

جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



توظيف الفيسبوك في الإدارة الالكترونية لتحسين
الصورة الذهنية للمؤسسة
دراسة ميدانية

— نموذج مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة —

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

إشراف الأستاذة:

فطوم بلقي

إعداد الطالبة:

أنوار سعودي

السنة الجامعية: 2022/2021

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال



توظيف الفيسبوك في الإدارة الالكترونية لتحسين

الصورة الذهنية للمؤسسة

دراسة ميدانية

- نموذج مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

التوقيع	الصفة	الاسم واللقب	
			اسم رئيس لجنة المناقشة
	مشرفا ومقرّرا	فطوم بلقي	اسم المشرف
			اسم الممتحن

... جوان 2022

إهداء



يا من لهم فضل علينا سابق... شكرا لكم حق

علينا أوجب...

إلى كل من كان قدوة ونورا وضياء في حياتي... إلى أمي وأبي

وأختي سندي وأختي بصيتي...

هؤلاء جميعا أزهار حياتي وورود بسمتي... احترس كيف أهدي

إليهم حدائق من العرفان...

للنجاح أناس يقدرون معناه، وللإبداع أناس يصدونه... جعلني الله

خير حاصدة لخير من يقدر عملي...

إلى عائلتي أرفع هذا العمل...



شكر وتقدير

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

﴿وَعَلَّمَكَ مَا لَمْ تَكُنْ تَعْلَمُ وَكَانَ فَضْلُ اللَّهِ عَلَيْكَ عَظِيمًا ۝۱۳﴾

مهما نطقت الألسن بأعمالكم ومهبا خطت الأيدي بوصف ما وصلت إليه اليوم ومهبا جسدت
الروح معاني الفرج والسرور... ستظل مقصرة أمامكم...

شكرا لك حضرة المشرف فطوم بلقي... على تصويب الأخطاء ودعمك لي وتوجيهاتك التي كانت تمثل
لي درجات في سلم النجاح...

شكرا... لأساتذة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية على كل ما قدموه لنا من رصيد علمي ثري
كانت بداية مشواري للبحث العلمي تحت إشرافهم...

كما أشكر... بالخصوص أساتذة كلية علوم الإعلام والاتصال على مجهودهم الكبير ولهم الفضل
على ما نحن عليه الآن... بهم حققنا المبتغى...

أسعدكم الله جميعا...

وَأَنْوَارُ السَّمَامِ لَنَا تَجَلَّشْ

وَلَوْلَا اللَّهُ مَا كُنَّا وَصَلْنَا

أنوار

ملخص الدراسة

هدفت الدراسة إلى ا لكشف عن توظيف الفيس بوك في الإدارة الإلكترونية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة كنموذج مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة، و لتحقيق هذا الهدف اعتمدنا على المنهج الوصفي بالإضافة إلى أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على جميع موظفي مؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة أي مسح شامل على العينة، حيث تم التوصل إلى أبرز النتائج تذكر على النحو التالي:

- ✓ يعتبر الفيسبوك من أكثر المواقع ملائمة لطبيعة نشاط المؤسسة؛
- ✓ تعتبر صيغة التعليق من أكثر الخصائص استعمالا عبر الصفحة الرسمية للمؤسسة؛
- ✓ تتصف صفحة بريد الجزائر بالمسيلة بالتجديد الدائم وذلك من خلال تنوع خدماتها المستمر؛
- ✓ ساهمت الإدارة الإلكترونية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة و نسبة الموافقة على العوامل المقترحة برهنت ذلك؛
- ✓ للفيسبوك دور كبير في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال ما يقدمه من تسهيلات للطرفين و السرعة في الأداء؛
- ✓ من أكثر الصعوبات التي واجهتها مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر عبر صفحتها الرسمية التعامل مع فئة الأمية.

Résumé de l'étude

L'étude visait à révéler l'emploi de Facebook dans la gestion électronique pour améliorer l'image mentale de l'institution en tant que modèle pour la direction d'unité postale de la wilaya de M-sila, et pour atteindre cet objectif nous nous sommes appuyés sur la approche descriptive en plus de l'outil questionnaire qui a été appliqué à tous les employés de la Fondation de la direction d'unité postale de la wilaya de M-sila Toute enquête exhaustive sur l'échantillon, où les résultats les plus marquants ont été atteints, sont mentionnés comme suit :

- ✓ Facebook est considéré comme l'un des sites les plus adaptés à la nature de l'activité de l'établissement ;
- ✓ Le format de commentaire est l'une des fonctionnalités les plus utilisées sur le site officiel de l'institution ;
- ✓ La page de la direction rend justice au renouvellement permanent, à travers la diversité de ses services continus ;
- ✓ La gestion électronique a contribué à améliorer l'image mentale de l'institution et le pourcentage d'approbation des facteurs proposés ;
- ✓ Cela s'est avéré pour Facebook un rôle important dans l'amélioration de l'image mentale de l'institution grâce aux facilités qu'elle offre aux deux parties et à la rapidité d'exécution ;
- ✓ L'une des difficultés les plus difficiles auxquelles la Direction d'unité postale a dû faire face à travers sa page officielle est celle de traiter avec la catégorie analphabétisme.

مقدمة

إن التحول الذي طرأ على الإدارة لم يكن عبثاً بل حتمية فرضتها التغيرات العالمية، حيث تعتمد المؤسسات على الإدارة الإلكترونية كأحد أهم الاستراتيجيات الحديثة لتواصل وبث المعلومات والخدمات للجمهور الخارجي، إذ أصبح الاهتمام بالإدارة الإلكترونية أهم ميزات التنافسية للمؤسسات الأعمال العامة والخاصة، و موضع اهتمام الكثير من المنظمات لما لها دور في تطورها و استمرارها و تحديد نجاحها، حيث تعتبر الإدارة الإلكترونية نمط جديد في الإدارة لما لها أثر إيجابي على المنظمات و طبيعة نشاطها وخدماتها والاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة المنتهجة، مما عززت الشفافية والنزاهة في خدماتها و أخذت منحنا جديد غير من طبيعة العمل ومفاهيمه لتصبح إدارة إلكترونية مقننة بنظم معلوماتية هادفة.

ومن بين الإضافات الجديدة الداعمة للإدارة الإلكترونية التي لجأت إليها المؤسسات، قامت بتوظيف مواقع إلى هيكلها الإداري التنظيمي كخطوة مهمة نحو التغيير الذي كان لا بد منه، و من بين هذه المواقع يعتبر الفيسبوك الخيار الأمثل للمنظمات بمختلف مجالاتها، و من بين هذه المؤسسات أخذت مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة اتجاه جديد نحو التغيير باستخدام الفيسبوك ضمن إدارتها الإلكترونية كناطق رسمي للمؤسسة، من خلاله تتم عملية نشر و نقل المعلومات و الخدمات و أبرز القرارات الصادرة عن المديرية وكل ما هو جديد عن العروض الترويجية، وهذا من أجل متابعة تنفيذ الاستراتيجية التي عادت بالإيجاب عليها من خلال اختصار الوقت، الجهد، التكلفة، التقرب من الزبون وبناء علاقات وطيدة بين الجمهور الداخلي والخارجي و تكوين انطباعات جيدة عن المؤسسة و تعاملاتها مع الزبون وخلق سمعة صورة حسنة عنها.

هذا النوع من المواقع يلعب دورا كبير في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة من خلال معرفة الانطباعات المكونة عن المؤسسة لدى الجماهير من خلال ميزات التي يقدمها الفيسبوك لمستعمليه كتعليق، بالإضافة إلى دوره في ترسيخ انطباع جيد عن تعاملاتها وكسب ثقتهم و ولائهم.

و في هذا السياق، سعت هذه الدراسة إلى معرفة توظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة بمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة، و لمعالجة هذا الموضوع تم الاعتماد على مقدمة و أربعة فصول و خاتمة.

الفصل الأول عبارة عن إطار منهجي يضم إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، مع بيان أهميتها وأهدافها، بالإضافة إلى مفاهيم الدراسة، مع تحديد منهج الدراسة و أدوات المتمثلة في الاستبيان، كما تم تحديد مجتمع الدراسة وعينته مع وضع دراسات سابقة تخدم الموضوع، بالإضافة إلى النظرية المتبعة في الدراسة.

و الفصل الثاني يحتوي على الجانب النظري الذي يتناول مجموعة من العناوين الرئيسية، أولا جاء تحت عنوان ماهية الفيسبوك، و تم تناول فيه نشأة الفيس بوك، مع تحديد خصائصه، و ذكر وظائف الفيسبوك للمؤسسة، بالإضافة إلى كيفية إنشاء صفحة خاصة بالمؤسسة، من ثم ذكر كيفية استخدام المؤسسة لموقع الفيس بوك، و أخيرا التطرق إلى أبرز إيجابيات استخدام موقع الفيسبوك.

أما العنوان الثاني جاء تحت عنوان الإدارة الإلكترونية للمؤسسة، حيث تم التطرق إلى أهم العناصر في الإدارة الإلكترونية منها نشأة الإدارة الإلكترونية و مفهومها، مع ذكر أسباب تحول المؤسسة إلى إدارة إلكترونية، ووضع خصائصها و أهميتها وذكر أبرز وظائفها، مع وضع عناصر الإدارة الإلكترونية في الأخير.

يليهما آخر متغير في الدراسة بعنوان الصورة الذهنية للمؤسسة، حيث تناول أهمية وخصائص الصورة الذهنية للمؤسسة و أهدافها في بناء صورة ذهنية إيجابية، مع ذكر انواع و مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة، و في الاخير تم معرفة دور الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

و في الفصل الثالث تناولنا الإطار التطبيقي للدراسة، تم تحديد الإطار المكاني للدراسة بمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة و وصفه، و بعد ذلك تم عرض و تحليل وتفسير البيانات، كميا وكيفيا، ثم استخلاص النتائج وتقديم الاقتراحات حول الدراسة وجاءت الخاتمة كحوصلة نهائية لدراسة.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي

1. الإشكالية
2. أهمية الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. أسباب اختيار الموضوع
5. المدخل النظري للدراسة
6. تحديد المفاهيم
7. نوع ومنهج الدراسة
8. أداة جمع البيانات
9. مجالات الدراسة
10. مجتمع البحث و عينة الدراسة
11. الدراسات السابقة

1. الإشكالية

في ظل التطور السريع في مجال تقنيات الحديثة لتكنولوجيا الاتصال و المعلومات في العالم، تعد الإدارة الإلكترونية من أحدث ما توصلت إليه التكنولوجيا لتحسين الخدمة المؤسساتية مواكبة لتطورات التي حدثت في العالم الرقمي لتظهر خدمات إلكترونية ذكية نتيجة دمج الإدارة بتقنيات الاتصال الرقمي في المؤسسات في شتى المجالات من شأنها تسريع وتيرة العمل بأسرع وقت وبأقل التكاليف و رفع درجة الشفافية بالإضافة إلى الدقة العالية في تدفق المعلومات للمستخدمين.

والهدف من الإدارة الإلكترونية في المؤسسات تفعيل الخدمات من التقليدية إلى الإلكترونية مع تقديم امتيازات خاصة للمتعاملين مع المؤسسة بآليات جديدة للارتقاء بفعالية الإدارة في كافة جوانبها.

حيث يعتبر الفيسبوك من الآليات التي تنتهجها الإدارة الإلكترونية في المؤسسة كموقع لتعريف بما تقدمه المؤسسة من خدمات لكسب رضا و ولاء العملاء والجماهير و خلق صورة طيبة لها وتلميعها من شأنها تشكيل الآراء و تكوين الانطباعات إزاء المؤسسة وخلق سلوك إيجابي للأفراد لتحقيق أهدافها الاستراتيجية والمحافظة على مكانتها و ضمان الاستمرارية و التنافسية وهذا ما تسعى إليه العلاقات العامة للمؤسسة والتأثير فيه من خلال المعلومات التي تنقل للجماهير عبر الفيسبوك، حيث تؤثر على إدراك و معرفة الجماهير للمؤسسة من خلال إدارتها الإلكترونية التي استعانت بالفيسبوك كأداة فعالة وتفاعلية لها وبناء سلوكيات الفرد و موافقهم لتكوين و ترسيخ صورة ذهنية حسنة و مرغوبة و مثلى عن المؤسسة الإلكترونية عبر الفيسبوك من خلاله تتخطى حدود المكان والزمان والمتاح للجماهير كونه سهل الاستخدام من أجل تعزيز مكانتها بين الجمهور الخارجي والداخلي تفاديا لوقوع في فخ الإشاعات المغرضة، هذا ما جعل المؤسسات الجزائرية تلجأ لمثل هذه الاستراتيجيات والسياسات الحديثة التي فرضها عالم التكنولوجيا و هو الاستعانة بالوسائل الاتصالية الحديثة لتكوين صورة ذهنية حسنة عن المؤسسة و الخروج من المحيط المليء بالإشاعات باستعمال أساليب جديدة لكسب ثقة الجمهور وخلق صورة جيدة عن المؤسسة عبر الفيسبوك.

هذا ما سعت إليه مؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة تفعيل الإدارة الإلكترونية من أولوياتها حيث تحظى باهتمام كبير من أجل تحسين انطباعات وسلوكيات الجمهور نحو ما تقدمه المؤسسة عبر خاصية الفيسبوك يتم من خلاله وضع الاعلانات التي من مفادها وضع المستهلك أمام الخدمات و العروض

الترويجية والجديدة للمؤسسة من خلالها يتعرف الجمهور على ما تقدمه المؤسسة ويتفاعل مع المعلومات والاستفسار عن كل ما هو جديد بالمؤسسة.

التساؤلات

انطلاقاً من كل ما سبق، يمكن طرح إشكالية هذه الدراسة في التساؤل الرئيسي:

ما هو دور الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية في الإدارة الإلكترونية لمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؟

و يمكن أن يتفرع السؤال أعلاه إلى جملة من الأسئلة:

- ✓ ماهي خصائص وسمات الفيسبوك التي تعتمد عليها المؤسسة ضمن صفحتها الرسمية؟
- ✓ كيف يساهم الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية لمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؟
- ✓ ما مدى تطبيق الإدارة الإلكترونية للفيس بوك لتحسين الصورة الذهنية لمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر؟
- ✓ ماهي المعوقات التي تواجه مؤسسة بريد الجزائر بالمسيلة من خلال استعمال الفيسبوك كألية لتحسين الصورة الذهنية ضمن الإدارة الإلكترونية؟
- ✓ ماهي الإشباكات المحققة في استخدام الفيسبوك لتحسين الصورة الذهنية بمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة!؟

2. أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أهمية الموضوع بحد ذاته و هو توظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة ، الذي يعتبر من المواضيع المواكبة لتطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا المعلومات على مستوى هياكلها الإدارية لتنتقل من الطابع التقليدي إلى الإلكتروني مع توظيف الفيسبوك كألية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة باعتباره عنصراً هاماً في نجاح ضمان الاستمرارية للمؤسسة و ترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة بواسطة المنصة الإلكترونية للمؤسسة باستعمال الفيسبوك كتقنية تفاعلية حصرية تنقل الأحداث و المعلومات والأفكار الواردة بالمؤسسة بأنية ووضوح وسهولة التلقي لدى الجمهور مما يساعد المؤسسة بهيكلها

الإداري الإلكتروني في تطوير خدماتها و تحسينها بأساليب حديثة وفعالة لكسب رضا العملاء و ولاءهم وخلق سلوك إيجابي اتجاهها و التنافس بين المؤسسات.

3. أهداف الدراسة

- أ. معرفة خصائص الإدارة الإلكترونية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة عبر الفيسبوك؛
- ب. معرفة ما مدى توظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية للمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة لتحسين الصورة الذهنية لها؛
- ج. الكشف عن المعوقات و العراقيل التي واجهت مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة لتحسين صورته الذهنية؛
- د. معرفة مدى نجاح المؤسسة في توظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية للمؤسسة لتحسين الصورة الذهنية بمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة.

4. أسباب اختيار الموضوع

أهم الأسباب التي دفعتني لاختيار هذا الموضوع:

1.4. الأسباب الذاتية

- أ. حب الاطلاع على كل ما هو جديد في مجال تكنولوجيا الاتصال والمعلوماتية وكيفية مساهماتها في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة؛
- ب. الرغبة في إثراء رصيدنا المعرفي و المعلوماتي في هذا المجال بحكم التخصص؛
- ج. الشعور بأهمية الموضوع خاصة مع التطورات التي طرأت على المؤسسات و الأساليب التي تستخدمها لتحسين الصورة الذهنية لجمهورها.

2.4. الأسباب الموضوعية

- أ. إبراز دور الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة؛
- ب. الأهمية البالغة التي توليها مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة للإدارة الإلكترونية في تكوين و تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عبر الفيسبوك؛

ج. معرفة مدى تطبيق مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة للإدارة الإلكترونية و الفيسبوك لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة؛

د. اهتمام المؤسسات بتحسين صورتها للجماهير حيث أصبح من أولوياتها.

5. المدخل النظري للدراسة

1.5. النظرية البنائية الوظيفية

أ. تعريف النظرية

تعرف النظرية على أنها: "مجموعة من البنى المترابطة والمفاهيم والتعاريف والمقترحات التي تقدم وجهة منهجية للظواهر عن طريق تحديد العلاقات بين المتغيرات وذلك بهدف الشرح والتنبؤ. (المزاهرة، 2012، ص 162)

إن الوظيفية اتجه فكري من بين أهم التيارات السائدة في علم الاجتماع ولقد حظيت بتسميات عديدة منها: "الوظيفية، البنائية الوظيفية والاتجاه الوظيفي"، وتعرف أكثر باسم البنائية الوظيفية ويشيع استخدامها: "« FUNCTIONLISM ». (غربي، 2007، ص 75)

ويعد من أكثر الاصطلاحات التي تثار حولها الجدل في العلوم الاجتماعية وذلك للاستخدامات المختلفة لكلمة "وظيفة" على كل المستويات، فالوظيفية بالإضافة إلى أنها مفهوم يشير إلى نظرية كبرى في علم الاجتماع فقد طبقت في علوم أخرى كعلم السياسة وعلوم الإعلام والاتصال وعلم الإدارة. وعلى العموم فإنه مفهوم الوظيفية يستخدم في عدة مجالات لدراسة وتفسير الظواهر الاجتماعية من خلال تحليل وظائفها.

وغالبا ما تشير الوظيفة إلى الإسهام الذي يقدمه الجزء للكل وهذا الكل يكون ممثلا في المجتمع أو ثقافته، إذن فالاتجاه الوظيفي يؤكد على ضرورة تكامل الأجزاء في إطار الكل أو ما يطلق عليه في بعض الأحيان تساند الأجزاء. (عبد الرحمان، 2005، ص 60)

إن مفهوم الوظيفية وفق التحليل الوظيفي يهتم بتفسير اتجاهات وأنشطة المؤسسات في ضوء حاجات المجتمع، ويفترض مسبقا إن الحاجات أساسا هي عملية مستمرة ومنظمة ومتكاملة تتطلب دوافع وتوجيه

وتكيف، وينظر إلى المجتمع باعتباره مجموعة من الأجزاء المرتبطة أو الأنساق الفرعية. (شيبه، 2012، ص 100)

لقد سعت البنائية الوظيفية إلى تفسير التوازن والاستقرار في المجتمع، فتجاهلت ما قد يتعارض مع أطروحتها من عمليات تثير التوتر، أو التفكك، أو الصراع، ومن بين ذلك القوة وتفاضلاتها وما ينشأ عنها من استغلال وصراع وتغير، أي كما هي مستخدمة في نظرية الصراع. ومن هذا المنطلق نظرت البنائية الوظيفية إلى المجتمع، كبناء مستقر وثابت نسبياً يتألف من مجموعة عناصر متكاملة مع بعضها، وكل منها يؤدي بالضرورة وظيفة ايجابية يخدم من خلالها البناء العام، وجميع عناصر هذا البناء تعمل في إطار من الاتفاقات المشتركة والاجماع القيمي، ويمكن متابعة استخدام مفهوم القوة وانعكاساته على المعنى في البنائية الوظيفية من خلال أبرز أعلامها، تالكوت بارسونز، وروبرت ميرتون، ومن ثم الوظيفية الحديثة عند حفري الكسندر. (الحواري، 2008، ص 109)

ب. رواد النظرية

من أبرز رواد النظرية نذكر مايلي: أوجست كونت، هربرت سبنسر، إميل دوركايم، روبرت ميرتون، تالكوت بارسونز.

ج. الفرضيات الأساسية النظرية البنائية الوظيفية

بالرغم من تعدد آراء علماء الاجتماع واختلافها حول مفهوم الوظيفية فإنهم في الغالب يجمعون على بعض المبادئ أو القضايا والفرضيات التي تشكل مجموعها الصياغة النظرية للاتجاه الوظيفي، وهذه الفرضيات هي:

1. يمكن النظر إلى أي شيء ، سواء أكان كائناً حياً أو اجتماعياً أو فرداً أو مجموعة ، أو تنظيمياً رسمياً أو مؤسسة أو مجتمعاً أو حتى العالم بأسره على أنه نسق أو نظام System ، وهذا النسق يتألف من عدد من الأجزاء المترابطة ، لكل جزء وظيفة محددة يقوم بها للمحافظة على النسق.

2. لكل نسق احتياجات أساسية لا بد من الوفاء بها، وإلا فإن النسق سيفنى أو يتغير تغيراً جوهرياً، فالمجتمع في حاجة لتنظيم أساليب السلوك (القانون) وفي حاجة لإضافة أفراد جدد (عن طريق الزواج) وفي حاجة لمجموعة لرعاية الأطفال (الأسر)

3. يمكن تحقيق كل حاجة من حاجات النسق بواسطة عدة متغيرات أو بدائل alternatives فحاجة المجتمع لرعاية الأطفال وتعليمهم يمكن أن تقوم بها الأسرة أو الحضانة أو المدارس، وحاجة المجتمع للتماسك تتحقق عن طريق قوة العادات والتقاليد، وسيادة قدسية الدين، أو ربما نتيجة الشعور بتهديد من عدو خارجي.

4. توازن النسق قضية جوهرية، فلا بد أن يكون المجتمع في حالة توازن Equilibrium ولكي يتحقق هذا التوازن لا بد أن تلي كل حاجات النسق، ويرى (بارسونز) أن التوازن يتم من خلال تكامل مكونات النسق وترابطها، بحيث تقاوم أي تغيرات قد تضر بقاء النسق، وإذا حدث أي تغير، فإن النسق يرجع إلى حالة التوازن بصورة تلقائية

5. لكل جزء من أجزاء النسق سمة تؤثر في بقائه وتوازنه، فقد يكون وظيفياً أي يسهم تحقيق التوازن، وقد يكون معوقاً وظيفياً أي يقلل من عدم التوازن، أو قد يكون غير وظيفي أي، عديم القيمة بالنسبة للنسق. (الزبياري، 2016، ص 107)

6. وحدة التحليل هي الأنشطة والنماذج المتكررة والصور العامة للسلوك، وليست وحدات فردية محددة فالتحليل الوظيفي لا يحاول أن يشرح كيف ترعى أسرة معينة أطفالها، وإنما يهتم بكيفية تحقيق الأسرة - كنظام - لهذا الهدف. و باختصار، أن النظرية البنوية الوظيفية تؤمن بأن المجتمع أو المؤسسة أو الجماعة لها بناء، والبناء يتكون من أجزاء ولكل جزء وظيفة وهذه الوظيفة تكون متكاملة مع الوظائف الأخرى التي تؤديها بقية الأجزاء. ومثال على ذلك، كالمصنع، يتكون من أقسام، كقسم الإدارة والذاتية وقسم الإنتاج وقسم البحوث وقسم العلاقات العامة وقسم الدعاية والإعلان. وهذه الأقسام تؤدي وظائف متخصصة تساعد على ديمومة النظام وقدرته على تحقيق أهدافه الرئيسية. (الزبياري، 2016، ص 108).

د. إسقاط النظرية على موضوع الدراسة

جاءت أهمية النظرية الوظيفية في دراسة موقع الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية و دوره في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الممثلة في مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة.

خاصة بعد الاهتمام الكبير الذي توليه المؤسسات للمواقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك في الآونة الأخيرة نظرا لتطورات الراهنة لتحسين صورتها الذهنية للأفراد ضمن هيكلها الإداري الإلكتروني ويمكن تحديد أهم الوسائل التي تستخدمها المؤسسة ضمن هيكلها الإداري الإلكتروني لتواصل مع الجماهير ، وهذا يتطلب ضرورة تكوين نسق من المعلومات حول الإدارة الإلكترونية وأنشطتها وأهم المسائل التي تستخدمها لتحسين صورة المؤسسة مع ضرورة تحديد كيفية العمل فيها كبناء و كعملية ، وتحديد الكيفية التي تتفاعل مع سائر العناصر التنظيمية داخل و خارج المؤسسة في ضوء النظرية الوظيفية التي تركز على وظائف الظاهر الاجتماعية، إذ تعتبر مؤسسة الوحدة الولائية لمديرية بريد الجزائر بالمسيلة بناء كلي تتكون من مجموعة انساق مترابطة و من بين هذه الأنساق يعتبر الفيسبوك نسق يؤدي وظيفة داخل المؤسسة ككل في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة ، إذ تم استغلاله استغلال حسن من طرف الإدارة الإلكترونية وكل منهما أدى وظيفة إيجابية يخدم من خلالها البناء العام .

6. مفاهيم الدراسة

أولاً: الفيسبوك

أ. تعريف الفيسبوك لغة

يعرف الفيسبوك على أنه "موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح فرصة إبراز شخصية المستخدم أو الشركات، و أن يقوم بتعزيز مكانته عبر أدوات الموقع قصد التواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع، أو التواصل مع مواقع أخرى عن طريق الروابط". (المقداد، 2013، ص 34)

Facebook: وهو شبكة تواصل اجتماعي مجانية منتشرة على الإنترنت، تسمح للمستخدمين المسجلين بإنشاء متصفحات أو صفحات شخصية، وتحميل الصور والفيديو". (قمحية، 2017، ص 24)

ب. التعريف الإجرائي

الفيسبوك موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، من خلاله يتم نقل المعلومات للمستخدمين و يتفاعل الأفراد و المسيرين فيما بينهم و من خلالها تتكون صورة ذهنية لدى الجماهير عن المؤسسة ما أو شخصية معينة قصد خلق سلوك إيجابي للأفراد عن المؤسسة وكسب ثقة الجمهور والاستمرارية من خلال نشاطاتها التي تروج لها عبر موقع الفيسبوك والامتيازات التي تمنحها للجماهير من أجل جذب واستقطاب الاستثمارات والعملاء.

ثانيا: الإدارة

أ. تعريف الإدارة لغة

تُعتبر كلمة (إدارة) مصدراً للفعل (أدار)، يُقال: أدارَ، يُديرُ، أدرَ، إدارةً، فهو مُدير، واسم المفعول منه: مُدار، ويُقال: أدار التجارة؛ أي تعاطاها، وتداولها من دون تأجيل، وتعني الإدارة حسب ورودها في قاموس (أكسفورد): عملية التعامل مع الأفراد، وتنظيم الشؤون العامة. كما أنّ أصل كلمة (الإدارة) يعود إلى الأصل اللاتيني (Administration) الذي يتألف من جزأين، هما: (Ad)، ويعني: لكي، و (ministration) الذي يعني: خدمة، وبهذا فإنّ الإدارة تعني: خدمة الآخرين، أو أداء خدمة ما عن طريق جهاز مُعين. (تعامرة،

2021، مفهوم الإدارة و خصائصها و الوظائف) <http://mawdoo3.com>

ب. اصطلاحاً

وقد قدمت تعريفات متعددة حول معنى الإدارة، يعكس كل منها مرحلة فكرية معينة وخلفية معينة، ومن أمثلة هذه التعريفات ما ذكره 'د. علي عبد المجيد عبده': "الإدارة عبارة عن النشاط الخاص بقيادة وتوجيه وتنمية الأفراد وتخطيط وتنظيم ومراقبة العمليات والتصرفات الخاصة بالعناصر الرئيسية في المشروع من أفراد، ومواد، وآلات ومعدات، وأموال، وأسواق، لتحقيق أهداف المشروع المحددة بأحسن الطرق وأقل التكاليف".

وقد قدم أنصار "مدرسة السلوك الإنساني" تعريفا للإدارة وهو أنها "عملية سلوكية وإنسانية بالدرجة الأولى، فهي فن أو علم التعامل مع البشر واستقطاب تعاونهم وتنسيق جهودهم لتحقيق أهداف معينة".

(المسلمي، 2011، ص 37)

ثالثا: الإدارة الإلكترونية

تعرف الإدارة الإلكترونية على أنها "منهج حديث يعتمد على تنفيذ كل الأعمال و المعاملات التي تتم بين طرفين أو أكثر من الأفراد أو المؤسسات باستخدام كل الوسائل الإلكترونية، مثل: البريد الإلكتروني e-mail و التحويلات الإلكترونية للأموال Electronic Funds transfer، والتبادل الإلكتروني للمستندات Electronic data interchange والفاكس والنشرات الإلكترونية. (الحسن، 2011، ص 41)

التعريف الذي قدمه نجم عبود نجم حيث اعتبرها أنها: " تلك العملية الإدارية القائمة على الاستفادة من الإمكانيات المتميزة للإنترنت وشبكة الأعمال في التخطيط والتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للمنظمة من أجل تحقيق الأهداف. (خميسة، 2013، ص 72)

التعريف الإجرائي

هي الاستعمال الجيد و الفعال لتكنولوجيا المعلومات و الاتصال في الهيكل الإداري للمؤسسة لتنفيذ مهامها بدقة عالية بأسرع وقت و أقل التكاليف لضمان الاستمرارية و دفع بالمؤسسة إلى الريادة والتنافسية في مجال التكنولوجيا الحديثة لتحقيق أهدافها الاستراتيجية.

رابعا: الصورة الذهنية

أ. تعريف الصورة لذهنية لغة

في اللغة العربية ينقسم مفهوم الصورة الذهنية إلى مفردتين " الصورة و الذهنية"، والصورة تعني الشكل الذي يتميز به الشيء، وهي تعني أيضا الصور بكسر الصاد، في اللغة الصور جمع الصورة وصورة تصوير فتصور، وتصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي.

أما الذهنية فإنها تشير إلى الذهن والذهن هو العقل، وبهذا فإن الذهن يطلق على الإدراك والتفكير الاستدلالي نحو طريق إنشاء العلاقات. (باقر، 2014، ص 52)

ب. اصطلاحا

يعرفها علي عجوة في كتابه (العلاقات العامة والصورة الذهنية): هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عن المنشآت والمؤسسات المختلفة، وقد تتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو غير المباشرة

وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات والأقوال غير الموثقة لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونها في رؤوسهم. (عجوة، 1983، ص4)

ويعرفها إبراهيم الداقوي "على أنها تلك التي تقوم على الإدراك العقلي السابق دون أن تكون لها انعكاسات سلبية على تفاعل للأفراد والمجموعات لأن معظم تلك الصور الذهنية عاطفية يصيبها النسيان أو التحوير أو إعادة النظر بمرور الزمن لاعتمادها على الخيال بالدرجة الأولى. (الداقوي، 2001، ص 17)

يعرفها جيفكتز بأنها "الانطباع الذي يتكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحا أو غير صحيح لأنه كلما يكون الانطباع صحيحا كلما كانت المعلومات دقيقة، ويمكن أن يكون غير صحيح وبالتالي كانت معلومات مضللة أو مغرصة. (عليوة، 2002، ص 84)

ج. التعريف الإجرائي

الصورة الذهنية هي عبارة عن آراء و انطباعات و سلوك إيجابي أو سلبي للجماهير حول ما تقدمه المؤسسة ما عبر الإنترنت الفيسبوك سعياً لكسب رضا و ولاء الجماهير و تحسين صورتها للجماهير.

خامسا: المؤسسة

أ. تعريف المؤسسة لغة

أسس، يؤسس، مؤسسة، جمع مؤسسات، منشأة، أنشئت لغرض معين، ويقال مؤسسة علمية أو خبرية أو صناعية. (شعبان، 2002، ص 239)

ب. اصطلاحا

هي نشاط اقتصادي ذات طابع صناعي أو تجاري أو خدماتي، فهي هيكل عضوي متكامل مكون من مجموعة عناصر مادية وبشرية تترايط مع بعضها البعض بشكل متكامل لتشكيل هيكل اقتصادي، فالمؤسسة هي نظام متكامل مشكل من مجموعة من العناصر ذات التأثير المتبادل لاندماجها بعدة عوامل بهدف إنتاج وتبادل السلع والخدمات في إطار قانوني. (كيالي، 1990، ص 446)

هي عبارة عن نظام والنظام بحد ذاته هو مجموعة من العناصر تستخدم بغرض تحقيق هدف معين على أساس ارتباطات وعلاقات فعالة فالمؤسسة هي مجموعة من العناصر البشرية و المالية. (حبيب، 2000، ص 723-724)

ج. التعريف الإجرائي

المؤسسة عبارة عن هيكل مادي و بشري ذو كفاءات عالية يتماشى مع التطور الحاصل يهدف لتحقيق أهداف معينة ضمن تخطيط و تنظيم محكم لخلق التنافسية و الحفاظ على الاستمرارية وفق قانون اداري مسطر.

7. نوع الدراسة ومنهجها

1.7. المنهج

أ. تعريف المنهج لغة

المنهج، والمنهاج، الطريق، الواضح، ج مناهج يقال "منهج التعليم". (البستاني، 2000، ص 45)

ب. اصطلاحاً: Méthode

وهو طائفة من القواعد العامة للوصول إلى الحقيقة في العلوم، أو هو الطريق المؤدي إلى الكشف من الحقيقة في العلوم.

وهو مجموعة القواعد والإجراءات التي يجب أن يتبعها الباحث للوصول إلى النتائج المستهدفة. (عبد

الحميد، 2012، ص 15)

بالإضافة إلى أنه مجموعة القواعد يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى الحقيقة العلمية، أو الطريقة المؤدية إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة الطائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة المعالم المستهدفة.

كما يعرفه الدكتور عامر مصباح بأنه: مجموعة من الخطوط العلمية الواضحة والدقيقة التي يسلكها

الباحث في مناقشة أو معالجة ظاهرة معينة. (مصباح، 2017، ص 13)

كما عرفه موريس انجرس بأنه: مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى النتيجة. (انجرس، 2004-2006، ص 26)

وهو عبارة عن جملة من المبادئ والقواعد والإرشادات التي يجب على الباحث إتباعها من بداية البحث إلى نهايته بغية الكشف عن العلاقات العامة والجوهرية التي تخضع لها ظواهر موضوع الدراسة. (لطاد وآخرون، 2019، ص 14)

2.7. نوع الدراسة

تندرج دراسي ضمن الدراسات الوصفية التي تهتم بتصوير ما هو كائن، فهي تصف خصائص الظاهرة ومركباتها، وتصف العامل التي تؤثر عليها والظروف التي تحيط بها وتحدد العلاقات الارتباطية بين المتغيرات التي تؤثر على تلك الظاهرة. (المغربي، 2000، ص 95)

حيث تستهدف دراسي وصف وتحليل توظيف الفيسبوك ضمن الإدارة الإلكترونية و الخصائص المميزة لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة أي برصد الظاهر بمختلف أبعادها و الوصف الدقيق والتفصيلي لها مع الكشف عن العلاقات العامة و الجوهرية لهذه الظاهرة

تعريف المنهج الوصفي

هو الطريقة العلمية المنظمة التي يعتمدها الباحث في دراسته لظاهرة اجتماعية أو سياسية معينة وفق خطوات بحث معينة يتم بواسطتها تجميع البيانات والمعلومات الضرورية بشأن الظاهرة وتنظيمها وتحليلها من أجل الوصول إلى أسبابها ومسبباتها والعوامل التي تتحكم فيها وبالتالي استخلاص نتائج يمكن تعميمها مستقبلا. (خبدي، 2010، ص 199)

ويعرف أيضا على أنه " أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الوصول على نتائج عملية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية. ربما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة. (عبد الرحمان وآخرون، 2002، ص 371)

ويتطلب مع الوصف التحليل الذي يحاول أن يشرح ويعبر لماذا تستمر هذه الظاهرة والاختبار بين متغيرين، ورسم الاستدلالات التفسيرية

8. أداة جمع البيانات

هي وسائل تسمح بجمع المعطيات من الواقع، وأكبر قدر ممكن من المعلومات حول الموضوع، وذلك قصد تحقيق الدقة والموضوعية في النتائج المتوصل إليها، ولهذا فقد اعتمدت على استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات اللازمة عن مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة.

استمارة الاستبيان

يعتبر الاستبيان من الأدوات الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة، وقد استخدم أسلوب الاستبيان كأداة رئيسية في البحث كونه يساعد الباحث في جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار الواسع، بالإضافة إلى أن الباحث لا يتدخل في التقرير الذاتي للمبحوثين ويوفر الكثير من الوقت والجهد، ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها، مما يرفع درجة الثبات. (عبد الحميد، 2015، ص 106)

وهو أداة للحصول على حقائق وتجميع البيانات عن الظروف والأساليب القائمة بالفعل... يعتمد على مجموعة من الأسئلة ترسل لعدد كبير نسبيا من أفراد المجتمع. (عبيدات وآخرون، 1999، ص 121)

في بداية الاستبيان تطرقت إلى صفات العينة والمتمثلة في البيانات الشخصية للمبحوثين، الجنس والسن التخصص، الوظيفة، وعدد سنوات الخبرة، لما لهذه البيانات من تأثير على إجابة المبحوثين وعلى فهم وتفسير البيانات الأخرى.

قبل الخروج بالاستبيان إلى الميدان و الإجابة عليه من طرف العينة المقصودة، تم عرض الاستبيان على لجنة التحكيم التي تضم مجموعة من الدكاترة بالجامعة مشكورين على التوجيه:

1. الدكتور المحاضر عبد المالك صاوي؛

2. الدكتور المحاضر بوعزيز أبو بكر.

لتصبح استمارة الاستبيان جاهزة و في شكلها النهائي كما هو موضح:

قمت بتصميم استمارة استبيان وتم تقسيم الاستمارة إلى 4 محاور وهي:

المحور الأول: خصائص موقع الفيسبوك للمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؛

المحور الثاني: ما مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عن طريق موقع الفيسبوك؛

المحور الثالث: الاشباع المحققة من استخدام موقع الفيسبوك ضمن إطارها الإداري الإلكتروني؛

المحور الرابع: العراقيل التي تواجه مؤسسة بريد الجزائر بالمسيلة من خلال استعمال موقع الفيسبوك كآلية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

✓ بالإضافة إلى طرح سؤال يوحى إلى معرفة التطلعات المستقبلية للمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة ومعرفة الإضافات التي قد تقدمها المؤسسة إلى المتعاملين معها.

9. مجالات الدراسة

موضوع الدراسة: توظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة بمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة.

المجال الزمني: تم إجراء هذه الدراسة خلال الفترة الممتدة من 25 أبريل 2022 إلى 30 ماي 2022

المجال البشري: وهو المجال الذي تم اختيار منه العينة المتبعة، و يتمثل في موظفي مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة.

أداة الصدق و الثبات:

صدق أداة الدراسة

الصدق يعني بصفة عامة أن السؤال أو العبارة الموجودة في الاستبيان تقيس ما يفترض البحث قياسه بالفعل، ويعد صدق المحكمين أو استطلاع آراء المحكمين الخبراء من أكثر الصدق شيوعا وسهولة وأشهرها استخداما لدى الباحثين وهو أن يختار الباحث عدد من المحكمين مجال الظاهرة المدروسة أو مشكلة موضوع البحث ويطلب منهم تصحيح الفقرات أو الحكم عليها. (نجم، 2010، ص 51).

وقد قمنا بعرض الاستبيان على محكمين (2) في المجال وذلك للحكم عليها إن كانت مرتبطة بالعدد الذي تقيسه أم غير مرتبطة وموضوعية الأسئلة الموجودة بالاستبيان في دراسة توظيف الفيسبوك في الإدارة

الإلكترونية لتحسين الصورة الذهنية لمؤسسة مديرية بريد الجزائر بالمسيلة، وكذلك ملائمة الأسئلة للمبحوثين ومطابقتها لمحاور الدراسة والفرضيات.

وعلى ضوء ملاحظات الأساتذة المحكمين واقتراحاتهم تمت صياغة الاستبيان في صورته النهائية وذلك بعد إجراء التعديلات اللازمة وفقا لآراء المحكمين واقتراحاتهم من إضافات وحذف وكذا تغيير في المتغيرات.

10. مجتمع البحث و عينة الدراسة

يعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية وهي تتطلب من الباحث دقة بالغة، ويعرف مجتمع البحث حسب " مادلين قرافيت"، أنه " مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى، والتي يجرى عليها البحث أو التقصي" (أنجوس، 2006، ص 62)

وهو أيضا: "المجتمع الأكبر أو المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف والذي يهدف إلى دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته. (عبد الحميد، 2015، ص 163)

والعينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتأمل الباحث منها منهجيا ويشترط على هذا العدد لن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات. (العزاوي، 2008، ص 182)

يتمثل مجتمع البحث في دراسة موظفي المديرية الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة الذي يتراوح عددهم 35 موظف، تم أخذ مسح شامل أي كل أفراد مجتمع الدراسة بمعنى جميع موظفي مديرية بريد الجزائر بالمسيلة، إذ تمت الدراسة على 31 عامل فقط، بسبب غياب بعض الموظفين لانشغالهم خارج المؤسسة في إطار العمل.

11. الدراسات السابقة

1.11. الدراسة الأولى

بعنوان " دور موقع الفيسبوك في تحسين الصورة الجامعة"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال و علاقات عامة، من إعداد الطلبة مسهل مُجّد، بن سعد نور الدين، السنة الدراسية 2021/2020، جامعة مُجّد بوضياف بالمسيلة، دراسة ميدانية لعينة طلبة من قسم الإعلام و الاتصال، وتمثلت إشكالية الدراسة

في السؤال رئيسي و هو : ما هو الدور الذي يؤديه موقع الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للجامعة لدى طلبة جامعة المسيلة؟ و تهدف إلى :

- أ. الكشف عن أنماط وعادات استخدام موقع الفيسبوك في تحسين صورة الجامعة.
- ب. إظهار مدى مساهمة موقع الفيسبوك في تحسين صورة الجامعة.
- ج. الكشف عن دوافع استخدام موقع الفيسبوك في تحسين صورة الجامعة.
- د. معرفة الإشباع المحققة من استخدام موقع الفيسبوك على تحسين صورة الجامعة.
- هـ. معرفة مدى فائدة وتقييم دور موقع الفيسبوك في تحسين صورة الجامعة.

اعتمد الطلبة على المنهج المسحي و المنهج الوصفي التحليلي لمعرفة خصائص الظاهرة و معرفة العلاقة السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، و اعتمد الطلبة على استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات والبيانات الموجه لطلبة الجامعة بالإضافة إلى أداة المقابلة، و اعتمد كذلك الباحثين على العينة القصدية لمجتمع البحث طلبة قسم الاعلام و الاتصال و قد بلغ حجم العينة القصدية 50 عينة موزعة .

توصلت الدراسة إلى أهم النتائج نذكر منها:

- ✓ إن أفراد العينة مؤيدين على ان الجامعة تحتل مركز مهما في التصنيف الوطني؛
- ✓ إن أفراد العينة مؤيدين على أن سمعة الجامعة طيبة؛
- ✓ إن أفراد العينة مؤيدين ان الجامعة تراعي لرغبات الطلبة؛
- ✓ مما يعني إن أفراد العينة مؤيدين على الجامعة تحتوي على جميع معدات القبول للتخصصات المختلفة؛
- ✓ إن أفراد العينة مؤيدين على سرعة موقع الفيسبوك الجامعة في نقل ونشر المعلومات؛
- ✓ إن أفراد العينة مؤيدين على أن ساهم موقع الفيسبوك في خلق شركات و اتفاقيات تعاون للجامعة.
- ✓ إن أفراد العينة مؤيدين أن ساهم موقع الفيسبوك في علاقات الجامعة بالمجتمع المحلي.

من خلال دراستنا التي قمنا بها و هذه الدراسة التي اعتمدت عليها كدراسة سابقة:

التعقيب على الدراسة السابقة

من حيث الموضوع:

حيث أن الدراسة التي قدمتها تناولت "توظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة"؛ أي أن وجود تشابه في المتغيرين "الفيسبوك و الصورة الذهنية" مع الاختلاف في المتغير "الإدارة الإلكترونية"

من ناحية أدوات جمع المعلومات:

التشابه في أداة جمع المعلومات وهي الاستبيان و الاختلاف في توظيف أداة المقابلة في الدراسة السابقة، و أوجه التشابه في عينة الدراسة و النظرية المتبعة.

من ناحية المنهج:

تتوافق الدراستين في المنهج الوصفي، و تختلف في المنهج المسحي المستعمل في الدراسة السابقة. وقد استفدت من هذه الدراسة من المعلومات المتحصل حول موضوع الدراسة و كيفية تحديد خطوات ومراحل الدراسة.

2.11. الدراسة الثانية

بعنوان "دور المواقع الإلكترونية في تحسين صورة المؤسسة"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال و علاقات عامة، من إعداد الطالبة سمراء بن عمر، السنة الدراسية 2019 / 2020، جامعة مُجَد بوضياف بالمسيلة، دراسة ميدانية على مجموعة من الطلبة و الأساتذة و الموظفين بجامعة المسيلة، قسم الإعلام و الاتصال، و تمثلت إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي: ما هو دور الموقع الإلكتروني لجامعة المسيلة في تحسين صورة المؤسسة؟

و تهدف الدراسة إلى:

الإجابة عن التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات أو عدم صحتها من خلال تقديم تصور حوله:

✓ تقديم إطار فكري علمي من خلال دراسة مساهمة الموقع الإلكتروني لجامعة المسيلة؛

- ✓ محاولة التعرف على الموقع الإلكتروني للجامعة ودوره الفعال لتحسين صورة المؤسسة؛
- ✓ الوقوف على واقع المؤسسة الجزائرية ومدى استفادتها من استخدام الموقع الإلكتروني؛
- ✓ التعرف على الصورة الذهنية المتخذة من طرف الجمهور.

تدرج دراسة الطالبة ضمن المنهج الوصف لوصف الظاهرة وجمع المعلومات بدقة وتفسيرها.

اعتمدت الطالبة على استمارة الاستبيان كأداة أساسية لجمع المعلومات الموجهة لطلبة و أساتذة والموظفين بجامعة مُجّد بوضياف بالمسيلة قسم علوم الإعلام و الاتصال بالإضافة إلى أداة المقابلة.

و اعتمدت كذلك الباحثة على العينة العمدية لمجتمع البحث الأساتذة و الطلبة و الموظفين بجامعة المسيلة مُجّد بوضياف قسم علوم الإعلام و الاتصال و أجريت الدراسة على عينة قوامها 300 مفردة.

توصلت الدراسة إلى أهم النتائج نذكر منها:

- ✓ أن المواقع الإلكترونية هي مواقع اتصالية تعريفية.
- ✓ أن الموقع الإلكتروني يقوم بتلبية الحاجيات المعرفية.
- ✓ أن السبب الأول في استخدام المواقع الإلكترونية هو سرعة الحصول على المعلومة وتزويد الجمهور بمختلف المعلومات في أقصى سرعة ودون جهد أو تكلفة.

التعقيب على الدراسة السابقة:

من خلال الدراسة التي قمت بها والدراسة السابقة التي اعتمدت عليها كدراسة سابقة:

من حيث الموضوع:

يوجد اختلاف في المتغير الأول، حيث أن الدراسة السابقة قامت بدراسة "المواقع الإلكترونية" بشكل عام أما دراستي قمت بتحديد الفيسبوك كمتغير ثابت لدراسة، و أوجه التشابه في المتغير الصورة الذهنية للمؤسسة.

من حيث المنهج: تتوافق الدراستين في المنهج العلمي المتبع.

من حيث أدوات جمع المعلومات و العينة:

بالإضافة إلى التشابه في أداة جمع المعلومات وهي الاستبيان، و الاختلاف في توظيف أداة المقابلة في الدراسة السابقة و تتوافق في العينة المتبعة.

من حيث النظريات: تتوافق الدراستين في النظريات العلمية المستخدمة.

استفدت من هذه الدراسة في تحديد مفاهيم الدراسة والجانب المنهجي للدراسة .

3.11. الدراسة الثالثة

بعنوان "الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين الخدمة العمومية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في السياسية، تخصص إدارة أعمال استراتيجية، فراحي وهيبة، السنة الدراسية 2017-2018، اكلني محند اولحاج، البويرة، قسم علوم التسيير ، تخصص إدارة أعمال استراتيجية، دراسة حالة بلدية البويرة.

تمثلت إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي: كيف ساهمت الإدارة الإلكترونية في تحسين الخدمة

العمومية في بلدية البويرة؟

تهدف الدراسة إلى:

- ✓ معرفة واقع الإدارة الإلكترونية في بلدية البويرة، من خلال معرفة مدى تطبيق البرنامج الوزاري على مختلف مصالح البلدية خاصة تلك المتعلقة بتنفيذ الإجراءات الخاصة بتحديد الهوية الإلكترونية والبيومترية.
- ✓ تسليط الضوء على دور الإدارة الإلكترونية في المؤسسة محل الدراسة (بلدية البويرة)، وكذا التعرف على المحاسن التي تقدمها الإدارة الإلكترونية للخدمات العمومية؛
- ✓ إبراز أهمية الإدارة الإلكترونية وزيادة فعاليتها من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات، وذلك في تقديم الخدمات للمؤسسة وكذا التعرف على الخدمات التي تقدمها المؤسسة لزيائنها؛
- ✓ التعرف على مختلف التكنولوجيات المستخدمة في المؤسسة من أجل الارتقاء بخدماتها؛
- ✓ إثراء الرصيد المكتبي في البحوث الحديثة خاصة فيما يتعلق بموضوع الإدارة الإلكترونية وعلاقتها بالخدمة العمومية؛
- ✓ محاولة الإحاطة بأهم الآثار والمنافع التي تنعكس على مؤسسات الدولة خاصة الجماعات الإقليمية من خلال التطبيق الصحيح لهذا المفهوم.

حيث اعتمدت الطالبة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي للظاهرة المدروسة، و دراسة حالة بالإضافة إلى المنهج التاريخي.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة

✓ أصبح التوجه نحو إرساء دعائم الإدارة الإلكترونية في المنظمات بصفة عامة والجماعات الإقليمية بصفة خاصة ضرورة حتمية، وذلك في ظل مختلف التطورات التكنولوجية التي أصبحت تشهدها بيئة الأعمال المعاصرة، نظراً لعلاقتها الكثيفة و المتبادلة مع المواطنين.

✓ يتطلب تطبيق الإدارة الإلكترونية في الجماعات الإقليمية في الكثير من الأحيان ضرورة توفير مجموعة من المتطلبات الإدارية، الأمنية، البشرية والتقنية، إلا أن هناك مجموعة من المعوقات التي تحول في الغالب دون نجاح التطبيق الفعال لمبادئ الإدارة الإلكترونية وهو ما يجعل المترتبة عنها تفاوت ما بين الإيجابية والسلبية.

✓ تؤثر الإدارة الإلكترونية على شكل الخدمة العمومية من خلال آلياتها المتمثلة في شبكة الإنترنت ومختلف المعدات التقنية و التكنولوجية.

✓ استخدام الإدارة الإلكترونية يؤدي إلى التغلب على العديد من المشاكل التي كانت تعيق مسيرة العمل مثل عامل الوقت، أمن المعلومات، المكان والزمان وغيرها.

التعقيب على الدراسة السابقة

من خلال الدراسة التي قمت بها والدراسة السابقة التي اعتمدت عليها:

من حيث الموضوع:

يوجد اختلاف من حيث المتغيرات، حيث ان دراستي جاءت لدراسة "توظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية لتحسين صورة الذهنية المؤسسة" أما هذه الدراسة تناولت "الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين الخدمة العمومية"، أي أن أوجه التشابه في متغير الإدارة الإلكترونية وأوجه الاختلاف في متغيرات "الفيسبوك الصورة الذهنية والخدمة العمومية".

من حيث المنهج: أوجه الاختلاف في نوع الدراسة و المنهج المتبع.

و قد استفدت من هذه الدراسة من الجانب النظري و تحديد المفاهيم للدراسة.

الفصل الثاني:

الإطار النظري

I. ماهية موقع الفيسبوك

تمهيد

1. نشأة الفيسبوك
2. خصائص الفيسبوك
3. وظائف الفيسبوك للمؤسسة
4. إنشاء صفحة خاصة بالمؤسسة
5. استخدام المؤسسة للفيس بوك
6. إيجابيات استخدام موقع الفيسبوك

خلاصة

II. الإدارة الإلكترونية للمؤسسة

تمهيد

1. نشأة الإدارة الإلكترونية
2. مفهوم الإدارة الإلكترونية
3. أسباب تحول المؤسسة إلى الإدارة الإلكترونية
4. خصائص الإدارة الإلكترونية
5. أهمية الإدارة الإلكترونية
6. وظائف الإدارة الإلكترونية
7. عناصر الإدارة الإلكترونية

خلاصة

III. الصورة الذهنية للمؤسسة

تمهيد

1. أهمية الصورة الذهنية
2. خصائص الصورة الذهنية
3. أهداف المؤسسة في بناء صورة ذهنية إيجابية
4. أنواع الصورة الذهنية
5. مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة
6. دور الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

خلاصة

I. ماهية موقع الفيسبوك

تمهيد

يعد موقع الفيسبوك أحد أبرز المواقع الإلكترونية العالمية التي تستخدمها المؤسسات مع اختلاف مجالاتها في الترويج لنشاطاتها ومختلف خدماتها المقدمة للعميل، كونه يملك قاعدة جماهيرية واسعة، وسرعة في الانتشار للمعلومة، وكل هذا من أجل رفع سقف التحدي والمنافسة للمؤسسات، وفرض نفسها ضمن المنصات الإلكترونية، وتحقيق أهدافها من خلال الخدمات المميزة التي يقدمها الفيسبوك، حيث تطرقت في هذا الفصل إلى نشأة موقع الفيسبوك، وخصائصه، بالإضافة إلى وظائف الفيسبوك، مع معرفة كيفية إنشاء صفحة خاصة بالمؤسسة، و استخدام المؤسسة لهذا الموقع، وفي الأخير ذكرت إيجابيات استخدام الفيسبوك للمستخدمين وللمؤسسة بوجه خاص.

1. نشأة الفيسبوك

تعود فكرة نشأة موقع الفيسبوك إلى صاحبه مارك زوكربيرج «Mark Zuckerberg»، حيث أخذ على عاتقه تصميم موقع جديد على شبكة الإنترنت ليجمع زملائه في الجامعة. (هارفارد الأمريكية) يمكنهم من تبادل أخبارهم وصورهم وآرائهم، ولم يعتمد في تصميمه إلى أن يكون موقع تجاري يجتذب الإعلانات أو موقع يهتم بنشر الأخبار، وفي عام 2004 أطلق «Zuckerberg» الفيسبوك، وكان في البداية عبارة عن شبكة تواصل اجتماعي بين الأصدقاء في جامعة هارفارد، حيث اكتسب شعبية واسعة بينهم، الأمر الذي شجع «Zuckerberg» على توسيع قاعدة من يحق لهم الدخول إلى الموقع، لتشمل طلبة جامعات أخرى أو طلبة مدارس ثانوية يسعون إلى التعرف على الحياة الجامعية، واستمر موقع فيس بوك قاصراً على طلبة الجامعات والمدارس الثانوية لمدة سنتين ثم قرر «Zuckerberg» أن يخطو خطوة أخرى، وهي أن يفتح أبواب موقعه أمام كل من يرغب في استخدامه (القميري، 2016-2017، ص 375)، إذ ارتفع من 12 مليون مستخدم في شهر ديسمبر من عام 2006 إلى أكثر من 40 مليون مستخدم في بداية عام 2007. (الشمالية وآخرون، 2015، ص 205)

وفي نيسان/ 2008، أصدر الموقع أول منصة دردشة، مع امكانية ترجمة النشرات إلى (21) لغة إضافية، وفي عام 2009 شهد الموقع تغيراً في التصميم مع إضافة خصائص جديدة من بينها زر الإعجاب (like)، و في عام 2010 أتى الفيسبوك بالإشعارات Notifications، أي الشريط الأعلى في الموقع، عبر تصميم جديد لصفحة، وفي أيلول/ 2011 قام الموقع بإصدار تحديث جديد ليدخل ضمن خصائصه (التايم لاين timeline). "كما قام الموقع بتوسيع إمبراطوريته في نيسان/ 2012، ثم أخذ الموقع في الانتشار والتطوير في تقنياته، والاستخدامات وتعددت اللغات التي يدعمها حتى أصبح أكثر مواقع التواصل الاجتماعي. (الدليمي، 2019، ص 149)

2. خصائص الفيسبوك

يتميز الفيسبوك بمجموعة من السمات المتعارف عليها عالمياً ونحن كباحثين لنا حيثيات عن ذلك كوننا نستعمل الفيسبوك في حياتنا اليومية ومجمل هذه الخصائص نراها 24/24 ساعة على مستوى حساباتنا الشخصية وتمثل في:

- خاصية الصداقة

- ✓ إتاحة الفرصة للصداقة والتواصل؛
- ✓ خاصية القبول أو الرفض لطلب الصداقة؛
- ✓ إمكانية التحري عن طلب الصداقة قبل القبول وذلك عن طريق صفحته الخاصة؛
- ✓ خاصية إقتراح أصدقاء جدد ان كنت تريد إضافة البعض منهم لقائمة الأصدقاء؛
- ✓ إتاحة الفرصة لحذف الأصدقاء أو حظرهم.

- الملف الشخصي

عبارة عن ملف شخصي خاص بالعضو المستخدم لموقع الفيسبوك به معلومات السيرة الذاتية الافتراضية، الصور الخاصة... وكل البيانات التي تسهل على المستخدمين لنفس الموقع التعرف عليه دون تعقيدات

- خاصية انشاء المجموعات

بإمكان أي شخصية افتراضية إنشاء مجموعة إلكترونية وفق بنود يضعها الفيسبوك ذا طابع اجتماعي أو اقتصادي، ثقافي، ترفيهي لتوسيع نطاق التواصل وتبادل المعلومات وفق متطلبات الأعضاء.

- ✓ خاصية التعليق؛
- ✓ خاصية النكرة؛
- ✓ خاصية لوحة الحائط؛
- ✓ خاصية التغذية الإخبارية؛
- ✓ خاصية مشاركة المنشورات؛
- ✓ خاصية الحالة؛
- ✓ خاصية الإعجاب؛
- ✓ خاصية الهدايا؛
- ✓ خاصية السوق؛
- ✓ خاصية الإشارة إلى الأصدقاء؛

- ✓ خاصية وضع المنشورات للعامّة أو الأصدقاء فقط؛
- ✓ خاصية التفاعلية مع المنشورات بالإجاب أو السلب؛
- ✓ خاصية الإعلانات: عرض ترويجي للمنتجات؛
- ✓ خاصية الإشعارات: تمتاز بوصول إشعار مسبق لصديق قام بالإشارة اليك في منشور معين أو الإعجاب بصورة الملف الشخصي...؛
- ✓ خاصية مشاهدة مقاطع الفيديو المتاحة عبر الصفحة...

3. وظائف الفيسبوك

للفيس بوك مجموعة من الوظائف تتمثل في:

1.3. الوظيفة التأسيسية

هي عبارة عن وظيفة تعريفية بأنشطة المؤسسة بأنشطة المؤسسة أكثر مما هي وظيفة ترويجية للمنتجات الخاصة بالمؤسسة، كما تسعى أي مؤسسة ذات طابع تجاري أو اقتصادي... بخلق صورة جيدة عنها لدى الجماهير والوظيفة التأسيسية يمكن أن يخصص لها موقع ويب خاص أو تكون جزءا من موقع ويب أكثر شمولا ومن بين مجالات تطبيقها:

- ✓ عرض نشاط المؤسسة، "ويشمل وصف قطاع النشاط ووصف مكان تواجد المؤسسة جغرافيا"؛
- ✓ "عرض المعلومات المالية للمستثمرين الراغبين في الاستثمار في المؤسسة عن طريق إتاحة تقارير عن أنشطتها"؛
- ✓ "عرض التبرعات أو التوظيف الممكن للمؤسسة أن توفرها لزملائها، مما يمكنها من حسن معالجة طلبات التوظيف والتبرعات ويخفض عليها نفقات الإدخال". (الطيبي، 2008، ص 161)

(162)

2.3. وظيفة عرض المنتجات والخدمات

حيث يتم استخدام شبكة الانترنت من خلال مواقع المنظمة في تقديم المنتجات وكل ما يجلب الزوار والزملائن لدعم المبيعات من الرسائل الالكترونية التي تتضمن خصومات، هدايا أو مكافآت للزملائن لدعم قرار شرائهم. (الزعي، والنصر، 2019، ص 101)

3.3. وظيفة التحويل

تعتبر نوع من عمليات البيع والشراء ما بين المنتجين والمستهلكين أو بين مؤسسات الأعمال بعضهم البعض وذلك من خلال استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بالإضافة إلى أنها نوع من تبادل الأعمال حيث يتعامل أطرافه بطريقة أو وسيلة إلكترونية عوضاً عن استخدامهم لوسائل مادية أخرى بما في ذلك الاتصال الإلكتروني المباشر. (الزعيبي، و النصر، 2019، ص 61)

4.3. وظيفة تكوين القيمة المضافة

هو استخدام موقع الفيسبوك لزيادة قيمة استخدام منتج أو خدمة معينة، وتظهر هذه الزيادة خاصة في المنتجات والخدمات المعلوماتية من أجل خلق التنافسية وجودة عالية في الخدمات والمحافظة على الاستمرارية.

5.3. وظيفة دعم الزبون

يعتبر موقع الفيسبوك أداة قوية لدعم الزبائن خطياً بالمعلومات والوثائق في شكل استشارات ومساعدة في مختلف الميادين على مدار 24/24 ساعة 7/7 أيام خصوصاً بالنسبة لتلك التي تنشط على المستوى الدولي. كونه يتخطى حاجز الزمان والمكان. (بن مرزوق وآخرون، ص 27)

6.3. وظيفة جمع المعلومات المؤسسات الكبيرة التي تنشط على مستوى الدولي

حيث يقوم الزبون بتسجيل رقم هاتفه على الويب لتتصل به المؤسسة لاحقاً، لتقدم له المساعدة لحل مشكل متعلق بالمنتج أو الخدمة.

- "الصفحة الرسمية للمؤسسة عبر الفيسبوك تعتبر أداة بسيطة وسريعة بيد المستثمرين والعملاء للاستفسار عن منتج أو خدمة معينة، وبالتالي فهو يقوم بجمع المعلومات لتوظيفها في تحسين الأداء، لأن المؤسسة ليس لها اتصال مباشر مع المستهلك بل مع الوسطاء الموزعين، لكن من خلال الفيسبوك أصبح بمقدورها الاتصال المباشر مع المستهلك". (بختي، 2008، ص 169)

7.3. وظيفة العلامة التجارية

إن الطريقة المتبعة غالباً في استخدام مواقع الويب لخدمة العلامة التجارية هي تحفيز المتصفح ليعود لزيارة الموقع مرة أخرى، فمن خلال الزيارات المتكررة للموقع يمكن غرس العلامة. (بختي، 2008، ص 161-163)

4. عملية إنشاء صفحة خاصة بالمؤسسة

نتيجة التطورات التكنولوجية الحديثة الراهنة فرضت على المؤسسات الخدماتية مواكبة عصر الرقمنة وإنشاء صفحة رسمية عبر موقع الفيسبوك للمؤسسة، يعد هذا الأمر صعباً أحياناً، يحتاج إلى تقييم وتقويم مستمر وتخطيط دقيق واستراتيجيات واضحة متوافقة مع الخدمات الإلكترونية الحديثة ومع الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة وطبيعة نشاطها وجمهورها وتمثل معايير إنشاء موقع إلكتروني خاص بالمؤسسة فيما يلي:

1.4. تحديد طبيعة نشاط المؤسسة وخدماتها

على المؤسسة تحديد طبيعة نشاطها وخدماتها الإلكترونية ليتضح للزبون ما تقدمه المؤسسة وماهي المميزات التي تحضى بها دون غيرها وتكون خدمات تنافسية مميزة فريدة من نوعها ذات جودة عالية تضمن لها الاستمرارية.

2.4. جمهور المؤسسة

على المؤسسة دراسة الجمهور المستهدف من خلال تحديد الفئة المراد تقديم لها الخدمات عبر موقع الفيسبوك، ودراسة حاجياته ورغباته وانتماءاته وتطلعاته وتلبيتها لكسب جمهور واسع ويجب مراعاة خاصية التفاعلية، أي أن الفئة المستهدفة لها نفس خصائص الموقع الإلكتروني، تستعمل موقع الفيسبوك في حياتها اليومية، من أجل تسهيل عملية جذب الزبون وذلك عند وضع الصفحة الرسمية للمؤسسة في متناول الجميع أو فئة معين لأن مستخدمي الفيسبوك جمهور واسع... مع تحديد الفائدة من تصفح الصفحة الرسمية للمؤسسة وكيفية الاستفادة من خدماتها...

3.4. نطاق نشاط المؤسسة

كلما كان انتشار نشاط وخدمات المؤسسة واسع كلما زاد عدد الجماهير والمستخدمين لصفحة الرسمية للمؤسسة عبر موقع الفيسبوك وهذا ما يميز الفيسبوك بالقاعدة الجماهيرية الواسعة يسمح للمؤسسة بممارسة نشاطها على نطاق واسع وهذا ما تسعى إليه أي مؤسسة خدماتية تمارس نشاطها عبر الفيسبوك للتأثير والاستقطاب.

4.4. تحديد الوسيلة

على المسؤولين بالمؤسسة اختيار الوسيلة التي تتناسب مع طبيعة نشاط المؤسسة وأهدافها والجمهور المستهدف، و هذا ما يضمن للمؤسسة الاستمرارية، وكسب قاعدة جماهيرية كبيرة، وموقع الفيسبوك تتوفر فيه كل هذه الشروط طبعاً وفق نشاط المؤسسة.

5.4. الميزانية و الوقت

على القائمين بالمؤسسة تحديد تكاليف البرامج التي تود تنفيذها منذ البداية مع تحديد الزمن يتناسب مع أهداف المؤسسة يعتبر أمر جد مهم لأن العملية الإنتاجية لبرامج المؤسسة مستمر ولكل هدف مدة زمنية محددة لوضعه في خدمة الجماهير وفق سياسة التي تنتهجها المنظمة.

5. استخدام المؤسسة لموقع للفيس بوك

1.5. المواقع المؤسسية

هي مواقع مملوكة لمؤسسة أو شركة، وهي عبارة عن مجموعة من الصفحات الثابتة، تحتوي على معلومات عامة عن تلك الشركة أو المؤسسة، وعن نشاطاتها والخدمات التي تقدمها، والمنتجات التي تعرضها وتروج لها، كما وأنها تحتوي على بيانات تخصها، و عناوين وطرق الاتصال بها هذه الصفحات يمكن أن يقال عنها أنها ثابتة على مدار اليوم على الشبكة العنكبوتية وتعتبر هذه الصفحات أفضل وسيلة إعلامية ودعائية للمؤسسة أو الشركة كونها متاحة لكافة زوار الشبكة في عموم المعمورة ويعتبر الموقع الإلكتروني الطريقة المفضلة للتعامل مع العملاء ، والإجابة على أسئلتهم وتلبية طلباتهم، كما وأنه يساعد في الترويج وبيع المنتجات أكثر مما تقوم به وسائل الترويج والبيع الأخرى، وبهذا يتحقق كسب الوقت والجهد. (فوزي، 2015، ص 189)

6. إيجابيات استخدام موقع الفيسبوك

للفيس بوك مجموعة من الإيجابيات بالنسبة لمستخدميه:

- ✓ حيث يعتبر منصة إلكترونية عالمية له القدرة على تخطي حاجز الزمان والمكان، والتفاعل على كل ما هو جديد، و تبادل الآراء والأفكار، وخلق التنافسية من خلال الترويج للخدمات والمنتجات لأي مؤسسة كانت، مع منح لكل فرد فرصة الإبداع والابتكار في مجاله، وتحقيق التفاعل بين الأفراد والسعي إلى تحقيق الرضا لدى الجماهير من خلال استغلال الفيسبوك في عرض المنتجات والنشاطات في أي مجال كان؛
- ✓ السرعة في تلقي للمعلومات والرد والتواصل الاجتماعي؛
- ✓ من خلاله يمكن تحديد الجمهور المستهدف للمنتجات أو خدمات المؤسسة ودراسة مع تحقيق رغباته وطلباته لكسب جمهور واسع وخلق سمعة طيبة وتكوين صورة ذهنية إيجابية عما تقدمه تلك المؤسسة مهما اختلفت طبيعة نشاطها.

خلاصة

يعتبر الفيسبوك الورقة الراجحة لأي مؤسسة تود الريادة في خدماتها والترويج لها بأفضل صورة ممكنة، فهو يقدم امتيازات خاصة وقيمة لنشاطاتها، ومن جهة أخرى، يلبي احتياجات المستخدمين ورغباتهم، وتحقيق التفاعل الآني وتخطي حدود الزمان والمكان وفق استراتيجيات ذات أداء عالي وفعال، يتوافق مع طبيعة نشاط المؤسسة والموقع الإلكتروني بشكل خاص.

II. الإدارة الإلكترونية للمؤسسة

تمهيد

تعتبر الإدارة الإلكترونية الحديثة نقلة نوعية ذات كفاءات عالية الجودة وفعالة في الأداء، هذا ما فرضه عصر الرقمنة، حيث تطرقت في هذا الفصل إلى نشأة الإدارة الإلكترونية، ومفهومها، بالإضافة إلى أسباب التحول المؤسسة إلى الإدارة الإلكترونية، والحديث عن أبرز خصائص الإدارة الإلكترونية وأهميتها، والوظائف التي تقوم بها، وفي الأخير، قدمت عناصر الإدارة الإلكترونية لأي مؤسسة.

ومواكبة للتطورات التكنولوجية الحاصلة، لجأت المؤسسات بمختلف نشاطاتها إلى التحول الإداري الإلكتروني لتحسين خدماتها، التقليل من حجم البيانات، التكاليف واختصارا للوقت، ووجدت المؤسسات نفسها ضمن برامج إلكترونية سهلة الاستخدام وسريعة الإنجاز، كل هذا جعل من المؤسسات تستغني عن خدماتها التقليدية واللجوء إلى الإدارة الإلكترونية.

1. نشأة الإدارة الإلكترونية

تعود نشأة الإدارة الإلكترونية كمفهوم حديث لنتاج تطور نوعي أفرزته تقنيات الاتصال الحديثة في ظل ثورة المعلومات، وازدادت الحاجة إلى توظيف التكنولوجيا الحديثة في إدارة علاقات المواطن والمؤسسات، وربط الإدارات العامة والوزارات عبر آليات التكنولوجيا، وبالتالي التحول الجذري في مفاهيم الإدارة التقليدية وتطويرها. (خميسة، 2013، ص 72)

لقد ظهر أول استخدام للتقنية في أنشطة الحكومات وكان تطبيقها بصورة مصغرة وأساليب بسيطة، ولم تصل إلى الصورة الرسمية إلا مؤخراً، حيث بدأت Is لظهور في أواخر عام 1995 بولاية فلوريدا الأمريكية في هيئة البريد المركزي، ومفهوم الإدارة الإلكترونية يدل على أن كل شخص يستطيع الحصول على الخدمات من خلال الحاسوب دون الذهاب إلى المؤسسة (ياسين، 2003، ص 03)

و بالتالي فالإدارة الإلكترونية هي أحد مفاهيم الثورة الرقمية التي تقود إلى عصر المعرفة، كما أن الطبيعة التحويلية القوية لهذه التكنولوجيا أصبح لها تأثير عميق على الطريقة التي يتعامل التي الناس، ويعملون ويتبادلون العلاقات الاجتماعية ويتواصلون في شتى بقاع العالم (ياسين، 2003، ص 03)

2. مفهوم الإدارة الإلكترونية

حيث عرفها نجم عبود نجم بأنها: "تلك العملية الإدارية القائمة على الإفادة من الإمكانيات المتميزة للإنترنت وشبكة الأعمال في التخطيط والتوجيه والرقابة على الموارد والقدرات الجوهرية للمنظمة من أجل تحقيق الأهداف. (نجم، 2009، ص 157)

كما تعرف بأنها: "عملية مكتبة جميع مهام وأنشطة المؤسسة الإدارية، بالإعتماد على المعلومات الضرورية للوصول إلى تحقيق أهداف الإدارة الجديدة في تقليل من استخدام الأوراق وتبسيط الإجراءات والقضاء على الروتين والإنجاز السريع والدقيق للمهام لتكون كل إدارة جاهزة للربط مع الحكومة الإلكترونية لاحقاً". (السالمي، 2008، ص 34)

فهناك من يعرفها بأنها إدارة تتخذ قراراتها تكنولوجيا من خلال اكتساب لفهم أفضل للفرص والمخاطر والاختيارات عند الإعداد لمواجهة سوق مستقبلية ديناميكية ومضطربة وغير مؤكدة. (توفيق، 2003، ص 22).

3. أسباب تحول المؤسسة إلى الإدارة الإلكترونية

إن التحول إلى الإدارة الإلكترونية حتمية فرضتها التغييرات التي طرأت على العالم التكنولوجي الذي أصبح يتعامل مع الزبون إلكترونياً بواسطة التحكم عن بعد. تتمثل الأسباب الداعية إلى التحول الإلكتروني في النقاط التالية:

- ✓ الإجراءات والعمليات المعقدة وأثرها على زيادة تكلفة الأعمال؛
- ✓ القرارات والتوصيات الفورية، والتي من شأنها إحداث عدم توازن في التطبيق؛
- ✓ ضرورة توحيد البيانات على مستوى المؤسسة؛
- ✓ الصعوبة الوقوف على معدلات قياس الأداء؛
- ✓ ضرورة توفير البيانات المتداولة للعاملين في المؤسسة؛
- ✓ التوجه نحو توظيف استخدام التطور التكنولوجي والاعتماد على المعلومات في اتخاذ القرارات إلكترونياً؛
- ✓ ازدياد المنافسة بين المؤسسات وضرورة وجود آليات للتميز داخل كل مؤسسة تسعى للتنافس؛
- ✓ حتمية تحقيق الاتصال المستمر بين العاملين على اتساع نطاق العمل. (مسلم، 2014، ص 207-208)

4. خصائص الإدارة الإلكترونية

1.4. إدارة دون ورق

حيث تعتمد على البريد الإلكتروني والأرشيف الإلكتروني والرسائل الصوتية والأدلة والمفكرات الإلكترونية ونظم المتابعة الإلكترونية. الإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها الوظيفية.

2.4. إدارة تتخطى حدود الزمان والمكان

والتي تقوم على الاجتماعات والمؤتمرات الإلكترونية، واستخدام الهاتف والعمل عن بعد والتعامل مع المؤسسات الافتراضية (Virtual)، وتعمل على مدار اليوم والأسبوع والشهر والسنة ولا تتقيد بحدود زمنية.

3.4. تعتمد على النظم المتطورة والبعد عن التنظيمات الجامدة، حيث المؤسسات الشبكية والذكية والتي

تقوم على أساس:

- ✓ المعلومات والمعرفة؛
- ✓ إدارة الملفات والبيانات بدلا من الحفظ والكتابة؛
- ✓ استخدام موقع الفيسبوك ومواقع أخرى؛
- ✓ تتميز بالابتكار و الإبداع والعلمية والاعتماد على المعرفة كأساس لتنفيذ الأعمال.

1.4. تحتاج إلى أنظمة الكترونية

مثل أنظمة التحصيل المجمعمة والخدمة عن بعد والشراء الإلكتروني وأنظمة المتابعة الفورية وأنظمة تخطيط الموارد ونقاط البيع الإلكتروني والتجارة الإلكترونية والبنوك الإلكترونية... إلخ. (رضوان، 2012، ص 20-21)

5.4. التفاعل الآني وعلى مدار الساعة

حيث أن الإدارة الإلكترونية في تفاعل دائما ومباشر وحقيقي سواء تكون العملية ديناميكية بين الإداريين والزبون أو بين العاملين لتفعيل الخدمات والنشاطات الإلكترونية وطرحها لزبون مباشرة وفق استراتيجيات مدروسة.

1.4. السرعة

من خصائص الإدارة الإلكترونية الحديثة السرعة في الرد والتواصل بين الإداريين والزبون، والسرعة في إنجاز الرسالة المراد إيصالها، مع طبيعة الخدمات الإلكترونية التي تتميز بالسرعة والآنية في تلبية الطلب وجعل أي نشاط في خدمة الزبون دون عائق.

5. أهمية الإدارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات

تيسير الإدارة الإلكترونية عملية إيجاد الأسواق الجديدة، كما تعمل على زيادة قدرة المنظمات على اقتحام هذه الأسواق، كما تساعد على سرعة الاستجابة لمتطلبات هذه الأسواق، حيث توفر أمام القائمين على إدارة هذه المنظمات كل المعلومات المطلوبة عن طلبات الأسواق وصفقات الأعمال والأسعار. كما تؤثر الإدارة الإلكترونية بدرجات متفاوتة على أداء المنظمات كوظائف وأنشطة تطوير المنتجات وخدمات الصيانة وغيرها. وتعمل الإدارة الإلكترونية على تحسين جودة أداء العمل بالمنظمات عن طريق استخدام الأساليب الكترونية جدية تتسم بالكفاءة والفعالية والسرعة، وبالإضافة إلى ذلك فإن الإدارة تسهم أيضاً مساهمة فعالة

في توفير معلومات التصميم والتصنيع فضلاً عن تخفيض التكاليف سواء كانت تكاليف ثمن أو إعلان أو كانت تكاليف إدارية. (بن مرزوق وآخرون، ص 24)

6. وظائف الإدارة الإلكترونية

1.6. التخطيط الإلكتروني

يعتمد التخطيط الإلكتروني على استخدام التخطيط الاستراتيجي والسعي نحو تحقيق الأهداف الاستراتيجية، حيث تتسم القرارات التي تستخدم النظم الإلكترونية في تخطيط أعمالها بالشمولية لخدمة مختلف أقسام المنظمة وإدارتها، كما تتجه نحو تحديد الاتجاهات الرئيسية لأعمال المنظمة ومعاملاتها، كما يتم اتخاذ القرارات في أعلى المستويات الإدارية بالمنظمة، كما يتم الاعتماد على شبكة الاتصالات الإلكترونية لإنجاز أعمالهم. (الزعاير، والطالب، 2020، ص 47)

2.6. التنظيم الإلكتروني

يعتمد التنظيم الإلكتروني للمؤسسات الحديثة على إجراء تغييرات في مستويات وشكل الهياكل التنظيمية، مما يؤدي إلى وجود تدفق أفضل للمعلومات ورفع كفاءة وفعالية عمليات الاتصالات بالمنظمة، والسرعة ودقة والانية مع الاعتماد على النظم الإدارية الإلكترونية المتطورة والتطبيقات الذكية الاصطناعية لإدارة أعمالها. (مُجّد، 2016، ص 107)

3.6. التوجيه الإلكتروني

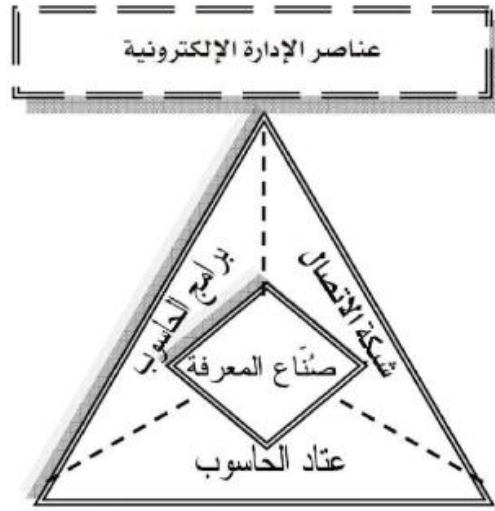
يعتمد على وجود "القيادات الإلكترونية" والتي تسعى إلى تفعيل دور الأهداف لديناميكية أو العمل على تحقيقها. هذا ولا بدأ، يكون هؤلاء القادة يتحلون بالإبداع و الابتكارات ولديهم الاستعدادات الكاملة لتحمل كل المخاطر التي تتعرض لها منظماتهم عند التعامل بالنظم الإلكترونية. (خليل، 2014، ص 123)

4.6. الرقابة الإلكترونية

تعتمد المؤسسات الحديثة على استخدام نظم رقابية الإلكترونية ذات كفاءات عالية وفعالة في حل قراراتها وأساليبها وكذلك تحديد السلطات والمسؤوليات والصلاحيات المختلفة، كما تتم المراقبة الإلكترونية لأعمال وأنشطة المنظمة ووظائفها وكذلك المراقبة على الإداريين. (عبد المجيد، 2021، ص 188)

7. عناصر الإدارة الإلكترونية

تتكون الإدارة الإلكترونية من ثلاث عناصر أساسية هي: عتاد الحاسوب، شبكة الاتصالات، برامج الحاسوب، و يقع في قالب هذه المكونات صناعات المعرفة، وهذا يوضح في الشكل رقم (01).



الشكل رقم 1: عناصر الإدارة الإلكترونية

المصدر: (كافي، 2011، ص 77)

1.7. عتاد الحاسوب

ملحقاته، وتمثل في المكونات المادية للحاسب ونظمه وشبكاتة.

✓ وحدات الإدخال: وهي الوسائط التي تتم من خلالها عملية إدخال البيانات والمعلومات إلى الحاسوب مثل وحدات الإدخال الحديثة التي تعتمد على اللمس مثل القلم الضوئي، المسح الضوئي، وهناك أجهزة الإدخال الصوتية ... إلخ

✓ وحدات المعالجة المركزية: تعتبر أهم جزء في نظام الحاسوب، وهي المكان الذي تتم فيه معظم عمليات المعالجة، وتتضمن هذه الوحدة مجموعة من الوحدات هي: وحدة الذاكرة الرئيسية ووحدات الحساب ووحدات التحكم.

✓ وحدات الإخراج: هي الأجهزة التي تقوم بعرض البيانات مثل الشاشة والطابعة. (جمعة، 2014، ص 13)

2.7. برامج الحاسوب

تعني الشق الذهني من نظم شبكات الحاسوب.

✓ الشبكات: فهي الوصلات الإلكترونية الممتدة عبر نسيج اتصالي للشبكات.

✓ أما فيما يخص برامج إدارة النظام فهي: نظم التشغيل Operating System نظم إدارة الشبكة، مترجمات لغات البرمجة، أدوات تدقيق البرمجة، هندسة البرامج بمساعدة الحاسوب CASE الإنترنت Internet والإكسترانت Extranet .

3.7. شبكة الإنترنت Internet

التي تمثل شبكة القيمة للمنظمة وإدارتها الإلكترونية (كافي، 2011، ص 78)

4.7. صناعات المعرفة Knowledge Workers

من القيادات الرقمية Digital Leaderships، والمديرين والمحللين للموارد المعرفية، ورأس المال الفكري في المنظمة. ويتولى صناعات المعرفة إدارة التعاضد الاستراتيجي لعناصر الإدارة الإلكترونية من جهة وتغيير طرق التفكير السائدة للوصول إلى ثقافة المعرفة. (الحسنية، 2006، ص 119)

خلاصة

من خلال ما تطرقنا إليه في هذا الفصل، يمكن القول أن الإدارة تغيرت تغيرا جذريا، لتتحول إلى إدارة إلكترونية وفق معايير عالمية ذات استراتيجيات تتوافق مع الإمكانيات الإلكترونية المستخدمة في أي مؤسسة، لترفع سقف التحديات في اتخاذ القرارات إلكترونيا، وتقديم الخدمات عبر الانترنت الأسهل والأسرع دون انقطاع، حيث لها أهمية كبيرة في تحقيق أهداف المؤسسة على المدى البعيد، مع توفير طاقم إداري ذو كفاءات عالية، وله القدرة في التعامل مع البرامج الحديثة، والسماح لهم بالإبداع والابتكار، لتقديم إضافات جديدة للإدارة الإلكترونية، والمستفيد الأكبر من كل هذا هو المستخدم. ومن هنا تصل المؤسسة إلى تحقيق غاياتها مع توظيف الرقابة المستمرة على الأعمال بدقة عالية وتحقيق الأمن لمستخدمي هذا النظام الإلكتروني.

من هنا تكسب المؤسسات الرهانات، مع تحسين مستوى العمل، و تحقيق رضا الزبون.

III. الصورة الذهنية للمؤسسة

تمهيد

تحتل الصورة الذهنية باهتمام كبير من طرف المؤسسات لما لها من دور كبير في خلق صورة إيجابية عن مختلف الخدمات و النشاطات التي تقدمها للزبون، تعد عنصرا أساسيا لتحقيق أهداف المؤسسات. لذا تسعى المؤسسات إلى خلق انطباع جيد في أذهان الزبائن بمختلف شرائح المجتمع عن المنتج وعلامة المؤسسة، حيث تطرقت في هذا الفصل إلى أهمية الصورة الذهنية ومجمل خصائصها، بالإضافة إلى أهداف المؤسسة في بناء صورة ذهنية إيجابية عنها، وتقديم متخلف أنواع الصورة الذهنية، وكيفية تكوينها، مع معرفة دور الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

1. أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة

وقد أدركت المنظمات والقيادات السياسية أهمية دراسة صورتها السائدة في أذهان الجماهير في وقت معين، واتخاذ السياسات، ورسم الخطط الكفيلة بتكوين هذه الصورة، وأصبح تكوين الصورة الإيجابية هدفاً أساسياً تسعى إلى تحقيقه كل المنظمات من خلال الأداء الجيد الذي يتفق مع احتياجات الجماهير. (عجوة، 1983، ص 3)، وتتمثل أهميتها أيضاً في:

- ✓ تقوم بدور مهم ومحوري في تكوين الآراء وتشكيل سلوك الأفراد تجاه المنظمات؛
- ✓ تساعد المنظمات في رسم الخطط، واتخاذ القرارات التي تسهم في تكوين صورة إيجابية عن المنظمة تتفق مع احتياجات الجماهير؛
- ✓ تلعب الصورة الذهنية دوراً مهماً في إغناء، أو تقديم الرؤية المتكاملة للدراسات التي تقوم بها أجهزة العلاقات العامة للمنظمة. (حماد، 2020، ص 62)

2. خصائص الصورة الذهنية

هناك العديد من الخصائص والسمات التي تتسم بها الصورة الذهنية نذكر منها:

1.2. عدم الدقة

ذهب كثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة. ولعل مرجع ذلك أساساً هو أن الصورة الذهنية مجرد انطباعات لا تصاغ بالضرورة على أساس علمي موضوعي، كما أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي... ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي. (المشهداني، 2017، ص 115)

2.2. المقاومة للتغيير

فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير، وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كم وكيف التغيير المحتمل في الصورة الذهنية. (المشهداني، 2017، ص 115)

3.2. التعميم وتجاهل الفروق الفردية

a. الإدراك المتحيز

تؤدي الصور الذهنية إلى تكوين إدراكات متحيزة لدى الأفراد، فالصور الذهنية تبني أساساً على درجة من درجات التعصب، لذا فإنها تؤدي إلى إصدار أحكام متعصبة ومتحيزة، فمن خلال الصور الذهنية يرى الأفراد جوانب من الحقيقة، ويهملون جوانب أخرى لأنها لا تتماشى مع معتقداتهم، ولا تتسق مع اتجاهاتهم. (المشهداني، 2017، ص 116)

5.2. التنبؤ بالمستقبل

تسهم الصور الذهنية في التنبؤ بالسلوك والتصرفات المستقبلية للجمهور تجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة. (المشهداني، 2017، ص 116)

3. أهداف المؤسسة في بناء صورة ذهنية إيجابية

تتمثل هذه الأهداف في:

- ✓ زيادة ثقة الجماهير المختلفة بالمؤسسة؛
- ✓ جذب مصادر التمويل لدعم المؤسسة وزيادة تمويل برامجها وأنشطتها؛
- ✓ تساعد على استقطاب المهارات البشرية للتطوع في أنشطتها؛
- ✓ تولد الشعور بالثقة وبالانتماء للمؤسسة في نفوس العاملين بها؛
- ✓ زيادة اهتمام قادة الرأي ووسائل الإعلام بالمؤسسة ودورها في خدمة المجتمع. (العدوي، 2011، ص 273)

4. أنواع الصورة الذهنية

وهناك أنواع عديدة للصورة الذهنية يحددها جفكينز وهي على النحو التالي:

- ✓ الصورة المرآة: وهي التي ترى المنشأة نفسها عن طريقها.
- ✓ الصورة الحالية: وهي التي يرى بها الآخرون المؤسسة.
- ✓ الصورة المرغوبة: وهي التي تود المنشأة أن تكونها لنفسها في اذهان الجماهير.

- ✓ الصورة المثلى: وهي أمثل صورة يمكن أن تتحقق إذا أخذنا في الاعتبار منافسة المنشآت الأخرى وجهودها في التأثير على الجماهير ، ولذلك يمكن ان تسمى بالصورة المتوقعة.
- ✓ الصورة المتعددة: وتحدث عندما يتعرض الافراد لمثلين مختلفين للمنشأة يعطي كل منهم انطباعاً مختلفاً عنها. (عجوة، 1983، ص 8-9)

5. مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة

- ✓ صورة العلامة التجارية: يعتبر مكون من مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة مما يكون صورة إيجابية عنها ومدى ثقة الجمهور بها.
- ✓ صورة منتجات وخدمات المنظمة المقدمة للجمهور سواء قبل البيع وبعده.
- ✓ صورة إدارة المنظمة وفلسفتها في العمل ، وما ينتج عنها صغيرة من ثقافة .
- ✓ برامج المسؤولية الاجتماعية للمنظمة المقدمة للمجتمع المحلي وللجمهور الخارجي والداخلي (الأعمال الحقيقية).
- ✓ صورة المنظمة كمكان للعمل: من حيث الشكل الخارجي ومن حيث ما تقدمه من خدمات صحيحة وغيرها للعاملين فيه. (طاق، 2020، ص 111)
- ✓ أداء موظفي المؤسسة يؤثر على انطباعات الجماهير؛ أي المعاملة الطيبة و السرعة في الأداء و الدقة والجودة العالية في العمل .
- ✓ كفاءات الاتصالات بالمؤسسة: تؤثر إيجاباً على الأداء الوظيفي للعاملين على مستوى المؤسسة، وردود أفعال إيجابية من طرف الجماهير وتكوين صورة جيدة عن المؤسسة وخدماتها.

6. دور الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

- تلعب وسائل الإعلام الجديد دوراً مهماً في تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة، حيث تعتبر الوسيلة الأهم في نقل الأفكار والآراء والانطباعات وتغيير سلوك الجماهير، وخلق سلوك ورواد أفعال إيجابية، ويعتبر الفيسبوك من أهم هذه الوسائل والتقنيات الحديثة لما له قاعدة جماهيرية كبيرة، وسرعة التعرض للمحتوى والتأثير بيه وله القدرة في تغيير وجه النظر، وخلق آراء وأفكار مبتكرة.

حيث أشار مُجدّ الدليمي أن وسائل الإعلام الجديد لها فضل كبير في خلق صورة جيدة للمؤسسات "وتعتمد هذه المؤسسات على وسائل الإعلام المختلفة في نشر هذه الصورة وذلك عن طريق الإعلانات، وظهر إعلان خاص يسمى (إعلان الصورة الذهنية) الذي يسعى إلى تحقيق فهم بين المؤسسة والمجتمع وتوثيق صلتها بها وليس لبيع منتجاتها، إذ تعمل إدارة العلاقات العامة على نشر إعلانات في وسائل الإعلام الرئيسية تتضمن جهود المؤسسة في هذا المجال أو ذاك، وهذا بدوره يؤدي إلى إبراز صورة ذهنية مشرقة للمؤسسة في المجتمع. (الدليمي، 2012، ص 222)

"كذلك نسعى المؤسسات الصناعية والتجارية إلى رسم صورة ذهنية ايجابية عنها لدى عقول الأفراد، إذ أن الصورة الذهنية لأية مؤسسة تجارية هي بمثابة الشخصية للإنسان". (الدليمي، 2012، ص 222)

خلاصة

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل، تبين أن للصورة الذهنية مكانة جد مهمة لدى المؤسسات، وهذا الاهتمام جاء من مختلف التخصصات والعلوم كما هو متعارف عليه، واستمرت الصورة الذهنية في التطور، وهذا نتيجة التغيرات الحاصلة على مستوى المجال التكنولوجي الذي كان له القدرة على تحطيم التقليد، وكل هذا من خلال توظيف وسائل الإعلام الجديد من أجل خلق انطباع جيد لدى الجماهير، وتحسين صورتها الذهنية، وتكوين آراء إيجابية حول المؤسسة، ولما لها من خصائص تعود بالإيجاب على المؤسسة.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي

1. تقديم عام حول مديرية بريد الجزائر وخدماتها

2. تحليل الجداول إحصائية

3. نتائج الدراسة

4. الاقتراحات

1. تقديم عام حول مديرية بريد الجزائر وخدماتها

يحتل قطاع البريد والمواصلات مكانة هامة في كل من المجال الاقتصادي والاجتماعي حيث شهد عدة إصلاحات نتج عنها إنشاء مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تسمح ببناء دولة عصرية وبتقديم خدمات متطورة للمجتمع تسمى بـ بريد الجزائر.

1.1. نشأة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة

مؤسسة بريد الجزائر هي "مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري (EPIC) منبثقة من إعادة تنظيم وزارة البريد والمواصلات سابقا، و التي أصبحت اليوم تعرف باسم وزارة البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية و التكنولوجيات والرقمنة في إطار عصرنة قطاع البريد وفقا للقانون رقم 03-2000 بتاريخ 05 أوت 2000، حيث نشأت مؤسسة بريد مسيلة م ر 1974 وهي مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري خدماتي ونتيجة إصلاحات التي قامت بها الجزائر أعطيت لها تسمية بريد الجزائر ونظرا لحجم خدماتها المقدمة صنفت بخارج درجة، حيث تعد من المكاتب البريدية كاملة الخدمات على مستوى الوحدة البريدية بولاية مسيلة تحوي المؤسسة على 47 موظف.

2.1. مهام مؤسسة بريد الجزائر

لها مهام تجارية وخدمة عامة منها:

- ✓ نقل المراسلات الشخصية والرسمية
- ✓ إرسال المراسلات التلغرافية.
- ✓ إصدار وأداء الحوالات.
- ✓ مسك الحسابات البريدية الجارية.

حيث تمتلك مؤسسة بريد الجزائر جملة من المؤهلات التي تساعدها على أداء هذه المهام منها:

- ✓ تنظيم مركزي ومحلي محكم بإمكانه الرد على احتياجات الزبائن.
- ✓ اتفاقية جماعية من شأنها تحسين وتحفيز المردود الفردي والإبداعي.
- ✓ الحرية في تحديد تسعيرة الخدمات ذات القيمة المضافة والمفتوحة على أبواب المنافسة.
- ✓ الاستقلالية في التسيير.

3.1. المديرية الولائية لبريد الجزائر -مسيلة

هي مديرية من بين 58 مديرية ولائية للبريد على مستوى الوطن، ومن مهامها تسيير المصالح البريدية عبر الولاية وتحسيد المخططات المحددة من طرف المديرية العامة لتطوير القطاع كما تتكون من المصالح الأساسية التالية:

- ✓ المصلحة المالية والنقدية.
- ✓ مصلحة الإدارة العامة والوسائل.
- ✓ مصلحة الاستثمار البريدي.
- ✓ مصلحة المحاسبة.
- ✓ مصلحة الاعلام الالي.
- ✓ خلية التفتيش.

4.1. 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 استبدالهم 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.

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

Office - Adobe Reader 92007 (word, excel, power point...)

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

4-قارئ البطاقة المغناطيسية: تمتلك المؤسسة 05 أجهزة خاصة بقراءة البطاقة المغناطيسية ccp، أربعة منها موجودة تحت تصرف أربع شبابيك كلاسيكية خاصة بعملية السحب، حيث يمكن للزبون القيام بعملية السحب من هذه الشبابيك باستخدام بطاقة ccp دون اللجوء إلى الشبابيك الآلية، أما الجهاز الخامس فهو موضوع تحت تصرف رئيس المؤسسة و يضاف له بعض الامتيازات 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 الاطلاع على ما توفره الإنترنت من معلومات أو

القيام ببعض العمليات كالاتلاع على رصيد الحساب البريدي الجاري أو طلب الحصول على دفتر الصكوك أو تسديد الفواتير عبر شبكة الإنترنت، إلا أنه لا يسمح بعملية السحب.

6- الوسائط الإلكترونية

تضع مؤسسة بريد الجزائر نظاما خاص بالنقد الآلي، حيث أبرمت اتفاقية مع شركة النقد الآلي والعلاقات بين البنوك لتزويد جميع مكاتبها بالشبايك الآلية للبنوك وأجهزة الدفع الإلكتروني.

7- أجهزة الصرف الآلي : تتمثل فيما يلي :

7-1- الموزع الآلي : Distributeur Automatique de Billets

هو آلة أوتوماتيكية تم استخدامها 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 العطل الأسبوعية والأعياد أي (24/24 سا). و الجدول الموالي يوضح أهم مميزاتة:

الجدول 1: الموزع الآلي للأوراق النقدية D.A.B

النتائج	التقنية	المبادئ العامة	
تخفيض نشاط السحب في المؤسسة.	جهاز موصول بوحدة مراقبة إلكترونية تقرأ المدارات المغناطيسية للبطاقة.	يسمح بالسحب لكل حائز على بطاقة السحب. تسديد الفواتير تحويل من حساب الى حساب تعبئة الهاتف النقال	الموزع الآلي للأوراق D.A.B

7-2- الشباك الآلي : Guichet Automatique de Banque

هو أيضا آلة أوتوماتيكية أكثر تعقيدا و تنوعا و تطورا من السابقة، بدأ استخدامه في المؤسسة سنة 2005، حيث يقدم خدمات أخرى بالإضافة إلى خدمة السحب. و هي كما هو موضح في الجدول الموالي وتحتوي مؤسسة بريد الجزائر بالمسيلة على 34 موزع ابي موزعة على المكاتب البريدية.

8- أجهزة الدفع الإلكتروني

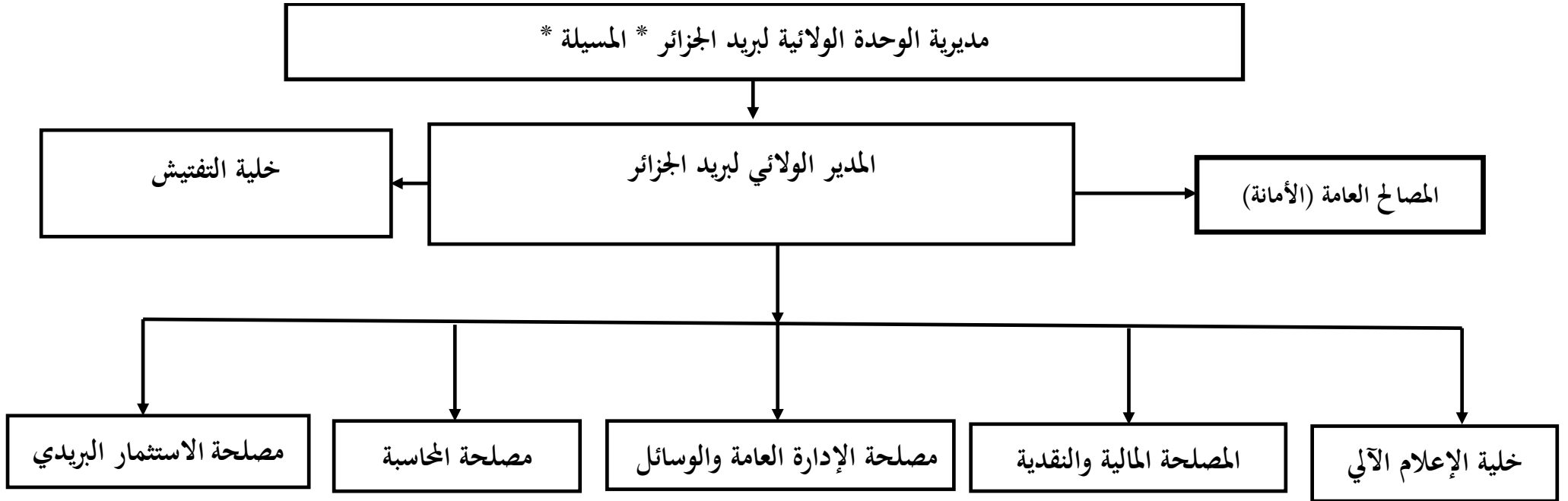
8-1- بطاقة CCP: تسلم هذه البطاقة تلقائيا لمجمل زبائن الحساب البريدي الجاري مجانا و ذلك لاستخدامها في أجهزة الصرف الآلي التابعة لبريد الجزائر أو البنوك. كما تسمح هذه البطاقة القيام بـ:

- 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.
تسديد جميع الفواتير
تحويل من حساب الى حساب
- 7-2- بطاقة الدفع CIB: تسلم هذه البطاقة وفقا لطلب الزبون ذو الحساب البريدي و يستجيب للمعايير المتمثلة في العائد و الرصيد.
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).

5.1. أهداف النظام

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

الشكل رقم 2: الهيكل التنظيمي للمديرية الولائية لبريد الجزائر "المسيلة"



2. تحليل الجداول إحصائياً

السؤال رقم 1:

نص السؤال رقم 1: "ما هو متغير الجنس؟"

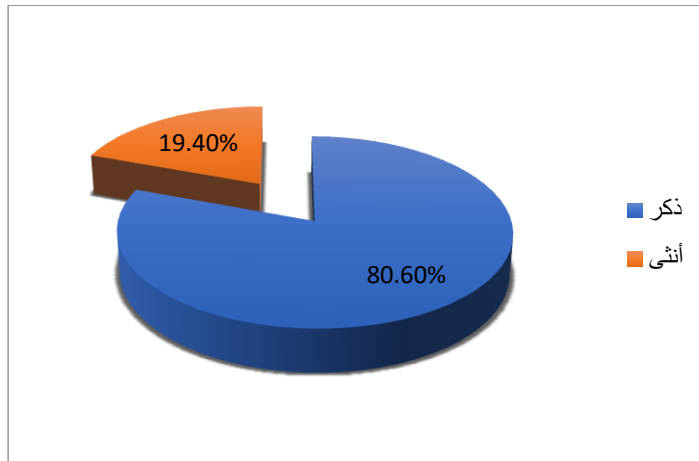
وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 2: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 1

النسبة	التكرار	الجنس
80.6%	25	ذكر
19.4%	6	أنثى
100%	31	المجموع

يوضح الجدول رقم 2 أن عدد الذكور يمثل 25 موظف من عينة الدراسة، ويمثلون ما نسبته 80.6% من إجمالي العينة، وهم الأغلبية مقارنة مع فئة الإناث، حيث بلغ عدد الإناث 6 موظفات، أي ما يعادل 19.4% من أفراد العينة.

يمكن القول، بأن هذا الفارق بين نسبة الذكور والإناث راجع إلى طبيعة المؤسسة، وكذلك إلى بعض الأسباب الاجتماعية، منها العمل الإداري حكر على الرجال فقط، لما يحمل من صعوبات المجتمع لا يتقبل المرأة تعمل بجانب الرجل و الدخول للمنزل في ساعات متأخرة.



الشكل رقم 3: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 1

السؤال رقم 2:

نص السؤال رقم 2: "ما هو متغير السن؟"

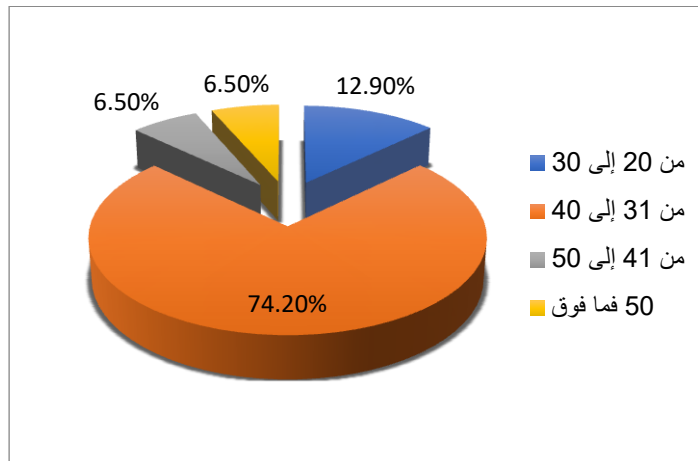
وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 3: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 2

النسبة	التكرار	السن
12.9%	4	من 20 إلى 30
74.2%	23	من 31 إلى 40
6.5%	2	من 41 إلى 50
6.5%	2	50 فما فوق
100%	31	المجموع

يتضح من الجدول رقم 3، أن النسبة الأكبر كانت للفئة العمرية من 31 إلى 40 بنسبة 74.2%، تليها الفئة من 20 إلى 30 سنة بنسبة 12.9%، في حين كانت النسبة 6.5% لكل من الفئتين: من 41 إلى 50 سنة ومن 50 سنة وما فوق.

إذ تعتبر أغلبية المبحوثين و المقدره نسبتهم بـ 74.2%، ينتمون إلى الفئة العمرية من 31 إلى 40 سنة، وهذا راجع إلى طبيعة عمل مديرية البريد بالمسيلة، التي تتطلب خبرة في ممارسة الوظائف الموكلة اليهم و كفاءة عالية في رفع الأداء المهني.



الشكل رقم 4: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 2

السؤال رقم 3:

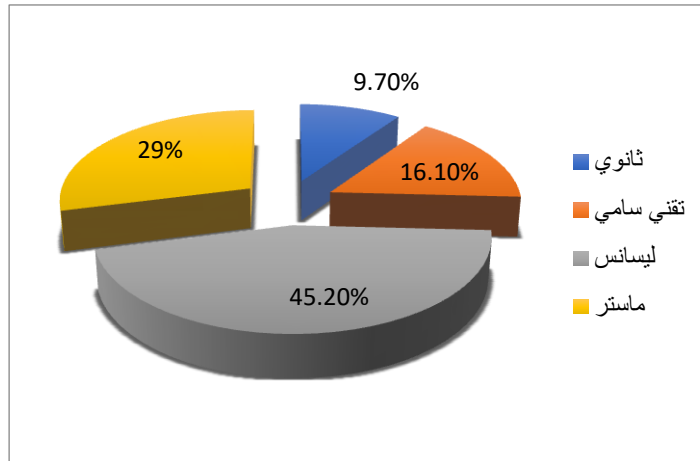
نص السؤال رقم 3: "ما هو متغير المستوى العلمي؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 4: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 3

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
9.7%	3	ثانوي
16.1%	5	تقني سامي
45.2%	14	ليسانس
29%	9	ماستر
100%	31	المجموع

يتضح من الجدول رقم 4، أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة كانت للحاصلين على تحصيل ليسانس بنسبة 45.2%، تليها فئة الحاصلين على تحصيل ماستر بنسبة 29%، لتأتي بعدها فئة الحاصلين على تحصيل تقني سامي بنسبة 16.1%، في حين كانت نسبة الحاصلين على تحصيل ثانوي 9.7%. و من هنا نستنتج، أن أغلب أفراد العينة ذوي مستوى ليسانس، و هذا راجع إلى طبيعة العمل ومعيار التوظيف لدى مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة.



الشكل رقم 5: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 3

السؤال رقم 4:

نص السؤال رقم 4: "ما هو متغير الوظيفة؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 5: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 4

النسبة	التكرار	الوظيفة
9.7%	3	نائب مدير
32.3%	10	رئيس مصلحة
58.1%	18	عامل
100%	31	المجموع

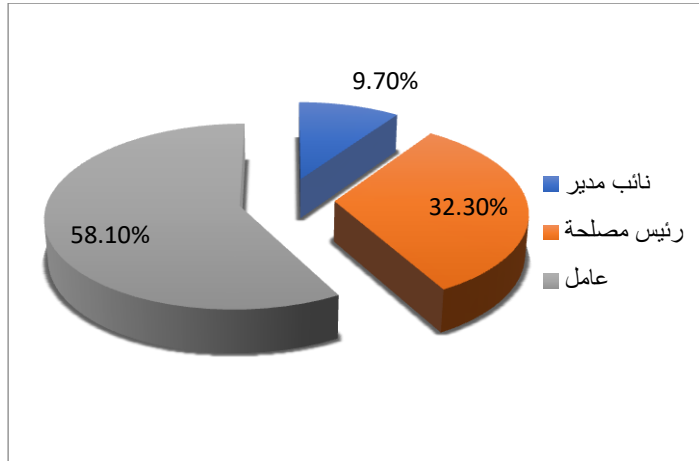
يتضح من الجدول 5، أن النسبة الأكبر من أفراد عينة الدراسة كانت لشاغلي منصب عامل بنسبة

58.1%، تليها فئة رئيس مصلحة بنسبة 32.3%، في حين كانت نسبة فئة نائب مدير 9.7%.

كون أن في أي إدارة نجد مناصب نوعية من رئيس مصلحة و مدير عام، طبيعة المناصب النوعية في

الإدارة لا تتعدى أكثر من 3 مناصب، أما بالنسبة للموظفين، فطبيعة العمل تفرض عليهم تواجد أكبر عدد

من الموظفين كما هو موضح أعلاه، بنسبة قدرت بـ 58.1%.



الشكل رقم 6: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 4

السؤال رقم 5:

نص السؤال رقم 5: "ما هو عدد سنوات الخبرة؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

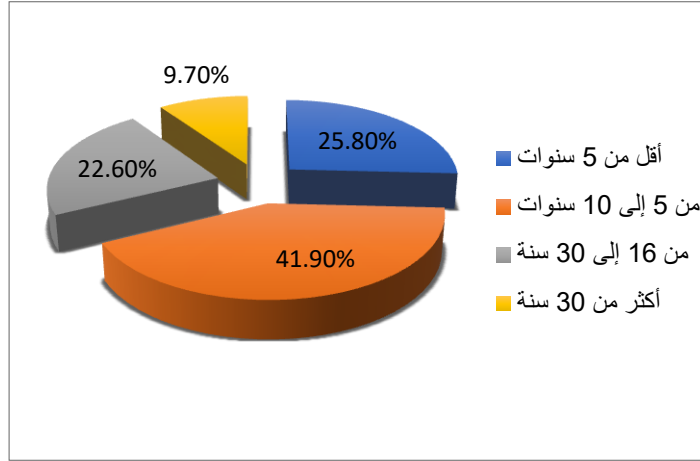
جدول 6: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 5

عدد سنوات الخبرة	التكرار	النسبة
أقل من 5 سنوات	8	25.8%
من 5 إلى 10 سنوات	13	41.9%
من 16 إلى 30 سنة	7	22.6%
أكثر من 30 سنة	3	9.7%
المجموع	31	100%

يتضح من خلال الجدول رقم 6، أن أغلب المبحوثين ذوي خبرة تتراوح ما بين 5 إلى 10 سنوات بنسبة 41.9%، في حين عدد سنوات الخبرة للفئة الثانية أقل من 5 سنوات كان بنسبة 25.8%، تليها فئة ذوي الخبرة التي تتراوح بين 16 إلى 30 سنة بنسبة 22.6%، أما نسبة ذوي خبرة أكثر من 30 سنة فكانت 9.7%

نستنتج أن 41.1% أكبر نسبة، التي تمثل عدد خبرة سنوات الموظفين بمديرية بريد الجزائر من 5 إلى 10 سنوات، كون أن التوظيف بالمديرية كان متواجداً من قبل إلى غاية سنة 2015، توقف طلب التوظيف في المؤسسات العمومية.

هذا ما يتشابه مع دراسة فراحي وهيبة تحت عنوان "الإدارة الإلكترونية كآلية لتحسين الخدمة العمومية"، دراسة حالة بلدية البويرة (2018-2019)، والتي أكدت خبرة المبحوثين من 3 إلى 10 سنوات، بنسبة قدرت بـ 34.04%، وهذا راجع إلى أن التوظيف العمومي كانت به مسابقات التوظيف متواجد إلى غاية 2015.



الشكل رقم 7: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 5

السؤال رقم 6:

نص السؤال رقم 6: " ماهي دوافع استخدام مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة لموقع الفيسبوك؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 7: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 6

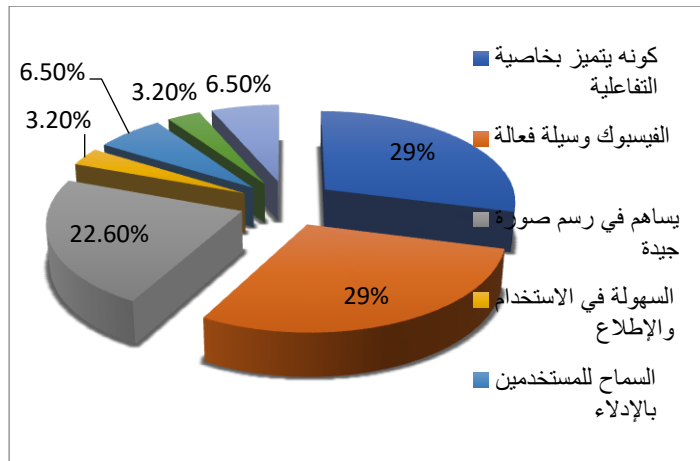
النسبة	التكرار	
29%	9	كونه يتميز بخاصية التفاعلية
29%	9	الفيسبوك وسيلة فعالة
22.6%	7	يساهم في رسم صورة جيدة
3.2%	1	السهولة في الاستخدام والإطلاع
6.5%	2	السماح للمستخدمين بالإدلاء
3.2%	1	مشاركة الأخبار والمعلومات
6.5%	2	الشعبية التي يحظى بها الفيسبوك
100%	31	المجموع

من خلال الجدول 7، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 31 فرداً على السؤال "دوافع استخدام مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة لموقع الفيسبوك"، حيث أن النسبة الأكبر منهم أجابت بـ "كونه يتميز بخاصية التفاعلية" و "الفيسبوك وسيلة فعالة" بنسبة قدرها 35.5%، تليها الفئة التي أجابت بـ "يساهم في رسم صورة جيدة" بنسبة قدرها 22.6%، لتأتي بعدها الفئتين التي أجابت بـ "السماح

للمستخدمين بالإدلاء" و"الشعبية التي يحظى بها الفيسبوك" بنسبة متساوية قدرت بـ 6.5%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا على السؤال بـ "السهولة في الاستخدام والاطلاع" و "مشاركة الأخبار والمعلومات" متساوية أيضا والتي قدرت بـ 3.2%.

نستنتج في الأخير، أن من أبرز دوافع استخدام مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة لموقع الفيسبوك، التي تقدر بـ 29% كونه يتميز بخاصية التفاعل، أي أن خاصية التفاعل بين الجمهور الداخلي والخارجي للمديرية يفتح مجالا للتواصل بينهم، من خلال الرد على شكاويهم و استفساراتهم و توضيح خدمات المؤسسة للجمهور، من خلال تفاعل الموظفين معهم، بالإضافة إلى تلبية رغباتهم. كما أن الفيسبوك وسيلة فعالة، لها تأثير قوي على اتجاه الجماهير و له دور في تكوين انطباعات جيدة عن المؤسسة وطبيعة عملها واستقطاب أكبر قدر من الزبائن، مع قدرته وفعاليتها على تحسين صورة المؤسسة من خلال الخدمات التي يقدمها الفيسبوك لمستعمليه. و من شق آخر، يلجأ الجمهور المستهدف إلى الفيسبوك كونه يوفر لهم احتياجاتهم.

و هذا ما يتوافق مع نظرية الاستخدامات و الاشباع المحققة، إذ يوجد للجمهور الخارجي دوافع لاستخدام لموقع الفيسبوك، و منها لمعرفة ما تقدمه المؤسسة من معلومات وخدمات وعروض لجمهورها. كما أن للإدارة الإلكترونية دور في معرفة احتياجات زبائنهم من أجل تلبيةها، وهذا ما قامت به مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة، إذ يعتبر دورا إيجابيا قامت به.



الشكل رقم 8: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 6

السؤال رقم 7:

نص السؤال رقم 7: " هل تعتقد أن موقع الفيسبوك ملائم لطبيعة نشاط مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؟"

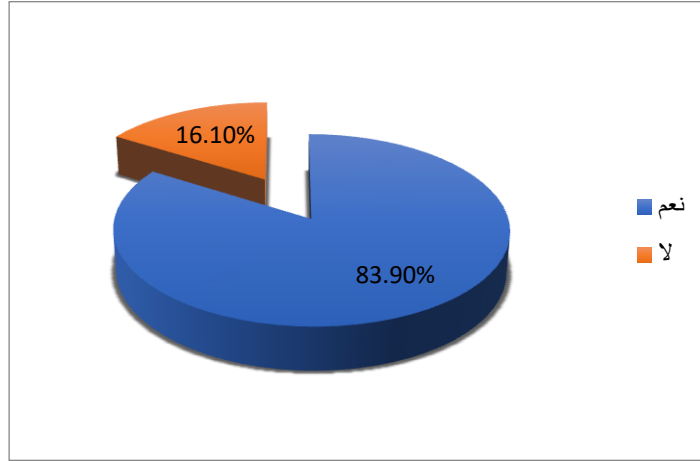
وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 8: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7

النسبة	التكرار	
%83.9	26	نعم
%16.1	5	لا
%100	31	المجموع

يتضح من خلال الجدول 8، إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 31 فرداً على السؤال "هل تعتقد أن موقع الفيسبوك ملائم لطبيعة نشاط مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؟"، حيث أن أغلب الباحثين أجابوا بـ"نعم" بنسبة مئوية قدرت بـ 83.9%، أما البقية والذين قدرت نسبتهم بـ 16.1% فقد كانت إجاباتهم "لا".

نستنتج أن موقع الفيس بوك يلائم أهداف و طبيعة نشاط المؤسسة بنسبة قدرت بـ 83.9%، وهذا راجع إلى الخصائص التي يتميز بها الفيسبوك، إذ يعتبر من أكثر المواقع استعمالاً، به قاعدة جماهيرية كبيرة يمتاز بالفاعلية و القدرة على استيعاب الكم الهائل من استفسارات الجماهير و الرد السريع على تساؤلاتهم، بالإضافة إلى ميزة الخدمات الإلكترونية التي يقدمها للمؤسسات للسماح لها بالترويج لخدماتها وصورتها بشكل جيد دون تعقيد.



الشكل رقم 9: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7

السؤال رقم 8:

نص السؤال رقم 8: " هل تظهر خدمات ونشاطات مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة عبر

صفحتها الخاصة؟ إذا كانت الإجابة بنعم، ما هي طبيعة الخدمات التي تفضل استخدامها؟"

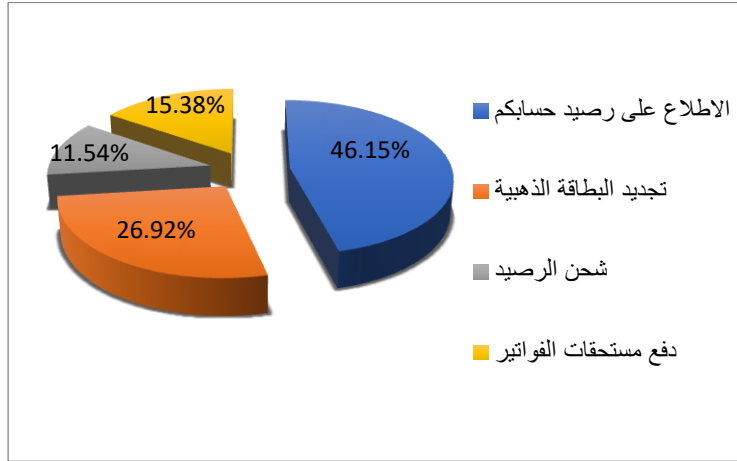
وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 9: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 8

النسبة	التكرار	
46.15%	12	الاطلاع على رصيد حسابكم
26.92%	7	تجديد البطاقة الذهبية
11.54%	3	شحن الرصيد
15.38%	4	دفع مستحقات الفواتير
100%	26	المجموع

من خلال الجدول 9، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 26 فرداً على السؤال "طبيعة الخدمات التي تقدمها المؤسسة"، حيث أن النسبة الأكبر منهم أجابت بـ "الاطلاع على رصيد حسابكم" بنسبة قدرها 46.15%، تليها الفئة التي أجابت بـ "تجديد البطاقة الذهبية" بنسبة قدرها 26.92%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "دفع مستحقات الفواتير" بنسبة قدرت بـ 15.38%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا على السؤال بـ "شحن الرصيد" 11.54%.

نستنتج أن من بين أكثر الخدمات التي يفضلها الجماهير استخدامها، هي الاطلاع على الرصيد بنسبة 46.15%، إذ تعتبر من أكثر الخدمات الإلكترونية التي تقدمها مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة، فهي تحظى بقاعدة جماهيرية كبيرة، وهذا راجع إلى طبيعة الشغل و توزيع الأموال لأصحابها وسحبها من حساباتهم.



الشكل رقم 10: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 8

السؤال رقم 9:

نص السؤال رقم 9: "هل يتفاعل الجماهير مع الخدمات التي تنشر عبر الصفحة الرسمية لمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

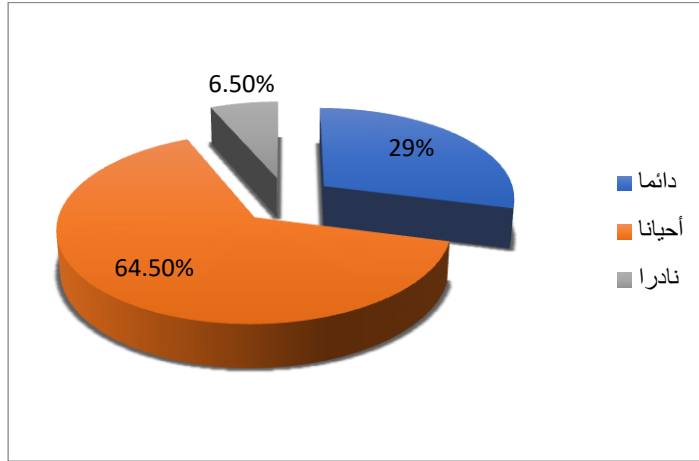
جدول 10: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 9

النسبة	التكرار	
29%	9	دائما
64.5%	20	أحيانا
6.5%	2	نادرا
100%	31	المجموع

من خلال الجدول 10، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا 31 فردا على السؤال "هل يتفاعل الجماهير مع الخدمات التي تنشر عبر الصفحة الرسمية لمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة"

"؟، حيث أن النسبة الأكبر منهم أجابت بـ "أحيانا" بنسبة قدرها 64.5%، تليها الفئة التي أجابت بـ "دائما" بنسبة قدرها 29%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا على السؤال بـ "نادرا" 6.5%.

نستنتج أن جماهير صفحة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة تحظى بتفاعل جيد به بنسبة 64.5%، إذ يتفاعلون مع مضمون الصفحة، وهذا راجع إلى الوعي بأهمية الصفحة في توجيه الجماهير نحو الخدمات التي تقدمها، مع تقديم برامج جديدة وخدمات متنوعة لهم.



الشكل رقم 11: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 9

السؤال رقم 10:

نص السؤال رقم 10: "ما هي الصيغة التي يتعامل بها الجماهير أكثر مع المنشورات؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 11: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 10

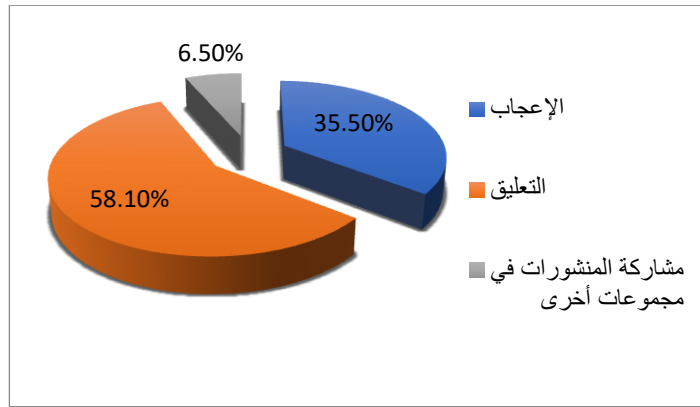
النسبة	التكرار	
35.5%	11	الإعجاب
58.1%	18	التعليق
6.5%	2	مشاركة المنشورات في مجموعات أخرى
100%	31	المجموع

من خلال الجدول 11، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا 31 فردا على السؤال "

ماهي الصيغة التي يتعامل بها الجماهير أكثر مع المنشورات؟"، حيث أن النسبة الأكبر منهم أجابت بـ "التعليق"

بنسبة قدرها 58.1%، تليها الفئة التي أجابت بـ "الإعجاب" بنسبة قدرها 35.5%، في حين كانت نسبة الباحثين الذين أجابوا على السؤال بـ "مشاركة المنشورات في مجموعات أخرى" 6.5%.

نستنتج أن جماهير الصفحة يتفاعلون مع مضمونها بصيغة التعليق بنسبة 58.1%، وذلك من خلال طرح تساؤلاتهم، استفساراتهم، مجمل شكاويهم و طبيعة انطباعاتهم حول ما تقدمه الصفحة والمديرية بشكل خاص. من هنا نستطيع معرفة الصورة الذهنية المكونة لدى الجماهير عن المؤسسة وخدماتها، ومدى رضاهم عن طبيعة نشاطها.



الشكل رقم 12: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 10

السؤال رقم 11:

نص السؤال رقم 11: "إذا كان استعمال خاصية التعليق أكثر، ماهي ردود أفعال الجماهير حول ما تقدمه المؤسسة من خدمات؟"

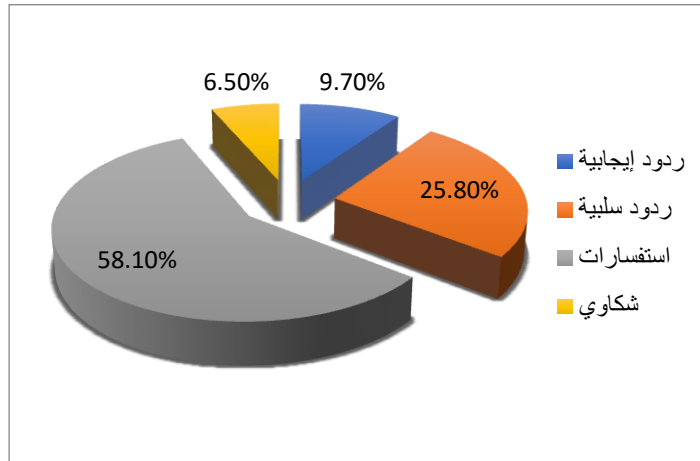
وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 12: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 11

النسبة	التكرار	
9.7%	3	ردود إيجابية
25.8%	8	ردود سلبية
58.1%	18	استفسارات
6.5%	2	شكاوي
100%	31	المجموع

من خلال الجدول 12، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 31 فرداً على السؤال "إذا كان استعمال خاصية التعليق أكثر، ماهي ردود أفعال الجماهير حول ما تقدمه المؤسسة من خدمات؟"، حيث أن النسبة الأكبر منهم أجابت بـ "استفسارات" بنسبة قدرها 58.1%، تليها الفئة التي أجابت بـ "ردود سلبية" بنسبة قدرها 25.8%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "ردود إيجابية" بنسبة 9.7%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا على السؤال بـ "شكاوي" 6.5%.

نستنتج أن ردود أفعال الجماهير كانت استفسارات أكثر من ردود إيجابية بنسبة قدرت بـ 58.1%، تليها ردود سلبية بنسبة قدرت بـ 25.8%، حيث أن الفيسبوك يوفر لمستهمليه خاصية التعليق التي من خلالها نستطيع معرفة ردود الأفعال المتباينة للجماهير كما هو موضح، ليضع الجمهور تعليقات تبين وجهة نظرهم، كالاستفسارات عن الخدمات التي تتوفر بالمديرية وكل ما هو جديد، هل مكاتب البريد بالمسيلة مفتوحة طيلة أيام الأسبوع، كيفية تجديد البطاقة الذهبية وأمور أخرى خاصة بهذا المجال... بالإضافة إلى الردود السلبية التي تعكس صورة المؤسسة و تعاملاتها مع الزبون .



الشكل رقم 13: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 11

السؤال رقم 12:

نص السؤال رقم 12: "ما الذي يميز صفحة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؟"

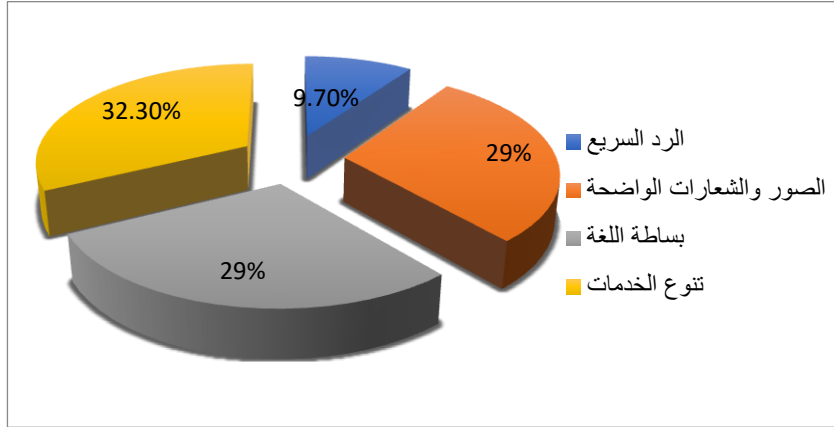
وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 13: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 12

النسبة	التكرار	
9.7%	3	الرد السريع
29%	9	الصور والشعارات الواضحة
29%	9	بساطة اللغة
32.3%	10	تنوع الخدمات
100%	31	المجموع

من خلال الجدول 13، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 31 فرداً على السؤال "ما الذي يميز مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؟"، حيث أن النسبة الأكبر منهم أجابت بـ "تنوع الخدمات" بنسبة قدرها 32.3%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "الصور والشعارات الواضحة" و"بساطة اللغة" بنسبة متساوية قدرها 29%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا على السؤال بـ "الرد السريع" 9.7%.

نستنتج أن صفحة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة تمتاز بتنوع الخدمات بنسبة قدرت بـ 32.3%، وهذا بطبيعة الحال من أبرز اهتمامات المؤسسة بشكل خاص وهو وضع خدمات متنوعة في يد الزبون من أجل إرضائه و تلبية رغباتهم لكسب ثقته و ولاءه وتكوين انطباع جيد حولها في أذهانهم، إذ تعتبر من إيجابيات توظيف الفيسبوك ضمن إدارتها الالكترونية لتسهيل العمل على الموظفين و الجمهور المستهدف بشكل خاص، بالإضافة إلى الصورة و الشعارات الواضحة و بساطة اللغة بنسبة قدرت بـ 29%. ومن هنا نستنتج أنهما عاملان أساسيان في كسب الجمهور ببساطة اللغة دون تعقيد مع ملاءمتها لمستوياتهم، وكذلك الصورة تلعب دور كبير في جذب انتباه الزبون وإيضاح كل غموض كان يشغل تفكيرهم، مع تكوين انطباع جيد عن الخدمات المتاحة للزبون.



الشكل رقم 14: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 12

السؤال رقم 13:

نص السؤال رقم 13: "برأيك، هل تتصف صفحة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة بالتجديد والتطور؟"

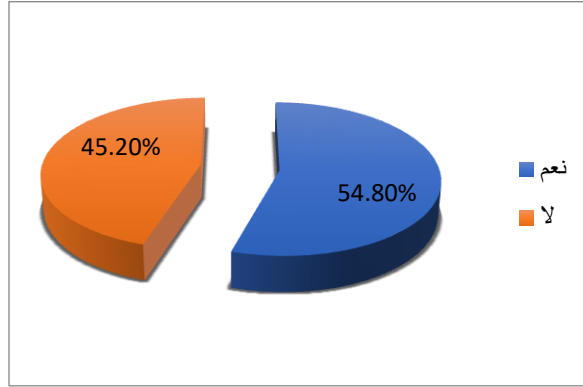
وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 14: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 13

النسبة	التكرار	
54.8%	17	نعم
45.2%	14	لا
100%	31	المجموع

يتضح من خلال الجدول 13، إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 31 فرداً على السؤال "هل تتصف مؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة بالتجديد والتطور؟"، حيث أن أغلب المبحوثين أجابوا بـ "نعم" بنسبة مئوية قدرت بـ 54.8%، أما البقية والذين قدرت نسبتهم بـ 45.2% فقد كانت إجاباتهم "لا".

نستنتج من خلال النتائج الموضحة أعلاه، أن نسبة قدرت بـ 54.8% كانت إجاباتهم بنعم، إذ أن صفحة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة تتصف بتجديد الدائم، وذلك من خلال نشرها لنشاطاتها، خدماتها، مجمل العروض المميزة المقدمة لفتتها المستهدفة وجل المشاريع الجديدة لصالح الزبائن لخدمة سهلة وسريعة تخدم الصالح العام و الخاص.



الشكل رقم 15: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 13

السؤال رقم 14:

نص السؤال رقم 14: " مدى مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عن طريق تطبيق الفيسبوك كأداة تعريفية والناطق الرسمي للمؤسسة؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

جدول 15: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 14

المجموع	موافق	معارض	محايد	التكرار	النسبة	العبرة	رقم
31	14	12	5	التكرار	النسبة	القضاء على خدمة المصالح الشخصية أو على حساب الآخرين	1
%100	%45.2	%38.7	%16.1				
31	17	9	5	التكرار	النسبة	تطبيق مبدأ الرقابة الذاتية على أعمالهم	2
%100	%54.8	%29	%16.1				
31	26	3	2	التكرار	النسبة	تحقيق السرعة في الرد والتواصل	3
%100	%83.9	%9.7	%6.5				
31	17	7	7	التكرار	النسبة	تطبيق الأعمال بدقة وجودة عالية	4
%100	%54.8	%22.6	%22.6				
31	23	3	5	التكرار	النسبة	وضع الصفحة الرسمية في خدمة الجماهير على مدار الساعة دون انقطاع	5
%100	%74.2	%9.7	%16.1				
31	28	2	1	التكرار	النسبة	إمكانية أي مواطن الاستفادة من الخدمات عبر الانترنت دون التنقل إلى المؤسسة	6
%100	%90.3	%6.5	%3.2				

من خلال الجدول 15، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 31 فرداً على السؤال: "ما مدى مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عن طريق تطبيق الفيسبوك كأداة تعريفية والناطق الرسمي للمؤسسة؟"، حيث كانت إجاباتهم على 6 عبارات كالآتي:

العبارة رقم (1): النسبة الأكبر من المبحوثين أجابوا بـ "موافق" حيث قدرت النسبة المئوية بـ 45.2%، تليها الفئة التي أجابت بـ "معارض" بنسبة قدرها 38.7%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "محايد" بنسبة 16.1%.

العبارة رقم (2): النسبة الأكبر من المبحوثين أجابوا بـ "موافق" حيث قدرت النسبة المئوية بـ 54.8%، تليها الفئة التي أجابت بـ "معارض" بنسبة قدرها 29%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "محايد" بنسبة 16.1%.

العبارة رقم (3): النسبة الأكبر من المبحوثين أجابوا بـ "موافق" حيث قدرت النسبة المئوية بـ 83.9%، تليها الفئة التي أجابت بـ "معارض" بنسبة قدرها 9.7%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "محايد" بنسبة 6.5%.

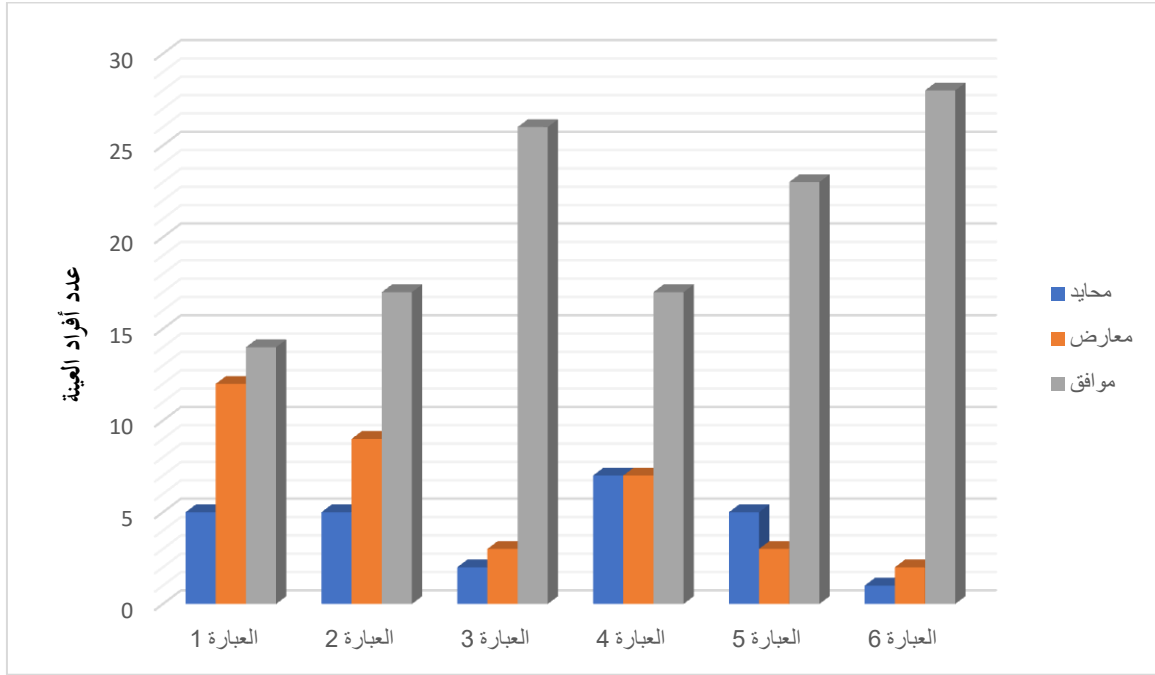
العبارة رقم (4): النسبة الأكبر من المبحوثين أجابوا بـ "موافق" حيث قدرت النسبة المئوية بـ 54.8%، تليها الفئة التي أجابت بـ "معارض" و "محايد" بنفس النسبة قدرها 22.6%.

العبارة رقم (5): النسبة الأكبر من المبحوثين أجابوا بـ "موافق" حيث قدرت النسبة المئوية بـ 74.2%، تليها الفئة التي أجابت بـ "محايد" بنسبة قدرها 16.1%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "معارض" بنسبة 9.7%.

العبارة رقم (6): النسبة الأكبر من المبحوثين أجابوا بـ "موافق" حيث قدرت النسبة المئوية بـ 90.3% (وهي تمثل أكبر نسبة من بين جميع العبارات)، تليها الفئة التي أجابت بـ "معارض" بنسبة قدرها 6.5%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "محايد" بنسبة 3.2%.

من خلال ما سبق، يمكن القول أن أغلبية إجابات أفراد العينة الدراسة على محور مساهمة الإدارة الإلكترونية في تحسين الصورة الذهنية كانت نحو الإجابة "موافق"، وهذا راجع إلى أن الإدارة الإلكترونية لمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة ساهمت بشكل كبير في القضاء على خدمة المصالح الشخصية

وعززت مبدأ الرقابة الذاتية، كما حققت رقما كبيرا في السرعة الرد على الرسائل و التواصل، وهذا يعتبر من أهدافها الاستراتيجية الاتصالية للمؤسسة، كما سعت إلى تحقيق إمكانية أي مواطن إلى الاستفادة من خدمات عبر الانترنت و النسب برهنت ذلك، وهذه دلالة على نجاح الاستراتيجية و توافقتها مع أهداف المؤسسة بنسبة 90.3%، و هذا ما لمسناه ميدانيا.



الشكل رقم 16: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 14

السؤال رقم 15:

نص السؤال رقم 15: "الإشباع المحققة من استخدام المؤسسة لموقع الفيسبوك ضمن إطارها الإداري الالكتروني لتحسين صورتها الذهنية لدى الجماهير؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

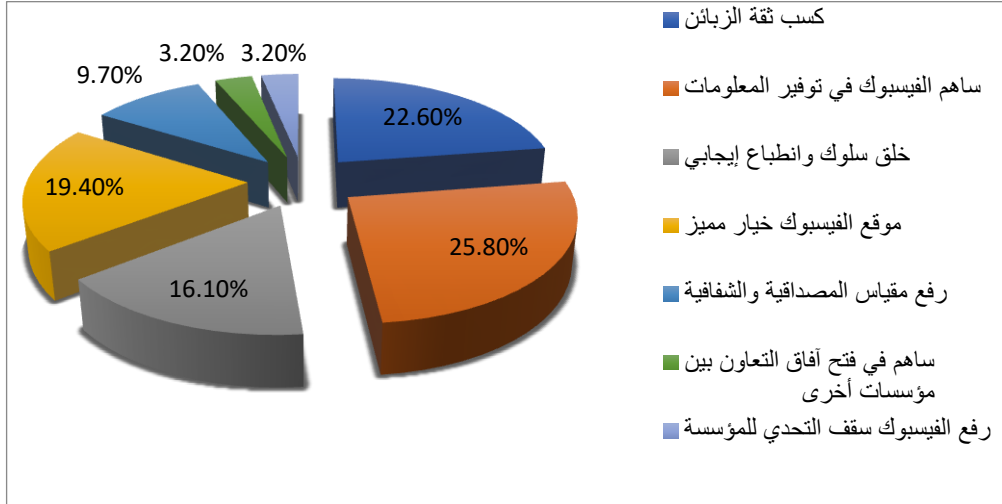
جدول 16: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 15

النسبة	التكرار	
22.6%	7	كسب ثقة الزبائن
25.8%	8	ساهم الفيسبوك في توفير المعلومات
16.1%	5	خلق سلوك وانطباع إيجابي

19.4%	6	موقع الفيسبوك خيار مميز
9.7%	3	رفع مقياس المصداقية والشفافية
3.2%	1	ساهم في فتح آفاق التعاون بين مؤسسات أخرى
3.2%	1	رفع الفيسبوك سقف التحدي للمؤسسة
100%	31	المجموع

من خلال الجدول 16، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 31 فرداً على السؤال "ماهي الإشباعات المحققة من استخدام المؤسسة لموقع الفيسبوك ضمن إطارها الإداري الإلكتروني لتحسين صورتها الذهنية لدى الجماهير؟"، حيث أن النسبة الأكبر منهم أجابت بـ "ساهم الفيسبوك في توفير المعلومات" بنسبة قدرها 25.8%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "كسب ثقة الزبائن" بنسبة 22.6%، في حين نلاحظ أن نسبة الأفراد الذين أجابوا بـ "موقع الفيسبوك خيار مميز" قدرت بـ 19.4%، تليها الفئة التي أجابت بـ "خلق سلوك وانطباع إيجابي" بنسبة 16.1%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ "رفع مقياس المصداقية والشفافية" بنسبة 9.7%، في حين كانت نسبة كل من المبحوثين الذين أجابوا على السؤال بـ "ساهم في فتح آفاق التعاون بين مؤسسات أخرى" و "رفع الفيسبوك سقف التحدي للمؤسسة" نفسها والمقدرة بـ 3.2%.

أي أن الفيسبوك يعتبر بوابة للمعلومات بنسبة 25.8%، كونه يوفر جميع المعلومات عن المؤسسة وخدماتها الإلكترونية و الشعارات اليومية التي تصل إلى الجمهور الخارجي، حيث تحتوي على مجمل نشاط المؤسسة وكل ما هو جديد لوضع الجمهور في الصورة، كونه يحظى بأهمية بالغة لدى المؤسسة، بالإضافة إلى كسب ثقة الزبائن بنسبة 22.1%، أي أن الهدف الأسمى للمؤسسة هو تقديم عروض لافتة مهمة مميزة خادمة لرغبات الجمهور المستهدف من أجل تحقيق هدف من أهدافها، وهو كسب ثقتهم وولائهم، كما أن الفيسبوك خيار مميز لتحسين الصورة الذهنية لمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة بنسبة قدرت بـ 19.4%، وهذا راجع إلى مميزات الفيسبوك كموقع و البرامج التي يتناولها و الشروط السهلة لإنشاء صفحة بمديرية و مزاوله نشاطها دون تعقيد.



الشكل رقم 17: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 15

السؤال رقم 16:

نص السؤال رقم 16: "ما هي الصعوبات التي واجهت مؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة من خلال استعمال الفيسبوك؟"

وبعد المعالجة الإحصائية، تم التوصل إلى النتيجة الموضحة في الجدول التالي:

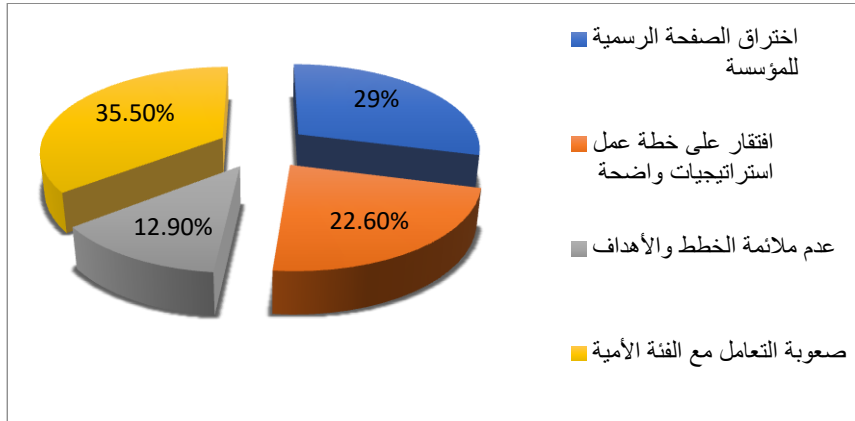
جدول 17: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 16

النسبة	التكرار	
29%	9	اختراق الصفحة الرسمية للمؤسسة
22.6%	7	افتقار على خطة عمل استراتيجيات واضحة
12.9%	4	عدم ملائمة الخطط والأهداف
35.5%	11	صعوبة التعامل مع الفئة الأمية
100%	31	المجموع

من خلال الجدول 17، نلاحظ إجابات عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالاً 31 فرداً على السؤال "الصعوبات التي واجهت مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة من خلال استعمال الفيسبوك"، حيث أن النسبة الأكبر منهم أجابت بـ "صعوبة التعامل مع الفئة الأمية" حيث قدرت هذه النسبة بـ 35.5%، تليها الفئة التي أجابت بـ "اختراق الصفحة الرسمية للمؤسسة" بنسبة قدرها 29%، لتأتي بعدها الفئة التي أجابت بـ

"افتقار على خطة عمل استراتيجيات واضحة" بنسبة 22.6%، في حين كانت نسبة المبحوثين الذين أجابوا على السؤال بـ "عدم ملائمة الخطط والأهداف" بنسبة قدرها 12.9%.

و في الأخير، نستنتج أن من بين الصعوبات التي تواجه مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة من استعمال الفيس بوك، هي صعوبة التعامل مع فئة الأمية بقدر 11%، كون هذه الفئة لا تملك مستوى دراسي يؤهلها على التعامل مع الفيس بوك و الاطلاع على الصفحة الرسمية للمؤسسة لمعرفة ما تقدمه. تعاني المؤسسة مع هذه الفئة بعد توجيهها من أجل متابعة الصفحة لمعرفة كل ما هو جديد دون التنقل إلى المركز، لكن دائما ما تلقى نفسها تتعامل معهم و توجههم شخصيا، بالإضافة إلى مشكل اختراق الصفحة الرسمية للمؤسسة و إتلاف محتواها، مما يخلق مشاكل على مستوى الإدارة الإلكترونية و الجمهور المستهدف يلقي نفسه بعيدا كل البعد عن مستجدات و الخدمات المقدمة لهم في ظرف تلف الصفحة الرسمية للمؤسسة، وهذا ما جاء ضمن الاجابات المقدمة في الاستمارة بقدر 29%.



الشكل رقم 18: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 16

3. نتائج الدراسة

من خلال دراستنا لموضوع الدراسة المتعلق بتوظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، وبعد جمع البيانات وتحليلها توصلنا إلى النتائج التالية:

1. تبين من خلال نتائج الدراسة أن 80.6% من أفراد العينة ذكور؛
2. توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة 74.2% تتراوح أعمارهم بين 31 إلى 40 سنة.
3. أكدت نتائج الدراسة أن 45.2% من أفراد العينة لديهم مستوى ليسانس؛
4. أكدت نتائج الدراسة 58.1% من أفراد العينة يقرون بأن المؤسسة تملك أكبر عدد من الموظفين؛

5. تبين من نتائج الدراسة أن 41.9% من أفراد العينة يمتلكون من 5 إلى 10 سنوات خبرة في مجال العمل؛
6. أقر 83.9% من الموظفين أن موقع الفيسبوك ملائم لطبيعة نشاط المؤسسة؛
7. وضحت نتائج الدراسة أن 46.15% من أفراد العينة يفضلون استخدام خدمة الاطلاع على الرصيد؛
8. أكدت نتائج الدراسة 64.5% من أفراد العينة يتفاعلون بصفة أحيانا مع الخدمات التي تنشر عبر الصفحة الرئيسية للمؤسسة؛
9. أقر 64.5% من الموظفين بأن الصفحة الرسمية للمؤسسة تحظى بتفاعل جيد؛
10. بينت نتائج الدراسة أن 58.1% من أفراد العينة يقرون بأن جماهير صفحة المؤسسة يتفاعلون بصيغة التعليق أكثر؛
11. توصلت نتائج الدراسة إلى أن أغلب أفراد العينة 58.1% يقرون بأن ردود أفعال الجماهير عبارة عن استفسارات حول الخدمات المقدمة؛
12. أكدت نتائج الدراسة أن 32.3% من أفراد العينة يقرون بأن صفحة المديرية الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة تتصف بتجديد الدائم؛
13. توصلت نتائج الدراسة إلى أن 90.3% من الموظفين يقرون بمواقف على أن بإمكان أي مواطن الاستفادة من خدمات المؤسسة عبر الانترنت دون التنقل إلى المركز (و هي تمثل أكبر نسبة بين جميع العبارات المتواجدة في الجدول)؛
14. بينت نتائج الدراسة أن 83.9% من أفراد العينة يقرون بموافق على أن الإدارة الإلكترونية ساهمت بشكل كبير في الرد السريع على تساؤلات الزبائن؛
15. وضحت نتائج الدراسة أن 35.5% من افراد العينة يقرون بأن من بين الصعوبات التي واجهت المؤسسة هي التعامل مع الفئة الأمية.

4. الاقتراحات

انطلاقاً من التحليلات و التفسيرات تم التوصل إلى التوصيات التالية:

- ✓ نقتراح على المؤسسة الاهتمام أكثر بالجانب التقني بالمديرية؛
- ✓ غرس ثقافة التعاملات الإلكترونية و الوعي بأهميتها، و تزويد المؤسسة بأحدث التقنيات لضمان الاستمرارية و التسهيلات في العمل وخفض التكاليف والضغط عن العمال و الزبون؛
- ✓ القيام بلقاءات مفتوحة مع الجماهير و توعية بأهمية تصفح صفحات مديرية بريد الجزائر من أجل خلق تفاعل واختصار المسافات و الوعي بمدى التسهيلات التي تقدم على مستوى الصفحة؛
- ✓ و على المديرية أن تتنوع في الوسائل التي تستخدمها في الترويج لخدماتها والتعريف بها لأن موقع الفيسبوك لديه فئة الخاص؛
- ✓ على مديرية بريد الجزائر مواكبة التطور التكنولوجي وعصرنة تعاملاتها المالية و تطوير وسائل الدفع الإلكتروني؛
- ✓ دخول سوق التجارية الإلكترونية.



الخاتمة

ختاما لما سبق، توصلنا إلى أن للفيسبوك دور في تحسين الصورة الذهنية لمديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة، حيث يعتبر الفيسبوك الناطق الرسمي للمديرية و خدماتها وأداة تعريفية لطبيعة نشاطها التجاري و الاقتصادي و آلية تعمل عليها المؤسسة لترسيخ صورة جيدة عن أدائها وخدماتها الإلكترونية و الحفاظ على الانطباعات الجيدة المكونة عن المنظمة ككل لدى الزبون و المنافس مع كسب ثقتهم وولائهم لها دون تغيير، و صنع اسم يليق بسمعتها وبجماهيرها.

في الأخير نستنتج أن التطور التكنولوجي له الفضل في ما عليه الإدارة الآن، إذ تعتبر نظم المعلوماتية والتقنيات الحديثة ومن بين العوامل التي ساهمت في أخذ الإدارة منحنا جديد و غيرت من مفهومها وطبيعة نشاطها لتصبح إدارة إلكترونية وفق معايير عالمية ذات جودة عالية بكفاءات عالمية يملكون خبرة سنوات صنعت الفرق في جودة الأداء و تنوع الخدمات والبرامج الخاصة.



قائمة المراجع

- انجرس، مورييس. (2004-2006). منهجية البحث في العلوم السياسية. ط2. تر: صحراوي، بوزيد. بوشرف، كمال. سبعون، سعيد. دار القصة للنشر. الجزائر.
- باقر، موسى. (2014) الصورة الذهنية في العلاقات العامة. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان.
- بختي، إبراهيم. (2008). التجارة الإلكترونية مفاهيم واستراتيجيات التطبيق في المؤسسة. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- البيستاني، فؤاد إفرام. (2000). منجد الطلاب. ط6. دار المشرقي.
- بن مرزوق، عنزة. قرقاد، عادل. حفيظي، نور الدين وآخرون. إدارة الموارد البشرية في عصر الإدارة الإلكترونية. مركز الكتاب الأكاديمي.
- توفيق، عبد الرحمن. (2003). الإدارة الإلكترونية وتحديات المستقبل. مطابع الشرطة للطباعة والنشر والتوزيع. القاهرة.
- جمعة، صفاء فتوح. (2014). مسؤولية الموظف العام في إطار تطبيق نظام الإدارة الإلكترونية. ط1. دار الفكر و القانون للنشر والتوزيع. مصر.
- حبيب، عبد الرزاق. (2000). اقتصاد وتسيير المؤسسة. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- حسن، إسماعيل محمود. (2003). مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. ط1. دار العالمية للنشر والتوزيع. القاهرة.
- الحسن، حسين مُجد. (2011). الإدارة الإلكترونية "المفاهيم الخصائص المتطلبات". ط1. مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع. عمان، الأردن.
- الحسنية، سليم. (2006). نظم المعلومات الإدارية. ط3. دار البراق للنشر والتوزيع. عمان.
- حماد، خلف. (2020). وسائل الإعلام و منظمات المجتمع المدني. ط1. دار اليازوري للنشر و التوزيع.
- الحوارني، مُجد عبد الكريم. (2008). النظرية المعاصرة في علم الاجتماع التوازن التفاضلي صيغة التوليفة بين بين الوظيفة و الصراع. ط1. دار المجدلاوي للنشر و التوزيع. عمان، الأردن.

- خبديلي، عبد الناصر. (2010). تقنيات ومناهج البحث العلمي في العلوم السياسية والاجتماعية. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- خليل، نبيل سعد. (2014). إدارة المؤسسات التربوية. ط1. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.
- خميسة، صدام. (2013). الحكومة الإلكترونية الطريق نحو الإصلاح الإداري، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع. الأردن.
- الدافوقي، إبراهيم. (2001). صورة الأترك لدى العرب. مركز دراسات الوحدة العربية. بيروت.
- الدليمي، عبد الرزاق مُجَّد. (2012). مدخل الى وسائل الإعلام الجديد. ط 1. دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة. عمان.
- الدليمي، عثمان مُجَّد. (2019). مواقع التواصل الاجتماعي: نظرة عن قرب. ط1. دار غيداء للنشر والتوزيع. عمان.
- رضا، عبد الواحد. (2007). النظريات العلمية في مجال الالكتروني. منتدى سور الازيكة. مصر.
- رضوان، محمود عبد الفتاح. (2012). الإدارة الإلكترونية وتطبيقاتها الوظيفية. ط1. المجموعة الغربية للتدريب والنشر. القاهرة.
- الزعاير، راکز علي حمود. الطالب، غسان. (2020). الإدارة الإلكترونية والتسويق الإلكتروني لمنظمات الأعمال المعاصرة. دار اليازوري للنشر و التوزيع.
- الزعي، علي فلاح مفلح. النصر، أحمد صالح. (2019). التسويق الإلكتروني في القرن الواحد والعشرين. دار اليازوري لنشر و التوزيع. عمان.
- الزبياري، طاهر حسو. (2016). النظرية السوسيولوجية المعاصرة. ط 1. دار البيروني للنشر و التوزيع. عمان، الأردن.
- السلمي، علاء عبد الرزاق. (2008). الإدارة الإلكترونية. دار وائل للنشر والتوزيع. عمان (الأردن).

شعبان، خضير. (2002). مصطلحات في لإعلام والاتصال. دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر. باتنة.

الشمالية، ماهر عودة. اللحام، محمود عزت. كافي، مصطفى يوسف. (2015). الإعلام الجديد الرقمي. ط1

شبية، شدوان علي. (2012). العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق. دار المعرفة الجامعية. الإسكندرية.

طاق، إلياس. (2020). الحماية من الاختراق دور علاقات العامة والاعلام. مركز المهنية للإدارة. مصر.

الطيبي، خضر مصباح. (2008). التجارة الإلكترونية من منظور تقني و تجاري و إداري. دار حامد. الأردن.

عبد الحميد، مُجَّد. (2012). الإعلام الجديد. ط1. طيبة للنشر والتوزيع. القاهرة.

عبد الحميد، مُجَّد. (2015). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. عالم الكتب. القاهرة.

عبد الرحمان، عبد الله مُجَّد وآخرون. (2002). مناهج وطرق البحث الاجتماعي. دار المعرفة الجامعية. القاهرة.

عبد الرحمان، عبد الله مُجَّد. (2005). النظرية في علم الاجتماع. دار المعرفة الجامعية. الإسكندرية.

عبد المجيد، علي. (2021). الإدارة الحديثة أسس ومبادئ وغايات. د. ط. وكالة الصحافة العربية للنشر والتوزيع.

عبيدات، ذوقان. كايد، عبد الحق. وآخرون. (1999). منهجية البحث العلمي والقواعد والمراحل والتطبيقات.


عجوة، علي. (1983). العلاقات العامة و الصورة الذهنية. ط1. عالم الكتب للنشر و التوزيع. القاهرة.

العدوي، فهمي. (2011). مفاهيم جديدة في العلاقات العامة. ط1. دار أسامة. عمان.

العزاوي، رحيم يونس. (2008). منهج البحث العلمي. ط1. دار دجلة. عمان.

- عليوة، السيد. (2002). تنمية مهارات العلاقات العامة (في ظروف المنافسة). مركز التوثيق العلمي، دار تيراك للنشر. عمان.
- غربي، علي. (2007). علم الاجتماع والثنائيات النظرية التقليدية والحديثة. مخبر علم الاجتماع الاتصال للبحث والترجمة. جامعة قسنطينة. الجزائر.
- فوزي، شروق سامي. (2015). تكنولوجيا الإعلام الجديد. ط1. مجلد 1. طيبة للنشر والتوزيع.
- قمحية، حسان أحمد. (2017). الفيسبوك تحت المجهر. ط 1. دار النخبة. مصر.
- القميزي، حمد بن عبد الله. (2016-2017). تقنيات التعليم و مهارات الاتصال. ط2.
- كافي، مصطفى يوسف. (2011). الإدارة الإلكترونية. دار مؤسسة رسلان للنشر والتوزيع. سوريا.
- كيالي، عبد الوهاب. (1990). الموسوعة السياسية. ط3. الجزء 6. المؤسسات العربية للدراسات.
- لطاد، ليندة. عباش، عائشة. وآخرون. (2019). منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية. ط1. المركز الديمقراطي العربي للدراسات الاستراتيجية والسياسية والاقتصادية. برلين.
- مُجد، مدحت مُجد. (2016). الحكومة الالكترونية. المجموعات العربية لتدريب والنشر.
- المزاهرة، منال. (2012). نظريات الاتصال. ط1. دار المسيرة للنشر والتوزيع. الأردن.
- مسلم، عبد الله حسن. (2014). إدارة المعرفة وتكنولوجيا المعلومات. ط1. دار المعتز للنشر والتوزيع. عمان.
- المسلمي، ابراهيم عبد الله. (2011). إدارة المؤسسات الصحفية. العربي لنشر و التوزيع. القاهرة.
- المشهداني، مُجد جواد زين الدين. (2017). العلاقات العامة في المؤسسات السياحية.
- مصباح، عامر. (2017). منهجية البحث في العلوم السياسية والاعلام. ديوان المطبوعات. جامعة الجزائر.
- المغربي، مُجد. (2000). أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية. دار الثقافة للنشر. عمان.

- المقداد، خالد غسان يوسف. (2013). الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي. ط1. دار النفائس للنشر والتوزيع. الأردن.
- مكاوي، حسن عماد. السيد، ليلي حسين. (2011). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط1. الدار المصرية اللبنانية. القاهرة.
- نجم، طه عبد العالي. (2010). البحث الإعلامي. ط1. دار الكلمة للنشر. مصر، الإسكندرية.
- نجم، عبود نجم. (2009). الإدارة و المعرفة الإلكترونية "الاستراتيجية- الوظائف- المجالات". دار اليازوري. عمان.
- ياسين، سعد غالب. (2003). الإدارة الإلكترونية وآفاق تطبيقاتها العربية. مركز البحوث. معهد الإدارة العامة. المملكة العربية السعودية.
- تعامرة، يارا. (2021). مفهوم الإدارة و خصائصها و الوظائف. <http://mawdoo3.com>



الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

قسم علوم الإعلام والاتصال

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

استبيان حول موضوع توظيف الفيسبوك في الإدارة الإلكترونية لتحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

- نموذج المديرية الوحيدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة -

تحت إشراف الأستاذة: فطوم بلقي

الاسم واللقب: أنوار سعودي

نحيطكم علمًا أن الأسئلة الواردة في الاستمارة سوف تستخدم لأغراض علمية بحتة، وأن الإجابات المقدمة من طرفكم تعبر عن آرائكم الشخصية، كما أنها تحظى بكامل السرية، وأهدافها لا تتعدى خدمة وإثراء البحث العلمي، لذا نرجو منكم أن تكون إجاباتكم صادقة وصریحة شاكرين ومقدرين جهودكم وتعاونكم.

الجنس:

ذكر أنثى

السن:

من 20 إلى 30 من 31 إلى 40 من 41 إلى 50 من 50 سنة فما فوق

المستوى العلمي:

ثانوي تقني سامي ليسانس ماستر دكتوراه

الوظيفة:

مدير عام نائب مدير رئيس مصلحة عامل

عدد سنوات الخبرة:

أقل من خمس سنوات من 5 إلى 15 سنة من 16 إلى 30 سنة أكثر من 30 سنة

المحور الأول: خصائص موقع الفيسبوك لمؤسسة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة

هل تعتقد أن موقع الفيسبوك ملائم لطبيعة نشاط مؤسسة مديرية البريد؟ نعم لا

ماهي دوافع استخدام مديرية بريد الجزائر بالمسيلة لموقع الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- كونه يتميز بخاصية التفاعلية بين الإداريين والمستخدمين
- الفيسبوك وسيلة فعالة في إعداد ونشر برامج ونشاطات المؤسسة لخلق انطباع جيد لدى الجماهير حول ما تقدمه
- يساهم في رسم صورة جيدة عن المؤسسة وخدماتها
- السهولة في الاستخدام والاطلاع على ما هو جديد تنوع الخدمات والبرامج التي تتناول الصفحة الرسمية للمؤسسة
- السماح للمستخدمين بالإدلاء آرائهم حول ما تقدمه المؤسسة عبر خاصية التعليق
- مشاركة الأخبار والمعلومات المتاحة عبر الصفحة في مختلف المجموعات عبر خاصية المشاركة أو الإشارة
- تحقيق الرضا لدى الجماهير
- الشعبية التي يحظى بها الفيسبوك مما يسمح بالترويج لخدمات المؤسسة بأحسن صورة
- بناء قاعدة جماهيرية كبيرة

هل تظهر خدمات ونشاطات مديرية بريد الجزائر بالمسيلة عبر صفحتها الخاصة؟ نعم لا

إذا كانت الإجابة بنعم ما هي طبيعة الخدمات التي تفضل استخدامها؟:

الاطلاع على رصيد حسابكم تجديد البطاقة الذهبية شحن الرصيد دفع مستحقات الفواتير

هل يتفاعل الجماهير مع الخدمات التي تنشر عبر الصفحة الرسمية لمؤسسة مديرية بريد الجزائر بالمسيلة؟

دائما أحيانا نادرا

ما الصيغة التي يتعامل بها الجماهير أكثر مع المنشورات؟

الإعجاب التعليق مشاركة المنشورات في مجموعات أخرى لإشارة إلى الأصدقاء

إذا كان استعمال خاصية التعليق أكثر، ماهي ردود أفعال الجماهير حول ما تقدمه المؤسسة من خدمات؟

إيجابية ردود سلبية استفسارات شكاوي ضا تام بما تقدمه المؤسسة من تسهيلات

ما الذي يميز صفحة مديرية الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة؟

الرد السريع الصور والشعارات الواضحة بساطة اللغة تنوع الخدمات الخدمة عبر الانترنت الأسهل والأسرع

برأيك، هل تتصف صفحة مديرية بريد الجزائر بالمسيلة بالتجديد والتطور؟ نعم لا

إذا كانت إجابتك بنعم، فيما يتمثل هذا التجديد؟

المحور الثاني: مساهمة الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية لمديرية البريد

ما مدى مساهمة الإدارة الالكترونية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة عن طريق تطبيق الفيسبوك كأداة تعريفية والناطق الرسمي للمؤسسة؟

موافق معارض محايد

القضاء على خدمة المصالح الشخصية أو على حساب الآخرين

تطبيق مبدأ الرقابة الذاتية على أعمالهم

تحقيق السرعة في الرد والتواصل

تطبيق الأعمال بدقة وجودة عالية

وضع الصفحة الرسمية في خدمة الجماهير على مدار الساعة دون انقطاع

إمكانية أي مواطن الاستفادة من الخدمات عبر الانترنت دون التنقل إلى المؤسسة

المحور الثالث: الإشباعات المحققة من استخدام موقع الفيسبوك ضمن إطارها الإداري الالكتروني

ماهي الإشباعات المحققة من استخدام المؤسسة لموقع الفيسبوك ضمن إطارها الإداري الالكتروني لتحسين صورتها الذهنية لدى الجماهير؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- كسب ثقة الزبائن
- ساهم الفيسبوك في توفير المعلومات للجماهير حول ما تقدمه المؤسسة
- خلق سلوك وانطباع إيجابي وسمعة جيدة عن المؤسسة لدى الجماهير
- موقع الفيسبوك خيار مميز لتحسين صورة المؤسسة وتقديم الخدمات والبرامج الخاصة بمديرية البريد
- رفع مقياس المصداقية والشفافية والنزاهة في تقديم الخدمات
- ساهم في فتح آفاق التعاون بين مؤسسات أخرى لها نفس الغاية
- رفع الفيسبوك سقف التحدي للمؤسسة والمنافسة والترويج الأفضل لخدماتها

المحور الرابع: العراقيل التي واجهت مؤسسة بريد الجزائر بالمسيلة من خلال استعمال الفيسبوك

ماهي الصعوبات التي واجهت مديرية بريد الجزائر بالمسيلة من خلال استعمال الفيسبوك؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- اختراق الصفحة الرسمية للمؤسسة والتلاعب بمحتواها وخدماتها المقدمة عبر الانترنت (الروابط) المتواجدة في الصفحة
- افتقار على خطة عمل استراتيجيات واضحة متوافقة مع الخدمات الالكترونية الحديثة
- عدم ملائمة الخطط والأهداف والاستراتيجية والبرامج المبرمجة مع الصفحة الرئيسية للمؤسسة وطبيعة عملها
- صعوبة التعامل مع الفئة الأمية لعدم إتقانها استعمال الصفحة الرسمية للمؤسسة

فهرس المحتويات

5.....	ملخص الدراسة.....
6.....	Résumé de l'étude
7.....	مقدمة.....
4.....	الفصل الأول: الإطار المنهجي.....
6.....	1. الإشكالية.....
7.....	2. أهمية الدراسة.....
8.....	3. أهداف الدراسة.....
8.....	4. أسباب اختيار الموضوع.....
9.....	5. المدخل النظري للدراسة.....
12.....	6. مفاهيم الدراسة.....
16.....	7. نوع الدراسة ومنهجها.....
18.....	8. أداة جمع البيانات.....
19.....	9. مجالات الدراسة.....
20.....	10. مجتمع البحث و عينة الدراسة.....
20.....	11. الدراسات السابقة.....
26.....	الفصل الثاني: الإطار النظري.....
29.....	I. ماهية موقع الفيسبوك.....
29.....	تمهيد.....
30.....	1. نشأة الفيسبوك.....
30.....	2. خصائص الفيسبوك.....
32.....	3. وظائف الفيسبوك.....

34	4. عملية إنشاء صفحة خاصة بالمؤسسة
35	5. استخدام المؤسسة لموقع الفيس بوك
36	6. إيجابيات استخدام موقع الفيسبوك
37	خلاصة
38	II. الإدارة الإلكترونية للمؤسسة
38	تمهيد
39	1. نشأة الإدارة الإلكترونية
39	2. مفهوم الإدارة الإلكترونية
40	3. أسباب تحول المؤسسة إلى الإدارة الإلكترونية
40	4. خصائص الإدارة الإلكترونية
41	5. أهمية الإدارة الإلكترونية بالنسبة للمؤسسات
42	6. وظائف الإدارة الإلكترونية
43	7. عناصر الإدارة الإلكترونية
45	خلاصة
46	III. الصورة الذهنية للمؤسسة
46	تمهيد
47	1. أهمية الصورة الذهنية للمؤسسة
47	2. خصائص الصورة الذهنية
48	3. أهداف المؤسسة في بناء صورة ذهنية إيجابية
48	4. أنواع الصورة الذهنية
49	5. مكونات الصورة الذهنية للمؤسسة
49	6. دور الفيسبوك في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

51 خلاصة
52 الفصل الثالث: الإطار التطبيقي
54 1. تقديم عام حول مديرية بريد الجزائر وخدماتها
59 2. تحليل الجداول إحصائية
79 3. نتائج الدراسة
81 4. الاقتراحات
82 الخاتمة
84 قائمة المراجع
90 الملاحق
95 فهرس المحتويات
98 فهرس الجداول
99 فهرس الأشكال

فهرس الجداول

56	الجدول 1: الموزع الآلي للأوراق النقدية D.A.B
59	جدول 2: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 1
60	جدول 3: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 2
61	جدول 4: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 3
62	جدول 5: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 4
63	جدول 6: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 5
64	جدول 7: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 6
66	جدول 8: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7
67	جدول 9: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 8
68	جدول 10: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 9
69	جدول 11: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 10
70	جدول 12: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 11
72	جدول 13: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 12
73	جدول 14: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 13
74	جدول 15: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 14
76	جدول 16: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 15
78	جدول 17: يوضح توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 16

فهرس الأشكال

- الشكل رقم 1: عناصر الإدارة الإلكترونية 43
- الشكل رقم 2: الهيكل التنظيمي للمديرية الولائية لبريد الجزائر "المسيلة" 58
- الشكل رقم 3: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 1 59
- الشكل رقم 4: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 2 60
- الشكل رقم 5: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 3 61
- الشكل رقم 6: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 4 62
- الشكل رقم 7: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 5 64
- الشكل رقم 8: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 6 65
- الشكل رقم 9: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 7 67
- الشكل رقم 10: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 8 68
- الشكل رقم 11: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 9 69
- الشكل رقم 12: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 10 70
- الشكل رقم 13: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 11 71
- الشكل رقم 14: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 12 73
- الشكل رقم 15: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 13 74
- الشكل رقم 16: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 14 76
- الشكل رقم 17: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 15 78
- الشكل رقم 18: توزيع إجابات أفراد عينة الدراسة على السؤال رقم 16 79

وثيقة ايداع مذكرة ماستر

الموضوع:

توظيف الفيسوك في الإدارة الإلكترونية لتصنيف العجوة الذهبية للتوسعة
دراسة صيدانية - مؤرخ حدريبة الوحدة الولائية لبريد الجزائر بالمسيلة

إعداد الطلبة:

1- سعودي أنوار رقم التسجيل: 171736094298
2- رقم التسجيل:
القسم: علم الإعلام والإتصال الشعبية: الإتصال
إشراف: بلقيس قحوم الرتبة: أستاذة محاضرة أ

أقر بأنني تابعت العمل المذكور أعلاه في جلسات إشرافية طيلة الموسم الجامعي: 2021-2022 وأسمح
بإيداعه على مستوى إدارة القسم للمناقشة والتقييم.

موافقة وإمضاء الاستاذة (ة) المشرف(ة): رئيس فريق الاختصاص

رئيس القسم

غزال عبد الرزاق

لتحميل الوثيقة يرجى نسخ الرمز





الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
People's Democratic Republic of Algeria
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of Higher Education and Scientific Research
جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
University Mohamed Boudiaf of M'sila



Faculty of Humanities and Social Sciences
Vice-Deanahip of the College for Studies and
Student Affairs

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
نيابة العمادة للدراسات والمسائل المرتبطة بالطلبة
الرقم: 2022

تصريح شفهي خاص بالالتزام بقواعد النزاهة العلمية لإنجاز بحث

انا الممضى ادناد :

السيد(ة) : سعودي أوزار

الصفة(طالب، استاذ باحث، باحث داور) : طالب

الحامل لبطاقة التعريف الوطنية رقم : 1199902995021840005

الصادرة بتاريخ : 01-02-2022 عن دائرة : بلدية الشتل المسيلة

المسجل بكلية : العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والإتصال

تخصص : اصول وفنات عامة تحت رقم التسجيل : 171735094298

والمكلف بإنجاز اعمال بحث (مذكرة التخرج، مذكرة ماستر، مذكرة ماجستير اطروحة دكتوراه)

عنوانها : توضيح القبول في الإدارة الإلكترونية لتحصين الهوية الذهنية للمؤسسة
دراسة ميدانية - نموذج مديرية الوحدة الإلكترونية لمدينة الجزائر المسيلة -

اصرح بشرفي بانني التزم بالمعايير العلمية والمنهجية ومعايير الاخلاق المهنية والالتزام
الاكاديمية المطلوبة في انجاز البحث المذكور اعلاه

المسيلة 7 جوان 2022
امضاء المعتمدين
رئيس المجلس العلمي
معلمي صليبية

المرجع : القرار الوزاري رقم : 933 المؤرخ في : 28-07-2016 المحدد للقواعد المتعلقة بالواجب من السجلات العلمية ومصادفتها.