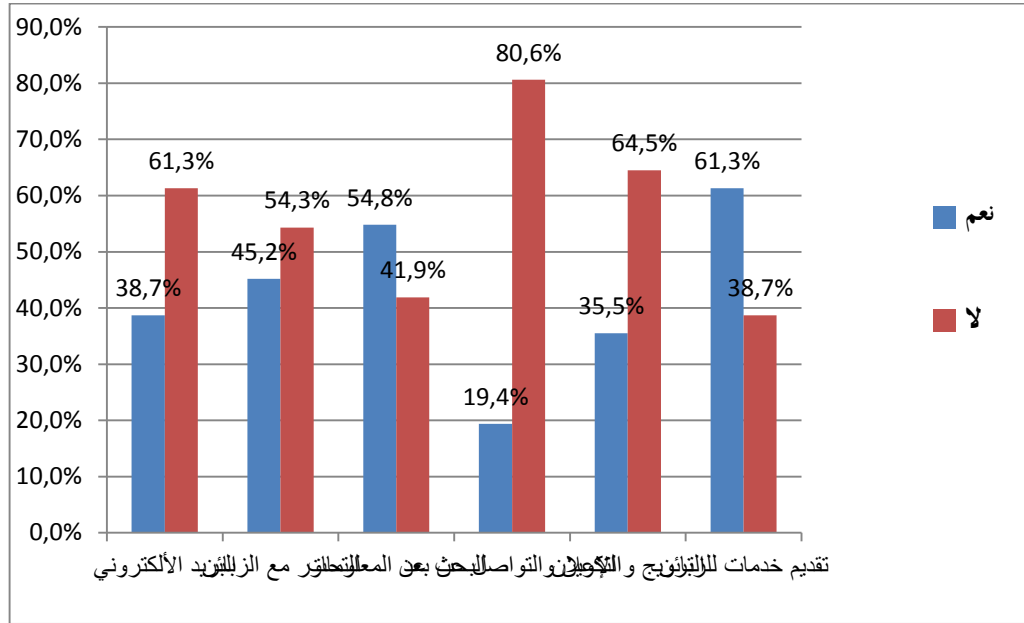
7- استخدامات الإنترنت في المؤسسة

الجدول رقم 19 (3-19) : استخدامات الإنترنت في المؤسسة

استخدامات الإنترنت في المؤسسة	نعم		لا	
	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار
البريد الإلكتروني	38.7%	12	61.3%	19
التحاور مع الزبائن	45.2%	14	54.8%	17
البحث عن المعلومات	54.8%	18	41.9%	13

التكوين والتواصل عن بعد	6	19.4%	25	80.6%
الترويج والإعلان	11	35.5%	20	64.5%
تقديم خدمات الزبائن	19	61.3%	12	38.7%

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية
الشكل رقم 15 (3-15) : إستخدامات الإنترنت في المؤسسة



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يتضح من نتائج المدونة في الجدول و الشكل أعلاه، أن أعلى نسبة لإجابات المستجوبين من الموظفين ب نعم على السؤال الذي يدور حول استخدامات الإنترنت في المؤسسة كانت عند الخيارين "البحث عن المعلومات"، "تقديم الخدمات لزبائن " حيث بلغت 54.8%، 61.3% على التوالي، في حين أن جميع الخيارات الأخرى سجلوا أعلى نسبة ب لا (عدم الموافقة).

ومنه نستنتج أن المؤسسة تستخدم الانترنت بغرضين هما البحث عن المعلومات وتقييم بعض الخدمات.

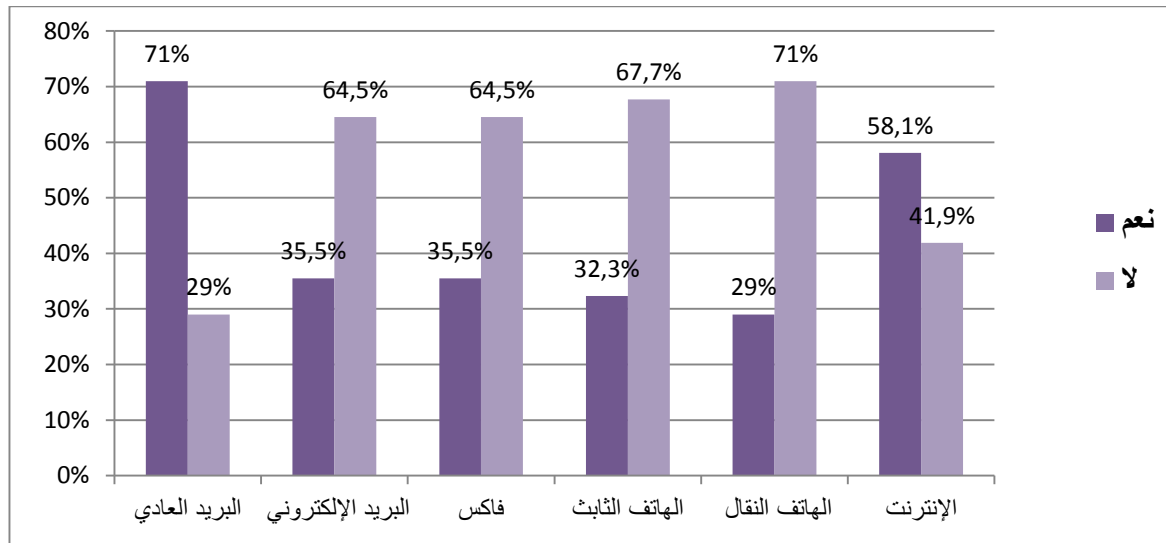
8- وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها

الجدول رقم 20 (3- 20) : وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها

لا		نعم		وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
29%	9	71%	22	البريد العادي
64.5%	20	35.5%	11	البريد الإلكتروني
64.5%	20	35.5%	11	فاكس
67.7%	21	32.3%	10	الهاتف الثابت
71%	22	29%	9	الهاتف النقال
41.9%	13	58.1%	18	الانترنت

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الشكل رقم 16 (3- 16) : وسائل تعامل المؤسسة مع زبائنها



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

نلاحظ من الجدول و الشكل أن أغلب الموظفين المستجوبين صرحوا بأن المؤسسة تتعامل مع زبائنها بواسطة البريد العادي والانترنت، حيث أن أعلى نسبة لديهم إلى الموافقة (نعم) وهي كالتالي: 71%، 64.5% على التوالي، في حين أن جميع الوسائل أخرى المذكورة مالت أعلى نسبة فيها إلى الرفض (لا) ومنه نستنتج أن المؤسسة تتعامل مع زبائنها بواسطة البريد العادي أكبر من الانترنت.

كما يتضح لنا رغم التطور التكنولوجي، وظهور طرق حديثة لتعاملات المؤسسة مع زبائنها، إلا أنها المؤسسة لا تزال تستخدم الطرق التقليدية ومن البريد العادي، وهذا يرجع إلى انخفاض مستوى استخدام الانترنت عند مجتمع الجزائري بصفة عامة وزبائن المؤسسة بخميس مليانة بصفة خاصة.

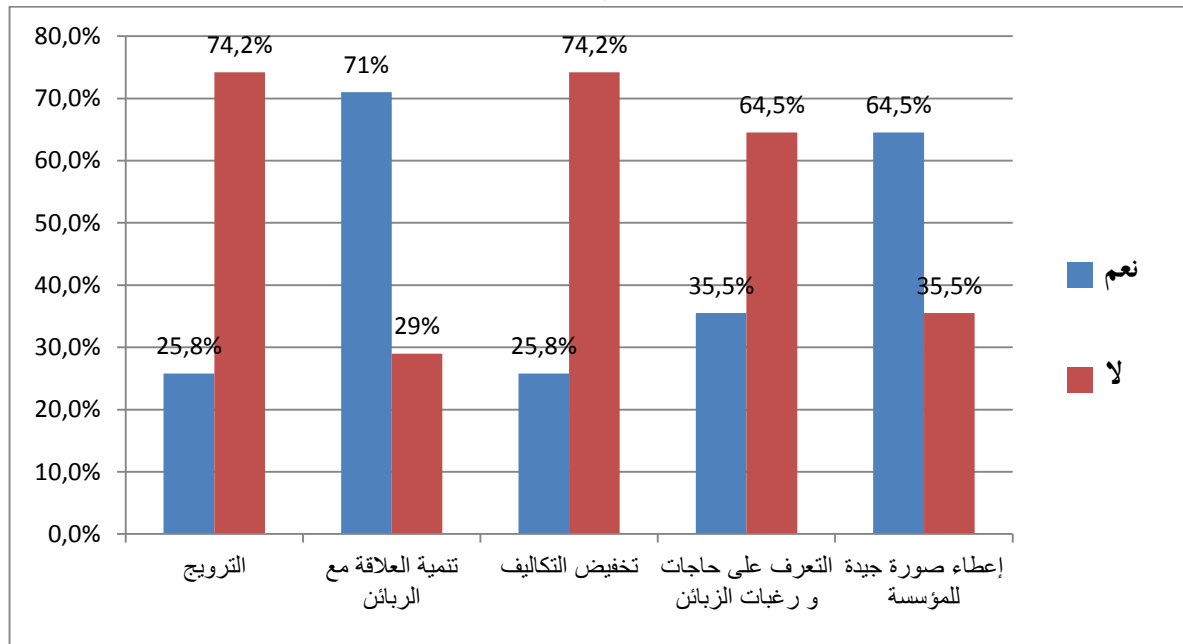
9- أسباب إنشاء الموقع الإلكتروني للمؤسسة

الجدول رقم 21 (3- 21) : أسباب إنشاء الموقع الإلكتروني للمؤسسة

لا		نعم		غرض إنشاء الموقع الإلكتروني
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
74.2%	23	25.8%	8	الترويج
29%	9	71%	22	تنمية العلاقة مع زبائنها
74.2%	23	25.8%	8	تخفيض التكاليف
64.5%	20	35.5%	11	التعرض على حاجات ورغبات الزبائن
35.5%	11	64.5%	20	إعطاء صورة جيدة للمؤسسة

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الشكل رقم 17 (3- 17) : أسباب إنشاء الموقع الإلكتروني للمؤسسة



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يتضح من الجدول و الشكل الأعلاه أن المؤسسة تهدف من وراء إنشاء موقعها الإلكتروني إلى تنمية علاقتها مع زبائنها بدرجة الأولى حيث بلغت نسبة إجابة بـ نعم 71%، يليها هدف ثاني هو إعطاء صورة جيد للمؤسسة هو إعطاء صورة جيدة للمؤسسة بنسبة موافقة 64.5%، إلا أن هناك نسبة ضئيلة جدا من الموظفين المستجوبين الذين صرحوا بأن غرض من إنشاء الموقع الإلكتروني للمؤسسة هو الترويج، تخفيض التكاليف، التعرف على الحاجات ورغبات الزبائن، حيث بلغت نسب إجابات بـ نعم كالتالي 25.8%، 25.8%، 35.8%، 64.5% على التوالي.

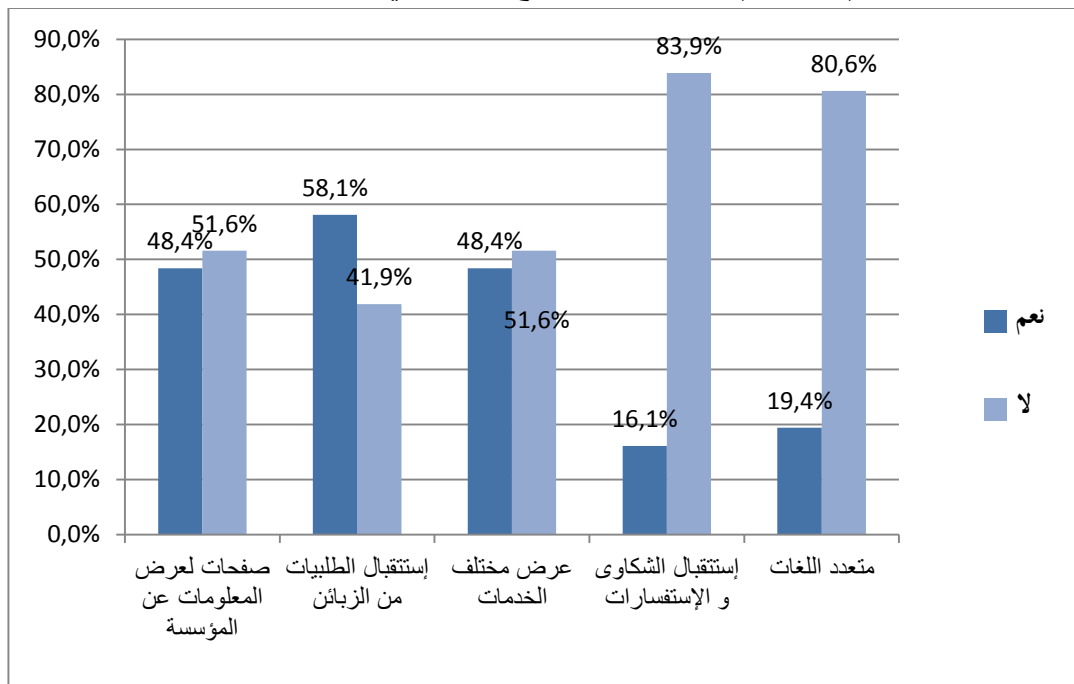
10- محتويات الموقع الإلكتروني للمؤسسة

الجدول رقم 22 (3- 22) : محتويات الموقع الإلكتروني للمؤسسة

لا		نعم		محتويات الموقع الإلكتروني للمؤسسة
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
51.6%	16	48.4%	15	صفحات لعرض المعلومات و تقديم المؤسسة
41.9%	13	58.1%	18	استقبال الطلبات من الزبائن
51.6%	16	48.4%	15	عرض مختلف الخدمات
83.9%	26	16.1%	5	استقبال شكاوي والاستفسارات
80.6%	25	19.4%	6	متعدد اللغات

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

الشكل رقم 18 (3- 18) : محتويات الموقع الإلكتروني للمؤسسة



المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

نستج من الجدول و الشكل الأعلى أن موقع المؤسسة يحتوي على صفحات لعرض المعلومات وتقديم المؤسسة واستقبال بعض الطلبات من الزبائن وعرض مختلف الخدمات، حيث بلغت نسب إجابات الموظفين المستجوبين بـ نعم 51.6%، 58.1%، 51.6% على التوالي.

11- فوائد المتصلة جراء الاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة

الجدول رقم 23 (3- 23) : فوائد المتصلة جراء الاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة

موافق	محايد	غير موافق	
67.7%	0%	32.3%	زيادة سرعة تقديم الخدمة
58.1%	22.6%	19.4%	إرتفاع مستوى دقة في تقديم الخدمة
25.8%	22.6%	51.6%	إنخفاض تكاليف الترويج
58.1%	19.4%	22.6%	إرتفاع مستوى الخدمات المقدمة
67.7%	12.9%	19.4%	زيادة إنتاجية الخدمات
58.1%	25.8%	16.1%	إرتفاع عدد الزبائن
100%	0%	0%	إنخفاض نسبة الأخطاء

المصدر : من إعداد الباحث استنادا نتائج إلى المعالجة الإحصائية

يتبين من خلال نتائج إجابات الموظفين المستجوبين المدونة في الجدول أعلاه أن استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى المؤسسة يؤدي إلى انخفاض نسبة الأخطاء بدرجة الأولى حيث بلغ نسبة موافقة 100% كما تؤدي استخدام هذه التكنولوجيا أيضا إلى زيادة في سرعة تقديم الخدمة والإنتاجية الخدمات، ارتفاع في عدد الزبائن ومستوى الخدمات المقدمة ومستوى دقة في تقديم حيث بلغ نسب الموافقة لإجابات الموظفين المستجوبين كالتالي: 67.7%، 67.7%، 58.1%، 58.1%، 58.1% على الترتيب.

ورغم النتائج التي حققتها مؤسسة نتيجة إستخدامها لهذه التكنولوجيا إلا أنها لم تعرف إنخفاض في تكاليف الترويج، حيث بلغت نسبة عدم الموافقة 51.6% وهذا يعود إلى أن المؤسسة ليست على دراية بالمنافع المكتسبة جراء توظيف هذه التكنولوجيا في عملية الترويج.

خلاصة الفصل :

لقد قمنا في هذا الفصل بتقييم جودة الخدمة البريدية من وجهة نظر الزبون، ثم حاولنا دراسة واقع إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في المؤسسة بريد الجزائر بخميس مليانة و إنعكاساته على جودة الخدمة المقدمة وتم توصل إلى أن وضعية التكنولوجيا بالمؤسسة في تطور مستمر الأمر الذي يؤدي إلى تحسين جودة خدماتها، غير أن هذا المستوى من تحسين لم يرقى إلى مستوى مرغوب من الزبون.

و أظهرت الدراسة أن السبب هذا المستوى المتأخر يرجع إلى الزبائن و الموظفين معا، فالموظفين في المؤسسة يدركون أهمية إستخدام تكنولوجيا في تحسين جودة الخدمة و لديهم قناعة كبيرة بهذا، إلا أنهم عمليا لا يستخدمونها بشكل كلي، و هذا لغياب عنصر تدريب على إستعمال هذه التكنولوجيات و الدورات التكوينية الخاصة بذلك كما نلاحظ غياب عنصر التحفيز و نقص اليد العاملة المؤهلة و المتخصصة.

أما من جهة الزبائن فلا يزال مستوي الإستعاب الزبائن لهذه التكنولوجيا ضعيف جدا و نقص إدراك أهمية إستخدامها و كذلك تدني مستوى الإستخدام و التحكم في الإنترنت لدى زبائن المؤسسة، بالإضافة إلى نقص عنصر الترويج. من خلال ما تقدم يتوجب على مؤسسة بريد الجزائر تشكيل دورات تكوينية للموظفيها خاصة باستعمال هذه التكنولوجيات و توظيف إطارات كفأة و متخصصة و إهتمام بعنصر التحفيز و تهيئة الظروف الملائمة للعمل بالإضافة إلى ضرورة وضع ومضات الإشهارية لتعريف الزبون بخدماتها الإلكترونية و كيفية التجاوب معها.

خاتمة

ساهمت تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في وقتنا الحالي بدرجة كبيرة في تطوير الاقتصاد و تسهيل المعاملات ، و قد كان إدخالها على القطاع الاقتصادي بصفة عامة و قطاع البريد بصفة خاصة ضرورة يفرضها الواقع ، فهي تتيح له فرصة للتخلص من بعض المشاكل التي كان يعاني منها الاقتصاد نتيجة اعتماده على تقنيات تقليدية مع زيادة استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال و خصوصا الشبكة الدولية للمعلومات ، ظهر في أديبات الاقتصاد أفكار اقتصادية جديدة تتخذ من تكنولوجيا المعلومات مرتكزا له . كالاقتصاد الرقمي أو

الاقتصاد الحديث القائم على الانترنت و تكنولوجيا المعلومات التي تعتبر القوة الحالية و القادمة لجميع الدول ، وقد أسهم ذلك في توزيع دائرة حجم التبادل التجاري بين الدول و ظهور ما يعرف بالتجارة الالكترونية . إن النمو المذهل للاقتصاد الرقمي امتدت آثاره إلى قطاع البريد الذي أدى إلى وجود أنظمة الدقن الآلي التي سعت الدولة جاهدة كغيرها من الدول لتكييف قطاع البريد مع التطورات التي يشهدها الاقتصاد العالمي و يتجلى ذلك من خلال الإصلاحات المدخلة على المراكز البريدية و التي انتهجتها الجزائر في السنوات الأخيرة ، حيث أدركت ضرورة الارتقاء بالخدمات البريدية و الإعتماد على تعميم شبكة الإعلام الآلي و نظام النقد الآلي و بناء على ما جاء في الفصل الأول لهذه الدراسة يمكننا الوصول إلى جملة من الإستنتاجات أهمها :

- تتمثل التكنولوجيا في مجمل المعارف و الأسس النظرية و العلمية التي تسخر للإنسان الجهد و الوقت و الراحة.
- المعلومات ما هي إلا بيانات تمت معالجتها.
- تعد تكنولوجيا المعلومات و الإتصال عاملا مهما في تطور جميع المؤسسات بصفة عامة و المؤسسات الخدمائية بصفة أخص.

- شملت تكنولوجيا المعلومات و الإتصال عديد من مجالات منها المجال الطبي، مجال التعليم، مجال السياحة ؛إلخ...

- تتمثل تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في مجمل المعدات و الأدوات المستخدمة في بث، تخزين و معالجة المعلومات و بثها بإستخدام مختلف وسائل الإتصال مثل البريد الإلكتروني، الإنترنت، و منه يمكننا القول أن تكنولوجيا المعلومات و الإتصال تتمثل في مجمل المعدات ذات علاقة أو صلة تكنولوجيا المعلومات و الإتصال و هذا ما يثبت صحة الفرضية الأولى.

و من خلال المعالجة الإحصائية لنتائج الدراسة الميدانية توصلنا إلى العديد من الإستنتاجات نذكر أهمها :

إن استخدام الإنترنت يقتصر فقط على بعض المصالح في المؤسسة ، أما فيما يخص وسائل إتصال المؤسسة مع زبائنها فقد إستخدمت البريد العادي و الإنترنت في حين أنه سجلت نسبة إستخدام البريد العادي أكبر من الإنترنت مما يدل على عدم التخلي عن الأساليب التقليدية في تعاملاتها، كما عملت على إنشاء موقع إلكتروني لتنمية علاقة المؤسسة مع زبائنها و لإعطاء صورة جيدة عنها ، حيث استخدم في الغالب لخدمة الزبائن . كما يتضح لنا أن إستخدام تكنولوجيا المعلومات و الإتصال في المؤسسة يلعب دورا كبيرا و مهما في تحسين

جودة الخدمة المقدمة إذا تعمل هذه التكنولوجيا على زيادة سرعة تقديم الخدمة و الإنتاجية كما إرتفع مستوى الدقة في تقديم الخدمة و عدد الزبائن كما إنخفضت نسبة الأخطاء .

أما فيما يخص تقييم الزبائن لجودة الخدمة البريدية فحسب الإحصائيات التي سجلت نلاحظ مستوى تقييم متوسط لكل عنصر من عناصر الخدمة لأبعاد جودة الخدمة الضمان، الإستجابة، الإعتمادية، التعاطف و الملموس .

و منه يتبين لنا أن مستوى إعتقاد المؤسسة محل الدراسة على تكنولوجيا المعلومات و الإتصال لم يرقى إلى المستوى الذي يطمح إليه الزبائن و من ثم نكون قد أثبتنا صحة الفرضية الثالثة .
وبناء على كل ما تقدم يمكن تقديم مجموعة من الاقتراحات الهادفة إلى تحسين الخدمات المقدمة من طرف المؤسسة.

- إهتمام بعنصر الترويج و ضرورة وضع ومضات إشهارية لشرح طرق التجاوب الزبائن مع هذه التكنولوجيات.
- ضرورة بيئة الظروف المناسبة لعمل هؤلاء الموظفين من أجل زيادة الإنتاجية و تحسين جودة الخدمة .
و نظرا للأهمية التي يكتسبها هذا الموضوع تفتح آفاق لبحوث ودراسات أخرى أكثر تفصيلا وتعمقا في المستقبل، يمكنها إثراء مختلف جوانبه الجديدة بالبحث و ذلك من خلال التطرق لأحد هذه النقاط التالية:
- تدعيم النتائج المتوصل إليها و ذلك بتوسيع عينة الدراسة لتشمل كل التراب الوطني.
- دراسة سلوك الزبون الجزائري اتجاه المعاملات الإلكترونية.
- دراسة أثر تكنولوجيا المعلومات و الإتصال على الموارد البشرية في المؤسسة .
- دور الوعي الثقافي في تحسين الخدمات المقدمة في المؤسسة.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

- غسان قاسم اللامي، إدارة التكنولوجيا (مفاهيم و مداخل تقنيات تطبيقات علمية) ، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان، 2006 .
- نوفيل حديد، تكنولوجيا الإنترنت و تأهيل المؤسسة للإندماج في الإقتصاد العالمي، أطروحة دكتوراه دولة، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006/2007 .
- عبد البارى، إبراهيم درة، تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية و دلالاتها في البيئة العربية المعاصرة، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، 2003.
- عبد الله لمين علوطي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال و تأثيرها على تحسين الأداء الإقتصادي للمؤسسة، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية والعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، الجزائر، 2003 / 2004 .
- محمد عبد العليم صابر، نظم المعلومات الإدارية، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، .
- مصطفى ربحي ، اقتصاد المعلومات، الطبعة الأولى، دار الصفاء، عمان، 2010 .
- ¹ - بحبي دريس، دور إقامة نظام وطني للمعلومات الاقتصادية فى دعم متخذي القرار، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير والعلوم التجارية، تخصص علوم التسيير، جامعة محمد بوضياف، بالمسيلة، 2005 .
- عامر إبراهيم قنديلجي، علاء الدين الجنابي، نظام المعلومات و تكنولوجيا المعلومات الإدارية، الطبعة الثالثة، دار المسيرة، عمان.
- أحمد صالح الهزايمة، دور نظام المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسات الحكومية، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية و القانونية، جامعة جرش الأهلية الأردن، المجلد 25 ، العدد الأول، 2009.
- يحي مصطفى حلمي، أساسيات نظم المعلومات، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1998 .
- محمد الصيرفى، إدارة تكنولوجيا المعلومات، الطبعة الأولى، دار الفكر الجامعي، الإسكندرية، 2009. 297.
- يمينة فوزية فاضل، اثر نظام المعلومات على القابلية التنافسية للمؤسسة الحالية (حالة المجتمع الصناعي صيدال) ، رسالة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، تخصص إدارة أعمال، جامعة الجزائر، 2000/2001.
- محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات و صناعة و الإتصال الجماهيرى، دار العربي للنشر و التوزيع بدون مكان النشر، 1990.
- محمد الهادي، تكنولوجيا المعلومات و تطبيقاتها، دار الشروق، القاهرة، 1989.
- شاهر فلاح العرود وطلال حمدون شكر، جودة تكنولوجيا المعلومات وأثرها في كفاءة التدقيق الداخلي في الشركات الصناعية والخدمية المساهمة العامة الأردنية ، في إدارة الأعمال، المجلد 5، العدد 4، .
- شار عباس الحميري، أحمد كاظم بريس، أثر تكنولوجيا المعلومات فى جودة الفندقية دراسة لعينة من الفنادق

- السياحية في محافظة كربلاء، مجلة أهل البيت بجامعة أهل البيت، العدد الرابع.
- غنية لالوش، دور المعلومات في توجيه إستراتيجية المؤسسة (دراسة حالة مجمع صيدال)، رسالة ماجستير في تخصص إدارة أعمال، (غير منشورة)، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2002/2001.
- حاج عيسى آمال، هواري معراج، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد، 23-22 أبريل .
- يسري إبراهيم حسني، الاتصال والسلوك الإنساني،(روية في انترولوجيا الاتصال)،البيئات سنتر للنشر والتوزيع، مصر، .
- أبو عرقوب ابراهيم،الاتصال الانساني ودوره في التفاعل، الطبعة الأولى،دار مجدلوي للنشر والتوزيع،عمان، الأردن.
- محمد سيد فهمي، تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية،المكتب الجامعي الحديث،الإسكندرية،2006.
- توفيق عبد الرحمن،المناهج التدريبية المتكاملة"منهج مهارات الخدمة المتميزة"، الطبعة الثالثة، مركز الخبرات المهنية للادارة (بميك)، .
- حسين حريم، مهارات الإتصال في عالم الإقتصاد و إدارة الأعمال، دار حامد عمان، 2009 .
- عبد الرحمان توفيق،المناهج التدريبية المتكاملة"منهج مهارات الخدمة المتميزة"، الطبعة الثالثة، مركز الخبرات المهنية للادارة(بميك)،2004 .
- جعفر جاسم، تكنولوجيا المعلومات، دار أسامة، عمان ، الأردن، .
- عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الاعلام والاتصال، الطبعة الأولى، دار الثقافة للنشر وتوزيع، عمان الأردن، .
- عبد الباقي عبد المنعم أبو زيد، أثر تكنولوجيا الاتصالات على نوعية التعليم ومجالات العمل في الألفية الثالثة والمتطلبات التعليمية للاستعداد لها - دراسة ميدانية-، المؤتمر الدولي الأول للتعليم الإلكتروني، المنامة، البحرين، 17-19أفريل 2006.
- رحي مصطفى عليان ومحمد عبد الدبس، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار الصفاء، الأردن، 1999 .
- حسين محمد احمد عبد الباسط، التطبيقات و الأساليب الناجحة لإستخدام تكنولوجيا الإتصالات و المعلومات في تعليم و تعلم الجغرافيا، مجلة التعليم بالانترنت، جمعية التنمية التكنولوجية و البشرية، العدد الخامس مارس .
- لبنى عبد الله العلاوين، كولوجيا الاتصال وعلاقتها باداء المؤسسات الاعلامية،رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا،كلية الآداب نيسان،2009.
- مراد رايس ، اثر تكنولوجيا المعلومات على موارد البشرية في المؤسسة، رسالة ماجستير (غير منشورة) كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير ،جامعة الجزائر ، .
- سميرة كرامة، دور تكنولوجيا المعلومات والإتصال في خدم تحسين الخدمة، مذكرة ماستر في العلوم التجارية،

- كلية العلوم الإقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر،.
- وهاب محمد، تقييم صورة المؤسسة وأثرها على سلوك المستهلك دراسة حالة مؤسسة بريد الجزائر، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص التسيير، جامعة الجزائر، الجزائر، 2006 /2005.
- مجلة شهرية لعمال البريد رقم 27 جانفي 2006، تصدر عن مديرية الإتصال لبريد الجزائر بالعاصمة.
- الخنساء سعادي، التسويق الالكتروني وتفعيل التوجه نحو الزبون من خلال المزيج التسويقي (دراسة تقييمية لمؤسسة بريد الجزائر)، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص تسويق، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2006 /2005.
- عامر بشير، تحديث البنوك التجارية، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص نقود وتمويل، جامعة سعد دحلب، البليدة، 2005.
- ¹ تومي إبراهيم، النظام المصرفي في الجزائري و اتفاقيات بازل، مذكرة ماجستير، (غير منشورة)، كلية العلوم الإقتصادية و العلوم التسيير، تخصص نقود وتمويل، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2008 /2007 .