

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير

شعبة العلوم التجارية

مذكرة لنيل شهادة ماستر تخصص تسويق الخدمات

الموسومة بـ:

دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال على الأداء الاقتصادي  
للمؤسسات

إشراف الأستاذ:

- أ.د. يسعد عبد الرحمن

من إعداد الطالب:

• هدار محمد أمين

أعضاء لجنة المناقشة:

الجامعة	الرتبة	الاسم واللقب	الصفة
مستغانم	أستاذ محاضر	مكاوي محمد الامين	رئيسا
مستغانم	أستاذ محاضر	يسعد عبد الرحمن	مقررا
مستغانم	أستاذ محاضر	مقراد عبد الله	مناقشا

السنة الجامعية: 2022-2023 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## إهداء

"رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ وَأَنْ أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَصْلِحْ لِي فِي ذُرِّيَّتِي إِنِّي تُبْتُ إِلَيْكَ وَإِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ".  
(سورة النمل: الآية 19).

إلى من أنعم على بنعمة العلم والنجاح "الله سبحانه وتعالى"  
إلى من تربيت بين حنانهم وعطفهم وتوجهاتهم  
إلى من أمد إلى يد العون والعطاء من دون حساب "والدي"  
إلى التي حملتني وهن على وهن تسعة أشهر وغمرتني بحنانها وكانت سنداً لي  
في دربي وحياتي وعلمتني أن الدنيا كفاح وتحدي والحياة مبادئ وأخلاق رمز العفة تلك "أمي"  
إلى ثمرات أمي وأبي سندي وقوتي "إخوتي وأخواتي"  
إلى أصدقائي الذين جمعني بهم المحبة والصدقة  
إلى كل أحبائي من قريب أو بعيد

محمد أمين

نبيل

# شكرًا

الحمد لله الذي أنار لي درب المعرفة ، وأعانني على أداء آخر الواجبات في مشواري ووفقني لإنجاو هذا العمل.

له الحمد حتى يرضى ، وله الحمد إذا رضي وله الحمد والرضا ؛

بداية أشكر الله الذي فضلي على كثير ممن خلق ورزق تفضيلا كثيرا؛

وأخص بالشكر الأستاذ المشرف على مذكرة تخريجي ،

والذي أرجوا من الله أن يجازيه خير الجزاء على وقوفه معي ومدني بالنصائح وعدم بخله علي رغم

انشغالاته والتزاماته الكثيرة "د. يسعد عبد الرحمن"

فله جزاء الشكر.

إلى كل من قدم لي يد العون من قريب أو بعيد

وإلى جميع من ساهم أو عمل أو وجه أو شارك في إنجاز هذا العمل المتواضع

كما لا ننسى أساتذة كلية العلوم الاقتصادية، التسيير، التجارة.

وإلى جميع طلبة دفعتي الأوفياء



# فهرس المحتويات

إهداء

شكر وتقدير

فهرس المحتويات

فهرس الجداول والأشكال

المقدمة:

أ

2..... الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

2 تمهيد:

3 المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

3 المطلب الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

7 المطلب الثاني: استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

9 المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال

11 المبحث الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين أهمية وأهداف

11 المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال

12 المطلب الثاني: أهداف تكنولوجيا الإعلام والاتصال

14 المطلب الثالث: أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة

17 المبحث الثالث: دور شبكات الاتصال في تكوين نظم المعلومات في المؤسسة.

17 المطلب الأول: نظم المعلومات في المؤسسة.

20 المطلب الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة.

23 المطلب الثالث: الانعكاسات الايجابية والسلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة.

27 خلاصة الفصل:

29..... الفصل الثاني: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحديث أداء المؤسسة.

30 المبحث الأول: أدبيات الأداء الاقتصادي

30 المطلب الأول: ماهية الأداء

34 المطلب الثاني : أنواع الأداء

39	المبحث الثاني: كيفية تحجيم الأداء في المؤسسة.
39	المطلب الأول: تقييم الأداء في المؤسسة
41	المطلب الثاني: مراحل تقييم الأداء في المؤسسة
42	المطلب الثالث: مؤشرات تقييم الأداء في المؤسسة
46	المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسة
47	المطلب الأول: العوامل المؤثرة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين الأداء.
49	المطلب الثاني: أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسة.
52	المطلب الثالث: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على اتخاذ القرارات في المؤسسة:
54	خلاصة الفصل:
56	الفصل الثالث: اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة سيفيتال —دراسة حالة مؤسسة مستغانم. ....
56	تمهيد
57	المبحث الأول: تقديم عام لمجمع سيفيتال
57	المطلب الأول: تقديم مجمع سيفيتال Cevital
60	المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن نشأة مؤسسة سيفيتال مستغانم.
62	المطلب الثالث: خدمات مؤسسة سيفيتال.
68	المبحث الثاني: دراسة حالة مؤسسة سيفيتال مستغانم.
68	المطلب الأول: مراحل تطور مؤسسة سيفيتال مستغانم.
70	المطلب الثاني: استراتيجيات المؤسسة
71	المطلب الأول: الاعتماد على نظام sales assist
73	المطلب الثاني: اعتماد نظام sales buzz
81	خلاصة الفصل :
83	الخاتمة:
89	قائمة المصادر والمراجع:
99	الملخص:

# قائمة الجداول والأشكال



الصفحة	العنوان	الرقم
06	مفاهيم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:	(01- I)
08	تطبيقات تكنولوجيا المعلومات	(02- I)
20	نظم المعلومات حسب رؤية LUCAS	(03- I)
35	أبعاد المنظمة	(01 - II)
63	المراحل التاريخية لمجمع سيفيتال.	(01 - III)
64	صورة موقع المؤسسة مأخوذة من Google earth	(02 - III)
65	الهيكل التنظيمي لمؤسسة سيفيتال مستغانم	(03 - III)
66	منتجات سيفيتال الغذائية	(04 - III)
70	نقاط التوزيع التي تغطيها مؤسسة سيفيتال في ولاية مستغانم سنة 2023.	(05 - III)
71	عدد البلديات التي يغطيها مجمع سيفيتال.	(06 - III)
77	صورة النظام SALES BUZ	(07 - III)
81	يمثل صورة لواجهة النظام ككل	(08 - III)
83	العلاقة بين أعضاء نظام sales buzz	(09 - III)

# مقدمة

## المقدمة:

شهد العالم في أواخر القرن العشرين تطورات جذرية في الميدان الاقتصادي وذلك بإقبال متزايد لمعظم دول العالم على التفتح واعتماد آليات حديثة بفعل قيام ما يسمى بالثورة التكنولوجية التي استقطبت اهتماما بالغاً من طرف كافة القطاعات نتيجة ما تتيحه من مزايا، وان من بين المجالات التي نالت أوفر الأنصبة في البحث هي تكنولوجيا الإعلام والاتصال، كون المعلومة تمثل أهم مورد للمؤسسة حيث تستخدمها لرسم خططها واستراتيجياتها المختلفة كالتوظيف، التدريب، الإنتاج، التسويق وخدمة الزبائن.... في ظل وجود منافسة شديدة، فأصبح ما نصلح عليه باسم نظم المعلومات ذا أهمية كبيرة على مستوى المؤسسات ليس فقط من ناحية توفيرها للمعلومات، إنما من ناحية تطويرها من كافة النواحي البشرية، المادية والبرمجية، كما تعد المعلومات مصدراً هاماً لتحسين الأداء وإحداث تنمية اقتصادية شاملة، تكنولوجيا الإعلام والاتصال ساهمت في معالجة الكم الهائل للبيانات والمعلومات في وقت قياسي وبدون جهد وذلك بالرجوع إليها في هيكلة واتخاذ القرارات السليمة لاستمرارية المؤسسة الاقتصادية وعليه تسعى هذه الأخيرة إلى الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال للاستفادة من مزاياها وفوائدها.

## (1) - الإشكالية:

ومما سبق يمكن صياغة إشكالية الدراسة كما يلي:

- ما مدى أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية؟

ولمعالجة جوانب هذه الدراسة والإجابة على الإشكالية الموضوعية تمت صياغة الأسئلة الفرعية

التالية:

1. ما المقصود بتكنولوجيا الإعلام والاتصال؟
2. على أي أساس يتم تقييم الأداء في المؤسسة؟
3. ما اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الأداء في المؤسسة؟

## (2) - فرضيات الدراسة:

كإجابة مبدئية للأسئلة المطروحة وضعنا مجموعة من الفرضيات التي سنحاول خلال دراستنا لتحقيق من مدى صحتها أو خطئها وهي كما يلي:

### الفرضيات:

- عدم الاهتمام باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات الاقتصادية كان سببا وراء انخفاض أدائها.
- إن تقييم أداء المؤسسات الاقتصادية في ضوء تكنولوجيا الإعلام والاتصال يسمح بتحديد المشاكل التي تعاني منها .
- تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في معرفة وتشخيص وضعية المؤسسة الاقتصادية.

## (3) - موضوع البحث:

تناول هذا البحث الذي جاء تحت عنوان " اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مجمع سيفيتال " أهم أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في عملية تقييم أداء المؤسسة من اجل الكشف عن حقيقة وضعيتها وبالتالي اتخاذ القرارات اللازمة في الوقت المناسب وبالتالي اتخاذ الإجراءات التصحيحية التي نراها مناسبة.

(4) - أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها تتناول موضوعا يلقي اهتماما كبيرا في الدراسات الاقتصادية والإدارية الحديثة، وبدقة أكثر فان أهميتها كالأتي:

- الاهتمام الكبير بتكنولوجيا الإعلام والاتصال باعتبارها احد المحددات والمحركات الأساسية لأداء المؤسسة.

- دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة، حيث أن المعلومات تمثل عصب المؤسسات الحديثة وقاعدة رقمية تسعى للتكيف مع العصرنة.

- إبراز اثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أداء المؤسسة.

- إبراز أهم المعايير والمؤشرات التي يمكن استخدامها لتقييم أداء المؤسسة من خلال فترة زمنية معينة.

- إبراز كيفية تطبيق هذه المؤشرات على ارض الواقع للوصول إلى نتائج تشخيص الوضعية الفعلية للمؤسسة.

- تحديد نقاط القوة لتشجيعها ونقاط الضعف لمعالجتها.

(5) - أهداف الدراسة:

يمكن تلخيص أهداف هذه الدراسة في النقاط التالية:

- شرح ظاهرة تكنولوجيا الإعلام والاتصال خصائصها، أهدافها.

- معرفة أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال كأداة لتقييم الأداء ودورها في ترشيد القرارات الصائبة بالمؤسسة.

- معرفة الوضعية الحقيقية للمؤسسة.

- محاولة إيجاد العلاقة بين تكنولوجيا الإعلام والاتصال والأداء في المؤسسة.

(6) - أسباب اختيار موضوع الدراسة:

(أ) الأسباب الموضوعية:

- طبيعة الموضوع ومدى أهمية بالنسبة للمؤسسة كونه احد العجلات المحركة والتي تقود المؤسسة.
- أهمية الموضوع في ظل التطورات الاقتصادية وتوسيع رقعة المنافسة الشديدة .
- تطور الاقتصاد وعولمته والذي يتطلب التكيف مع الأنظمة المعلوماتية مع مختلف المعايير الدولية التي أصبح من غير الممكن تجاهلها .
- محاولة إثراء المكتبة بموضوع تطبيقي في أكثر منه نظري، والتوفير النسبي للمراجع.
- كون نجاح أي منظمة مرتبط بمستوى أدائها.
- الأسباب الذاتية:
- الشغف الشخصي على كل ماله علاقة بتكنولوجيا الإعلام والاتصال بحكم ترابطه مع تخصص الدراسة.
- حداثة الموضوع الذي لم يكن فيه توسع بحثي كافي خاصة مع التحول إلى نظام المعلومات.
- إمكانية مواصلة البحث في موضوع الأداء الكلي للمؤسسة.

(7) - منهج الدراسة:

بغية الإلمام بمختلف جوانب الموضوع وتحليل أبعاده وللإجابة عن الإشكالية المطروحة اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي والتحليل الموافق للدراسة النظرية ومنهج دراسة الحالة الذي يمكننا من تطبيق جانب من المعلومات الأخرى في تقييم أدائها، مختارين بذلك مؤسسة سيفيتال .

(8) - هيكل الدراسة:

لدراسة وافية للموضوع، تناولنا ثلاث فصول، تسبقهم مقدمة وتليهم خاتمة يتناول الفصل الأول مفاهيم أساسية حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال أما فيما يخص الفصل الثاني تطرقنا فيه إلى علاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال بأداء المؤسسة، وفي الأخير ضم الفصل الثالث دراسة حالة على مؤسسة سيفيتال حيث قمنا بإسقاط الدراسة النظرية على الجانب التطبيقي.

## الفصل الأول: الإطار المفاهيمي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

- المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- المبحث الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين أهمية وأهداف
- المبحث الثالث: دور شبكات الاتصال في تكوين نظم المعلومات في المؤسسة.



## تمهيد:

أُطلق على الثورة التكنولوجية عصر المعلومات والانفجار العلمي المعرفي، عصر التلاحم بين العقل البشري والحواسيب التي بدورها استلمت القيادة للتحكم بالآلات الكترونية عوضاً عن اليد العاملة، في عصر حديث تسوده المنافسة في الأسواق، لذلك أصبح من الضروري اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المنظمة لضمان الاستمرارية والبقاء وتقديم المنظمة والنهوض باقتصادها وتحقيق الأرباح ومواجهة التحديات وإحداث تغييرات ايجابية، وذلك باتخاذ القرارات المناسبة من خلال برامجها وأدواتها المتطورة. وسنتطرق في هذا الفصل إلى ثلاث مباحث كالتالي:

- المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- المبحث الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين أهمية وأهداف.
- المبحث الثالث: دور شبكات الاتصال في تكوين نظم المعلومات في المؤسسة.

### المبحث الأول: مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

وظهرت أوجه العمل في المؤسسات أنظمة أكثر فاعلية بعد التطور الذي أحدثته الثورة التكنولوجية عن طريق إدخال تقنيات جديدة كمعالجة البيانات وتخزين المعلومات واسترجاعها، وهذا ما استدعى إلى أهمية وضرورة استغلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إنجاز مهام وأعمال المنظمة، ومن خلال هذا المبحث سنتطرق إلى ماهية تكنولوجيا الإعلام والاتصال، استخداماتها إضافة إلى خصائصها.

### المطلب الأول: تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال العصب المحرك لاتخاذ القرارات السليمة المتعلقة بمصير المؤسسات الاقتصادية اعتمادا على قواعد المعلومات وبنودها. سنعرض في هذا المطلب إلى تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال.

#### - تعريف تكنولوجيا الإعلام والاتصال:

تتكون تكنولوجيا الإعلام والاتصال من شقين، أولهما التكنولوجية وثانيهما المعلومات، وقصد التعرف على مفهومها سنتطرق إلى تعريف كلا شقيها بشكل مفصل.

1- التكنولوجيا: كلمة يرجع أصلها إلى اليونان وهي متكونة من مقطعين هما: الأول Techno ويعني التشغيل الصناعي. والثاني Logos ويعني العلم أو المنهج. لذا تكون بكلمة واحدة هي علم التشغيل الصناعي.<sup>1</sup>

وفي معنى آخر تشير كلمة التكنولوجيا إلى العلم التطبيقي (أو الطريقة الفنية) لتحقيق غرض عملي، وهي تشمل جميع الوسائل المستخدمة لتوفير كل ما هو ضروري لمعيشة الناس ورفاهيتهم.<sup>2</sup>

عرفت الموسوعة الفلسفية السوفيتية التكنولوجيا على أنها: "مجموع الآلات والآليات والأنظمة ووسائل السيطرة والتجميع والتخزين ونقل الطاقة والمعلومات، كل تلك التي تخلق لأغراض الإنتاج والبحث والحرب".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> عبد الحكيم العياضي، مروان عصادي، "دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين عملية اتخاذ القرار في وجهة نظر موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية خنشلة"، الجزائر، مجلة الإبداع الرياضي، العدد 2، 2019، ص 69.

<sup>2</sup> منير بعلبكي، "قاموس المورد"، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان، ط 32، 1998، ص 945.

<sup>3</sup> محمد الزعبي، "التغيير الاجتماعي"، دار الطليعة، القاهرة، 1998، ص 85.

وعرفها أيضا المحللون الاقتصاديون على أنها "مجموعة المعارف والمهارات والخبرات الجديدة التي يمكن تحويلها إلى طرف إنتاج أو استعمالها في إنتاج سلع وخدمات وتسويقها وتوزيعها، أو استخدامها في توليد هياكل تنظيمية إنتاجية"<sup>1</sup>.

ويمكن تعريف التكنولوجيا على أنها "تطبيق الإجراءات المستمدة من البحث العلمي والخبرات العلمية لحل المشكلات الواقعية، ولا تعني التكنولوجيا هنا الأدوات والكائن فقط بل أنها الأسس النظرية والعلمية التي ترمي إلى تحسين الأداء البشري في الحركة التي تتناولها"<sup>2</sup>.

أما معناها في معجم المعاني الجامع "هي تقنية، أسلوب الإنتاج أو حصيلة المعرفة الفنية أو العلمية المتعلقة بإنتاج السلع والخدمات"<sup>3</sup>.

وورد معناها في معجم مصطلحات المكتبات والمعلومات بأنها مصطلح عام يشير إلى استخدام التقنية الاستخدام الأمثل في مختلف مجالات العلم والمعرفة من خلال معرفتها وتطبيقها وتطويعها لخدمة الإنسان ورفاهيته"<sup>4</sup>.

2- المعلومات: كلمة "المعلومات" في اللغة مشتقة من مادة لغوية ثرية هي مادة (ع ل م) وتدور معاني مشتقات هذه المادة في نطاق العقل ووظائفه، فمن معاني مشتقات هذه المادة اللغوية ما يتصل بالعلم أي إدراك طبيعة الأمور، والمعرفة أي القدرة على التمييز، والتعلم والدراسة والإحاطة واليقين والوعي والإعلام، وفي ضوء ذلك يمكننا القول بان المعلومات حالة ذهنية"<sup>5</sup>

وهي البيانات التي تمت معالجتها بطريقة هادفة لتكون أساس لاتخاذ القرارات فهي وليدة البيانات التي تم جمعها عن موضوع معين و إذا ما تم إعادة تنظيمها وترتيبها ومعالجتها بشكل صحيح ومنظم

<sup>1</sup>-نوفيل حديد، "تكنولوجيا الانترنت و تأهيل المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي- مع دراسة حالة المؤسسة الجزائرية"- أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007، ص 51. الموقع: <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/1085> تاريخ التصفح: 2023/03/09

<sup>2</sup>- د. جلاب مصباح، د. دبدوش الهاشمي، "مفاهيم حول تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة- جامعة المسيلة -"، مجلة جودة الخدمات العمومية للدراسات السوسيولوجية والتنمية الإدارية - ، جامعة المسيلة، 2019، ص 11.

<sup>3</sup> - "معجم المعاني الجامع عربي عربي" ، / <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-en/copyrights> ، تاريخ الولوج إلى الموقع 2023/03/10. نسخة 2010-2023

<sup>4</sup> - عبد الغفور عبد الرحمن قاري، "معجم مصطلح المكتبات والمعلومات"، مطبوعات الملك فهد الوطنية، السلسلة الثالثة (40)، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000، ص 219.

<sup>5</sup> -د- ماهر عودة الشمايلية وآخرون، "تكنولوجيا الإعلام والاتصال"، دار الاعصار العلمي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015م-1436هـ

ستعمل على تغيير أو تعديل الحالة المعرفية للإنسان و بالتالي سوف تؤثر في عملية اتخاذ القرار سواء بالنسبة للإفراد أو المنظمات أو المجتمعات.<sup>1</sup>

تعريف تكنولوجيا المعلومات والاتصالات: بدأ هذا المفهوم بشكل منفصل كتكنولوجيا معلومات حتى أدرك العاملون في هذا المجال أن الاتصالات تشكل جزءا مهما في حلقات التعامل مع تكنولوجيا المعلومات، حيث أصبح المفهوم الجديد يغطي بنود خدمة الانترنت و معدات تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات و الخدمات المتعلقة بها من وسائل الاتصال والنشر ومراكز التوثيق ومزودي المعلومات التجارية وخدمات المعلومات التي تستخدم في شبكات الاتصال وكل النشاطات المرتبطة بهم.<sup>2</sup> ويمكن تصنيف مفهومها في أربعة مجموعات موضحة في الجدول التالي:

---

<sup>1</sup> - بلقيدوم صباح، "اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الحديثة (NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية"، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة قسنطينة 2، 2012-2013، ص 117. <https://www.univ-constantine2.dz/files/Theses/Economie/Doctorat/> 2023/03/09

<sup>2</sup>-مصطفى بلعور: أستاذ محاضر، "تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الجديدة على التنمية السياسية في دول الجنوب"، حوليات جامعة الجزائر 1، العدد 30- الجزء الأول، ص 113.

جدول رقم (I-01): مفاهيم تكنولوجيا المعلومات والاتصالات:

مفاهيم تكنولوجيا المعلومات	البيان
<p>- يعرفها التقرير الاقتصاد الدولي الذي يصدره صندوق النقد الدولي بأنها تتضمن الحاسبات الآلية والبرامج الجاهزة ومعدات الاتصال عن بعد.</p> <p>- ويعرفها البعض على أنها مزيج من الصناعات المترابطة وهي صناعة المكونات المادية للحاسب الآلي، وصناعة البرامج الجاهزة وصناعة الخدمات مثل خدمات الشبكات وصيانة الأجهزة المادية.</p>	<p>المفاهيم التي تركز على الأجهزة التي تشملها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.</p>
<p>- يرى البعض أن مفهومها يتمثل في معالجة، تخزين، إرسال، عرض، إدارة، تنظيم واسترجاع المعلومات.</p>	<p>المفاهيم التي تركز على الأنشطة التي تقوم بها تكنولوجيا المعلومات والاتصالات</p>
<p>- تعرف بأنها مكونات الحاسب الآلي والبرامج الجاهزة التي تستخدم في جمع ونقل ومعالجة وتوزيع البيانات في المنظمة.</p> <p>- هي التكنولوجيا المبنية على الالكترونيات والتي يمكن أن تستخدم في جمع و تخزين ومعالجة ووضع هذه المعلومات في حزم متكاملة ومن ثم الوصول إلى المعرفة.</p>	<p>المفاهيم التي تركز على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات والأنشطة التي تقوم بها.</p>
<p>- تتضمن تكنولوجيا المعلومات والاتصالات جميع أنظمة المعلومات بالمنظمة المبنية على تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وكذلك جميع المستخدمين منها.</p>	<p>المفاهيم التي تركز على الأجهزة والأنشطة والعنصر البشري في آن واحد.</p>

المصدر: عبد الله فرغلي علي موسى: "تكنولوجيا المعلومات ودورها في التسويق التقليدي والالكتروني"، ط1، ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، مصر، 2008، ص: 25-27.

المطلب الثاني: استخدامات تكنولوجيا الإعلام والاتصال

1- استخدام تكنولوجيا المعلومات في المجال الصناعي: في ظل التطور المتزايد لتكنولوجيا المعلومات وازدياد شدة المنافسة أمام التغيرات الكبيرة في المحيط دفع بالمنظمة إلى استعمال واستخدام تقنيات جديدة لتكنولوجيا المعلومات حتى تحافظ على بقائها واستمرارها ومنها:

أ- الآلية: لقد فكر الإنسان منذ القدم في الآلة التي تعوضه في كل الميادين خاصة الخطيرة و المتعبة منها، و عمل الباحثون بجهد من اجل تحقيق هذا الحلم فكانت البداية موفقة لأنهم تمكنوا من تصميم الإنسان الآلي الحديدي الذي كان بعيدا كل البعد عن سلوك الإنسان، فهو مجرد آلة لا يستطيع القيام إلا ببعض الحركات البسيطة، ولكن مع التطور في التكنولوجيا والإلكترونيك تمكن الباحثون من تطوير الإنسان الآلي، الذي تمكن من القيام بحركات معقدة وسريعة للغاية يعجز الإنسان عن أدائها بنفس الكفاءة، ولقد أصبحت تستعمل في عمليات عدة منها: الحرب، التجارب الفضائية، الإنتاج والتصميم...الخ.

ب- البرنامج المعلوماتي: يسمح بانجاز نموذج أو مجسم صغير وبأقل التكاليف وفي اقل وقت ممكن ليعرض على الشاشة بثلاث أبعاد، وهذا ما يسمح بظهور ما يسمى اقتصاديات التصميمات، ولقد أدخلت هذه التقنيات في عمليات الإنتاج والمشاريع التي هي بصدد الانجاز بحيث يمكن رؤية النموذج أو المجسم قبل أن ينجز مع إجراء التعديلات عليه بكل سهولة وبأقل التكاليف.

ت- الآلات الموجهة رقميا: هي أجهزة حلت محل العامل في الإنتاج، وحتى تتمكن هذه الآلات من أداء مهامها فإنها تتلقى الأوامر بطريقة الكترونية من خلال أسلاك و كانت مسيرة بطريقة مركزية إلا أن ظهور المعالج الصغير سمح ببرمجة أوامر كل آلة على حدى.<sup>1</sup>

2- استخدام تكنولوجيا المعلومات في التجارة:

في بعض الصناعات، تساعد تكنولوجيا الانترنت المؤسسة في التعامل بصورة جيدة مع الزبائن والموردين والشركات الأخرى بهدف تحسين عملية تخطيط المنتجات والخدمات وإنتاجها وتوزيعها، تطلق تسمية "التعاون ما بين المؤسسات" (Collaboration interentreprises) على استعمالات التكنولوجيا الرقمية التي تسمح لعدة منظمات متعاونة بالقيام بتصوير المنتجات، تطويرها، إنتاجها وإدارتها في مختلف مراحل حياة المنتج. كما يمكن للمؤسسات كذلك استخدام الملاحظات التي يتركها الزبائن على موقع الويب أو الوحدات الافتراضية لتحسين عملية تصور المنتجات، فالشركة التي تستخدم التجارة

<sup>1</sup> -عماري علي، "مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تنمية الكفاءات - دراسة حالة مطاحن الأوراس باتنة -"، اطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير، قسم علوم التسيير، 2018، ص 29، 30. <http://thesis.univ-biskra.dz/4193/1> 2023/03/09

التعاونية(Commerce collaboratif)، مع مورديها وزبائنها للوصول إلى مستويات جديدة من الفاعلية تقلص زمن دورة التصور- الإنتاج وذلك من خلال توقع تحسين الطلبات وإبقاء شركائها وزبائنها على أحسن اطلاع على المعلومات.<sup>1</sup>

حيث استعملت تكنولوجيا الجديدة للأعلام والاتصال فيما يخص المبادلات التجارية، فحولت السلع من مواد قيمة إلى صورة فلا تتحدد قيمتها إلا من خلال إبراز صورتها والتعبير عنها تسويقيا عن طريق الاتصال ومن هنا ظهرت أهميتها.<sup>2</sup>

3-تطبيقات أخرى لتكنولوجيا المعلومات: يمكن أن نوضحها من خلال الجدول التالي:

الجدول رقم (02-1): تطبيقات تكنولوجيا المعلومات.

الميدان	التطبيقات	أمثلة عامة	أمثلة عن التسيير
الحساب	- الحساب العلمي - التصميمات	- علم الذرة، البحث مكاتب الدراسات	- بحوث العمليات - المساعدة على اتخاذ القرارات
التعليم	- التعليم المساعد من طرف الحاسوب، الألعاب الالكترونية	- علم الفضاء	- الألعاب الإستراتيجية
التوثيق	- تالية المكتبات - معلومات قانونية	- قواعد المعطيات	- تسيير براءات الاختراع - قواعد المعطيات الاقتصادية
التحدث	- التعرف على الأصوات	- الرجل الآلي الموجه بالصوت	- التسويق الالكتروني
الصورة	- المركبات الأوتوماتيكية للجرائد، تحرك العين - إنشاء صورة أوتوماتيكية	- الإشهار - الرسوم المتحركة	- المخططات الخاصة - بانجاز التقارير

<sup>1</sup> - يزغش كميليا، " اثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على التوجهات الإستراتيجية للمؤسسات الصغيرة و المتوسطة- دراسة حالة المطاحن الكبرى للجنوب – بسكرة-"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير ، 2009، ص 77. <http://thesis.univ-biskra.dz/id/eprint/255>. 2023/03/22

<sup>2</sup> -قادة حياة ، " دور تكنولوجيا الاعلام و الاتصال الجديدة في تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة القضائية ( محكمة تلمسان نموذجاً)"، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع والاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم- كلية العلوم الاجتماعية ، 2012، ص 26. <http://hdl.handle.net/123456789/1373>. 2023/03/19

المصدر: عبد الرحمان القري، "التكنولوجيا الجديدة للإعلام و الاتصال و أثرها على الإدارة الاستراتيجية للموارد البشرية – دراسة حالة مؤسسة اقتصادية"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف 2016، ص 48-<http://dspace.univ-setif.dz:8888/jspui/handle/123456789/2901>

### المطلب الثالث: خصائص تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال جزء من إستراتيجية المؤسسة، ومحرك جديد للنمو لتمييزها بخصائص عديدة من شأنها قيادة المنظمة إلى بر الأمان ويمكن عرض هذه الخصائص في النقاط التالية:

☞ المرونة: تعددت استعمالات تكنولوجيا المعلومات بتعدد مستعملها، فعند استعمالنا مثلا للحاسوب: قد نستخدمه لكتابة نصوص أو من اجل استخدام برنامج معين أو لأغراض أخرى، وبالتالي فان استعمال الحاسوب يختلف من شخص لآخر وهذا ما يكسب تكنولوجيا المعلومات مرونة كبيرة.

☞ النمومة: نقصد بالنمومة: الأسرع، الأصغر تكلفة، وهي من أهم مميزات تكنولوجيا المعلومات فهي تتميز بالتحسن الدائم في سرعتها وسعة ذاكرتها مع انخفاض في أسعارها سنويا مما يجعلها موضوع طلب دائم وكبير في جميع الميادين وخاصة ميدان التسيير والاقتصاد.

☞ النمو بوتيرة متزايدة: حيث يرتبط التطور الاقتصادي ارتباطا وثيقا بالتطور في تكنولوجيا المعلومات، فكلما تطورت هذه الأخيرة صحبت معها تطورا ملحوظا في النظام الاقتصادي ككل، مما يؤدي إلى التغير السريع في قطاعات الأعمال الأخرى، وبالتالي إمكانية تكيفها مع هذا التغير.<sup>1</sup>

☞ التفاعلية: أي المستعمل لها يمكن أن يكون مستقبل ومرسل في نفس الوقت، فالمشاركين في عملية الاتصال يستطيعون تبادل الأدوار، وهو ما سمح بخلق نوع من التفاعل بين الأفراد والمؤسسات وباقي الجماعات.

☞ اللامهيرية: بمعنى أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة التحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.

☞ اللاتزامنية: حيث يكون بإمكان المستخدم إرسال واستقبال الرسائل في أي وقت مناسب وهو غير مطالب باستخدام النظام في الوقت نفسه.

<sup>1</sup> - د.غالم عبد الله، قريشي محمد، "دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم و تفعيل إدارة علاقات الزبائن، محلة أبحاث اقتصادية وإدارية"، جامعة بسكرة، العدد 10، 2011، ص 138-139.



- ☞ **الشيوع والانتشار:** أي قابلية الشبكة للتوسع والانتشار عبر مختلف مناطق العالم، وهذا ما يسمح بتدفق المعلومات عبر مسارات مختلفة مما يعطيها الطابع العالمي.
- ☞ **قابلية التواصل:** أي إمكانية الربط بين الأجهزة الاتصالية المتنوعة بغض النظر عن البلد الذي تم فيه الصنع، وهذا ما يعبر عنه بالانتقال من تكنولوجيا التنوع إلى تكنولوجيا التكامل.
- ☞ **سهولة الاستخدام:** حيث تتسم بسهولة وبساطة التشغيل، وأمثلة ذلك: الفيديو، الفاكس، وأجهزة الكومبيوتر و الانترنت.<sup>1</sup>
- ☞ **اللامركزية:** هذه الخاصية تسمح باستقلالية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، الانترنت تتمتع باستمرارية عملها في كل الأحوال، فلا يمكن لأي جهة أن تعطل الانترنت على مستوى العالم بأسره.<sup>2</sup>
- ☞ **تخفيض الوقت:** بإمكاننا القول وبدون مبالغة أن تكنولوجيا المعلومات تمكنت من اقتصار الوقت والمكان، وخير دليل على ذلك شبكة الانترنت، التي تسمح لكل واحد منا للحصول على ما يلزمه من معلومات في وقت قصير جدا مهما كان موقعه الجغرافي بالإضافة إلى ذلك فإن تكنولوجيا المعلومات قد ساهمت في رفع الثقل عن المهام المتبعة للعامل، من خلال معالجة المعلومات ونقلها مع انجاز العمليات في الثانية الواحدة وبدقة متناهية لم يكن يتصورها العقل البشري.
- ☞ **تقليص المكان:** تتيح تكنولوجيا المعلومات وسائل التخزين التي تستوعب حجما هائلا من المعلومات ، والتي يمكن الوصول إليها ببسر وسهولة.
- ☞ **اقتسام المهام الفكرية مع الآلة:** نتيجة حدوث التفاعل والحوار بين الباحث والنظام .
- ☞ **العالمية والكونية:** المقصود به المحيط الذي تعيش فيه هذه التكنولوجيا، حيث تأخذ المعلومات مسارات مختلفة ومعقدة، تنتشر عبر مختلف محيط عملها، فتسمح مثلا لرأس المال أن يتدفق الكترونيا خاصة بالنظر إلى سهولة المعاملة التجارية التي يحركها رأس المال المعلوماتي ليسمح لها باختزال عائق المسافة والمكان على المستوى الدولي.
- ☞ **قابلية التحويل:** بمعنى إمكانية نقل المعلومات من وسيط إلى آخر، كتحويل رسالة مسموعة إلى رسالة مطبوعة أو مقروءة.
- ☞ **قابلية التحرك و الحركية:** أي يمكن للمستخدم أن يستفيد من خدماتها أثناء تنقلاته، من أي مكان عن طريق وسائل كثيرة مثل الحاسب الآلي النقالي والهاتف النقال.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - بومعيل سعاد، فارس بوباكوز، "اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية"، مجلة الاقتصاد و المناجمنت، جامعة تلمسان، العدد 03-2004، ص 205.

<sup>2</sup> - طرشي محمد، تاقروت محمد، "أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الأعمال العربية"، الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، 13-14 ديسمبر 2011، ص 04.

👉 تحديد المستفيد: أي أن هناك درجة من التحكم في معرفة المستفيد الحقيقي من معلومات معينة دون غيرها.<sup>2</sup>

### المبحث الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال بين أهمية وأهداف

نستهل هذا المبحث بأهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال مروراً بأهدافها، وسندسلط الضوء على أشكاليها والتي كانت سبباً رئيسياً في تقدم المنظمات في مختلف المجالات وذلك عبر خصائصها المذكورة سابقاً والتي ساعدت في انتشارها وتطويرها .

#### المطلب الأول: أهمية تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تلعب تكنولوجيا المعلومات والاتصال دور كبير في تطوير، تحديث، وترشيد إدارة الأعمال وتخلق وظائف و مجالات عمل جديدة ونشاطات متنوعة في عالم الأعمال و تتمثل هذه الأدوار فيما يلي:

👉 توفر تكنولوجيا المعلومات أداة قوية لتجاوز الانقسام الإنمائي بين البلدان الغنية والفقيرة والإسراع ببذل الجهود بغية دحر الفقر، الأمية، التدهور البيئي، الجوع والمرض.

👉 مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في توصيل منافع الإمام بالقراءة والكتابة والتعليم والتدريب إلى أكثر المناطق انعزالا، كما يمكنها نشر الرسائل الخاصة بحل العديد من المشكلات المتعلقة بالأشخاص والمنظمات وغيرها .

👉 زيادة قدرة الأفراد على الاتصال وتقاسم المعلومات والمعارف .

👉 ترفع من فرصة تحول العالم إلى مكان أكثر سلماً ورخاءاً لجميع سكانه.

👉 تساهم تكنولوجيا المعلومات في التنمية الاقتصادية، حيث أن الثورة الرقمية أدت إلى نشوء أشكال جديدة تماماً من التفاعل الاجتماعي والاقتصادي ، فإن ثورة تكنولوجيا المعلومات والاتصال من شأنها الانتشار بشكل سريع وهذا يعود إلى قوة تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.

👉 تمكن تكنولوجيا المعلومات الأشخاص المعزولين من أن يدلوا بدلهم في المجتمع العالمي من أفكار ومشاركات.

<sup>1</sup> - ياسع ياسمين، "دراسة اقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات على الأداء الاقتصادي للمنظمة، دراسة حالة شركة الفطن الممتص (SOCOTHYD)" رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة امحمد بوقرة، بومرداس، 2010-2011، ص35-37. الموقع: <http://dlibrary.univ->

[boumerdes.dz:8080/bitstream/123456789/1784/1/yassaa%20yasmina.pdf](http://boumerdes.dz:8080/bitstream/123456789/1784/1/yassaa%20yasmina.pdf) 2023/03/09

<sup>2</sup> - رضا النجار، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: "تكنولوجيا جديدة، لعالم جديد"، البحرين: جامعة البحرين، تاريخ الاسترداد 7-9 افريل 2009، ص: 506-507.

- ➔ تمكين الأفراد والمجتمعات والبلدان من تحسين مستوى حياتهم.
- ➔ المساعدة على تحسين كفاءة الأدوات الأساسية للاقتصاد من خلال الوصول إلى المعلومات والشفافية .
- ➔ تعزيز التنمية البشرية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية.
- ➔ تكنولوجيا المعلومات والاتصالات تعتبر مصدر هام للمعلومات سواء للأشخاص أو المنظمات، الحكومات.<sup>1</sup>
- ➔ العمل على توفير خدمات الاتصالات بمختلف أنواعها وخدمات التعليم والتثقيف المستمر وتوفير المعلومات اللازمة للأشخاص والمنظمات المعنية.
- ➔ تقارب بين الشبكات السمعية والبصرية والهاتف مع شبكات الكمبيوتر من خلال نظام ربط موحد، حيث أن هناك حوافز اقتصادية كبيرة لدمج الأنظمة السمعية والبصرية وإدارة المباني وشبكة الهاتف مع نظام شبكة الكمبيوتر باستخدام نظام موحد، وتوزيع واستغلال الإشارات.<sup>2</sup>

### المطلب الثاني: أهداف تكنولوجيا الإعلام والاتصال

تهدف تكنولوجيا الإعلام والاتصال إلى تسهيل عملية التواصل ونقل المعلومات بين الأفراد والمؤسسات والحكومات، وتعد التكنولوجيا في هذا المجال أداة أساسية لنقل المعلومات وتحويلها إلى معرفة، وتحقيق التواصل بين الأفراد والمجتمعات، من بين الأهداف الرئيسية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال نذكر ما يلي:

ففي مجال الأهداف يشير (Bronderick & boudrouauK, 1992, 21) بأن توفير المعلومات اللازمة وبالخصائص المطلوبة لصنع واتخاذ القرارات المناسبة يعد هدف أساسي لتكنولوجيا المعلومات.<sup>3</sup>

فقد أكد (العدواني 1998، 52) على أن أهداف تكنولوجيا المعلومات يمكن حصرها في نقطتين أساسيتين هما:

<sup>1</sup> -عمار محمد زهير تيناوي، "دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات (MTN & Syriatel)"، بحث مقدم لنيل درجة ماجستير إدارة الأعمال التخصصي MBA، الجامعة الافتراضية السورية، سوريا، 2018-2019، ص: 33-

<sup>2</sup> -رزان علي عمر عبد المهدي، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعناصر المزي التسويقي على جودة الرعاية الصحية-دراسة حالة في مركز الحسين للسرطان"، الأردن، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الأعمال الالكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016، ص: 22-23. [https://pedia.svuonline.org/pluginfile.php/1803/mod\\_label/intro/](https://pedia.svuonline.org/pluginfile.php/1803/mod_label/intro/) 2023/03/17

<sup>3</sup> -د- ماهر عودة الشمايلية وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص: 38، 39

أ- الأهداف المادية: و تتمثل بالوفورات المادية المنخفضة في كلف معالجة البيانات والمتحققة نتيجة كلف الأيدي العاملة و الاقتصاد في استخدام المواد اللازمة في عمليات المعالجة كالرفوف و دواليب حفظ الملفات و غيرها من الأمور الأخرى.

ب- الأهداف الغير مادية: والتي تتمثل في تقديم أفضل الخدمات للزبائن بما يحقق أعلى حالات الرضا لديهم و يمنح المنظمة مركز تنافسي يميزها عن غيرها من المنظمات العاملة في نفس الميدان.

كما تهدف أيضا إلى:

➔ ساهمت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في إحداث اثر عميق في حياة الإنسان على مستويات متعددة، وكذلك في حياة المؤسسة سواء العمومية والخاصة وفي الدورة الاقتصادية أيضا، مما جعلت الفرد والمؤسسات في تطور دائم.

➔ السعي وراء امتلاك اكبر قدر من المعرفة لأكبر عدد ممكن من الأفراد والمؤسسات.

➔ جعل العالم الكبير قرية صغيرة، بحيث يمكن للأفراد الاطلاع على أخبار الفرد الأخر والتواصل السمع البصري بينهم، مهما كانت المسافة.

➔ تقريب المواطنين من الإدارة العمومية عبر منصات التواصل الاجتماعي.

➔ تسهيل التواصل بين مختلف الإدارات العمومية فيما بينهم والوزارات.

➔ تسريع الأداء وتنفيذ المهام لمختلف المستخدمين.

➔ تخزين وتحليل المعلومات واسترجاعها وإتاحتها بشكل دقيق.

➔ بناء نظم معلوماتية في شكل معطيات رقمية موحدة يلجا إليها الأفراد.<sup>1</sup>

➔ تحقيق انسيابية المعلومات والبيانات الضرورية لحسن سير العمل داخل الحكومة.

➔ تزويد العاملين بما يحتاجونه من معلومات دقيقة في مواقع التنفيذ حتى يتمكنوا من اتخاذ قرارات سليمة و مناسبة.

➔ التنسيق بين جهود العاملين في المؤسسة.

➔ نقل أهداف وخطط المؤسسة إلى العاملين فيها بمجهوداتها خارج المؤسسة من كسب ودعم تأيدهم.

➔ تمكين القيادة العليا من إيصال توجهاتها وأفكارها وخصائصها إلى العاملين في الوقت نفسه.

➔ تهدف إلى استكمال النقص في قدرات الإنسان و قواه.

<sup>1</sup> - عبد الستار الحاج احمد، و آخرون، "دور التكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل الرقابة الجبائية، دراسة حالة- مديرية الضرائب بالوادي"، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، ميدان العلوم الاقتصادية والتجارية و عوم التسيير، الشعبة: العلوم المالية والمحاسبة التخصص محاسبة، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2021، 2022، ص 12.

تهدف تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى حل المشكلات التي تواجه أفراد العاملين<sup>1</sup>.

### المطلب الثالث: أشكال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة

يمكن تصنيف تكنولوجيا المعلومات والاتصال إلى نوعين رئيسيين كما يلي:

- **التجهيزات المادية:** و تتمثل أساسا في: الهاتف و الفاكس.
- 1- **الحاسوب:** يعد الحاسوب عن جهاز الكتروني يتكون من مجموعة من العناصر والأجزاء، ويمتاز بالقدرة على التعامل مع كم هائل من البيانات، وإجراء العمليات الحسابية والمنطقية عليها وتخزينها واسترجاعها في شكل معلومات عند الحاجة، ويتكون الحاسوب من عناصر هي:
  - **العنصر البشري:** و يقصد به الأشخاص المسؤولين عن التعامل مع الحاسوب.
  - **البرمجيات:** وتتمثل في كل من نظم التشغيل ولغات الحاسوب وتطبيقات الحاسوب والبيانات.
  - **المكونات المادية:** وتتمثل في وحدات الإدخال، وحدات الإخراج، وحدات المعالجة وتعمل كما يلي:

حيث تقوم وحدات الإدخال (لوحة المفاتيح و الفارة) بإدخال البيانات للحاسوب، وتقوم وحدات الإخراج (الشاشة والطابعة) بعرض المعلومات الناجمة عن المستخدم، أما عن وحدات المعالجة (المعالج والذاكرة الدائمة والذاكرة المؤقتة) فتعتبر المسؤولة عن جميع عمليات المعالجة، بالإضافة إلى وجود بدائل أو وسائط تخزين لها القدرة على تخزين البرامج و البيانات و المعلومات، التي يرغب المستخدم في الاحتفاظ بها حتى يمكن استخدامها فيما بعد و هذه الوسائط هي ما يطلق عليها وسائط التخزين الثانوية و التي تتمثل في الأقراص المرنة، الأقراص الصلبة، الأقراص الضوئية و القرص فلاش، و للحاسوب مزايا عديدة زادت من أهميته و فاعليته (السرعة، الدقة، القدرة الفائقة على التخزين، الارتباط بوسائل الاتصال عن بعد، إمكانية الوثوق و الاعتماد).

- 2- **الهاتف:** يطلق على الهاتف باللغة الانجليزية اسم (Téléphone) وهو مشتق من كلمة تتكون من (télé) وتعني بعيدا و (phone) وتعني صوت ويعبر الهاتف عن وسيلة اتصال مسموعة يتبادل من خلالها طرفا الاتصال المناقشة مباشرة، و يكتسي أهمية كبيرة في إتمام الاتصالات الداخلية و الخارجية حيث لا يمكن لأي منظمة سواء كانت تجارية أو خدمية أو حكومية أن تعمل دون استخدام الهاتف، كما انه يسهل الاتصالات بين الدول المختلفة.

<sup>1</sup> - بن يحي يونس، صياد احمد، "تكنولوجيا الإعلام والاتصال وأهميتها في تحسين الاتصال الداخلي، مؤسسة سونطراك مركب الغاز المميع (GPIZ أنموذجا)"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة، جامعة عبد الحميد ابن باديس كلية العلوم الاجتماعية، شعبة الإعلام والاتصال، 2020، 2021، ص: 38، 39.

يعود تاريخ اختراعه إلى سنة 1876م من طرف العالم "جراهام بل" الذي استطاع نقل سريان التيار الكهربائي الآدمي إلى مسافات بعيدة، معتمدا على مبدأ سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية، مستعملا شريحة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك وتقوم سماعة الهاتف بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي.

3- الفاكس: الفاكس أو كما يسمى الناسخ الهاتفية وهو اختصار للكلمة اللاتينية (Facsimile)، وهو عبارة عن جهاز يقوم ببث الرسائل والنصوص والصور والوثائق المكتوبة عبر خطوط الهاتف العادي.

يعود تاريخ اختراعه إلى أواخر القرن التاسع عشر و أوائل القرن العشرين، حيث بدأ الكثير من المخترعين في كل من أوروبا و الولايات المتحدة الأمريكية العمل اختراعه. و يمتاز الجهاز بسهولة الاستخدام حيث لا يتطلب استعماله سوى وضع الرسالة في الجهاز ثم تشكيل رقم هاتف جهاز فاكس المرسل إليه، وبمجرد أن يفتح الخط أو يتم الاتصال تتحرك الأداة الفاحصة الالكترونية في جهاز الإرسال وتحول الصفحة المرسل إلى مجموعة من الإشارات الكهربائية الرقمية التي تنتقل عبر خط الهاتف إلى جهاز فاكس المستقبل الذي يعيد الإشارات الرقمية مرة أخرى إلى صورة الوثيقة الرسمية ثم يطبع نسخة منها، كما انه يمكن إرسال الوثائق إلى عدة جهات في الوقت نفسه و بسرعة و دقة عالية و تكلفة منخفضة.

● التجهيزات الغير مادية: وتتمثل أساسا في: الانترنت، الانترانت، والاكسترانت.

1- الانترنت: يرجع أصل كلمة انترنت (Internet) أو ما يسمى بالنت "إلى الشبكة" (ARPANET) التي أنشئت سنة 1968م من طرف وكالة مشروعات البحوث المتقدمة بوزارة الدفاع الأمريكي (Department Of Defanced Advanced Research Project Agency) (ARPA) سنة 1966م وهذا بهدف توصيل مراكز البحث و تداول المعلومات المرتبطة بوزارة الدفاع الأمريكية.

في سنة 1979 راودت بعض طلبة جامعة "دوك" بدورهام فكرة تتمثل في ربط أجهزة الحاسوب بهدف تبادل معلومات علمية من الموقع العسكري إلى الجامعة.

يمكن إعطاء تعريف للانترنت على أنه: "عبارة عن شبكة مكونة من آلاف الشبكات المتصلة ببعضها البعض حول العالم أي أنها عبارة عن تجمع عالمي لشبكات الحاسوب والتي من خلالها يمكن للمستخدمين

تبادل لبيانات والمعلومات، ولهذا فهي تسمى شبكة الشبكات، وتقدم شبكة الانترنت مجموعة متنوعة من الخدمات والتي تشمل :

أ- البريد الالكتروني: يعتبر البريد الالكتروني القوة الموجهة للانترنت وبواسطته يمكن للمستعمل إرسال رسالة مكتوبة خلال ثوان إلى صندوق بريد الكتروني متوافر على الشبكة في الجانب الأخر من العالم وهذا بتكلفة منخفضة وفي أي وقت ومن أي مكان "

ب- البحث : لم تعد المعلومة حكرا على احد، حيث يمكن الوصول إلى مصدر المعلومات الأساسية لأي موضوع من خلال ما يسمى " محركات البحث " (Search Engine) وهي مواقع على الشبكة وظيبتها البحث عن المعلومات مثل موقع (Google) وموقع (Yahoo).

ت- البرامج: حيث توجد العديد من البرامج على المواقع المختلفة والتي يمكن تحميلها مجانا ونقلها وتخزينها واستخدامها بكل سهولة.

ث- مجموعات المناقشة: توجد الآلاف من مجموعات المناقشة على انترنت والتي تهتم بالكثير من الموضوعات مثل : البيئة، الدراسة بالخارج، وتتيح المشاركة فيها الالتقاء للأشخاص الذين تكون لهم الاهتمامات نفسها.

ج- المحادثة أو الدردشة: حيث يمكن للمتصلين بالانترنت إجراء مكالمات وتبادل الرسائل و حتى نقل الصور من خلال برامج المحادثة.

ح- الدعم الفني: تقدم معظم المنظمات مواقع لها على الانترنت، حيث تتيح لعملائها الاتصال بقسم الدعم الفني وخدمة العملاء للإجابة عن الاستفسارات الخاصة بمميزات منتج أو حل مشاكل الاستخدام.

2- الانترنت: استعمل مصطلح الانترنت لأول مرة سنة 1994م، ويعد عن شبكة حاسوب داخلية خاصة بالمنظمة، تستخدم فيها تكنولوجيا الانترنت ولكن ضمن حلقة محدودة، أي أنها محجوزة لأعضاء من المنظمة نفسها، ويهدف بناء مثل هذه الشبكات إلى تأمين الوصول إلى مختلف مصادر المعلومات الخاصة بها بسهولة وفاعلية وارخص التكاليف وهذا لمختلف أعضاء الجماعة. وتستخدم شبكات الانترنت عادة فيما يلي:

-نشر وثائق المنظمة الكترونيا.

-تنمية الصلات الأفقية بين زملاء العمل، والحد من السلطات غير المبررة لبعض المراكز البيروقراطية بالمنظمة.

-توزيع البرمجيات حيث يمكن استخدام الانترنت توزيع البرامج الجديدة أو ترقية القديمة وذلك بوضعها في مزود الشبكة وإتاحة الوصول إليه الأعضاء المنظمة لاستخدامها عند الحاجة.

- تقديم خدمة النظام التفاعلي ممثلة في الرسائل الالكترونية ومجموعات التحاور (GROUPWARE) حيث يقوم كل فرد بتقديم العمل الموكل إليه من خلالها.

3- الاكسترانت: تعد الاكسترانت ناتجا لتزواج كل من الانترنت والانترانت فهي شبكة انترانت تم توسيعها لتمتد إلى جمهور خارجي محدود ومختار (زبائن، موردين، موزعين، عملاء... الخ) والذي له علاقة بطبيعة نشاطها، حيث تسمح له بالمرور عبر الحواجز الأمنية الالكترونية التي تمنع ولوج الدخلاء والوصول لبيانات المنظمة، وتمتاز المعلومات في الاكسترانت بالأمان وهذا يمنع الإخلال بالأمن من المستخدمين غير المرخص لهم بالدخول للشبكة، ويتصل المستخدمون المرخص لهم بشفافية بشبكات منظمات أخرى من خلال الاكسترانت<sup>1</sup>.

### المبحث الثالث: دور شبكات الاتصال في تكوين نظم المعلومات في المؤسسة.

حتى تتمكن المنظمة من تحصيل المعلومات لابد من امتلاكها لنظم المعلومات باعتباره المنظم الأول لعمل المنظمة ، ويسهل التدفق التسلسلي للمعلومات فيها بتحويله البيانات الداخلية والخارجية التي تدخل للمنظمة يوميا وتحويلها إلى معلومات مهمة ، كما يساهم في تأدية أنشطتها المختلفة بأسرع وقت وأقل تكلفة ، كما لتكنولوجيا المعلومات انعكاسات ايجابية وسلبية تتموضع بكيفية استغلالها وعليه سوف نحاول عرض نظم المعلومات وتكنولوجيا الاتصال الحديثة ومدى انعكاساتها

### المطلب الأول: نظم المعلومات في المؤسسة.

نتيجة للثورة التكنولوجية والتطورات السريعة التي حصلت لتكنولوجيا المعلومات ونظرا لمساهمتها في إنجاح المؤسسات وذلك بالاستعانة بنظم المعلومات في اتخاذ القرارات المناسبة، سوف نتطرق في المطلب إلى معرفة نظم المعلومات.

#### - تعريف نظم المعلومات:

تعريف **Robert Reix** : على انه مجموع منظم من الموارد: أجهزة، برمجيات، أفراد، معطيات، إجراءات تسمح باقتناء معالجة، تخزين، ونشر المعلومات (على شكل معطيات، نصوص، وصور، أصوات... الخ) داخل المؤسسة<sup>2</sup>.

<sup>1</sup>- حمزة بوقرش، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الموارد البشرية"، مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2011، 2012، ص 14، 15، 16، 17.

<sup>2</sup>- الشيخ ولد محمد، "استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة المؤسسة الموريتانية للألبان **Top Lait**"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية و التسيير و العلوم التجارية، جامعة أبو



تعريف لديكي وأراي: " انه المدخل الذي يتعامل مع المشروع كوحدة، ويتكون النظام من مجموعة من الأنظمة النوعية المترابطة و التي تعمل معا لتوفير معلومات دقيقة و في توقيت مناسب لاتخاذ القرارات الإدارية والتي تقود إلى تنظيم أهداف المشروع الكلية.<sup>1</sup>

تعريف كوجر: فقد عرف نظام المعلومات بذكر الغرض منه و هو توليد كل البيانات الدائمة لتشغيل المنشأة...وتشغيل البيانات بأكثر الطرق كفاءة واقتصادا... وإنتاج معلومات دقيقة و وقيمة لكل مستوى إداري.<sup>2</sup>

تعريف شاروتز: يعرفه على انه نظام من الأفراد والمعدات والإجراءات والمسندات ووسائل الاتصال الذي يجمع البيانات ويقوم بعمليات تشكيل و تخزين واسترجاع وعرض البيانات لاستخدامها في التخطيط والموازنات التخطيطية وفي المحاسبة والرقابة وغيرها من العمليات الإدارية.<sup>3</sup>

الشكل (03-1) : نظم المعلومات حسب رؤية LUCAS.



**المصدر:** من إعداد الطالب استنادا إلى صياد صباح، " أنظمة المعلومات وتأثيراتها على تنافسية المؤسسة الجزائرية"، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران 2 ، 2017-2018، ص: 23.

بكر بلقايد، تلمسان 2011، ص 98. <http://dspace.univ-tlemcen.dz/bitstream/112/430/1/Oueld-mohamed-cheikh.mag.pdf>

2023/03/22

<sup>1</sup> -صلاح الدين عبد المنعم مبارك، "اقتصاديات نظم المعلومات المحاسبية والإدارية"، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 50.

<sup>2</sup> - صلاح الدين عبد المنعم مبارك مرجع سابق، ص 51.

<sup>3</sup> - صلاح الدين عبد المنعم مبارك مرجع سابق، ص 51.

- وظائف نظم المعلومات:

إن البيانات المتدفقة داخل أو خارج أقسام المنظمة تعتبر مادة خام يجب استغلالها ، حيث من خلال هذه البيانات يمكن للمسير التحكم في عملية التسيير واتخاذ القرارات الصائبة ، ومن هنا أصبحت الحاجة لنظم المعلومات ضرورية لقيامها بمجموعة من الوظائف تم تحديدها كالتالي:<sup>1</sup>

جمع البيانات : هناك مصدرين للحصول على البيانات يتمثلان في :

أ- المصادر الداخلية: هي كل الوثائق المحاسبية والإدارية التي تتوفر على بيانات تصف نشاط المنظمة، كالرشييف على مستوى كل قسم، ملفات الزبائن، تقارير البائعين التابعين للمنظمة وتقارير الاتصالات التجارية.

ب- المصادر الخارجية: إن الحصول على البيانات الخارجية يحتاج إلى مجهودات وقدرات أكبر من أجل امتلاكها ، لأنها غير موجودة في المنظمة نفسها، ويتم الحصول عليها من خلال المعلومات التي تقوم بها المنظمة مع بيئتها الخارجية سواء مع الدولة ، العملاء أو الموردين.

معالجة البيانات : وهي عملية تساعد على تحويل البيانات إلى معلومات ، وهذه الأخيرة تمكن من خدمة استخدامات متعددة ، ويمكن الإشارة أيضا إلى أن المعالجة هي عملية تحويل البيانات من هيئتها الخام (المدخلات) تحول إلى معلومات (مخرجات) ذات معنى وقيمة ، فالمعالجة هي عملية حيوية وتتم من خلال إجراء عمليات مختلفة بالحساب وبالمقارنة... الخ، الحساب من خلال حساب رصيد الزبون عند قيام المنظمة بعملية البيع (وذلك بقيام المنظمة بتحويل بيانات البيع ) مثال: فاتورة البيع (من خلال نظام المعلومات إلى يومية البيع ) ، والمقارنة تتم من خلال مقارنة الرصيدين ، التأكد من الرمز.

تخزين المعلومات: هي عملية مهمة وضرورية ، فالمعلومات إما تستخدم بصفة فورية من قبل المستفيدين ، أو تخزن لحين استرجاعها في عملية لاحقة عندما تظهر الحاجة إليها مجددا من الجهات المستفيدة ، وذلك من استرجاعها وفق أساليب معينة يتم إعدادها عند القيام بتصميم نظام الاسترجاع الملائم.

بث المعلومات واتخاذ القرار: المعلومات المعالجة تصبح جاهزة للاستخدام من قبل المستخدم النهائي، هذه العملية أي عملية البث تتم من خلال نموذج الكتابة مثل التقارير المالية ونموذج مباشر مثل شبكة الاتصال الداخلية في المنظمة ما بين الموظفين ، ويمكن أن نقول أن مرحلة المعالجة لا

<sup>1</sup> - صبياد صباح ، " أنظمة المعلومات وتأثيراتها على تنافسية المؤسسة الجزائرية"،رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران2 ، 2017-2018،ص: 30-31-<https://ds.univ->

2023/05/11 بتاريخ [oran2.dz:8443/bitstream/123456789/1567/1](https://ds.univ-)

تكون لها أي قيمة إذا تم تخزينها ولم يتم نشرها في الوقت المناسب . والشخص المناسب لاتخاذ القرار المناسب ، إذا فكل المراحل السابقة لا معنى لها ما لم تنشر المعلومة لتصل إلى متخذ القرار بالمنظمة ، على سبيل المثال المؤسسة حققت خسارة في الميزانية الختامية فهذه المعلومة هي تقرير خرج من نظام معلومات في المؤسسة ، والذي من خلاله يتم تحديد مسار المؤسسة من خلال بقائها في السوق أو خروجها.

### المطلب الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة في المؤسسة.

#### - مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة

نسبت كلمة " حديثة " المضافة إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتوقفها على مدى تطور المجتمع وعلى المدى الزمني فما هو حديث في زمن معين قديم في زمن آخر.

يرى بعض الباحثين أن هذا المفهوم ليس مفهوماً وحيد المعنى والتخصيص، لأنه من اهتمامات تخصصات متعددة كالرياضيات، الإعلام الآلي، الاتصال، الأدب، علم الاجتماع، علم النفس، الهندسة، الاتصالات، الفلسفة.

وكان رأي فضيل دليو في تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على أنها تعني أساساً تلك الموصولة بالكمبيوتر ،ولها آثار عدة تشمل مجالات وتطبيقات متنوعة مثل تشخيص المعارف عموماً وتنظيم المؤسسات خصوصاً<sup>1</sup>.

يشير فضيل دليو أن مفهومه الأصلي ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية باسم تكنولوجيا الإعلام Information Technologie الناتج عن دمج الحواسيب بالخطوط الهاتفية ، وفي اليابان باسم الكمبيوتر والاتصال Computer And Communication ، وفي بعض دول أوروبا باسم الاتصال عن بعد والمعلوماتية ، ثم لاحقاً وبتأثير علوم الإعلام شاع في أوروبا المصطلح الحالي TIC .

ويشير أيضاً إلى أن مفهوم تكنولوجيا الاتصال إذا ارتبط بمصطلح الجديدة نصح أمام موضوع اتصالي معلوماتي أكثر أهمية وحداثة ، فهو يفرض نفسه بقوة في مستهل القرن الواحد والعشرين الذي يزخر بمتغيرات تمثل ثورة معلوماتية جديدة في عصر جديد معولم الأبعاد وقوامه أدوات وتقنيات اتصالية جديدة يتميز بها.

<sup>1</sup> - د. جلاب صباح ، د. مبدوش الهاشمي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

لذلك فليس من الغريب أن نجد من المتخصصين في علوم الإعلام من يفرق بين تكنولوجيات الإعلام والاتصال TIC التي تشمل الوسائط ما قبل الالكترونية، صحف، مجلات... ، وبين التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال NTIC والتي تخص الوسائط الالكترونية (راديو، تلفزيون، انترنت).<sup>1</sup>

وكانت أغلب الملخصات تعرف تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة على أنها كل التكنولوجيا التي تربط بين الاتصال عن بعد والكومبيوتر.

وقد ورد تعريفها في الموسوعة الإعلامية بأنها: "الأدوات والنظم التي تساعد على القيام بالاتصال وتمثل هذه الأدوات أساسا في الحسابات الالكترونية"<sup>2</sup>

و عرفها العالم الشهير " مارشال ماكلوهان " أن تكنولوجيا الاتصال و المعلومات الحديثة هي إحدى الركائز الأساسية لحضارتنا الإنسانية المعاصرة.

و إهمال استخدامها والاستفادة منها من ايجابياتها كفيل بان يقذف بأي مجتمع إلى حضيبض التخلف، وفي نفس الوقت فان هذه التكنولوجيا تستخدم من جانب البعض من اجل تشويه الحقائق و المعلومات و تزيف صورة الحياة، و بث الأوهام أو المخاوف لتحقيق أهداف عقائدية أو سياسية أو اجتماعية لدولة ما أو نظام سياسي أو اقتصادي أو اجتماعي معين.<sup>3</sup>

وفي تعريف ممدوح عبد الهادي عثمان أن تكنولوجيا الاتصال الحديثة هي: " القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها نقل و بث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر".<sup>4</sup>

### نشأة وتطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة:

وجدت وسائل الإعلام و الاتصال بوجود كائنات هذا العالم و لكنها مرت بمراحل تطور عديدة أفرزت عدة أنواع متفاوتة في الكم والمدى، و لكنها تهدف دائما إلى فورية الاتصال وتوسيع دائرة المستقبلين و تحسين نوعية الرسالة، وبرزت أولى بوادر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة اكتشاف العالم البريطاني " وليم ستورغون W. Sturgon " الموجات الكهرومغناطيسية و ذلك في عام (1924) و

<sup>1</sup> - "المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام"، مجلة الاتصال والصحافة، العدد 03، بن عكنون، 2015، ص 98-99.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب، "المعجم الإعلامي"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 805.

<sup>3</sup> - أ. منجي مخلوف، أ. بوضاح النذير، "تكنولوجيا الاتصال الحديثة كإحدى أهم متطلبات الإعلام الرياضي المحترف دراسة ميدانية

على القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري"، جامعة المسيلة، مجلة الإبداع الرياضي، 15 نوفمبر 2013، العدد 03، ص 385.

<sup>4</sup> - د. جلاب صباح، د. ميدوش الهاشي، مرجع سبق ذكره، ص 16.

استطاع من بعده " صمويل مورس " S.Morse " اختراع التلغراف عام (1837) حيث ابتكر طريقة للكتابة تعتمد على استخدام " النقط والشرط " وقد تم مد خطوط التلغراف السلوكية عبر كل أوروبا وأمريكا و الهند خلال القرن التاسع عشر، وأصبح التلغراف بعد ذلك من بين العناصر الهامة في تكنولوجيا الاتصال التي أدت في النهاية إلى وسائل الكترونية عديدة.<sup>1</sup>

وفي عام ( 1876 ) استطاع الاسكتلندي " الكسندر غراهام بيل Graham Bell Alexander " أن يخترع التليفون لنقل الصوت إلى مسافات بعيدة مستخدماً تكنولوجيا التلغراف، أي سريان التيار الكهربائي في الأسلاك النحاسية مستبدلاً بمطرقة تلغراف شريحة رقيقة من المعدن تهتز حين تصطدم بها الموجات الصوتية، وتحول الصوت إلى تيار كهربائي يسري في الأسلاك، و تقوم سماعة التليفون بتحويل هذه الذبذبات الكهربائية إلى إشارات صوتية تحاكي الصوت الأصلي.

وفي عام (1877) اخترع توماس إديسون (T. Edison) جهاز الفونوغراف ثم تمكن العالم الألماني " إميل برلنغر E.Berlinger في عام (1887) من ابتكار القرص المسطح "Flat Disk" الذي يستخدم في تسجيل الصوت.

وساعد توماس أديسون على نشأة السينما الأمريكية ففي عام 1891م سجل اختراع جهاز لمشاهدة الأفلام السينمائية يعمل بوضع قطعة من العملة في ثقب خاص، وكان اسم هذا الجهاز (كينيتوسكوب) .

وفي عام (1896) استطاع العالم الايطالي "غوغليمو ماركوني G.Marconi " من اختراع الراديو أو اللاسلكي، وكانت تلك هي المرة الأولى التي ينتقل فيها الصوت إلى مسافات بعيدة بدون استخدام أسلاك، وقام الأمريكي جورج كيري (G.earge Carey) في عام (1975) بأول محاولة لنقل الصور باستخدام الكهرباء من خلال تسليط الضوء المنعكس عن الصورة على لوح مرصع بالخلايا الضوئية التي تقوم بتوليد تيارات كهربائية تتناسب مع شدة الضوء المنعكس ومن ثمة يتم نقل هذه التيارات بالأسلاك إلى عدد مماثل من المصابيح الكهربائية المترابطة فتضيء راسمة بذلك ظلال الصورة الأصلية، وعدل الألماني بول نيكو (Paul Nipkow) في عام (1884) من هذا النظام وذلك بالتخلي عن نظام المصابيح الكثيرة واستبداله بنظام ميكانيكي لمسح الصورة، قد بدأت أول تجارب التلفزيون في ألمانيا في عام (1935) ببث غير ملون تبعها فرنسا في العام نفسه و بريطانيا في عام (1936) ثم في الولايات المتحدة الأمريكية في

<sup>1</sup> - خالد منصر، "علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر - باتنة-2012، ص50 .

(1939) مستفيدة مما سبقها من دراسات وتجارب في مجال الكهرباء والتصوير الفوتوغرافي، والاتصالات السلكية و اللاسلكية.<sup>1</sup>

وقد شهد النصف الثاني من القرن العشرين أشكالا لتكنولوجيا الإعلام والاتصال والمعلومات مما قزم أمامه كل ما تحقق في عدة قرون سابقة، ولعل ابرز مظاهر تلك التكنولوجيا هو امتزاج ثلاث ثورات مع بعضها البعض شكلت ما يسمى بالثورة التكنولوجية أو الرقمية و هي ثورة المعلومات المتمثلة في انفجار ضخم في المعرفة وكمية هائلة من المعارف المتعددة والأشكال والتخصصات واللغات، وثورة الاتصال وتتجسد في تطور تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة بدء بالاتصالات السلكية مروراً بالتلفزيون و انتهاء بالأقمار الصناعية والألياف الضوئية، وثورة الحاسبات الالكترونية التي امتدت إلى كافة جوانب الحياة وامتزجت بكافة وسائل الاتصال، وقد أطلق على هذه المرحلة عدة تسميات أبرزها مرحلة الاتصال المتعدد الوسائط (MultiMedia) و مرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية (Interactive) و مرحلة الوسائط المنهجية (Hypermédiás) ومركزاتها الأساسية هي الحاسبات الالكترونية في جيلها الخامس الذي يتضمن أنظمة الذكاء الاصطناعي والألياف الضوئية أشعة الليزر والأقمار الصناعية.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: الانعكاسات الايجابية والسلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة.

تنعكس تكنولوجيا الإعلام والاتصال على مستخدميها بالإيجاب والسلب وسنلخص بعضها من ذلك في ما يلي:

#### 1- الانعكاسات الايجابية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة: وتتمثل في:

- تحسين أداء المؤسسة: حيث تهدف تكنولوجيا الاتصال والمعلومات إلى مساعدة المؤسسة في تقييم خدمات ذات مستوى أفضل لمورديها وعملائها، وتعميق العلاقة بينها وبين الأطراف ذات المصلحة ، وذلك عن طريق توفير المعلومات بين المؤسسة ومتعاملها بطريقة شفافة.
- تعيش المؤسسات اليوم في مناخ سريع التغير الأمر الذي يتطلب منها ضرورة الترشد لكل الفرص التي قد تتاح لها، واستغلالها للتأقلم مع التغيرات، مما يستدعي توفير أساس لتحليل إشارات التحذير المبتكرة التي قد تأتي من داخل المؤسسة أو خارجها فتحتوي مكونات تكنولوجيا المعلومات على قاعدة تقوم على جمع كل البيانات وتصنيفها وتبويبها بشكل مختصر وفي الوقت المناسب.
- زيادة القدرة على التنسيق بين الدوائر والأقسام الإدارية المختلفة.

<sup>1</sup> -خالد منصر، مرجع سابق، ص 50، 51.

<sup>2</sup> - خالد منصر مرجع سابق ، ص 52.

- إن إدماج تكنولوجيا المعلومات في المؤسسة يسمح بالانتقال من العمل بالطريقة اليدوية إلى العمل أوتوماتيكيا، مما يسمح بتقليل الحاجة إلى من يقوم بإمسك البيانات اللازمة لهذه الأعمال وتقليل التكاليف والحد من استخدام الملفات الورقية التي تأخذ حيز كبير في المؤسسة.
  - زيادة عدد الفرص المتاحة أمام المؤسسة في الأسواق الداخلية و الخارجية.<sup>1</sup>
  - قدمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة ومن خلال الأجيال الجديدة للهاتف والفاكس فرصة المشاركة في الندوات خلال طرح تساؤلات أو مناقشة بعض الموضوعات، كما اتسعت دائرة التعليم المفتوح أو التعليم عن بعد التي بدأت في الجامعات، وتقديم المحاضرات من خلال الانترنت.<sup>2</sup>
  - تعمل تكنولوجيا المعلومات والاتصال على تقديم الكم الهائل من المعلومات نتيجة الانفجار المعلوماتي والمعرفي الذي استفاد منه الاتصال الرقمي وساهم في تعميم الاستفادة من ثورة المعلومات وانتشارها التي غطت كل المجال نتيجة الخصائص التي تميزت بها تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.
- كما قدمت تكنولوجيا لمستخدميها أبعاد ثلاثة هي :

- ✓ **البعد الزمني:** حيث أتاحت أقصى درجات السرعة في نقل المعلومات إلى حد ألغت الفرق بين زمان البث وزمان الوقوع في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية.
- ✓ **البعد المكاني:** حيث وفرت كم هائل من المساحات المطلوبة لتخزين المعلومات.
- ✓ **البعد الخاص بالوسيلة وعلاقتها بالمتلقي:** حيث أتاحت ثورة الاتصال للمتلقي درجة من التفاعل الايجابي مع هذه التكنولوجيا، كالتلفزيون الذي يستخدم الاتصال الرقمي ويسمح للمتلقي بالتدخل في اختيار البرامج.<sup>3</sup>

## 2- الانعكاسات السلبية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال على المؤسسة:

- ☞ **تهديد الأمن والسلم العالميين من خلال مختلف المخاطر التي تقدمها هذه التكنولوجيا خاصة ما يتعلق بالانترنت.**

1 - مشري محمد الناصر، "سبل تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في دعم التنمية المستدامة في المؤسسات الصناعية الجزائرية- دراسة عدد من المؤسسات في الشرق الجزائري"- رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم ، جامعة فرحات عباس- سطيف، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير، 2017، ص33. <http://dspace.univ->

2023/03/04 [setif.dz:8888/jspui/handle/123456789/1127](http://setif.dz:8888/jspui/handle/123456789/1127)

2- أ. دفون محمد، "تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستخداماتها"، جامعة الجزائر، ص 221

3 - مريم طير الليل، وسيلة سعيداني، "واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في المؤسسات ذات الطابع الاجتماعي-دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم - فرع الميلية"، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة محمد الصديق بن يحي - جيجل، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 2018، ص 47، 48.

ظهور ما يعرف بجرائم تكنولوجيا المعلومات والاتصال كسرقة المعلومات و سرقة الأقراص والجوسسة خاصة بين الدول الكبرى، وكذلك وجود مخاطر بيئية كاستهلاك الطاقة خاصة السنوات الأخيرة.

خصوصية منشأ تكنولوجيا الاتصال الحديثة و من ثم خصوصية استعمالها فبرامج الحاسوب ليست كلها حيادية فهي تمس محيط وتطلعات وخصوصيات شخصية الذين أعدوها.<sup>1</sup>

انعكاساتها على حجم و فرص العمالة، وما أدت إليه من تصاعد معادلات البطالة جور مهم في لفت الأنظار إلى المخاطر المجتمعية التي تهدد بحالات من الاضطرابات الاجتماعية والفورات السياسية التي يقوم بها المتعطلون بحثا عن طريق يعيد إليهم الأمل في العثور على العمل والعودة إلى الحياة.

أثرت شبكة المعلومات الجديدة على الأطفال و نشأتهم ، بل وعلى الكبار أيضا فالجلوس لساعات طويلة أمام شبكة الحاسوب والانتقال من موقع لأخر بعيدا عن العالم الواقعي الذين يعيشون فيه والكم الهائل من المعلومات التي يحصلون عليها يفرز ضغوط نفسية و عصبية عليهم.<sup>2</sup>

لقد عملت تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تكريس و إشاعة قيم الاستهلاك الغربي وفرض النموذج الثقافي الاوروامريكي، وترسيخ القيم الامتثالية والقضاء على التنوع الثقافي للمجتمع، وهذا ما تسعى إليه كل الإمبراطوريات الإعلامية الكبرى.

لم يعد هناك مجال لحياة الفرد الخاصة والعائلية قيمة، في ظل التطور الهائل لتكنولوجيا الاتصال الحديثة فقد تمت تعريته من جل ما يميزه كفرد له سره ومكشوف في الحياة ، وقد تحولت قيمة الإنسان في خصم ذلك إلى وضعيات من المرئيات المكشوفة على وسائل الإعلام و الاتصال وإذا تأملنا في الثقافات التي سبقتنا التي ننتمي إليها، فإننا قد سنت حدودا بين المواضيع الخاصة ( الشخصية) و المعروضة على الرأي العام.

لقد تحولت ميادين الحياة إلى شيء مرئي أو مسموع للمستهلك، و يتضمن المشهد كلا من السلع، و يكون المشهد في حالة لغة سلعة و ... مرئي، وهذا المشهد في الواقع يسلب الوجود الإنساني من التجربة الحقيقية والمعنى.<sup>3</sup>

حدوث الفجوة المعرفية بين الدول المالكة لهذه التكنولوجيا والدول المستوردة لها مثلما يحدث اليوم بين الدول الأوروبية والدول العربية.

<sup>1</sup> - قردوح سمية، معربة ليندة، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين أداء الموارد البشرية دراسة ميدانية إدارة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة جيجل"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، 2018، ص 58.

<sup>2</sup> - مشري محمد الناصر، مرجع سبق ذكره، ص 34.

<sup>3</sup> - لغوشي بلقاسم ، ياسي منير، "استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية ، دراسة ميدانية بالشركة الإفريقية للزجاج باولاد صالح- الطاهير-" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع ، جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2016، ص46.



- ☞ التأثيرات الصحية لتكنولوجيا الاتصال والإعلام على الجانب البيولوجي والفيزيولوجي والنفسي للأفراد، فالعديد من الأمراض كان سببها استخدام المفرط لهذه التكنولوجيا مثل: الصداع، الاكتئاب، ضعف البصر أو جاع الظهر. الخ، وهذا ما تثبته العديد من الدراسات الغربية في هذا المجال.
- ☞ التطور التقني الهائل في أجهزة الكمبيوتر يساعد في عملية تبييض الأموال باستخدام جهاز المسح الضوئي، وهذا يمثل تهديدا للاقتصاد الوطني.<sup>1</sup>
- ☞ أدخلت تكنولوجيا المعلومات في حياة البشر ما يسمى بالواقع الافتراضي، يسمح للمنتفعين والمستثمرين لهذه الثورة أن يتلاعبوا مع الحقائق التاريخية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup>- مداخلة بعنوان: "تكنولوجيا الإعلام والاتصال كعامل للنمو الاقتصادي دراسة حالة تونس، الجزائر، المغرب"، ص 09.

<sup>2</sup>- مفتاح العربي، "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية دراسة حالة المؤسسة الاستشفائية بعين تادلس"، مذكرة تخرج مقدمة ضمن نيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم-

### خلاصة الفصل:

تطرق الفصل الأول إلى مفهوم تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أنها مجموعة من الأجهزة و المعدات والوسائل التقنية، والبرمجيات التي تسهل في إدارة المعلومات ومعالجتها، وهذا ما اوجب على المنظمة تبني تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحقيق أهدافها، كما ساهمت أيضا في إلغاء الحدود الجغرافية وتقريب المسافات وتسهيل الحصول على المعلومات من أي مكان و تجميعها وتخزينها ونشرها بشكل مباشر وفوري متخطية بهذا قيود المساحة والوقت وهذا راجع لخصائصها وميزاتها.

## الفصل الثاني: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحديث أداء المؤسسة.

- المبحث الأول: أدبيات الأداء الاقتصادي
- المبحث الثاني: كيفية تحجيم الأداء في المؤسسة
- المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على الأداء الاقتصادي للمؤسسة.

الفصل الثاني: دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحديث أداء المؤسسة.

تمهيد:

يعد الأداء عنصرًا أساسيًا لوجود أي منظمة، إذ يشكل اهتمامًا مشتركًا لعلماء الإدارة ويعتمد عليه اتخاذ العديد من القرارات الهامة. وبما أن الأداء يحدد مدى اقتراب أو ابتعاد المنظمة عن تحقيق أهدافها، فإنه يتم تقدير أهميته بناءً على المشاكل التي يمكن للمنظمة أن تواجهها، حتى إلى حد إعلان إفلاسها. لذلك، تعتمد المنظمة على تقنيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال في سيرورتها لضمان استمراريتهما والتغلب على منافسها الاقتصاديين. ويتم الاستفادة من تكنولوجيا الإعلام والاتصال لمعرفة كل ما يتعلق بالأداء والتحسين المستمر له.

تم تقسيم الفصل إلى ثلاث مباحث:

- المبحث الأول: أدبيات الأداء الاقتصادي؛
- المبحث الثاني: تقييم الأداء في المؤسسة؛
- المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسة.

## المبحث الأول: أدبيات الأداء الاقتصادي

للأداء أهمية كبيرة في تسيير المنظمة والوصول بها إلى أهدافها، فهو يمثل وجود المؤسسة والعامل المساهم في بقائها واستمراريتها سنتعرف على ذلك خلال عرض المطالب الثلاث:

### المطلب الأول: ماهية الأداء

حظي مفهوم الأداء بكثير من المفاهيم شيوعا واستعمالا في حقل الاقتصاد وتسيير المؤسسات خاصة في علم الاقتصاد.

ولا يوجد اتفاق بين الباحثين بالنسبة لتعريف مصطلح الأداء، ويرجع هذا إلى تباين وجهات نظر المفكرين والكتاب في هذا المجال، واختلاف أهدافهم المتوخاه من صياغة تعريف محدد لها المصطلح، ففريق من الكتاب اعتمد على الجوانب الكمية (أي تفضيل الوسائل التقنية في التحليل) في صياغة تعريفه للأداء، بينما ذهب فريق آخر إلى اعتبار الأداء مصطلح يتضمن أبعاد تنظيمية واجتماعية فضلا عن الجوانب الاقتصادية، ومن ثم لا يجب الاقتصار على استخدام النسب والأرقام فقط في التعبير عن هذا المصطلح، وتجدر الإشارة بداية إلى أن الاشتقاق اللغوي لمصطلح الأداء مستمد من الكلمة الانجليزية Topperform، وقد اشتقت هذه الكلمة بدورها من اللغة اللاتينية Performer، والذي يعني تنفيذ مهمة أو تأدية عمل.<sup>1</sup>

فمن منطلق كون الأداء يعبر عن مدى انجاز المهام، فانه كمفهوم اقتصر لدى الكثيرين من الباحثين على المورد البشري دون غير من الموارد الأخرى، حيث يرى بعضهم انه يعني: "قيام الفرد بالأنشطة والمهام المختلفة التي يتكون منها عمله".<sup>2</sup>

وهو ما يراه باحثون آخرون حينما عرفوه بأنه يعني: "الكيفية التي يؤدي بها العاملون مهامهم أثناء العمليات الإنتاجية والعمليات المرافقة لها باستخدام وسائل الإنتاج المتاحة لتوفير مستلزمات الإنتاج، ولإجراء التحويلات الكمية والكيفية المناسبة لطبيعة العملية الإنتاجية عليها، ولتخزينها وتسويقها طبقا للبرنامج المسطر والأهداف المحددة للوحدة الإنتاجية جلال الفترة الزمنية المدروسة".<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - الشيخ الداوي، "تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء"، مجلة الباحث، العدد 07، 2010، ص 217.

<sup>2</sup> - احمد صقر عاشور، "إدارة القوى العاملة"، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ط 02، 1979، ص 50.

<sup>3</sup> - جمال خنشور، "التقسيم الاقتصادي في وحدة ديدوش مراد لإنتاج المشروبات الغازية والعصير المركز، خلال عامي 84-85"، جامعة باتنة، 1987، ص 09.

### تعريف أخرى لبعض الباحثين:

- تعريف كلامن **Tuama et Alqhiwi**: نظام متكامل لنتائج الأعمال في المنظمة في ضوء تفاعلها مع عناصر البيئة الداخلية والخارجية، والأعمال التي نفذت وفقا للوائح و المعايير، وطريقة تقديم هذه الأعمال إلى العميل لتحقيق الخدمة المطلوبة.<sup>1</sup>
- تعريف **Kekkonen et Soderlund**: هو حصيلة كل من الأداء الفردي وأداء الوحدات التنظيمية بالإضافة إلى تأثير البيئة الاقتصادية والاجتماعية والثقافية.<sup>2</sup>
- تعريف **Zamil et Shamnot**: هو تراكم للنتائج النهائية لجميع الأنشطة والعمليات داخل المنظمة.<sup>3</sup>
- تعريف **P. Drucker**: هو قدرة المنظمة على الاستمرارية والبقاء محققة التوازن بين رضا المساهمين والعمال، ويعد الأداء مقياسا للحكم على مدى تحقيق المنظمة لهدفها الرئيسي ألا وهو الاستمرارية في ظل المنافسة، والتمكن من المحافظة على التوازن في مكافأة كل من المساهمين و العمال.<sup>4</sup>
- تعريف **Annik Bourguignon**: أن مصطلح الأداء ينتهي إلى عائلة المصطلحات متعددة المعاني وهو كلمة حقايبية تتوافق مع كلمات كثيرة، وتحمل تفسيرات واسعة.<sup>5</sup>

كما يرى البعض أن الأداء هو سلوك عملي يؤدي لدرجة من بلوغ الأهداف ويرى الباحثون انه انعكاس لكيفية استخدام المنظمة للموارد المادية والبشرية واستغلالها بالصورة التي تجعلها قادرة على تحقيق أهدافها.<sup>6</sup>

ولطالما ارتبط الأداء بمفهومين وهما الكفاءة والفاعلية وجمع بينهما إذ تعني الفاعلية تحقيق النتائج في إطار الأهداف المسطرة وتتعلق الكفاءة بالتسيير الأفضل والفعال للوسائل والعلاقات مع النتائج.

<sup>1</sup>-أ.د. رمضان محمود عبد السلام وآخرون. "أثر التطوير التنظيمي في فاعلية الأداء المؤسسي- دراسة تطبيقية على الجامعة العمالية مصر". مجلة الدراسات التجارية المعاصرة، العدد 6، يناير 2019، ص 231.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه، ص 231.

<sup>3</sup>- المرجع نفسه، ص 231.

<sup>4</sup>- الداوي الشيخ، "تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء"، مجلة الباحث، جامعة الجزائر، العدد 7، 2010/2009، ص 218.

<sup>5</sup>- الصالح جيلح، "أثر القيادة الإدارية على أداء العاملين دراسة حالة مجمع صيدال"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2004-2006، ص 126. الموقع: <https://dspace.univ-alger3.dz/jspui/handle/123456789/7716> 2023/03/22

<sup>6</sup>- غادة عبد المنعم عبد الحميد دياب، "أثر أبعاد الجدارات الوظيفية على الأداء المؤسسي- دراسة تطبيقية على شركاء إنتاج الدواء"، مجلة البحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، المجلد 43، العدد 3، أوت 2021، ص 257.

الأداء مرآة المنظمة مما يمكن أن تحققه من الإنتاجية العالية، رضا الزبون، الحصة السوقية الجيدة، العائد المالي، القيام بالمسؤوليات الأخلاقية، والاجتماعية اتجاه المجتمع وكلها عناصر ونتائج للأداء على المدى البعيد.<sup>1</sup>

أقطاب الأداء: للأداء أربعة أقطاب تتمثل فيما يلي:<sup>2</sup>

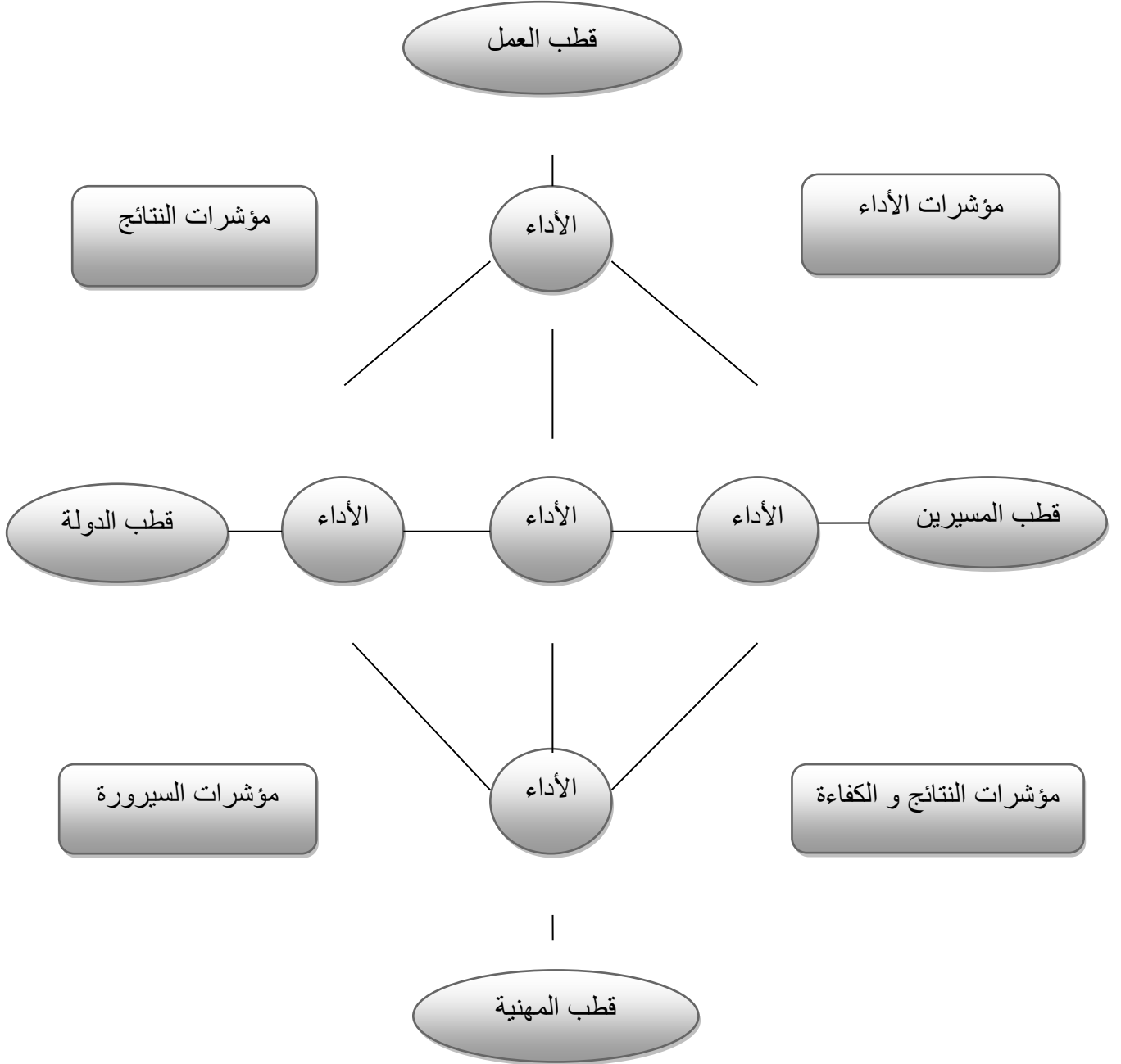
- القطب الأول: يتعلق بالمتعامل والذي يفرض على المؤسسة تقديم أفضل ما يمكن أن توفره من السلع والخدمات من اجل إرضائهم و كسب ثقتهم. وهذا ما يقصد به نوعية الخدمات والمنتجات التي تقدمها المؤسسة.
- القطب الثاني: يتمثل في المسيرين الذين يلقي على عاتقهم مسؤولية تحقيق النتائج الجيدة بأفضل استخدام الموارد المنتجة.
- القطب الثالث: ويتمثل في الموظفين فهم بحاجة إلى استمرارية العمل بدل التوقف.
- القطب الرابع: فهو الدولة التي تزيد من المؤسسات مثلا تحقيق نتائج جيدة للمساهمة في زيادة الدخل القومي ولتفاصيل أكثر سنوضح هذه الأبعاد في الشكل التالي:

<sup>1</sup> - سليمان الفارس، "دور أداة المعرفة في رفع كفاءة أداء المنظمات (دراسة ميدانية على شركات الصناعات التحويلية الخاصة بدمشق)"،

مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد 02، 2010، ص 72.

<sup>2</sup> - د. زرنوح امحمد، محاضرة في: "الأداء في المنظمة"، جامعة الجلفة، د. ت، ص 29.

الشكل (II - 01): أبعاد المنظمة



المصدر: د. زرنوح, المرجع نفسه، ص 30.



## المطلب الثاني : أنواع الأداء

بعد تعرفنا على مفهوم الأداء سننتقل إلى عرض أنواعه، معتمدين على أربع معايير وكل معيار يضم مجموعة من الأداءات في المؤسسة.

### أنواع الأداء:

1- حسب معيار المصدر: تبعا لهذا المعيار ينقسم الأداء إلى نوعين: الأداء الذاتي (الداخلي) والأداء الخارجي.

• الأداء الداخلي: و يطلق عليه اسم أداء الوحدة أي انه ينتج بفضل ما تملكه المؤسسة من الموارد فهو ينتج أساسا من التوليفة التالية:<sup>1</sup>

أ- الأداء البشري: وهو أداء أفراد المؤسسة الذين يمكن اعتبارهم مورد استراتيجي قادر على صنع القيمة وتحقيق الأفضلية التنافسية من خلال تسيير مهاراتهم.

ب- الأداء التقني: ويتمثل في قدرة المؤسسة على استعمال استثماراتها بشكل فعال.

ج- الأداء المالي: ويكمن في فعالية تعبئة واستخدام الوسائل المالية المتاحة.

• الأداء الخارجي: هو الأداء الناتج عن التغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي للمؤسسة.

فالمؤسسة لا تتسبب في إحداثه ولكن المحيط الخارجي هو الذي يولده، فهذا النوع بصفة عامة يظهر في النتائج الجيدة التي تحصل عليها المؤسسة كارتفاع رقم الأعمال نتيجة لارتفاع سعر البيع أو خروج احد المنافسين، ارتفاع القيمة المضافة مقارنة بالسنة الماضية نتيجة لانخفاض أسعار المواد واللوازم والخدمات فكل هذه التغيرات تنعكس على الأداء سواء بالإيجاب أو السلب.

إن هذا النوع من الأداء يفرض على المؤسسة تحليل نتائجها، وهذا أسهل إذا تعلق الأمر بمتغيرات كمية، أين يمكن قياسها وتحديد أثرها، ولعل أهم طرق تحليل طريقة الإحلال المتسلسل.<sup>2</sup>

2- حسب معيار الشمولية: وحسب هذا المعيار يمكن تقسيم الأداء في المنظمة إلى:

• الأداء الكلي: يتمثل في النتائج التي تساهم جميع عناصر المؤسسة أو الأنظمة التحتية في تكوينها دون انفراد جزء أو عنصر لوحده في تحقيقها، فالتعرض للأداء الكلي للمؤسسة يعني الحديث

<sup>1</sup> - Bernard Martory, « **control de gestion socia** », librairie Vuibert, Paris, 1999, P 236.

<sup>2</sup> - الهام يحيوي، " الجودة كمدخل لتحسين الأداء الإنتاجي للمؤسسات الصناعية الجزائرية"، مجلة الباحث، العدد 05، جامعة باتنة، ، 2007، ص 46.

عن قدرتها على تحقيق أهدافها الرئيسية بأدنى التكاليف الممكنة ومثال الأهداف الرئيسية الربحية التي لا يمكن لقسم أو وظيفة لوحدها تحقيق ذلك بل تتطلب تضافر جميع المصالح، فالمصلحة المالية عليها توفير الأموال بأقل التكاليف واقل المخاطر، أما عن مصلحة الإنتاج عليها بتقديم المنتجات بأقل تكلفة وأحسن جودة، ومصلحة الأفراد يجب أن تحقق أفضل مردود والمصلحة التجارية عليها بتسويق أقصى ما يمكن تسويقه وتوفير المواد لعملية التصنيع بأقل تكلفة وأحسن جودة.<sup>1</sup>

● الأداء الجزئي: هو قدرة النظام التحتي على تحقيق أهدافه بأدنى التكاليف الممكنة، فالنظام التحتي يسعى إلى تحقيق أهداف خاصة به لا أهداف الأنظمة الأخرى، وبتحقيق مجموع أداءات الأنظمة التحتية يتحقق الأداء الكلي للمؤسسة كما سبق الإشارة إليه، أن أهداف المؤسسة يجب أن تكون متكاملة و متسلسلة تشكل فيما بينها شبكة.<sup>2</sup>

3- حسب المعيار الوظيفي: يمكن اعتبار المؤسسة حسب هذا المعيار، على أنها مجموعة من الأنشطة الوظيفية المتداخلة فيما بينها لتحقيق هدف المؤسسة ويمكن حصرها فيما يأتي:<sup>3</sup>

● الأداء المالي: يعتبر محصلة لجميع أنواع الأداء، ويتعلق بتحقيق الأهداف المالية للمؤسسة وصحتها من خلال التوازن المالي والمردودية المناسبة، فهما بمثابة الهدفين الأساسيين من بين الأهداف المالية ككل.

● الأداء الإنتاجي: و يتعلق بتحقيق الكفاءة الإنتاجية بجودة عالية و تكلفة اقل والتسليم في الوقت المحدد مع القدرة على الإبداع والتنوع في المنتجات.

● الأداء التموييني: يرتبط بمجموعة من الأنشطة المتكاملة والمحتملة في الشراء والتخزين والإمداد ضمانا لاستمرار العملية الإنتاجية.

● الأداء التسويقي: يتمثل في مدى قدرة المؤسسة على إشباع حاجات ورغبات المستهلكين، وتحقيق الرضا والولاء بالنسبة لمنتجات المؤسسة وتحسين صورتها وسمعتها من خلال زيادة المبيعات والحصة السوقية للمؤسسة وتحسين العلاقة مع الزبائن لكسب عملاء جدد.

1 - عادل عشي، "الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية قياس وتقييم"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ، 2002، ص18. الموقع: <http://archives.univ-biskra.dz> 2023/03/09

2 - عادل عشي، مرجع نفسه، ص: 18، 19.

3-عادل بومجان، "تأهيل الموارد البشرية لتحسين أداء المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة: مؤسسة صناعة الكوابل- فرع جنرال كابل- بسكرة"، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015، ص 53، 55. الموقع: <http://thesis.univ-biskra.dz/id/eprint/2261> 2023/03/11

- أداء الموارد البشرية (الأداء البشري): يعتبر أهم الموارد القادرة على تفعيل مختلف الموارد الأخرى، وكذا التركيز على الأصول الغير ملموسة المشكلة للرأسمال الفكري للمؤسسة، لذلك يعتبر مديري الموارد البشرية هم بمثابة ركيزة وأساس لإستراتيجية المؤسسة، عامل للتنافسية، مصدر لخلق ولإنشاء القيمة.

#### 4- حسب معيار الطبيعة: يمكن تصنيف الأداء من خلال هذا المعيار إلى:<sup>1</sup>

- الأداء الاقتصادي: ويعتبر المهمة الأساسية التي تسعى المؤسسة الاقتصادية بلوغها، ويتمثل في الفوائد الاقتصادية التي تجنمها المؤسسة من وراء تعظيم نواتجها وتدنيه مواردها.
- الأداء الاجتماعي: كانت الأهداف الاجتماعية التي ترسمها المؤسسة أثناء عملية التخطيط في حقيقة الأمر قبل ذلك قيودا أو شروطا فرضها عليها أفراد المؤسسة أولا وأفراد المجتمع الخارجي ثانيا، وتحقيق هذه الأهداف يجب أن يتزامن مع تحقيق الأهداف الأخرى وخاصة منها الاقتصادية.
- الأداء التكنولوجي: يكون للمؤسسة أداء تكنولوجي عندما تكون قد حددت أثناء عملية التخطيط أهدافا تكنولوجية، كالسيطرة على مجال تكنولوجي معين.
- الأداء السياسي: يتجسد الأداء السياسي في بلوغ المؤسسة أهدافها السياسية ويمكن للمؤسسة أن تتحصل على مزايا من خلال تحقيق أهدافها السياسية، التي تعتبر كوسائل لتحقيق أهدافها الأخرى.

#### المطلب الثالث: العوامل المحددة والمؤثرة على أداء المؤسسة

تتأثر الكثير من المؤسسات في جميع أنحاء العالم بعدة عوامل والتي تنعكس على مستويات أدائها و مستوى نجاحها سواء كان توجهها للأسواق الداخلية أو الخارجية (العالمية)، وفي هذا المطلب سنعرض بعض هذه العوامل باختصار:

#### 1- محددات الأداء: تتمثل في ما يلي:<sup>2</sup>

- الجهد: وهو كمية الطاقة التي يبذلها المستخدم لأداء عمله، وتكون هذه الطاقة ناتجة عن دوافع تؤثر في المستخدم ليبذل جهدا محددًا.

<sup>1</sup> - عبد المالك مزهودة، "الأداء بين الكفاءة والفاعلية مفهوم وتقييم"، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2001، ص 89.

<sup>2</sup> - بوسالم أبو بكر، هدى شهيد، "دور أسلوب كايزن ( الأنموذج الياباني) في تحسين أداء المؤسسة"، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة بشار، الجزائر، العدد 08، 2017، ص 632-633.

- القدرات: وهي نوعان قدرات مكتسبة وقدرات فطرية.
    - أ) القدرات المكتسبة: هي التي تلعب فيها البيئة والزمن دورا في تكوينها وصقلها.
    - ب) القدرات الفطرية: هي تلك القدرات العقلية، التي تتجلى في ذكاء الفرد ونباهته.
  - الإدراك: هو عملية ذهنية تقوم بالانتقاء والتنظيم وتعديل أو تغيير وتفسير المعلومات التي تأتي عن طريق الحواس وذلك حسب الانطباعات والمعايير.
  - الوظيفة: وهو كل ما يتعلق من واجبات ومسؤوليات التي تحتويها الوظيفة.
  - البنية التنظيمية الداخلية: هي كل ما يتوفر في المنظمة من تنظيمات تسهل وتنظم العملية الإنتاجية من آلات وطرق التنظيم الإداري من طرق القيادة ونظم التحفيز ونظم الاتصال الداخلي.
  - المحيط الخارجي: له تأثير على أداء العامل في منظمة مثل الرواتب التي تدفع في المؤسسات أخرى.
- 2- العوامل المؤثرة على الأداء: يتطلب تحديد مستوى الأداء الفردي معرفة العوامل التي تحدد هذا المستوى والتفاعل بينهما، ونظرا لتعدد هذه العوامل وصعوبة معرفة درجة تأثير كل منهما على الأداء، واختلاف النتائج الدراسات السابقة التي تناولت هذا الموضوع، فإن الباحثين يواجهون عدة صعوبات في تحديد العوامل المؤثرة على الأداء ومدى التفاعل بينهما، وهذه العوامل تتمثل في<sup>1</sup>:
- الاختلاف الموجود والملاحظ في حجم العمل قد يؤثر على الأداء، فالمنظمة التي تعالج حجما كبيرا من العمل قد تحتاج إلى موارد لكل وحدة عمل اقل مما تحتاج إليه أخرى لديها حجم اقل من نفس العمل.
  - وجود أو عدم وجود الأعمال المتأخرة قد يؤثر على معدل الإنتاج، إذ أن القدر الضئيل من الأعمال الغير منجزة يعتبر بصفة عامة أمرا عاديا ومتطلبا لتأمين تدفق العمل المستمر للعاملين في المنظمة، و يختلف الحجم المرغوب من المتأخرات إذ يتوقف عليه ثبات و انسياب العمل وكمية ودرجة التقلبات فيه، و يسبب النقص في العمل المتاح وقت الانتظار لدى العاملين انخفاضاً في معدل الإنتاج، وعلى النقيض فإن كثرة العمل المتأخر عن المعتاد يمكن أن تسبب تعجلا ومعدلا أعلى للإنتاج، مثل هذا المعدل المتعجل قد لا يمكن تحقيقه دائما، ويتولد عنه انخفاض في نوعية المنتج النهائي.

<sup>1</sup> - إسحاق مصطفىاوي، "مساهمة تقييم أداء العاملين في تدعيم أداء المؤسسة- دراسة حالة: مؤسسة نفضال- المدية-»، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة يحيى فارس المدية، 2019، ص 06-07.

- التحسينات التنظيمية والإجرائية ذات أثر مباشر على الأداء: يتوقف معدل الإنتاج على عوامل عدة منها ملائمة الترتيبات التنظيمية والإجرائية فالتعديل التنظيمي مثلا: الذي يغير من تدفق وتتابع العمل عادة ما يرتب ارتفاعا واضحا في معدل الإنتاج.
- وبالمثل فإن اختصار العمل في عملية ما يقلل من الموارد المطلوبة لإنهاء وحدة العمل.
- الأداء في العمليات المتماثلة قد يتباين بحسب الموقع الجغرافي للوحدات من جراء الظروف المحلية: فقد تتباين معدلات الإنتاج بسبب الظروف المحلية حتى ولو أدى نفس النشاط في مواطن مختلفة بنفس درجة الكفاءة من ذلك مثلا: في عملية ما يستوجب حصر وتسجيل الأفراد الداخليين والمغادرين لدولة ما حيث هؤلاء الأفراد قابلون للعدد، قد يتباين معدل الحصر والتسجيل بحسب ما إذا كان الحصر يتم في الموانئ البحرية أو الجوية أو فقط العبور على الحدود البرية ، فدرجة التفتيش المطلوبة عند كل موقع من هذه المواقع ترفق حركة الدخول والمغادرة واختلاف اللغات المستخدمة عند كل موقع.....كلها متغيرات تؤثر على معدل الإنتاج.
- نوعية وحدة العمل التام، قد تقضي إلى معدلات مختلفة للإنتاج: فمعدلات الأداء كمية بطبيعتها، وقد تحتوي على متغيرات عن نوعية العمل المنجز، وقد تظهر عملية ما مثلا معدلا جيدا للإنتاج لكنها من الناحية النوعية قد تتمثل في أداء رديء.
- هذا ويرى بعض الباحثين أن هناك أربع عوامل تؤثر في الأداء يمكن إنجازها فيما يلي:
  - ✓ دقة المعلومات التي على أساسها تتخذ العديد من قرارات النقل و الترقية.
  - ✓ سلوك المرؤوسين بإعادة النظر في تصرفاتهم لكونهم الحجر الأساس للمنظمة والجزء الفعال في تقييم الأداء.
  - ✓ تفعيل العملية التنظيمية التي من خلالها يمكن مراجعة خطط ونظم العمل.
  - ✓ تحسين وتطوير مستويات الأداء التي على أساسها واعتمادا على نتائجها يقيم الأداء الكلي للمنظمة.

## المبحث الثاني: كيفية تحجيم الأداء في المؤسسة.

بعد ما تناولناه في البحث الأول عن الأداء ومفهومه وأنواعه والعوامل المحددة والمؤثرة عليه، سنتطرق إلى كيفية تقييم الأداء باعتباره إحدى وسائل الإدارة الفعالة والركيزة الأساسية لمعرفة نجاح أو فشل القرارات المتخذة والخطط الاستثمارية، وذلك ما سنتعرف عليه في هذا البحث.

### المطلب الأول: تقييم الأداء في المؤسسة

أصبحت عملية تقييم الأداء في المؤسسة مع مرور الوقت وظيفة متخصصة لها قواعد ويلزم بها أفراد متخصصون ومدربون على أدائها لمعرفة مدى كفاءة المؤسسة في أداء وظائفها وأعمالها خلال فترة زمنية.

#### مفهوم تقييم الأداء:

هناك جدل حول استخدام كلمتي تقييم وتقييم في اللغة العربية، وفي عرضنا لتقييم الأداء سنستعمل كلمة التقييم كمرادف لكلمة التقييم دون أن يكون خرق بينهما. وهناك تعاريف عديدة لتقييم الأداء ووجهات نظر مختلفة للباحثين، لذا سنكتفي بعرض من مجموعة منها لإيضاح معناه كما يلي:

- هو مجموعة الإجراءات التي يقوم بها فريق معين، بهدف تحديد نقاط القوة والضعف التي تحتاج إلى تطوير في الأداء المؤسسي في ضوء معايير محددة بهدف تحسين الأداء.<sup>1</sup>
- هو تقييم نشاط الوحدة الاقتصادية في ضوء ما توصلت إليه من نتائج في نهاية فترة مالية معينة، وهي تهتم أولاً بالتحقق من بلوغ الأهداف المخططة والمحددة مقدماً وثانياً بقياس كفاءة الوحدة في استخدام الموارد المتاحة سواء كانت موارد بشرية أو رأسمالية،<sup>2</sup> لتحقيق الأهداف المخططة واتخاذ الإجراءات التصحيحية لإعادة مسارات الأنشطة بالمنظمة، مما يحقق توجيه الأهداف المرجوة منها.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> -المبضين، محمد ذيب، "فاعلية نظام تقييم الأداء المؤسسي وأثرها على التميز التنظيمي- دراسة تطبيقية على المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي في الأردن"، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، دار المنظومة الروائد في قواعد المعلومات العربية، الأردن، المجلد 9، العدد 4، 2013، ص 692.

<sup>2</sup> - عبد المالك مزهود، مرجع سبق ذكره، ص 95.

<sup>3</sup> - عمرو حامد، "تقييم الأداء المؤسسي في الوحدات الحكومية"، ورقة عمل مقدمة في ملتقى "تقييم الأداء المؤسسي في الوحدات الحكومية - شرم الشيخ، مصر، جانفي، 2007، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية - أعمال المؤتمرات القاهرة، مصر، 2009 ص 121.

- هو عملية تقوم بها المؤسسات لقياس مدى كفاءة وفاعلية أداؤها في ضوء المعايير المعتمدة للأداء المؤسسي.<sup>1</sup>
- هو مرحلة من مراحل العملية الإدارية يحاول فيها مقارنة الأداء الفعلي باستخدام مؤشرات محددة، وذلك من أجل الوقوف على النقص أو القصور في الأداء وبالتالي اتخاذ القرارات اللازمة و المناسبة لتصحيح هذا القصر وغالبا ما نستخدم بمقارنة بين ما هو قائمة أو محقق مع ما هو مستهدف خلال فترة زمنية معينة في العادة سنة.<sup>2</sup>
- هو عملية تحديد درجة انطباق عدد من المعايير الأدائية و الإدارية على شخص أو مجموعة من خلال نظام علمي ممنهج بشكل وضع أسس وقواعد خاصة تراعي مختلف التخصصات والخبرات وطبيعة العمل، وحوصله هذه العملية تكون الإطار الاستراتيجي العام للمنظمة والأهداف طويلة المدى التي تعكس التوجه المستقبلي للمؤسسة.<sup>3</sup>

وفي هذا الإطار يتفق البعض على انه مقارنة النتائج المنجزة بالنتائج المطلوب تحقيقها أو الممكن الوصول إليها حتى تتكون صورة حية لما حدث ولما يحدث فعلا في المؤسسة ومدى نجاح هذه الأخيرة في تحقيق أهدافها وتنفيذ خططها الموضوعية بما يكفل اتخاذ الإجراءات الملائمة لتحسين الأداء.<sup>4</sup>

ونظر احد الباحثين إلى عملية تقييم الأداء على أنها جزء من عملية الرقابة فقد عرفها على النحو التالي: الرقابة هي عملية توجيه الأنشطة داخل التنظيم لكي تصل إلى هدف محدد، وان تقييم الأداء هو استقرار دلالات ومؤشرات المعلومات الرقابية لكي يتم اتخاذ قرارات جديدة لتصحيح مسارات الأنشطة في حالة انحرافها أو تأكيد مساراتها الفعلية إذا كانت تتجه فعلا إلى الانجازات المرغوبة أي أن عملية الرقابة الشاملة لما فيها تقييم الأداء تختص أساسا بوظيفتين: الأولى محاولة رفع الأنشطة في الاتجاهات المحققة للأهداف ومنعها من الانحراف، والثانية تصحيح مسارات الأنشطة، وهذا هو تقييم الأداء.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> - أ.أياد علي الدجني، "دور عملية التقييم المؤسسي في نشر ثقافة الجودة في الجامعات قطاع غزة من وجهة نظر فريق التقييم"، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد 19، عدد 02، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2011، ص 314.

<sup>2</sup> - Robert obert, « Pratique des normes IAS/ IFRS », DUNOD, Paris, France, 2002, p 15.

<sup>3</sup> - طارق احمد عواد، "تقييم نظام الأداء الوظيفي للعاملين في السلطة الوطنية الفلسطينية"، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2005، ص 71. الموقع: <https://www.quranithought.com> 2023/03/28

<sup>4</sup> - ريفة احمد الصغير، "تقييم أداء المؤسسات الصناعية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن دراسة حالة المؤسسة الوطنية لإنتاج الآلات الصناعية-PMO"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2014، ص: 21-22. الموقع: <https://www.univ-constantine2.dz/files/Theses/Gestion/Magistere/riha-ahmed.pdf> 2023/03/28

<sup>5</sup> - د. علي السليبي، "تقييم الأداء في إطار متكامل للمعلومات"، مجلة الإدارة، مجلد 04، عدد 01، جوان، 1976، ص: 41-42.

### المطلب الثاني: مراحل تقييم الأداء في المؤسسة

لم تحظى عملية تقييم الأداء بالمؤسسات الاقتصادية والإجماع التام حول مراحلها وذلك راجع لطبيعة الموضوع المراد تقييمه نأخذ كمثال: عملية تقييم الأداء الإنتاجي تختلف جزئياً عن عملية تقييم الأداء الفردي، وفي هذا المطلب سنعرض مراحل عملية تقييم الأداء.

مراحل تقييم الأداء: هي أربع مراحل أساسية فهي المكملة لبعضها وغياب مرحلة منها تعرقل العملية ككل وهي بالترتيب كما يلي:

1- جمع المعلومات الضرورية: تتطلب عملية تقييم الأداء توفر المعلومات التي تعد مورداً أساسياً في عملية التسيير بمختلف مستوياتها إلا أن توفرها ليس بالشيء الكافي بل يجب أن تتميز بالجودة العالية وان تكون في الوقت المناسب وهناك ثلاث مصادر تتحصل المؤسسة من خلالها على المعلومات وهي:<sup>1</sup>

أ- الملاحظة الشخصية: وتتمثل في وجود الملاحظين في الميدان وملاحظة ما يجري فيه.

ب- التقرير أو البيان الشفوي: تتمثل في سلسلة المحادثات واللقاءات التي تتم بين الرئيس ومرؤوسه.

ج- التقارير الكتابية: وتتمثل في الميزانية وجدول الحسابات النتائج اليومية.....الخ.

2- قياس الأداء الفعلي: هي المرحلة الثانية من عملية التقييم، من خلالها تتمكن المؤسسة من قياس كفاءتها وفعاليتها، والعقبة التي يمكن مواجهتها في هذه المرحلة هي:

ما هي المعايير والمؤشرات التي يتم اللجوء، فالمؤسسة تواجه مشكلة اختيار المعايير والمؤشرات الموافقة لطبيعة الأداء المراد قياسه.

ويتمثل قياس الأداء في العملية التي تزود مسؤولي المؤسسة بقيم رقمية فيما يخص أداؤها بناء على معايير الفعالة والكفاءة.<sup>2</sup> وهذا ما سنتعرف عليه في المطلب الموالي .

<sup>1</sup> - عادل عشي، مرجع سبق ذكره، ص 298.

<sup>2</sup> - احمد بن حماد الحمودة، "تقييم الأداء الوظيفي"، دورية الإدارة العامة، المجلد 34، العدد 02، سبتمبر، 1994، معهد الإدارة العامة، الرياض ص337.



- 3- مقارنة الأداء الفعلي بمستويات الأداء المرغوب: في هذه المرحلة تقوم المؤسسة بمقارنة الأداء الفعلي (الحقيقي والمحقق) بالأداء المرغوب تحقيقه فيما إذا كان هناك تطابق بينهما أم هناك اختلاف ويعتمد في عملية المقارنة على كل من عامل الزمن وعلى أداء الوحدات والأهداف.<sup>1</sup>
- 4- دراسة الانحراف وإصدار الحكم: إن عملية المقارنة تفصح عن ثلاث نقاط: انحراف موجب، انحراف سلبي، انحراف معدوم، فالأول في صالح المؤسسة كارتفاع الأرباح، ارتفاع حصة السوق انخفاض التكاليف..... أما الانحراف الثاني فهو ضد المؤسسة كاستهلاك المواد الأولية بكميات تفوق المعيارية، انخفاض الإنتاجية..... أما الانحراف الثالث فليس له تأثير على نتائج المؤسسة، والحكم على الأداء من خلال الانحراف الكلي يعد من الأحكام المضلة بل يجب على المسؤولين القيام بتحليل الانحراف الكلي سواء كان موجبا، سلبا أو معدوما، إن أمكن إلى غاية الوقوف على الأسباب الفعلية للانحراف، لتشجيع ما هو ايجابي ومعالجة ما هو سلبي.

وفي حقيقة الأمر عملية التحليل تمكن المؤسسة من معرفة مصدر أداؤها إن كان أداء داخلي أو أداء خارجي، فالحكم الجيد على الأداء يجب أن يكون مبني على تحليل الأداء أو الظاهرة إلى غاية الوصول إلى ابعاد مؤشرات، ومن الطرق الفعالة في عملية التحليل طريقة الإحلال المتسلسل التي تساعد على تحديد تأثير كل عنصر ينتهي إلى الظاهرة في الانحراف الكلي.<sup>2</sup>

### المطلب الثالث: مؤشرات تقييم الأداء في المؤسسة

تقييم أداء أي مؤسسة مرهون وقائم على اختيار المعايير والمؤشرات التي تعكس حقيقة الأداء المراد تقييمه وهذا ما سنتطرق إليه في هذا المطلب. وقبل ذلك سنتعرف عن ماهية المؤشر .

**تعريف المؤشر:** هناك عدة تعاريف للمؤشر نذكر منها:

يعرف المؤشر على انه معلومة بصفة عامة تكون في شكل رقمي، تسمح بمتابعة توقعات التي تنتج عن تسيير المؤسسة.

كما يعرف المؤشر أيضا على انه عبارة عن معلومة كمية تقيس فعالية وكفاءة كل جزء من عملية أو نظام بالنسبة لمعيار أو مخطط أو هدف محدد، مقبول في إستراتيجية المؤسسة.

1 - إدريس ثابت عبد الرحمن، والمرسي جمال الدين محمد، "الإدارة الإستراتيجية، مفاهيم ونماذج تطبيقية"، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006، ص 487.

2 - عادل عشي، مرجع سبق ذكره، ص 32.

ومن هذا نستنتج أن المؤشر هو أداة مرجعية لقياس الأداء، يكون في معظم الحالات بشكل رقمي يعبر عن عملية قياس لجانب معين من جوانب الأداء المنجز يسمح للمحلل أو المسير في المؤسسة بمقارنة النتائج المحققة مع المعايير المرجعية المستهدفة وهنا نشير إلى وجود فرق واضح وجوهري بين المؤشر والمعيار، فالمؤشر هو أداة موضعية للقياس، أما المعيار فيعني الرقم المستهدف ويمثل أساس مرجعي يسمح بتفسير المؤشر وبالتالي تقييم الأداء.<sup>1</sup> المؤشر الجيد الذي يسمح بان تكون عملية تقييم الأداء ذات فعالية يجب أن يتوفر على مجموعة خصائص وهي كالتالي:<sup>2</sup>

- **معنوية المؤشر:** ويقصد بها أن المعلومة التي يقدمها المؤشر تعكس بكيفية دقيقة الظاهرة أو النتيجة التي نرغب في ملاحظتها.
- **الوضوح:** وضوح المؤشر يعني سهولة فهمه من طرف الجميع، فالشخص الذي يقرأ المؤشر يعرف ماذا يعنيه بالضبط وما لا يعنيه.
- **سرعة الحصول على المؤشر:** هذا ليضمن المؤسسة القيام بالتصحيات اللازمة في الوقت المناسب.
- **الشمولية:** تعني أن المؤشرات تغطي جميع جوانب المؤسسة، ومن المستحسن اعتماد المؤسسة على بعض المؤشرات الشاملة التي تسمح بتقديم صورة إجمالية عن نشاط المؤسسة ومثال ذلك بعض مؤشرات الأداء المالي كالقيمة الاقتصادية المضافة.

#### مؤشرات تقييم الأداء في المؤسسات الاقتصادية:

- 1- **المؤشرات الكمية:** وهي من أهم المؤشرات لسهولة ووضوحها في تحديد، اتجاهات الأداء، ولتوفر البيانات الحسابية في المنظمة التي من خلالها يمكن قياس الأداء والحصول على معطيات رقمية ومن أهم هذه المؤشرات استخداما ما نجد:<sup>3</sup>

<sup>1</sup> - مصطفى عوايدي، منير عوايدي، "مؤشرات ونسب تقييم الأداء المالي"، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، المجلد 02، العدد 01، 2021، ص 356.

<sup>2</sup> - زنافي نوز الهدى، رجال حياة، "تقييم وقياس الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مؤسسة مناء مستغانم - EPM –"، مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2021، ص 17.

<sup>3</sup> - عزازية فضيلة، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على الأداء في المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر المديرية العملية – قالمة-"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2020، ص 44، 45.

أ) الإنتاجية: وهي تعكس درجة الرشد في الأداء سواء كان العمل فنيا أو إداريا، وهي من المعايير الكمية في قياس الأداء والمقارنة للتعرف على مستوى الأداء في المنظمة بالنسبة لغيرها من المنظمات في فترات زمنية مختلفة، ويقصد بها الاستخدام الأمثل لعناصر الإنتاج، بما تتضمنه من موارد بشرية، معدات، مواد خام، رأس مال، معلومات.... الخ من أجل الحصول على أعظم وأفضل مخرجات من هذه المدخلات لذلك ترتبط الإنتاجية بالأبعاد الثلاث التالية: الكمية، القيمة، الجودة.

ب) القيمة المضافة: تعتبر القيمة المضافة بمثابة مؤشر أساسي لقياس أداء المنظمة وتمثل الفرق بين الإنتاج والاستهلاكات (قيمة مستلزمات الإنتاج) الوسطية وكانت تحسن هذا الفرق دل على تحسن أداء المؤسسة.

ج) فائض الاستغلال الخام: يقيس الاستغلال الكلي الاقتصادية المنظمة عن طريق استقلال مواردها البشرية و المادية، وهو يمثل الفائض الاقتصادي الناتج فقط عن عملية الاستغلال، وهو يحدد بذلك المردودية الحقيقية للاستغلال .

د) النتيجة الصافية ( ربح أو خسارة): محاسبيا تعتبر النتيجة الصافية المقياس النهائي لمردودية المنظمة الذي يسمح بقياس أدائها خصوصا من جانب المساهمين والمحللين الماليين.

هـ) معيار العائد على رأس المال المستثمر: يكتسب هذا المعيار أهمية كبيرة في دراسة تقييم كفاءة أداء المنظمة ويعبر عنه بالصيغة التالية:

الربح

رأس مال المستثمر

كلما كانت نسبة هذا العامل مرتفعة كان الأداء الاقتصادي كفوًا، ويوضح هذا المؤشر السرعة أو الكفاءة، التي تجري بها عملية استخدام أصول المنظمة في العمليات التشغيلية.

2- المؤشرات النوعية: المحيط الحالي الذي تتواجد به المنظمة قد تغير كثيرا، كما أن التغيير التكنولوجي لا يتوقف عن خلق الجديد، كل هذا جعل المقاييس الكمية لا تجدي نفعا كأدوات لقياس الأداء، فهي ترتبط بالمدى القصير، لذا لا تتماشى مع المحيط التنافسي الحالي، حتى أنها يمكن أن تعرقل قدرة المنظمة على خلق القيمة الاقتصادية على المدى الطويل، فمثلا الاهتمام بالنتائج المالية على المدى القصير يدفع بالمنظمات إلى زيادة الاستثمار في هذه النتائج الآتية، وإهمال الاستثمار في الأصول غير مادية والفكرية التي من شأنها أن ترفع النمو المستقبلي للمنظمة، وبالتالي تحسين الأداء.

لذا اجتهدت الأدبيات في وصف المؤشرات النوعية التي تقيس الأداء، لأن المنظمة حالياً وغداً يحكم عليها وفق مدى تحقيقها للهدف الرباعي التالي:

- القيمة للمساهمين بمنحهم سعر السهم وكذا حصة ربح السهم.
- القيمة للعمال بتوفير بيئة تحثهم على التقدم والتطوير.
- القيمة للزبائن بان تقدم لهم المنظمة منتجات وخدمات تلبي احتياجاتهم وربما تفوق رغباتهم.
- القيمة للمجتمع من خلال تحقيق زقي وازدهار المجتمع.<sup>1</sup>

3- المؤشرات التكنولوجية: لكي نتمكن من معرفة مدى توافر قطاع قوي ومؤثر لتكنولوجيا المعلومات والاتصال في أي اقتصاد أو أي دولة، وكذلك مدى استفادة تلك الدولة من ذلك القطاع، وما إذا كان لديها بالفعل ما يؤهلها للنفوذ إلى مجتمع المعلومات لابد من وجود المؤشرات الدولية التي يمكن استخدامها لقياس مدى استعداد الدولة أو المجتمع للنفوذ إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال ، ومن أهمها نذكر ما يلي:<sup>2</sup>

- أ- مؤشر الاستعداد الشبكي الرقمي: ويرتبط مفهومه بمدى استعداد الدولة أو المجتمع للمشاركة والاستفادة من تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال، ويعتمد حساب هذا المؤشر على مجموعة من القواعد الرئيسية تتمثل في:
- توافر عناصر أساسية لبناء مجتمع المعلومات أو المجتمع الرقمي والاستفادة منه، وهي الأفراد، مؤسسات الأعمال والحكومات.
  - درجة الاستعداد لدى تلك العناصر في المجتمع لاستخدام تطورات تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
  - توفر بيئة اقتصادية وسياسية مناسبة.
- ب- مؤشر الرقم القياسي للنفوذ الرقمي: حساب هذا المؤشر يعتمد على عوامل تؤثر على قدرة دولة ما في النفوذ إلى تكنولوجيا الإعلام والاتصال وهي:
- البنية التحتية ؛
  - القدرة المالية؛

<sup>1</sup> - صلاح عباس هادي، "إدارة الجودة الشاملة مدخل نحو أداء منظمي متميز"، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005، ص 162، 163.

<sup>2</sup> -عبد الغني حرير ، أحمد مداني ، "سياسات وإجراءات تشجيع الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتخفيض الفجوة الرقمية في الدول العربية"، الملتقى العلمي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتها في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية ، جامعة شلف ، 28/27 نوفمبر 2007، ص 03-05.

● المعرفة؛

● الاستعمال الفعلي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال.

ج- الفجوة الرقمية: لا تزال الفجوة الرقمية تحتل موقعا متقدما في جدول أعمال صانعي سياسات تكنولوجيا المعلومات على الصعيد الدولي، ويمكن رصد ذلك الفرق بين البلدان المتقدمة والبلدان النامية في استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال.<sup>1</sup> وهي الأسس التي أصبحت تحكم كافة مناحي الحياة وأسلوب أداء الأعمال ، وقد انعكس ذلك في تطور التجارة الالكترونية عبر الانترنت وزيادة الشركات الجديدة التي تؤسس يوميا لممارسة أعمالها عبر الشبكة العالمية.<sup>2</sup>

رغم ما قيل عن عدم قدرة المؤشرات الكمية (مالية) قياس الأداء في ظل المحيط التنافسي الحالي إلا انه من الضروري احتواء لوحة القيادة في المنظمة على الصنفين معا ( المؤشرات الكمية والنوعية) لان المسيرين بحاجة إلى وجود عرض متوازن لهذه المؤشرات حتى تكون لهم رؤية متعددة الأبعاد.<sup>3</sup>

### المبحث الثالث: أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسة

أصبحت تكنولوجيا الإعلام والاتصال محفزا قويا وعمليا للمنظمات الطموحة والباحثة عن السطوع والتميز في الجودة العالية لإنتاجها، وعن الكفاءة والفاعلية في أداءها، وذلك ما جعل المؤسسات تتسارع لاستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال في خلق فرص جديدة ومبتكرة في رفع مستوى الأداء الوظيفي وتحسين القرارات الإدارية والتغيير في عملياتها وإجراءات تغييرات في هيكلها. وهذا ما سنتطرق إليه في هذا البحث.

<sup>1</sup> -أ- ديبجي مباركة ، "دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل إدارة المعرفة" ، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية ، الجزائر، دت، ص223. الموقع:

2023/03/11 <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/18271>

<sup>2</sup> -سمير طاجين، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على المزيج الترويجي في المؤسسات الخدمانية الجزائرية – دراسة حالة :وكالة موبليس فرع ولاية بسكرة" ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013، ص:73-74.الموقع: <http://archives.univ-biskra.dz/handle/123456789/4903>

2023/03/28

<sup>3</sup> -صلاح عباس الهادي، مرجع سبق ذكره، ص 163.

### المطلب الأول: العوامل المؤثرة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال لتحسين الأداء.

ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال بشكل كبير في تحسين الأداء في المؤسسات وهذا راجع إلى عوامل مؤثرة سنتعرف عليها في هذا المطلب، وقبل ذلك سنعرض علاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال بتحسين الأداء في المؤسسة:

#### 1- علاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال بتحسين الأداء في المؤسسة:

تعتبر العلاقة بين المؤسسات وتكنولوجيا المعلومات علاقة ذات اتجاهين فكل منهما يؤثر على الآخر ضمن مجموعة من العوامل كالمحيط الخارجي والثقافة والهيكل التنظيمي، وعمليات التشغيل، بالإضافة إلى المؤثرات السياسية الداخلية والخارجية، فالاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال يتزايد يوما بعد يوم، فلو تصورنا الواقع الحالي وقارناه مع ما كان عليه الحال في السنوات السابقة حيث كان هناك البريد الإلكتروني والرسائل القصيرة في ذلك الوقت، هي أفضل وسائل اتصالات الأعمال، فقد تطورت هذه الأخيرة وذلك باستخدام وسائل جديدة، حيث أصبحت المعلومات تدخل وتخرج من المنظمة بأشكال ثلاثة هي المقروءة، والمسموعة، والمرئية وفي أن واحد، كما دخلت إلى عالم الأعمال المواقع الافتراضية لذا كان لابد من مواكبة تطور تكنولوجيا المعلومات وإدماجها في المؤسسات من أجل دفع عجلة تطورها إلى الأمام، وتكنولوجيا المعلومات هي أدوات رقمية في خدمة المؤسسة، ومن أجل الاستفادة الكاملة منها تتطلب تكنولوجيا المعلومات والاتصال تغييرات تنظيمية كبيرة، وبمعنى آخر لا يمكن نشر وسائل رقمية داخل المؤسسة دون تغيير تنظيمي عميق، فهناك علاقة نظامية بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والمؤسسة، وبالتالي فإن الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال ضمن إطار تنظيمي غير مناسب لن يحقق مكاسب ملموسة، وينبغي توقع نتائج سيئة، أو حتى تدهور في الأداء العام للمؤسسة.

وما يلاحظ في هذا الصدد أن انتشار مختلف تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتوظيفها في المؤسسات قد غير إلى حد كبير القواعد التي كانت تسير عليها هذه المؤسسات مما ساعدها في الانتقال من مؤسسات تقليدية إلى مؤسسات حديثة إلكترونية رقمية وبالتالي الانتقال إلى إنجاز وإجراء الأعمال والاتصال الإلكتروني والذي يساهم في نمو وتطور المؤسسة وزيادة مكانتها وحصتها التنافسية.<sup>1</sup>

#### العوامل المؤثرة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في أداء المؤسسة.

<sup>1</sup> - عبد الحكيم عمارية، د.رشيدة سبتي، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحمية التحول الإلكتروني للمؤسسات"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 35، سبتمبر، 2015، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، ص 972. الموقع:

تعددت العوامل المؤثرة بتعدد خواصها وسنذكر بعضها منها فيما يلي :

1- العوامل الداخلية: هي ما تخص المحيط الداخلي للمؤسسة وتضم نوعين هما:<sup>1</sup>

أ- العوامل البشرية: تتمثل في مختلف القوى والمتغيرات التي تؤثر على استخدام المورد البشري في المؤسسة وهي تضم على الخصوص :

• ظروف العمل؛

• القدرة الشخصي؛

• حاجات ورغبات الأفراد؛

• المعرفة، الخبرة، التعليم والتدريب؛

• التكوين النفسي.

ب- العوامل التقنية: وهي مختلف القوى والمتغيرات التي ترتبط بالجانب التقني في المؤسسة وتضم ما يلي :

• نوع التكنولوجيا المعتمدة؛

• نسبة الاعتماد على الآلات مقارنة بالعمال؛

• نوعية المواد المستخدمة في عملية الإنتاج؛

• مستوى الأسعار؛

• الموقع الجغرافي للمنظمة؛

• التوافق بين منتجات المنظمة ورغبات طالبيها؛

• تصميم المنظمة من حيث المخازن، الورشات ، التجهيزات والآلات .

2- العوامل الخارجية : هي تلك المتغيرات والقيود التي لا تستطيع المؤسسة التحكم فيها ، فهي

بذلك تنتهي إلى المحيط الخارجي الذي هو مصدر للفرص التي تحاول المؤسسة استغلالها،

ومصدر للمخاطر التي تفرض عليها التأقلم للتخفيف من حدتها.<sup>2</sup>ويمكن تلخيصها في ما يلي:<sup>3</sup>

أ- العوامل السياسية : هناك علاقة بين المؤسسة والمتغيرات السياسية فيما يخص جانب

القرارات السياسية كالحرب، الحظر على نشاط بعض المؤسسات، الانقلابات وغيرها ،

كلها تؤثر على الأداء في المؤسسة .

1 - فضيلة عزايزية ، مرجع سبق ذكره، ص: 47-48.

2 - عادل عشي ، مرجع سبق ذكره ، ص 26.

3 - فضيلة عزايزية ، مرجع سبق ذكره، ص 48-49.

ب- العوامل التكنولوجية: وهي تخص معدلات الاتفاق على البحث والتطور، كتطور وسائل الاتصال، أنظمة المعلومات، وغيرها من القوى في مشكلات العمل من خلال التقنيات الحديثة.

ج- العوامل الاقتصادية: وتشمل كل من معدلات الفائدة، معدلات التضخم، معدلات البطالة، اتجاهات الأجور، توفر الطاقة... الخ.

د- العوامل الاجتماعية: تتعلق بالتركيبة السكانية، التوزيع الجغرافي في الأنماط الاستهلاكية ومستوى التعليم.

### المطلب الثاني: أثر استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال على أداء المؤسسة.

أدت حاجة المؤسسات الاقتصادية في ظل المنافسة والتحديات التي تواجهها مع غيرها إلى اللجوء إلى استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال لتحسين أدائها نظرا لتأثيرها عليه ولل فوائد المحققة جراء ذلك بالإضافة إلى التغيرات التي أحدثتها وسنتطرق إلى ذلك في هذا المطلب.

من بين أهم تأثيرات تكنولوجيا الإعلام والاتصال نذكر ما يلي:

#### 1- تأثير تكنولوجيا الإعلام والاتصال على المورد البشري<sup>1</sup>

- تقليص حجم القوى العاملة بسبب الاحتياج إلى أعداد قليلة من العاملين لأداء الأعمال بكفاءة عالية؛
- اختفاء فئة الإدارة الوسطى المتخصصة في أعمال الوساطة بين الإدارة العليا وفئات تنفيذيين؛
- اختفاء الوسطاء بين المؤسسة وزبائنها أو مورديها، بحيث تحل محلهم تقنيات المعلومات والاتصال؛
- الحاجة إلى فئات جديدة من العاملين ذوي المعرفة والمتخصصين في أعمال البرمجة للحاسوب، وغيرهم من أصحاب المهارات الفكرية الذين لديهم القدرة على استيعاب التقنيات الجديدة وتطبيقاتها في أعمال الإدارة وأنشطة المؤسسات.

#### 2- تأثير تكنولوجيا المعلومات على اقتصاد المؤسسة:

<sup>1</sup> - علوطي لمن، "أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008، ص 56. <http://bib.univ->



- بالنسبة للعملاء: إن استخدام تقنية المعلومات تمكن المنظمات من إجراء اتصالات بعملائها، بحيث يتمكن العميل من إجراء العمليات التي يرغب فيها كالشراء أو التسديد وطلب معلومات أو بيانات من منظمة. فهذه الأخيرة بحاجة إلى إعادة تنظيم معلوماتها حتى تساهم في تطوير وصياغة قراراتها، فتقنية المعلومات تؤدي خدمات جليلة للعملاء واستخدامها بفاعلية يؤدي إلى زيادة فرص المنظمة في السوق وتقوية العلاقة مع عملائها.<sup>1</sup>
- بالنسبة للإنتاج: أدى استخدام تكنولوجيا المعلومات إلى التوجه نحو استخدام وحدة إنتاج اصغر، وساعدت على تحقيق آليات جديدة في الإنتاج ومختلف مراحلها ويظهر التأثير في العمليات الإنتاجية من خلال:<sup>2</sup>
  - ✓ تنسيق وتصميم المنتج؛
  - ✓ تخفيض تكلفة إدارة المشاريع؛
  - ✓ إدارة المخزون؛
  - ✓ تقديم التدريب للعمال والموظفين؛
  - ✓ زيادة أسعار ومرونة خطوط الإنتاج؛
  - ✓ تسهيل وإصدار وثائق الإنتاج.
- بالنسبة لتطوير المنتج: يمكن استخدام تكنولوجيا المعلومات لخلق منتجات جديدة من خلال تطوير خطوطها الإنتاجية، حيث قامت الكثير من المؤسسات بتطوير منتجات جديدة تتضمن داخلها تجهيزات معلوماتية أو برمجيات، فتطوير المنتج سواء كان سلعة أو مرحلة من مراحل الإنتاج قد تأثرا كثيرا وذلك بدخول تكنولوجيا المعلومات والاتصالات و مختلف شبكاتها.<sup>3</sup>
- بالنسبة للتسويق: الانترنت أصبحت مكانا للتسوق، وذلك من خلال الاطلاع على جميع مواصفات السلع المعروضة للبيع، فقد ظهرت برمجيات تسهل عمليات التسويق وعمليات الشراء في العديد من المواقع وبسرعة فائقة وذلك للبحث عن أفضل سعر وأفضل مواصفات

<sup>1</sup> - عبد الفتاح علاوي وآخرون، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال مدخل استراتيجي في اقتصاد المعرفة"، ورقة عمل قدمت إلى المنتدى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسة : المعرفة ك: الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005 .

<sup>2</sup> - حسان بوشكورة بورصا، فؤاد بومحرز، "تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، الجزائر، 2011، ص 80-81. <http://dspace.univ-guelma.dz:8080/xmlui/handle/123456789/3149> ،

12/03/2023

<sup>3</sup> - المرجع نفسه، ص 81.

- لصالح المشتري، وتدعى هذه البرمجيات بالمشتري الرقمي Bost، بالإضافة إلى إمكانية الصيانة والتدريب عن بعد مع كل اللوازم التسويقية.<sup>1</sup>
- بالنسبة للنمو والربحية: تعمل تكنولوجيا المعلومات في زيادة ونمو إنتاجية المؤسسة من جهة، ومن جهة أخرى تقوم بتحسين القرارات المتخذة، ويظهر تأثيرها عند القيام باستخدام تكنولوجيا المعلومات وإدخال معها تغييرات تنظيمية وإدارية مرافقة لها في المؤسسة، كما تساعد في تحقيق كفاءة عمليات وأنشطة المؤسسة وخفض تكاليفها، وهذا من خلال أتممة الأنشطة الروتينية<sup>2</sup>، وتحسين الخدمات المقدمة للعميل نتيجة للاستخدام الأمثل للمعلومات.<sup>3</sup>
  - بالنسبة للتحليل المالي والنظام المحاسبي: تؤثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال ايجابيا على التسيير المالي والنظام المحاسبي ويمكن عرض ذلك في النقاط التالية:<sup>4</sup>
    - ✓ استخدام تكنولوجيا المعلومات وتوظيفها في المؤسسة يساعد كثيرا في التحليل المالي.
    - ✓ تعتبر تكنولوجيا المعلومات أداة فعالة لتخفيض حجم النفقات وإعادة التنظيم، بالإضافة إلى تخفيض حجم الجهاز الإداري وكل ذلك يؤدي إلى تخفيض تكاليف المعالجة المحاسبية.
    - ✓ ساعدت تكنولوجيا المعلومات على خلق قنوات اتصال جديدة، وهذا ساعد كثيرا على زيادة سرعة تدفق ومعالجة وتبادل المعلومات وتطوير مجموعة من الأدوات خاصة بتبادل تلك المعلومات كالاتتماعات والتفاوض وعقد الصفقات عن طريق الشبكات والاتصال عن بعد، وكل ذلك يؤدي إلى زيادة كفاءة وفاعلية نظام المعلومات المحاسبي.
  - بالنسبة للمخاطر والتكاليف: تساعد تكنولوجيا المعلومات على تمكين المؤسسة من إدارة العديد من المخاطر المتوقع حدوثها، وخفض احتمالاتها من خلال البحث العلمية التنظيم،

<sup>1</sup> - حاج عيسى أمال ، معراج الهواري، " دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، الملتقى الوطني الأول حول " المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، 22-23 أفريل 2003، ص 116. <https://ketabonline.com/ar/books/98282>، 12/03/2023

<sup>2</sup>- المرجع نفسه ، ص 116.

- بلقيدوم صباح ، مرجع سبق ذكره ، ص 187.<sup>3</sup>

<sup>4</sup> - زلماط مريم، " دور تكنولوجيا الاعلام والاتصال في ادارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية -دراسة حالة سونطراك فرع STH"، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أبو بكر بلقايد ، 2009-2010، ص 31. <https://www.theses-algerie.com/3214803886020123/memoire-de-magister/universite-abou-bekr-belkaid---tlemcen> 28/03/2023

مع إمكانية تشغيل مجموعة من المعاملات في وقت قصير وبتكلفة أقل والتقليل من الاعتماد على العنصر البشري.<sup>1</sup>

### المطلب الثالث: أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على اتخاذ القرارات في المؤسسة:

يمثل اتخاذ القرار العصب الرئيسي في المنظمة، والقرار هو اختيار بديل من بين البدائل الكثيرة الممكنة لأجل الوصول إلى هدف، حل المشكلة، انتهاز الفرصة، وسنعرض في هذا المطلب ماهية اتخاذ القرار ومدى مساهمته في تحسين أداء المؤسسة.

#### تعريف القرار:

أعطيت عدة تعاريف للقرار ، حيث عرفه Harbert Simon على أنه القلب النابض للنشاط الإداري ، وان كان القلب هو المركز الحيوي لجسم الإنسان ومحدد حياته ، فالقرار يسد المكان نفسه بالنسبة للمنظمة.<sup>2</sup>

كما عرف أيضا على أنه " تحديد ما يجب عمله اتجاه مشكلة معينة أو اتجاه موقف معين يتطلب ذلك ".<sup>3</sup>

تقوم المؤسسة بنشاط رئيسي متمثل في سبب وجودها وأنشطة ثانوية ارتأت ضرورة القيام بها فيما بعد، بالتالي فهي تنتمي إلى قطاع أو عدة قطاعات أحيانا، و تعاني من منافسة و عليها مواجهتها عن طريق إستراتيجية وبنية مناسبتين لذلك ولكي يتسنى لها ذلك لابد من تحليل القطاع (أو القطاعات) الذي تنشط فيه والوقوف على مدى حدة المنافسة، تعتمد طريقة Porter لتحليل القطاع على دراسة القوى الخمس، وعلى المؤسسة معرفة حدة المنافسة التي يتطلب منها مواجهتها قصد التطور والازدهار أو البقاء على الأقل وذلك من خلال الإلمام بالمووردين وقدرة تفاوضهم، الزبائن وقدرة تفاوضهم، المنافسين المحتملين وخطر إمكانية ظهورهم وكذا الإلمام بالمنتجات البديلة وإخطارها عليها، تحمل تكنولوجيا المعلومات بعدا

<sup>1</sup> -حجاج نفيسة ، "أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي - دراسة حالة عينة من المؤسسات البترولية الجزائرية خلال فترة 2010-2014"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في المالية والمحاسبة ، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، 2016-2017، ص 13.الموقع: <https://bts-academy.com/book> 26/03/2023

<sup>2</sup> - اسمهان خلفي ، " دور نظم المعلومات في اتخاذ القرارات - دراسة حالة مؤسسة نقاوس للمصبرات" ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية ، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير ، جامعة الحاج لخضر ، باتنة ، 2008-2009، ص18.

<http://dSPACE.univ-msila.dz:8080/xmlui/handle/123456789/18641> ، 11/03/2023

<sup>3</sup> -Huber George , "P.Managerial Decisin Marking", Glenview,III Scott , Foreman And Company , 1980, P9.

استراتيجية وتساعد صانع القرارات في تحليل القطاع وتحديد المنافسة وتقف إلى جانبه أثناء دراسته القوى المشار إليها، ويمكن تلخيص ذلك فيما يلي:

(أ) خطر المنافسين المحتملين: إذا كانت تكنولوجيا المعلومات تساعد المنافس الجديد على الدخول إلى أسواق بفضل ما تقدمه من خدمات كالشبكات، إذا أحسنت التصرف ضرب عرض الحائط الضرائب والحقوق الجمركية وبقية الحواجز والحصول على مكانة في أسواق عالمية على حساب المنافسين القدامى، إلا أن هذه التكنولوجيا يمكنها أن تكون الحاجز الكبير أمام هؤلاء المنافسين الجدد إذا خصص المنافسون القدامى الوسائل المالية والبشرية وأحسنوا استخدامها.

(ب) قدرة تفاوض الموردين: إذا كان المورد يحاول السيطرة والحفاظ على زبائنه ويتطلع إلى اكتساب آخرين عن طريق الاستثمار واستعمال تكنولوجيا المعلومات فإن هذه الأخيرة تسمح للزبون عن طريق الشبكات مثلا الاتصال بالموردين المنافسين الآخرين أينما كانوا والتعرف على منتجاتهم وخدماتهم بل وحتى التفاوض معهم حول ما يعرضونه مما يوفر الجهد والوقت والمال ويزيد من قدرتهم على التفاوض ويضعف قدرة تفاوض موردهم القديم.

(ت) قدرة تفاوض الزبائن: تزداد قدرة تفاوض الزبائن قوة كلما كبرت الكمية المشتراة وتعدد الموردين المتعاملين في المنتجات ووجدت منتجات بديلة لما يرغب فيه الزبون، لكن للمورد إمكانية الحد والتقليل من هذه القدرة إذا استطاع الولوج إلى مؤسسة الزبون وربط به وتقديمه له عن طريق تلك التكنولوجيا وكل ما يحتاجه، مما يجعل هذا الأخير غير راغب وغير قادر في التغيير.

(ث) خطر المنتجات البديلة: يتم مواجهة هذه المنتجات باستغلال ما توفره التكنولوجيا من إمكانيات إذا أحسن استعمالها عن طريق الإبداع في استغلال الفرص وتقليص وقت انجاز المنتج وعرضه في أقصر مدة ممكنة في السوق، والمثال على ذلك إنتاج البرمجيات وخطر ظهور بدائل بين لحظة وأخرى، كما تمكن التكنولوجيا من الإبداع وبالتالي التميز ووضع حد المنتجات البديلة عن طريق إنتاج منتجات وخدمات بديلة بسرعة كبيرة كاستغلال البرمجيات «\* CAO & \* FAO»<sup>1</sup>.

(ج) حدة المنافسة في القطاع: تقاس حدة المنافسة في القطاع بالاعتماد على ما يلي: عدد المنافسين، درجة نمو القطاع، حجم الإعلام الثابتة، حجم تكاليف التخزين، طبيعة المنتجات المسوقة، وحجم حواجز الخروج، ولنا أن نتصور دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في كل هذا.

<sup>1</sup> - (FAO) : Fabrication Assistée par Ordinateur

(CAO) : Conception Assistée par Ordinateur

### خلاصة الفصل:

تطرق الفصل أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال علاقة وطيدة وأهمية بالغة في تحسين أداء المنظمات ، كما أنها تساهم في ترشيد القرارات لدى المنظمة من أجل الاستخدام الأمثل للموارد واتخاذ القرارات الصائبة ، ذلك ما يجعل العملية الإدارية أكثر فاعلية في تلبية احتياجات المنظمة والتوفيق بينها وبين حاجيات الأفراد ورفع مستوى الأداء وتحسينه لبلوغ أهدافها سواء كانت تخص عملية الإنتاج أو عملية التسيير أو عملية التسويق وجلب الكثير من العملاء لدعم استمرارية هذه المنظمة وبقائها في ظل المنافسة مع المنظمات الأخرى.

الفصل الثالث: اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة سيفيتال – دراسة حالة مؤسسة مستغانم.

- المبحث الأول: تقديم عام لمجمع سيفيتال.
- المبحث الثاني: دراسة حالة مؤسسة سيفيتال مستغانم.
- المبحث الثالث: دراسة تحليلية لاعتماد الأنظمة التكنولوجية.

## الفصل الثالث: اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة سيفيتال -دراسة حالة مؤسسة مستغانم.

### تمهيد:

اعتماد التكنولوجيا في المؤسسة الاقتصادية أصبح أمرًا حاسمًا في العصر الحديث. فبفضل التطور التكنولوجي السريع، أصبحت الشركات والمؤسسات الاقتصادية تعتمد بشكل متزايد على الحلول التكنولوجية لتحسين كفاءتها وزيادة إنتاجيتها.

أحد أهم أسباب اعتماد التكنولوجيا في المؤسسة الاقتصادية هو الرغبة في تحسين عمليات الإنتاج والتسويق. من خلال استخدام البرمجيات المتقدمة والأنظمة الذكية، يمكن للشركات تحسين سلاسة سير العمل وتحقيق أعلى مستويات الكفاءة والدقة. على سبيل المثال، يمكن استخدام أنظمة إدارة العلاقات مع العملاء (CRM) لتعزيز عمليات التسويق وتحسين خدمة العملاء. بالإضافة إلى ذلك، يمكن استخدام الروبوتات والتكنولوجيا الذكية في العمليات الصناعية لزيادة الإنتاجية وتقليل الأخطاء.

تساهم التكنولوجيا أيضًا في توفير الوقت والجهد. على سبيل المثال، يمكن استخدام برامج الحاسوب وتطبيقات الهاتف المحمول لإدارة المهام والمواعيد وتسهيل عملية التواصل والتعاون بين الفرق. توفر التكنولوجيا أدوات تحليل البيانات والتقارير الذكية التي تساعد المؤسسات في فهم سلوك العملاء والاتجاهات السوقية واتخاذ القرارات الاستراتيجية الأكثر فعالية.

ونظرًا لتحرر التجارة الدولية وشدة المنافسة في الأسواق المحلية، أصبحت المؤسسات الجزائرية مجبرة على التنوع في منتجاتها وتدويل أنشطتها والتوغل في الأسواق الأجنبية لزيادة مبيعاتها واكتساب حصص سوقية أكثر، هذا ما سيكسبها مكانة اقتصادية مرموقة وذلك باعتمادها تقنيات وتكنولوجيات متطورة لتحسين أدائها وتحقيق نجاحاتها، ولإثراء هذا الموضوع سلطنا الضوء على مؤسسة سيفيتال مستغانم كونها تعتبر نقطة بيع أحد أكبر المجمعات في الجزائر ألا وهي مؤسسة سيفيتال، ويمكن عرض ذلك في المباحث التالية:

- المبحث الأول: تقديم عام لمجمع سيفيتال.
- المبحث الثاني: دراسة حالة مؤسسة سيفيتال مستغانم.
- المبحث الثالث: دراسة تحليلية لاعتماد الأنظمة التكنولوجية.

## المبحث الأول: تقديم عام لمجمع سيفيتال

تعتبر شركة سيفيتال من أهم الشركات الصاعدة والمنتجة في الجزائر، تمتلك الجزائر كباقي دول العالم مؤسسات اقتصادية ناشطة في الأسواق الدولية في العديد من القطاعات، نأخذ كدراسة ميدانية مجمع سيفيتال بصفة عامة ومؤسسة سيفيتال مستغانم بصفة خاصة، ونظرا للخدمات التي يقدمها فهو مجمع ذو قطب تجاري بامتياز، ومن خلال هذا المبحث سوف نتعرف على كل منهما.

### المطلب الأول: تقديم مجمع سيفيتال cevital.



يعد مجمع سيفيتال من أقوى المجمعات الإنتاجية الكبيرة والهامة في القطر الجزائري لما لها من فروع وملحقات موزعة على مستوى التراب الوطني، كما تعتبر أيضا من أهم المؤسسات المصدرة، ولنتطرق إلى ذلك سنتعرف على مؤسسها أولا.

#### 1. تاريخ بداية مجمع سيفيتال cevital:

صاحب مجمع سيفيتال هو رجل أعمال ذو أصول قبائلية ولد عام 1944 في تاغموننت عزوز ولاية تيزي وزو، وهو أحد أوائل الجزائريين الذين دخلوا عالم الأعمال بعد الاستقلال، ففي عام 1968 أسس مكتبه الخاص لخبير محاسبة، وبعد ذلك عرض عليه أحد زبائنه مشاركته في مؤسسة في مجال الصناعات المعدنية مقابل 20% من الأسهم وبتلك النسبة استطاع ربراب تأسيس شركات في مجال الحديد، بدأ بأربعة موظفين فقط وبعد أربعة سنوات أصبح لديه 100 موظف.<sup>1</sup>

دخل ربراب نادي كبار رجال الأعمال سنة 1988 حين أنشأ شركة ميتال سيدار التي دخلت قيد التشغيل سنة 1992 لتكون بذلك الرقم واحد في الجزائر سنة 1995، ومع تحرير التجارة الخارجية دخل ربراب مجال استيراد السكر وبدأ يشتري بواخر السكر وهذا ما حقق أرباحا مذهلة قبل أن يتحول إلى أهم وأكبر مستورد السكر في الجزائر.

#### 2- تعريف مجمع سيفيتال cevital:

1- مهدي فاطمة الزهرة، "إشكالية تدويل المؤسسات الجزائرية- تجربة مجمع cevital"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2015، ص 77.



هو مجمع عائلي متنوع الأنشطة حقق نجاحا في السوق المحلية الجزائرية خاصة في الصناعات الغذائية هذا ما زاده طموحا لتحقيق نفس النجاح في الأسواق الدولية، حيث يعد المصدر الأول في الجزائر خارج قطاع المحروقات، يمتاز بهيكل تسييري ومالي قوي، يطمح من خلال تواجده في الأسواق الدولية إلى خلق الثورة ومناصب العمل في الجزائر حيث قدر رقم أعمال مجمع سنة 2015: بحوالي 240 مليار دينار جزائري، ويوظف حاليا 18000 عامل<sup>1</sup>. وككل مؤسسة لمجمع سيفيتال شعار كما هو مبين في الشكل التالي:

### 3- الموقع الجغرافي لمؤسسة سيفيتال:

مجمع سيفيتال متواجد على الميناء الجديد لولاية بجاية على بعد مسافة 03 كلم جنوب شرق هذه المدينة، وعلى القرب من الطريق الوطني رقم 26، أي على بعد مسافة 350 كلم من الجزائر العاصمة وتشمل الشركة مساحة أرضية كاملة من الميناء مقدره بأكثر من 45 ألف متر مربع، هذا ما ساهم في انفتاحها على التصدير نحو بلدان أخرى عن طريق النقل البحري واستيراد المواد الأولية التي تدخل في العمليات الإنتاجية، كما سهل قريها من الطريق الوطني توزيع مختلف منتجاتها عن طريق النقل البري نحو مختلف نقاط البيع والتوزيع المحلي وأيضا الدولي بفضل تواجدها قرب مطار ولاية بجاية<sup>2</sup>. يضم مجمع سيفيتال 19 ملحقة مقسمة على أربعة أقطاب: الصناعات الغذائية، والخدمات الصناعية والتوزيع<sup>3</sup>.

### 4- المراحل التاريخية لمجمع سيفيتال: وهي ملخصة في الجدول التالي:

<sup>1</sup>نور فروجي «دور تحليل البيئة التسويقية في اختيار إستراتيجية الدخول إلى الأسواق الدولية – دراسة حالة مجمع سيفيتال»، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016-2017، ص: 187-188. <http://thesis.univ-biskra.dz/3747/1/these.pdf> 2023/05/15 على 18:01.

<sup>2</sup>سي أحمد نذير، " دور تسيير وتخطيط الموارد البشرية في تحقيق أهداف المؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مؤسسة سيفيتال **cevital** "، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الأعمال، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سعد الدحلب، البليدة، 2005، ص: 189-190. <https://di.univ-blida.dz/jspui/bitstream/123456789/9888/1/31-330-59.pdf> 2023/05/15 على 17:48.

<sup>3</sup> الموقع الرسمي لمجمع سيفيتال <http://www.cevital.com>

الجدول (III - 01): المراحل التاريخية لمجمع سيفيتال.

السنة	الإنشاء
1971	المشاركة في سوكومينغ SO CO MEG البناء المعدني.
1975	إنشاء بروفيلور PROFILOR البناء المعدني.
1979	امتلاك سوتيكوم SOTECOM البناء المعدني.
1984	امتلاك ساكم SACM البناء المعدني.
1985	إنشاء أونالوكس ENALUX البناء المعدني.
1986	إنشاء نور ميتال NORD METAL صناعة الشبكات المعدنية وأنسجة الغريال. إنشاء ميتالور ETALLOR صناعة أنابيب الفولاذ.
1988	إنشاء كيتال سيدر METAL SIDER مصنع الفولاذ.
1991	إنشاء " جي بي أم " JBM ، استئناف نشاطات " أي بي أم " IBM في الجزائر. إنشاء LIBERTE يومية إخبارية.
1992	إنشاء " سي بي أس " CBS استئناف نشاطات رانك زيروكس RANK XEROX في الجزائر.
1995	إنشاء أغروغراين AGRO-GRAIN استيراد وتوزيع منتجات الصناعات الغذائية في الجزائر.
1997	إنشاء HYOUNDAI MOTORS ALGERIE توزيع المركبات وخدمات ما بعد البيع.
1998	إنشاء سيفيتال - ش.ذ.أ. CEVITAL SPA الصناعات الغذائية.
2000	إنشاء نوليس NOLIS النقل البحري.
2005	امتلاك " لالة خديجة " وحدة المياه المعدنية العادية والغازية والمشروبات الغازية. إنشاء CEVICO انجاز البنايات الجاهزة بالخرسانة.
2006	امتلاك كوجيك COJEK ملحقة أوناجوك ENAJUK العصير والمصبرات إنشاء نوميديس NUMIDIS توزيع واسع النطاق ، أونو UNO و أنوسيتي UNOCITY .
2007	إنشاء ميديتيرانيان فلوت غلاس MFG صناعة الزجاج

امتلاك باتيكمبوس BATICOMPOS صناعة وانجاز عناصر البناء الجاهزة. إنشاء سامها SAMHA تجميع وتوزيع المنتجات الالكترونية والكهرو منزلية لعلامة سامسونغ إلكترونيك SAMSUNG ELECTRONICS بالجزائر، إنشاء مجمع سيفيتال	
إنشاء MFG EUROPE تسويق الزجاج المسطح في اوروبا.	2008
إنشاء COGETP عتاد الاشغال العمومية VOLVO ، إنشاء CEVIAGRO الزراعة	
إنشاء سودس اوتوموتيف SODI AUTOMOTIVE	2010
إنشاء PCA.	2011
إنشاء سيرا سيفيتال SIERRA CEVITAL .	

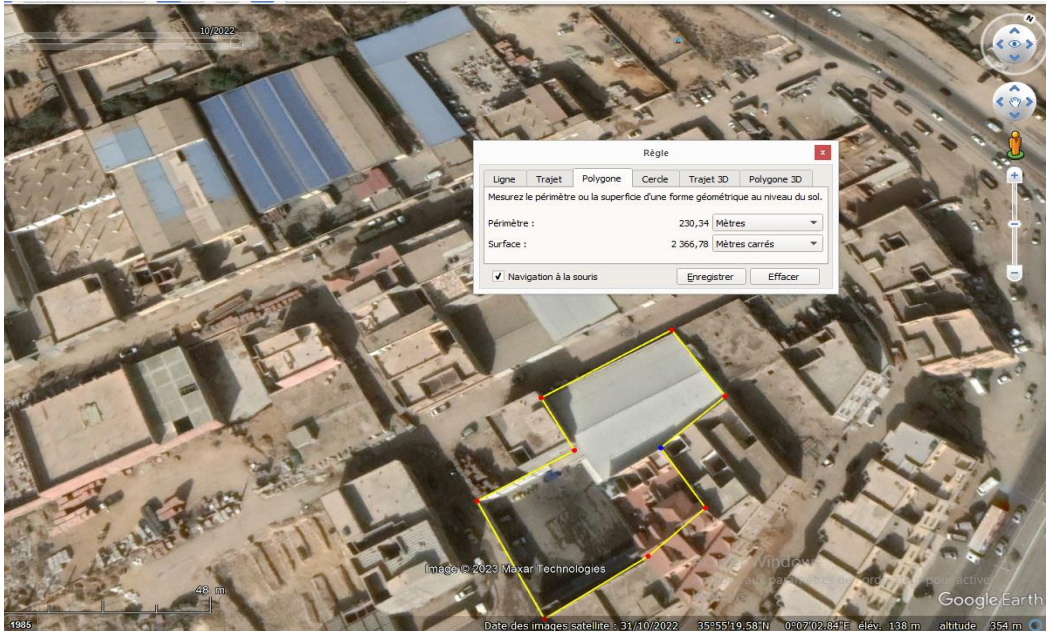
المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على الموقع الرسمي لمجمع سيفيتال <http://www.cevital.com>  
2023/04/27 على 12:33

### المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن نشأة مؤسسة سيفيتال مستغانم.

تعتبر مؤسسة سيفيتال مستغانم إحدى نقاط البيع المهمة لمنتجات سيفيتال الغذائية بجميع أنواعها سعيا من المجمع الرئيسي لتوسيع نقاط بيعه،

#### 1- بطاقة تعريف مؤسسة سيفيتال مستغانم:

- اسم المؤسسة: Sarl Kiza Méditerranéenne
- النظام القانوني: مؤسسة اقتصادية خاصة.
- تاريخ التأسيس: جانفي 2023
- المقر الاجتماعي: منطقة طاهرات غانم 118 قطعة رقم 144 مستغانم
- الهاتف: 07 77 74 76 63
- البريد الالكتروني: rachidcevital@hotmail.com
- المساحة: 2263م<sup>2</sup>
- رأس المال : 40 000 000.00 دج
- الموقع الجغرافي:



الشكل (III - 02): صورة موقع المؤسسة مأخوذة من Google earth

## 2- لمحة تاريخية عن المؤسسة:

أنشأت مؤسسة سيفيتال مستغانم سنة 2006م كمستودع واحد يقوم بتخزين وبيع منتجات سيفيتال الغذائية بالجملة فقط والتي كانت محدودة وتمثل في الزيت والسكر، ونظرا لزيادة الطلب على السلع وزيادة الزبائن لجأت المؤسسة إلى توسعة المستودع وزيادة العمال سنة 2008 لتلبية متطلبات التجار التي أصبحت متزايدة مع مرور الأيام.

في سنة ..... تم تغيير موقع المؤسسة لتوسعة المستودع زيادة خدمة التوزيع فيها وهذا ما تتطلب اقتناء شاحنات وتوظيف سائقين للتسهيل على الزبون كلفة النقل والتنقل.

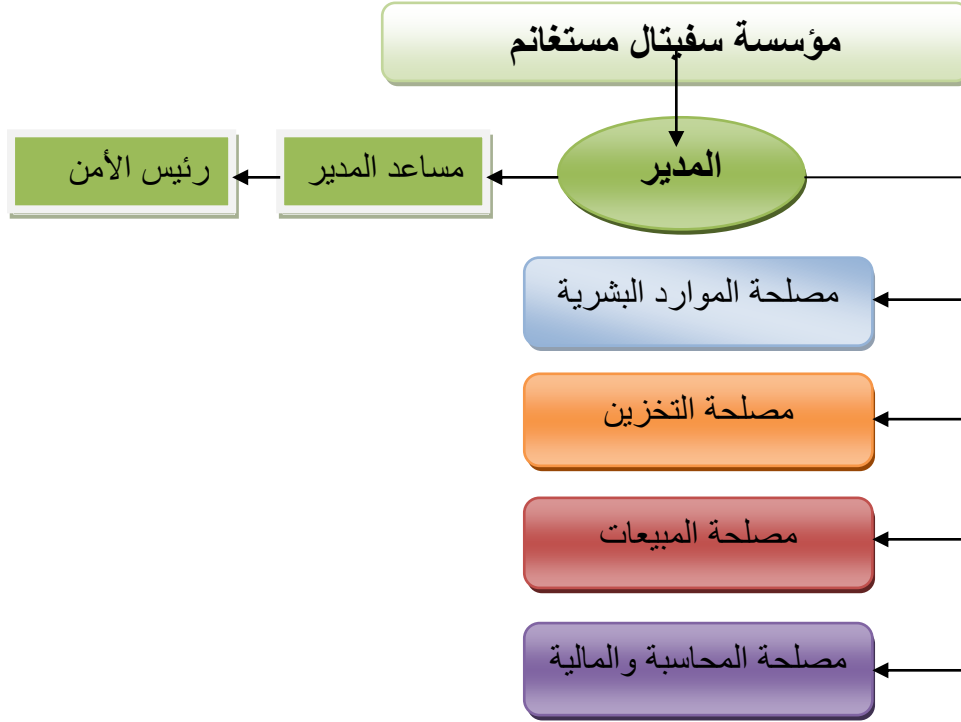
لم تكتفي المؤسسة بالبيع بالجملة فقط، ففي سنة 2018، فتحت مستودع آخر للبيع بالتجزئة وذلك لتنوع المنتجات الغذائية التي كانت تقتصر على الزيت والسكر فقط، فقد أصبحت منافس للعديد من الشركات في نفس المجال وفي مختلف خطوط الإنتاج ومعه اقتنت شاحنات أخرى ووظفت سائقين وبائعين جدد. كما وظفت المؤسسة مشرفين على البيع.

وفي أواخر 2019، بدأت المؤسسة بتوظيف رجال البيع الذين يقومون بعمليات ما قبل البيع كتدوين طلبات الزبائن لتقوم المؤسسة في اليوم التالي بعملية التوزيع وإيصال السلع لهم في الوقت والمكان المناسبين.

وفي سنة 2023، تم تسمية المؤسسة بـ "Sarl Kiza Méditerranienne" وحققت المؤسسة شهرة كبيرة على مستوى الولاية لسمعتها الطيبة ومعاملتها الجيدة مع العملاء والوفاء في خدماتها.

3- الهيكل التنظيمي لمؤسسة سيفيتال مستغانم:

الشكل (III - 03): الهيكل التنظيمي لمؤسسة سيفيتال مستغانم



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على وثائق المؤسسة

**المطلب الثالث: خدمات مؤسسة سيفيتال.**

تختص مؤسسة مستغانم في خدمة تخزين، بيع وتوزيع المنتوجات الغذائية (سيفيتال) عبر نقاط مختلفة في الولاية، وهذا ما سنوضحه في هذا المطلب. في خريطة

1- منتجات سيفيتال الغذائية: تميزت سيفيتال بمجموعة مشكلة من المنتجات الغذائية المتنوعة وهذا ما سنعرضه في الجدول التالي:

الجدول (III - 04): منتجات سيفيتال الغذائية

الشكل	المنتجات
	السكر
	المياه والمشروبات
	الزيوت النباتية
	الصلصات والمصبرات
	مسحوق الشكولاتة والعسل
	المرغرين والدهون النباتية

المصدر: من إعداد الطالب خلال فترة التبرص في مؤسسة سيفيتال مستغانم.

2- خدمات مؤسسة سيفيتال مستغانم: تقدم المؤسسة ثلاث خدمات وهي متمثلة في:

#### أ- عملية التخزين:

من أهم عناصر قيام الشركات هي التحكم في المخزون بحيث يشكل هذا الأخير 80% من كل شركة وهو أحد العناصر الرئيسية التي تحتاج إلى اهتمام فائق نظرا لما ذلك من أثر هام على تجديد تكلفة المنتجات، وتكلفة المبيعات، وبالتالي على قياس الدخل والمركز المالي.

تعريف المخزون: هو عبارة عن مواد غذائية متراكمة في انتظار الاستعمال للمستقبل والذي يسمح بإشباع حاجيات المستهلكين.

تعريف المخزن: هو المستودع الذي تودع فيه مختلف المنتجات الغذائية ويتم فيه عملية الاستلام، المراقبة والتوزيع، وهو المكان الذي تحفظ فيه المواد بشكل اقتصادي بغرض المحافظة عليها من التلف والسرقة لحين الحاجة إليها.

تعريف عملية التخزين: يتم استقبال المواد الغذائية من الشركة الأم عن طريق شركة النقل NUMILOG التابعة لمجمع سيفيتال عبر شاحنات مخصصة لكل نوع من المنتجات الغذائية، وبعد عملية التفريغ، يتم الاحتفاظ بالمواد الغذائية بكميات مناسبة لحين طلبها بالمخازن أو الجهات (المستودعات القريبة من جهة الاستخدام)، على أن يتوفر في هذه المخازن أسلوب التخزين المناسب للمواد المخزنة بهدف الاحتفاظ بها لفترة من الزمن والمحافظة عليها بأقل تكلفة ممكنة.

شروط عملية التخزين في المؤسسة: تعتمد المؤسسة في عملية تخزينها للمواد الغذائية على مجموعة من الشروط نذكرها كالآتي:

- تخزين المواد الغذائية في المستودعات المناسبة، محكمة الغلق، بحيث لا تصل الحشرات أو القوارض للمواد الغذائية المخزنة بداخلها.
- أن تتضمن كل وحدة تخزين مواد غذائية قائمة على الباب تتضمن جميع المعلومات المتعلقة بالمواد المخزنة بها.
- تنظيف وحدات التخزين بشكل دوري وتطهيرها لمنع تكوين الملوثة والبكتيري التي تؤثر على صلاحية المواد الغذائية.

- عدم تخزين المبيدات الحشرية ومواد التنظيف في نفس مكان تخزين المواد الغذائية لرائحتها النفاذة.
  - تخزين المواد الغذائية في درجة حرارة مناسبة لها ووجود غرف تبريد للمواد الذائبة (الزبدة، السمن).
  - عدم تخزين المواد الغذائية على الأرض مباشرة.
  - رص عبوات المواد الغذائية بشكل صحيح حيث يتم سحب الأقدم منها ثم الأحدث مع مراعاة التنظيم في الرص لوصول الهواء لجميع العبوات.
- ب-عملية البيع:

يعتبر البيع أساس التجارة، حيث بموجب هذه العملية يتم تحويل المنتجات الغذائية إلى قيم مالية، وهذا ما يمكن المؤسسة من تحصيل وتحقيق أرباح مالية.

تعتمد المؤسسة في عملية البيع على نمطين:

#### 1- البيع بالتجزئة: ويتخذ بدوره شكلين:

- البيع على مستوى المؤسسة: حيث تعتبر المؤسسة نقطة البيع الوحيدة في الولاية والتي يقوم فيها التاجر بالتنقل مباشرة إلى المؤسسة وذلك عبر وسيلة نقل الخاصة به للقيام باقتناء المواد الغذائية بمفرده.
- البيع عن طريق رجل البيع: حيث يقوم هذا الأخير بالتنقل إلى نقاط التوزيع واخذ طلبات الزبون في مقابلة مباشرة معه.

2- البيع بالجملة: وتكون هذه العملية على مستوى نقطة البيع فقط ألا وهي المؤسسة.

#### ج-عملية التوزيع:

يعتبر التوزيع أحد العناصر الأساسية المكونة للمزيج التسويقي واعتباره حلقة وصل بين المؤسسة وزبائنها، حيث يساهم في إيصال المنتجات إلى المستهلك.

التوزيع هو مجموعة من الأنشطة التي تعمل على انسيابها أو تدفق المنتجات بعد الانتهاء من عملية إنتاجها إلى غاية وصولها إلى المستهلك في الوقت والمكان المناسبين من أجل رضى المستهلك.

أهمية التوزيع:



#### بـالنسبة للمؤسسة:

- تنظيم عملية تموين السوق بصورة دائمة.
- يحافظ على السلع أثناء التخزين والنقل.
- التوزيع يضمن كفاءة المخازن.
- يحقق أقصى مرونة في السيطرة على التوزيع ونقل المنتجات إلى الزبون
- تحقيق ميزة تنافسية أكيدة للمنتج.

#### بـالنسبة للزبون:

- المساهمة في تعريف الزبون بالأعداد الهائلة من السلع والخدمات عن طريق قيامه بنقل وعرض وترتيب السلع في أماكن وأوقات تواجد المستهلك.
- غياب أنشطة التوزيع يؤدي إلى صعوبة حصول الزبون على السلع والخدمات التي يريدونها بسهولة بل بتكاليف مرتفعة ومشقة كبيرة.

#### شروط عملية التوزيع:

- أن يملك سجل تجاري وامتجر مرخص.
- أن يكون قد قدم طلبية عند رجل البيع.
- الدفع عند الاستلام.
- أن يكون الزبون ذو مصداقية ولا يسبب مشاكل مع رجل البيع ومع السائق.
- أن يلتزم التاجر بتسديد الفاتورة واستلام السلع في الوقت المتفق عليه.
- تتم عملية التوزيع بدءاً من الساعة 09:00 صباحاً وهو وقت خروج الشاحنات من المستودع إلى غاية الساعة 16:00 مساءً.
- بعد اخذ وتسجيل طلبات الزبائن، يتم تحضير السلع من قبل مسؤولي المخزن ووضعها في شاحنات النقل، وقبل انطلاق الشاحنات يتم الترخيص لها بمزاولة نشاطها من قبل مصلحة المحاسبة والمالية، وهكذا تتم عملية التوزيع بشكل دوري ويومي عبر نقاط التوزيع في الولاية. والشكل الموالي يوضح هذه النقاط:

الشكل (III-05): نقاط التوزيع التي تغطيها مؤسسة سيفيتال في ولاية مستغانم سنة 2023.



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على معلومات مقدمة من مؤسسة سيفيتال مستغانم

الجدول رقم (III - 06): يبين عدد البلديات التي يغطيها مجمع سيفيتال.

الدائرة	البلديات التي تغطيها المؤسسة	البلديات التي لا تغطيها المؤسسة
مستغانم	1- مستغانم	/
حاسي مماش	2- ستيدية، 3- مزعران، 4- حاسي مماش	/
عين تادلس	5- الصور، 6- واد الخير، 7- عين تادلس	27- سيدي بلعطار
بوقيرات	8- سيرات، 9- السوافلية، 10- بوقيرات	28- الصفصاف
سيدي علي	11- سيدي علي	29- تازقايت، 30- أولاد مع الله،
عشعاشة	12- خضرة، 13- أولاد بوغالم، 14- عشعاشة	31- نقمارية
عين النويصي	15- فرناكة، 16- الحسيان، 17- ين النويصي	/
ماسري	18- منصوره، 19- الطواهرية، 20- عين سيدي شريف، 21- ماسري	/

/	22-حجاج، 23-بن عبد المالك رمضان، 24-سيدي لخضر	سيدي لخضر
32-ين بودينار	25-صيادة، 26-خير الدين	خير الدين

المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على وثائق المؤسسة.

### المبحث الثاني: دراسة حالة مؤسسة سيفيتال مستغانم.

نقدم في هذا المبحث بطاقة تعريفية حول مؤسسة مستغانم ومحلها من المجمع الكلي لمؤسسة سيفيتال.

#### المطلب الأول: مراحل تطور مؤسسة سيفيتال مستغانم.

تعتبر مؤسسة سيفيتال مستغانم من أبرز المؤسسات التي تكتسي أهمية كبيرة في الاقتصاد المحلي، وترجع هذه الأهمية خاصة إلى الدور الذي تقوم به، وقبل ما تصبح إلى ما هي عليه مرت بمجموعة من التطورات التي عكست واقع هذه المؤسسة وسوف نتطرق إلى ذلك على النحو التالي:

#### 1- التطور الهيكلي:

يعتبر الهيكل التنظيمي وسيلة من وسائل تحقيق أهداف المؤسسة وهذا في حالة ما تم تنظيمه والقيام باستخدامه بالشكل الأمثل، حيث كانت مؤسسة سيفيتال مستغانم في بداية مشوارها التجاري عبارة عن مستودع صغير يقوم بعملية التخزين بالإضافة إلى عملية البيع عن طريق الجملة فقط، وبعد الطلب المتزايد ورواج منتجات سفيتال الغذائية والتنوع فيها أصبح من الضرورة الملحة تغيير المكان وتوسيعه وهذا ما اضطر بالمؤسسة للانتقال إلى مكان آخر لمزاولة نشاطها بأريحية وفتح مجال للبيع بالتجزئة إضافة إلى البيع بالجملة، واعتمدت في بيعها هذا على المحلات والفنادق والمطاعم والمقاهي، ولكثرة الزبائن والطلبات عبر نقاط مختلفة من الولاية اعتمدت المؤسسة على أسلوب إضافي وهو التوزيع مع اقتناء شاحنات للقيام بهذه العملية بغرض تقديم خدمة للزبون وتقليل عليه كلفة النقل والتنقل.

#### 2- تطور الموارد البشرية:

المورد البشري هو أساس قيام كل مؤسسة ومواردها الإستراتيجية، فمؤسسة سيفيتال مستغانم كانت بدايتها بثمانين عمال (مدير، مساعد مدير، محاسب، مسؤول مخزن، رجل أمن وخمس عمال) ، لتصبح بأكثر من ستين (60) عامل بعد الاستقرار الذي شهدته المؤسسة والنجاح الذي حققته وتغييرها للموقع وتوسيع نشاطها وكثرة زبائنها وعملائها .

3- التطور التكنولوجي: كانت تعتمد المؤسسة لسنة 2006م على تدوين طلبات الزبون في وصولات طلب لطلبات الزبون التي كانت تقدم من خلال المكالمات الهاتفية اللاسلكية (الهاتف الأرضي)، والاعتماد على الآلة الحاسبة في العمليات الحسابية والمعاملات البيعية، وما بين سنة 2010م-2018م أدخلت مؤسسة سيفيتال خط الانترنت وحاسوبين وأصبحت تعتمد في تدوين طلبات الزبائن على البريد الالكتروني.

وبعد التطور التكنولوجي واستحداث الأنظمة التكنولوجية، اعتمدت المؤسسة على تطبيق Sales Assist إلى غاية 2022م حين ذلك اتخذت نظاما أكثر تطورا وخصوصية يسمى بنظام Sales. Buzz الذي سهل عليها الكثير من الأعمال.

لمساعدة رجل البيع على إحصاء ومراقبة المبيعات اليومية، أنشأ المشرفون بطاقة متابعة fiche de suivi وهذا لتمكينهم من معرفة مدى بلوغه لأهداف المؤسسة من المبيعات الشهرية

ويعتمد أعضاء فريق العمل في التواصل فيما بينهم على وسائل التواصل الاجتماعي مثل الفاير والواتساب لتسهيل نقل المعلومات بدقة وسرعة كبيرة كمشاركة صور المنتجات المنافسة والعروض الترويجية لمختلف المؤسسات المنافسة والسلع الجديدة في السوق.

4- التطور الإنتاجي: بعدما كانت المؤسسة الأم تنتج الزيت والسكر فقط، أصبح لها تشكيلة كبيرة من المنتجات الغذائية وعلامات تجارية متعددة، وهذا ما ساهم في زيادة نقاط بيعها واتخاذ العديد من الولايات كمستودعات لتجارها (مؤسسة سيفيتال مستغانم كمثال)، كل هذا اكسبها مكانة وطنية وعالمية لدخولها السوق عبر التصدير والتعريف بمنتجاتها.

## المطلب الثاني: استراتيجيات المؤسسة

يخلق استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال مزايا إستراتيجية أولية رئيسية لمؤسسة سيفيتال مستغانم وتجدر الإشارة هنا إلى إستراتيجية تكنولوجيا الإعلام والاتصال ناجحة، لذلك سنتطرق إلى الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال:

الدور الاستراتيجي لتكنولوجيا الإعلام والاتصال: تؤدي تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا استراتيجيا كبيرا في المؤسسة، حيث يمكن استخدامها في تحقيق الأهداف الإستراتيجية ويتمثل هذا الدور فيما يلي:

- تحقيق كفاءة عمليات وأنشطة المؤسسة وتخفيض تكاليفها، وذلك من خلال تحسين الخدمات المقدمة للعملاء نتيجة الاستخدام الأمثل للمعلومات.
- تحسين عملية التخطيط الاستراتيجي من خلال التخطيط المعتمد على الحاسوب ومن خلال تطوير نظم دعم وتحليل سياسات المؤسسة.
- المساعدة في فتح أسواق جديدة من خلال تقديم سلع وخدمات تعتمد أساسا على التكنولوجيا.
- تحقيق التكامل بين جميع موارد المؤسسة.

كما أضاف استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال للمؤسسة إستراتيجيتين إضافيتين حيث حققت من خلالهما المؤسسة مزايا تنافسية وهما إستراتيجية الصلة وإستراتيجية القيادة بالإضافة إلى الاستراتيجيات التقليدية (التميز، التركيز، قيادة الكلفة).

1- إستراتيجية التميز: وفيها تقوم المؤسسة بتقديم منتجاتها وخدماتها المتميزة عن تلك المقدمة من المؤسسات المنافسة وبالتالي فإن العميل يقبل أن يدفع فيها سعرا أعلى من المعتاد وهي تستخدم في الظروف التالية:

- اشتداد المنافسة.
- زيادة نقاط التوزيع عبر الولاية وهذا يتطلب زيادة في عدد العمال.

- 2- إستراتيجية التركيز: يستوجب على المؤسسة ان تملك معلومات عن طبيعة الأسواق المتاحة وخصائص المنافسين بهم، حيث يتم توفير وتحليل هذه المعلومات بطبيعة الحال من خلال تكنولوجيا الإعلام والاتصال.
- 3- إستراتيجية قيادة الكلفة: الرقابة على التكاليف تحقق مزايا تنافسية وهو ما يجعل المؤسسة تحقق أرباح أكثر من منافسيها بالنسبة للمنتجات التي يتم بيعها بنفس الأسعار لذلك فامتلاك المعلومات الكاملة عن التكاليف ومراقبتها (تحقيق كفاءة عمليات الإنتاج، التوزيع والبيع) تعطي للمنظمة ميزة تنافسية لا تتوافر لغيرها.
- 4- إستراتيجية الصلة (الارتباط): من خلال بناء علاقات ودية مع الزبائن تحقق المؤسسة الميزة التنافسية، وذلك بجلب معلوماتهم وتحليلها بالاستعانة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال.
- 5- إستراتيجية قيادة المعلومات: من خلال وضع التقارير ومعلومات خاصة بالمنتجات عبر استحداث أنظمة تكنولوجيا خاصة بمؤسسة سيفيتالتمكن التجار من طلب السلع بواسطة الانترنت من خلال هواتفهم الذكية دون الاستعانة برجال البيع واعتماد بطاقات بنكية لمعاملات البيع.

#### المبحث الثالث: دراسة تحليلية لاعتماد الأنظمة التكنولوجية

ساهمت تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتطورها في استحداث أنظمة متطورة تستخدمها المؤسسات الاقتصادية في سيرورة عملها وتنظيمه وهذا كله قد ساهم في تحقيق نجاحاتها واكسابها مكانة في الأسواق في ظل المنافسات القائمة بينهم، وفي هذا المبحث سنتطرق إلى ماهية هذه الأنظمة ومدى مساهمتها في تنظيم معاملات المؤسسة مع زبائنها في دراسة تحليلية لما قبل وبعد اعتماد المؤسسة على أنظمة تكنولوجية.

#### المطلب الأول: الاعتماد على نظام sales assist

نظرا لكثرة معاملات البيع وكثرة الزبائن وتنوع منتجات سيفيتال أصبح من الضروري على المؤسسة اعتماد تطبيق تكنولوجي يساعدها في تدوين هذه المعاملات وذلك بعرض قائمة عليه بجميع منتجاتها وهذا ما سنتطرق إليه.



1- تعريف التطبيق Sales Assist: هو تطبيق مساعد يتم استخدامها لمعالجة الطلبات وتتبع المبيعات وإدارة المخزون يمكننا من إنشاء قوائم بالمنتجات والطلبات والعملاء والفواتير مجاناً. يوفر لنا مساعد المبيعات طرقاً بسيطة ومريحة لإدارة المتاجر بسهولة،

مما يوفر لنا الوقت ويؤدي إلى نمو الأعمال، كما يمكننا من إدارة الطلبات بأقل جهد مع تحسين الكفاءة ومساعد المبيعات هو أحد حلول أوامر المبيعات كالبحث عن المنتجات الأكثر تنوعاً، وهو تطبيق أعمال مفيد.

## 2- أهداف sales assist:

فوائد لرجال الأعمال: يقوم بزيادة إنتاجية فريق المبيعات الخاص بالمؤسسة عن طريق تقصير عملية إتمام المبيعات وزيادة معدل التحويل.

فوائد مندوبي المبيعات: يساعد مندوبي المبيعات للقيام بمزيد من الأعمال ذات القيمة المضافة من خلال تبسيط عملية إتمام المبيعات.

فوائد العملاء: يحسّن تجربة العميل من خلال تبسيط عملية إتمام المبيعات.

## 3- أمان البيانات لتطبيق sales assist:

- لا يجمع أي بيانات من المستخدمين ولا يشاركها .
- لا تتم مشاركة أيّ بيانات مع جهات خارجية. أو مع شركات أو مع مؤسسات أخرى.

## كيفية عمل التطبيق:

بعد تحميل التطبيق في الهاتف الذكي لرجل البيع، يقوم المشرف بإدخال قاعدة البيانات الخاصة بهذا الأخير والتي تحمل جميع المعلومات الخاصة بالتجار كأرقام الهواتف وعناوين المحلات وتحمل أيضا قائمة بجميع المنتجات الغذائية ومواصفاتها (نوع ، السعر، الكمية ، الحجم...).

يقوم رجل البيع بالتنقل إلى الزبائن وعرض المنتوجات عليهم بواسطة التطبيق، وبعد ما يقوم الزبون باختيار وانتقاء احتياجاته من المنتوجات المعروضة عليه يقوم رجل البيع بتدوينها على التطبيق.

وبعد إكمال دورية رجل البيع على جميع الزبائن وتدوين جميع طلبياتهم يقوم بإرسالهم إلى مدير المبيعات عبر البريد الإلكتروني، وهكذا تكون العملية مع جميع الزبائن .

#### 4- مزايا وعيوب التطبيق:

المزايا	العيوب
<ul style="list-style-type: none"> <li>• يوفر على رجل البيع الوقت والجهد</li> <li>• سهولة التعرف على الزبائن</li> <li>• تسهيل وتنظيم العمل داخل المؤسسة والتقليل من الأخطاء</li> <li>• تسهيل استقبال الطلبات بالنسبة لمدير المبيعات</li> <li>• مجانية الاستخدام.</li> <li>• التسهيل على الزبائن معرفة قيمة المقتنيات أثناء القيام بالطلبية.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• عدم إحصاء المخزون المتوفر في المستودعات.</li> <li>• لا يقوم بتحديث الأسعار أليا إلا بضبطها من قبل رجل البيع.</li> <li>• لا يقوم بإرسال الطلبات بشكل مباشر بعد تدوينها.</li> </ul>

#### المطلب الثاني: اعتماد نظام sales buzz

قامت مؤسسة سيفيتال مستغانم باستحداث نظام جديد سنة 2022 أكثر تطورا لسير معاملاتها البيعية بكل أرباحية ومصداقية وذلك لاكتساب ثقة الزبائن وزيادة عددهم وهذا ما سنتعرف عليه من خلال هذا المطلب.

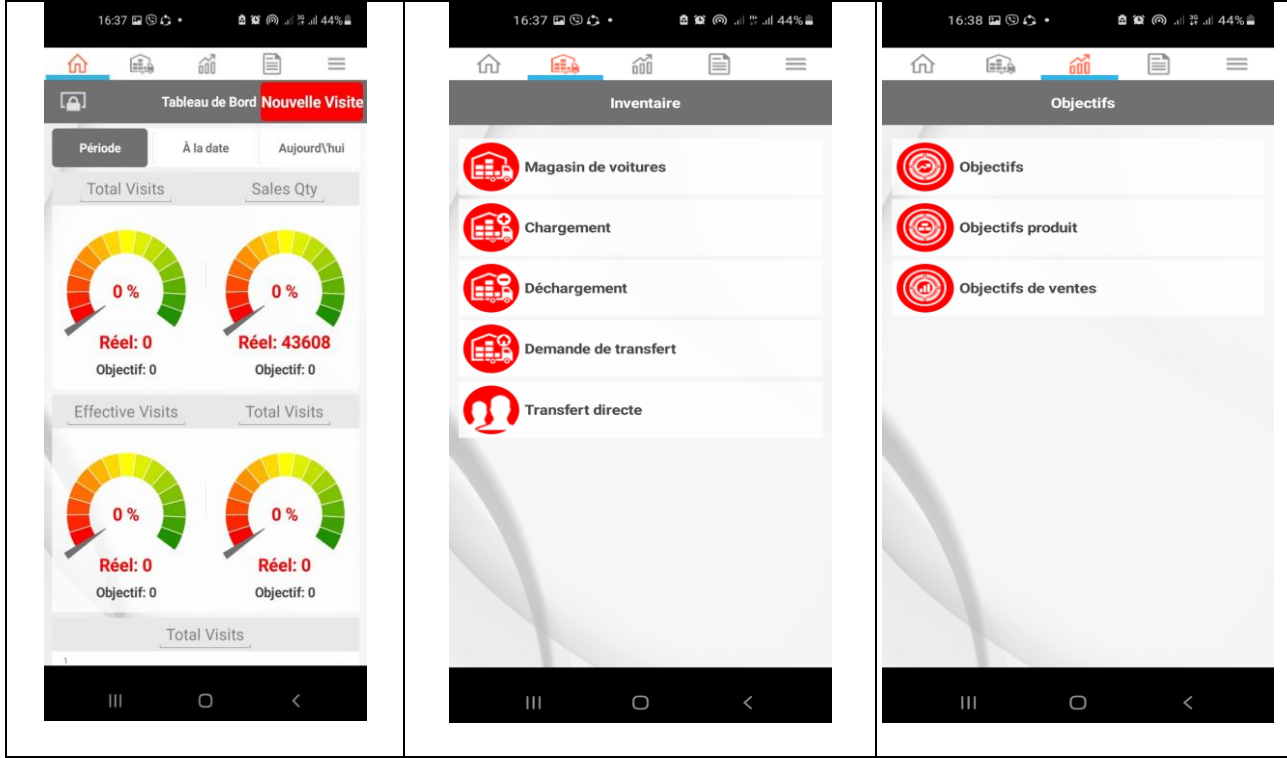
#### 1- نظام sales buzz



هو نظام مصري متكامل للتحويل الرقمي لإدارة المبيعات وجميع الإدارات التابعة لها (مخازن، توزيع، حسابات، خدمة عملاء، مشتريات...)، يمكننا من مراقبة جميع عمليات البيع لحظة بلحظة، تلبية احتياجات التجار في الوقت المحدد، إضافة قنوات للتوزيع بناءً على إحصائيات دقيقة، متابعة فريق المبيعات والتأكد من الالتزام بخطط التوزيع ومسارها الجغرافي، مما ينعكس مباشرةً على زيادة الربحية وتعزيز خدمة العملاء.



الشكل (III - 07): صورة النظام SALES BUZ



المصدر: من إعداد الطالب بالاعتماد على نظام Sales buzz.

## 2- خصائص Sales Buzz

### الجدولة والتخطيط

- تحديد الزيارات اليومية والأسبوعية والشهرية.
- وضع الأهداف "KPIs" لفريق المبيعات ومتابعتها بكل دقة وشفافية.

### نظام تحديد الموقع "GPS"

- القدرة على متابعة ومراقبة حركة تنقل مندوبين من موقع لآخر.
- إمكانية تعيين العروض الترويجية وتعريفها للعديد من العملاء بمعايير متعددة: الكمية/ القيمة/ النقاط والمنزج بينهم.

## التقارير والإحصاءات

- تقارير مفصلة عن إدارة المبيعات مع تنبيه الإدارة بأيانحرافات عن الخطة المقررة.
- التكامل مع أنظمة تخطيط موارد المؤسسات ERP وأخرى..

**Sales Buzz** هو نظام أتمتة لقوة المبيعات المتنقلة بزاوية 360 درجة ، عبر الأجهزة المحمولة والأجهزة المحمولة ، ستتمكن من مراقبة قوة المبيعات والتجار وقنوات التوزيع لديك وتمكينها لزيادة الإيرادات وتحسين رؤى البيانات وتعزيز خدمة العملاء.

## الوحدات :

- التعويض والعمولات
- يوفر القدرة على تحديد مخطط عمولة المبيعات الحالي الخاص بك بناءً على هدف البائع المحدد مسبقًا أو عوامل أخرى يتم تقييم الباعة بناءً عليها، كما يمكنك إضافة عمولة بناءً على هدف المسار
- الرسائل القصيرة بالجملة
- يجعل العملاء على اطلاع دائم بالعروض الجديدة وآخر التحديثات والعروض الترويجية
- التجارة المتقدمة
- يوفر القدرة على الإدارة والتحكم في الأنشطة التجارية المتقدمة مثل الاستطلاعات وتصور المنتجات من خلال بلانوجرام ، كما يمكنك التحقق من المخزون لكل موقع مساحة الرف وفقًا لأبعاد الرف
- إيفاد والتسليم
- يقوم بإدارة دورة الإرسال والتسليم بأكملها مع الأخذ في الاعتبار الرحلات المتعددة للمركبات واستخدامها لتحقيق أقصى فائدة من موارد التسليم المتاحة.
- ثنائية لوحة القيادة
- يقوم بقياس أداء المبيعات باستخدام المخططات التفاعلية، وإنشاء تحليل وتفصيل للمبيعات باستخدام أداة تحليلية ديناميكية.
- الخصومات

يقوم بإنشاء وإدارة علاقة طويلة الأمد مع العملاء وجعلهم يستمتعون بالقوائم الجديدة .

## السمات :

- ◀ الجدولة والتخطيط
  - ◀ لتحديد الزيارات اليومية / الشهرية والأهداف الشهرية و KPIs وأهداف العملاء مع شفافية وكفاءة عملية التنبؤ الشاملة والدقة
  - ◀ الترقيات
  - ◀ يمكن تعيين العروض الترويجية وتعريفها للعديد من العملاء بمعايير متعددة: الكمية / القيمة / المزج والمطابقة على القيمة / النقاط / المزج والمطابقة على النقاط
  - ◀ الإبلاغ والمراسلة
  - ◀ تنبهاً للإدارة لتحديد الانحرافات في أداء الأعمال بفاعلية باستخدام التصور والتنقل التفاعلي
  - ◀ تتبع نظام تحديد
  - ◀ المواقع
- لعرض موقع العملاء على الخريطة، فإنه يسمح بتتبع مسار البائع الفعلي مقابل المخطط له مع القدرة على الحركة لمعرفة كيف انتقل مندوب المبيعات من موقع إلى آخر

## فوائد:

- ◀ ستكون عمليات مبيعات Van وعمليات ما قبل البيع أسهل وأسرع ويمكن التحكم فيها
- ◀ يتم التحكم في العروض الترويجية والعروض، لذلك سوف تتجنب أي خداع أو سوء تقدير
- ◀ سيوفر البائع وقته اليومي الضائع أمام قسم المحاسبة ويقضي ذلك الوقت في زيارات مبيعات مثمرة أخرى
- ◀ شاهد بسهولة معلومات التسويق السابقة التي تعطي رؤية حقيقية لاستهلاك العملاء لكل منتج

## مكتب المبيعات الطنانة

تطبيق ويب غني بواجهة سهلة الاستخدام تحتوي على :

- نظام تقارير شامل يتضمن عددًا هائلاً من التقارير التي تساعد في التحليل الشامل للمبيعات .
- الأداة القوية الجديدة التي تتيح لك قياس أداء المبيعات باستخدام المخططات التفاعلية للإشارة إلى مبيعات العناصر.

- وحدة مراقبة المخزون ، حسابات القبض وإدارة أوامر المبيعات ، المشتريات والحسابات
- توفر أداة لوحة المعلومات القدرة على استخدام Microsoft Excel لتصميم تقارير مخصصة جديدة باستخدام قاعدة بيانات Sales Buzz

### مكانة Sales Buzz في شركة BI-Technologies؟

- تحتوي تعتمد BI-Technologie على التطبيقات الناجحة أكثر من 7000 بائع يعملون مع BI
- "Zero Failure" شريك BI-Technologie
- تقدم العمل 7/24 الدعم المقدم لعملائنا.
- يمكن تنفيذ Go Live في فترة زمنية قصيرة جداً.

### 3- تنفيذ النظام

لضمان حصول عملائنا على الحل الأنسب للنتائج المرجوة، فإننا نتعامل مع كل تطبيق برمجي بمجموعة لتعظيم العائد Microsoft من Sure Step شاملة من العمليات التي تم إنشاؤها وتوسيعها وفقاً لمنهجية وتقليل أي مخاطر محتملة.

يتفهم مستشارونا التأثير الذي يمكن أن يحدثه تنفيذ برنامج رئيسي وهم ماهرون في تسهيل العملية. هذا هو السبب في أنهم خبراء في حلول الأعمال ولديهم خبرات عميقة في إنشاء موقعك وتشغيله بأسرع ما يمكن وكفاءة والحفاظ عليه على هذا النحو طوال دورة حياة الحل بأكملها.

### 4- إدارة مشروع

في BI-Technologies نعتقد أنه يجب التعامل مع كل مشروع ككيان منفصل تماماً. هذا هو السبب في أن مديري المشاريع لديها، الحاصلين على شهادة PMP، يعملون من خلال بدء المشروع وتنفيذ المشروع ومراقبته وينتهي بإغلاق المشروع من أجل تبسيط العمليات، وتحديد كفاءات التكلفة والوقت، وإدارة المخاطر بشكل صحيح، وتطبيق ضمان الجودة وتخصيص الموارد بكفاءة للتأكد أخيراً من تسليم كل مشروع بشكل مثالي وفعال مع أقصر وقت للتنفيذ وأقل تكلفة إجمالية للملكية. هدفنا المستمر هو تقديم أفضل خدمة لك وضمان حصولك على أفضل النتائج المرجوة.

الشكل رقم (III - 08): يمثل صورة لواجهة النظام ككل.



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على معطيات مقدمة من طرف المؤسسة

## 5- تطوير البرمجيات والتكامل

من أهم الأدوات لكل عمل تجاري هو الحصول على حل يلبي الاحتياجات والمتطلبات المتنوعة وقابل للتخصيص لمواجهة أي تغييرات قد تحدث.

إلى جانب التطوير الكامل لمنتجاتها، BI Sales Buzz، BI Fleet Control، Mobile Asset Tracking، و MobileWMS، يمكن BI-Technologies أيضاً تطوير المزيد من التخصيصات المطلوبة التي قد تكون مطلوبة في Microsoft Dynamics AX لتلائم بشكل أفضل المتطلبات الفريدة المنفصلة لكل منها عمل.

توفر أيضاً تكاملاً لحلول أعمالنا معاً إلى جانب دمجها مع أي تطبيق / برنامج آخر تابع لجهة خارجية.

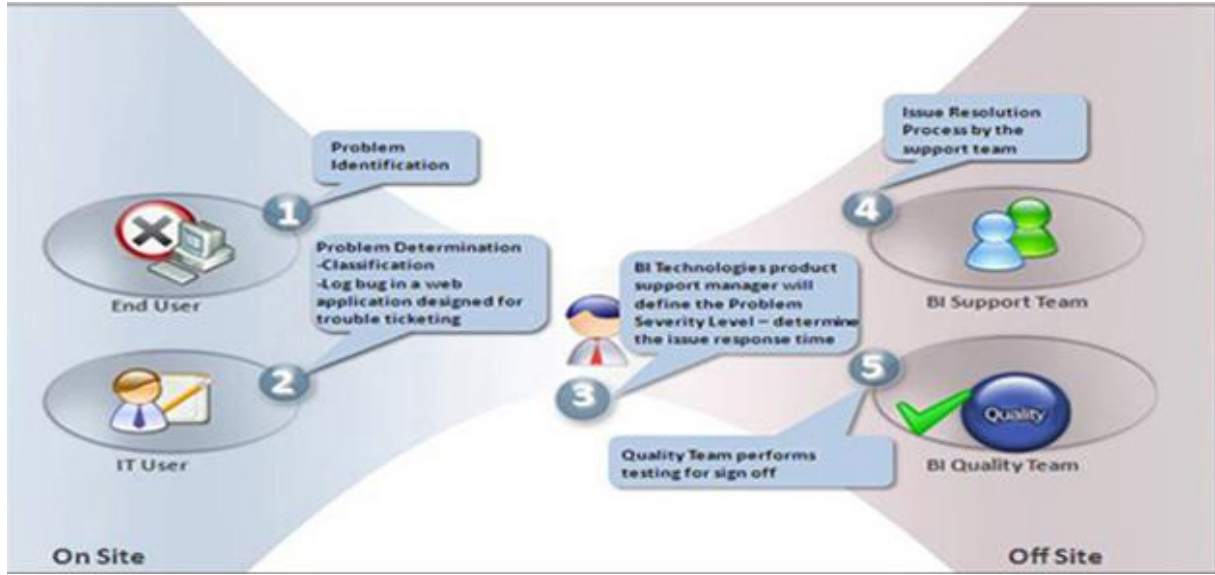
تفضل الاقتراب من عملائها وتقديم التميز في خدماتها هو الميزة التي تميز BI-Technologies عن العديد من مزودي البرامج الآخرين.

تقدم الدعم الكامل لعملائها من خلال فريق دعم العملاء المخصص لدينا والذين يتواجدون دائمًا لتلبية جميع احتياجاتك ومتطلباتك على الفور.

العلاقة مع العملاء: عملائها هم شاغلها الأساسي، فإنها نبذل قصارى جهدها لكسب رضاهم المستمر من خلال توفير:

- ◀ اتفاقيات مستوى الخدمة؛
- ◀ مكتب مساعدة دعم العملاء؛
- ◀ دعم الخادم الطرفي؛
- ◀ حصص التدريب؛
- ◀ المراجعة السنوية للأنظمة؛
- ◀ فحص البيانات؛
- ◀ هيكل الدعم.

الشكل رقم (III - 09) : يبين العلاقة بين أعضاء نظام sales buzz



المصدر: من اعداد الطالب بالاعتماد على معطيات مقدمة من طرف المؤسسة

#### 6- مزيا Sales Buzz:

- سهولة عمليات ما قبل البيع وعمليات مبيعات Van sales.
- التحكم في العروض الترويجية والعروض، لذلك سوف نتجنب أي سوء تقدير.
- سيوفر البائع وقته اليومي الضائع أمام قسم المحاسبة ويقضي ذلك الوقت في زيارات مبيعات مثمرة أخرى.
- تقارير مفصلة بهدف تحسين الأداء والإنتاجية والربحية وتقديم رؤى حقيقية لمتطلبات السوق.

## خلاصة الفصل :

يعتبر Sales Buzz نظام أو برنامج تدريب يستخدم في تحسين مهارات المبيعات لدى المندوبين وفرق المبيعات. يوفر هذا البرنامج العديد من المزايا التي تساهم في تعزيز أداء فرق المبيعات وتحقيق نتائج أفضل. ومن بين المزايا الرئيسية لـ Sales Buzz:

1. تطوير مهارات المبيعات: يقدم Sales Buzz تدريباً شاملاً يركز على تنمية مهارات المبيعات وتحسين فنون البيع. يعلم المشتركين كيفية إجراء مكالمات المبيعات الفعالة، وكيفية التعامل مع العملاء، وكيفية إغلاق الصفقات بنجاح. وبذلك، يساعد في بناء فرق المبيعات المحترفة وزيادة نسبة النجاح في إتمام المبيعات.
2. تعزيز الثقة والتحفيز: يعتبر Sales Buzz فعالاً في تعزيز ثقة أفراد فرق المبيعات. يوفر لهم الفهم اللازم لتحقيق نتائج إيجابية ويزودهم بالمهارات الضرورية للتعامل مع تحديات المبيعات. بالإضافة إلى ذلك، يحفز Sales Buzz المشتركين من خلال توفير ملاحظات فورية وإشادة عند تحقيق نجاحات وتحسين أدائهم.
3. تحسين التواصل: يعتبر Sales Buzz وسيلة فعالة لتحسين مهارات التواصل في فرق المبيعات. يوفر التدريب التفاعلي والدروس العملية للمشاركين لتعزيز قدرتهم على التواصل مع العملاء بطريقة فعالة وإقناعية. يتضمن ذلك تحسين مهارات الاستماع والتفاعل مع احتياجات العملاء وتوصيل الرسالة بشكل فعال.

ومن خلال النظام الجديد Sales Buzz استطاعت المؤسسة تحقيق سهولة في التعامل مع الزبائن بطريقة سلسلة دون خطأ في الطلبات، كما وفرت الوقت والجهد للمؤسسة من خلال تقليل عدد الموظفين للقيام ما يقوم به النظام.



# الخاتمة

### الخاتمة:

يشهد الاقتصاد العالمي تغيرات جذرية جراء التطورات الطارئة على تكنولوجيا المعلومات والاتصال ، فإن توفر المعلومات للمؤسسة شيء ضروري ومهم ، ودرجة الاستفادة من قيمتها شيء أهم ، فالمؤسسة تكون قادرة على تحصيل المعلومة ذات المصدقية إذا كانت فعلا مدركة لأهميتها والعمل على توفير نظام معلومات فعال بالمؤسسة يجعلها تتحكم من خلاله في سيرورة عملها واتخاذ القرارات المتعلقة بجميع أنشطتها سواء في البيع أو التوزيع ، كما يجب على المؤسسة أن تتبع في أداء وظائفها وتسيير مصالحها على منظومة تكنولوجية حديثة تجعلها في اتصال دائم مع زبائنها لتلبية طلباتهم في المكان والوقت المناسبين في ظل الانفتاح العالمي على السوق والبدائل المتاحة فيه من قبل المنافسين .

المؤسسة تعتمد في اتخاذ القرارات بشكل كبير على تكنولوجيا الإعلام والاتصال كعملية التخزين وتسييرها، فالمؤسسة دائما بحاجة إلى نظام آلي لضبط وتسيير مخزونها والعمل على عدم وقوعها في انقطاعات تخص المواد وبذلك تتفادى عدم تلبية طلبيات زبائنها .

وبناء على ذلك ولمعالجة الموضوع قمنا بالجمع بين الدراسة النظرية والدراسة الميدانية ، فمن خلال قيامنا بدراسة حالة مؤسسة سيفيتال مستغانم واعتمادها لتكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أدائها ، والتي مكنتنا من معرفة الوضعية الحقيقية للمؤسسة، حيث تبين أن المؤسسة في وضع جيد ولا تعاني من أي عجز سواء في تلبية الطلبات أو المخزون وكذا السيولة ، كما أنها قادرة على القيام بالتزاماتها ولها القدرة على تحقيق أهدافها ، وهذا ما يمنح للزبائن المتعاملين معها الراحة والاطمئنان . وقد توصلنا في ذلك لجملة من النتائج والاقتراحات.

## 1. اختبار الفرضيات:

- الفرضية الأولى: عدم الاهتمام باستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات الاقتصادية كان سببا وراء انخفاض أدائها، وقد أثبتت صحة الفرضية، حيث أن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال دور في تحسين أداء المؤسسات الاقتصادية ونموها.
- الفرضية الثانية: إن تقييم أداء المؤسسات الاقتصادية في ضوء تكنولوجيا الإعلام والاتصال يسمح بتحديد المشاكل التي تعاني منها، وقد تبين مدى صحة الفرضية في مدى مساهمة تقييم الأداء في معرفة نقاط القوة والضعف من خلال معالجة المعلومات وتحليلها والاعتماد على معايير ومؤشرات الأداء التي تسمح بتقييم أنشطة المؤسسة وأهدافها المنجزة وتفادي الوقوع في المخاطر.
- الفرضية الثالثة: تساعد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في معرفة وتشخيص وضعية المؤسسة الاقتصادية. وهذه الفرضية صحيحة استنادا إلى الفرضية الثانية مع الاستعانة بالأنظمة التكنولوجية الحديثة ونظام استشعار بالمخاطر التي تحيط بالمؤسسة ومساهمتها في معرفة الوضعية المالية الحقيقية للمؤسسة واتخاذ القرارات الصائبة في الوقت المناسب.

## 2. النتائج:

يمكن تقسيم نتائج الدراسة إلى نتائج خاصة بالجانب النظري والجانب التطبيقي ، وسنعرض ذلك

كالآتي:

### 1.2. النتائج النظرية:

- استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات الاقتصادية ساهم في تحقيق النمو والاستدامة من خلال الكم الهائل للمعلومات المخزنة وتسخيرها للمستقبل، وكذلك سهولة الوصول إليها في وقت سريع وتكلفة أقل مع الحد من الاستهلاك الكبير من الطاقة.

- تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال مصدر معلوماتي هام للمؤسسة.
- يرفع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة من القدرة على التوقع والرؤية الشاملة والواضحة، مع التعلم من الأخطاء السابقة وتفادي الوقوع فيها مرة أخرى وهذا ما يمنحها البقاء والاستمرارية في الميدان.
- إيجابيات تكنولوجيا الإعلام والاتصال أكثر من سلبياتها.
- ينظر إلى الأداء في المؤسسة على أنه مستوى تحقيق الأهداف المسطرة، أي تحويلها بصفة عملية إلى واقع.
- يؤدي المزج بين استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوفير موظفين مؤهلين للتعامل مع هذه الوسائل إلى فعالية وكفاءة عالية في الأداء.
- يؤدي الاستخدام الأمثل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال المتطورة إلى رفع مستوى الأداء بالمؤسسة
- يساعد اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في اتخاذ القرارات السليمة.
- مكانة المؤسسة تعتمد على تقييم أداؤها.
- انطلاقاً من الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة، فإننا نجد من الضروري اهتمام المؤسسة بوسائلها الاتصالية والعمل على تحديث أنظمتها وجعلها تواكب العصرنة.
- إعطاء أهمية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال وربطها باستراتيجيات المؤسسة حتى تستطيع تلبية حاجياتها على المستوى الداخلي والخارجي.

## 2.2. النتائج التطبيقية:

- اعتماد تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة أدى إلى تسهيل نشاطاتها التشغيلية.

- تعمل المؤسسة محل الدراسة على الرفع من أدائها من خلال امتلاكها لأنظمة متطورة لتكنولوجيا الإعلام والاتصال .
- تعمل المؤسسة على مواكبة التطور التكنولوجي، وهذا لتوفير أفضل خدمة من أجل كسب رضا الزبون وثقته.
- الأنظمة التكنولوجية تسمح بالتحكم في التطورات المستمرة للمحيط الاقتصادي، المنافسة، أولويات الزبائن، كما تسمح باتخاذ القرارات اللازمة لتحسين وتطوير الأداء في المؤسسة .
- استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في مؤسسة سيفيتال مستغانم زاد بشكل كبير في أدائها.
- ساعدت الأنظمة التكنولوجية في عملية البيع والتوزيع ومعالجة عدد كبير من المعاملات في وقت قياسي.

### 3. الاقتراحات والتوصيات:

- ينبغي على إدارة المؤسسة الاهتمام بموضوع تكنولوجيا الإعلام والاتصال وزيادة الاهتمام بوسائلها الأكثر حداثة لسير المؤسسة نحو الأحسن.
- محاولة التأقلم ومواكبة التطورات الحاصلة في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتوعية الموظفين والزبائن بمدى أهميتها والتعامل بها.
- تشجيع وتكثيف التكوين في ميدان التكنولوجيا المتطورة في مختلف الوسائل المادية والبرمجية.
- على المؤسسة الاهتمام بجميع المؤشرات باعتبارها قاعدة رقمية لتقييم الأداء في المؤسسة.
- تشكيل أنظمة معلومات فعالة ومتابعتها ومراقبة تنفيذ العمليات فيها.
- توفير المعلومات اللازمة لمتخذي القرار في المؤسسة بالكفاءة والسرعة المطلوبة.

وفي الأخير تبقى تكنولوجيا الإعلام والاتصال أداة فعالة لا يمكن الاستغناء عنها نظرا لدورها المهم الذي تلعبه في المؤسسات الاقتصادية، وهي تمثل الشريان الرئيسي لسير مختلف الأعمال داخل المؤسسة وفي تحقيق أهدافها المسطرة، وهذا ما يساعد على رسم صورة مشرفة لها.

# قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

باللغة العربية.

الكتب:

- أحمد صقر عاشور، إدارة القوى العاملة، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، ط 2، 1979.
- إدريس ثابت عبد الرحمن، والمرسي جمال الدين محمد، الإدارة الإستراتيجية، مفاهيم ونماذج تطبيقية، الدار الجامعية، الإسكندرية، 2006.
- صلاح الدين عبد المنعم مبارك، اقتصاديات نظم المعلومات المحاسبية والإدارية، دار المطبوعات الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- عبد الله فرغلي علي موسى، تكنولوجيا المعلومات و دورها في التسويق التقليدي والالكتروني، ط1، ايتراك للطباعة و النشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2008.
- ماهر عودة الشماليه وآخرون، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2015م-1436هـ.
- محمد الزعبي، التغيير الاجتماعي ، دار الطليعة، القاهرة، 1998.

المعاجم والقواميس:

- عبد الغفور عبد الرحمن قاري، معجم مصطلح المكتبات و المعلومات، مطبوعات الملك فهد الوطنية، السلسلة الثالثة (40)، الرياض، المملكة العربية السعودية، 2000.
- محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004.
- منير بعلبكي، قاموس المورد، دار العلم للملايين، بيروت، لبنان ، ط32، 1998.

الرسائل الجامعية:

- إسحاق مصطفىاوي، مساهمة تقييم أداء العاملين في تدعيم أداء المؤسسة- دراسة حالة: مؤسسة نفضال- المدية، مذكرة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة يحيى فارس المدية، 2019.



- أسهمان خلفي، دور نظم المعلومات في اتخاذ القرارات-دراسة حالة مؤسسة نقاوس للمصبرات، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم التجارية، كلية العلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2008-2009.
- بلقيدوم صباح، اثر تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الحديثة(NTIC) على التسيير الاستراتيجي للمؤسسات الاقتصادية، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة قسنطينة 2، 2012-2013.
- بن يحي يونس، صياد احمد، تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وأهميتها في تحسين الاتصال الداخلي، مؤسسة سونطراك مركب الغاز المميع GPIZ "نموذجا"، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس، 2020-2021.
- حاج عيسى أمال، معراج الهواري، دور تكنولوجيا المعلومات في تحسين قدرات المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، الملتقى الوطني الأول حول " المؤسسة الاقتصادية الجزائرية وتحديات المناخ الاقتصادي الجديد"، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة عمار ثليجي، الأغواط، الجزائر، 22-23 أبريل 2003.
- حجاج نفيسة، أثر الاستثمار في تكنولوجيا المعلومات والاتصال على الأداء المالي - دراسة حالة عينة من المؤسسات البترولية الجزائرية خلال فترة 2010-2014، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في المالية والمحاسبة، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2016-2017.
- حسان بوشكورة وبرصاص، فؤاد بومحرز، تكنولوجيا المعلومات والاتصال ودورها في تحسين أداء المؤسسة الاقتصادية - دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945 قلمة، الجزائر، 2011.
- حمزة بوقرش، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية الموارد البشرية، مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2012، 2011.
- خالد منصر، علاقة استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة باغتراب الشباب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلاب جامعة باتنة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر - باتنة، 2012.

- رزان علي عمر عبد المهدي، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات وعناصر المزي التسويقي على جودة الرعاية الصحية-دراسة حالة في مركز الحسين للسرطان، الأردن، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الأعمال الالكترونية، قسم الأعمال الالكترونية، كلية الأعمال، جامعة الشرق الأوسط، الأردن، 2016.
- ريغة احمد الصغير، تقييم أداء المؤسسات الصناعية باستخدام بطاقة الأداء المتوازن دراسة حالة المؤسسة الوطنية لإنتاج الآلات الصناعية – PMO - رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قسنطينة، 2014.
- زلماط مريم ، دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المعرفة داخل المؤسسة الجزائرية – دراسة حالة سونطراك فرع STH ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير، جامعة أبو بكر بلقايد ، 2009-2010.
- زنافي نوز الهدى، رحال حياة، تقييم وقياس الأداء المالي في المؤسسة الاقتصادية – دراسة حالة مؤسسة مناء مستغانم - EPM – مذكرة تخرج مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2021.
- سمير طاجين، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وأثرها على المزيج الترويجي في المؤسسات الخدمائية الجزائرية – دراسة حالة : وكالة موبليس فرع ولاية بسكرة ، مذكرة مقدمة كجزء من متطلبات نيل شهادة ماستر في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2013.
- سي أحمد نذير، " دور تسيير وتخطيط الموارد البشرية في تحقيق أهداف المؤسسة الاقتصادية –دراسة حالة مؤسسة سيفيتال cevital "، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في إدارة الأعمال ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة سعد الدحلب ، البليدة، 2005.
- الشيخ ولد محمد، استخدام نظم المعلومات في اتخاذ القرارات في المؤسسة الاقتصادية-دراسة حالة المؤسسة الموريتانية للألبان Top Lait ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية، جامعة ابو بكر بلقايد، تلمسان 2011.

- الصالح جيلح، اثر القيادة الإدارية على أداء العاملين دراسة حالة مجمع صيدال، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في إدارة الأعمال، جامعة الجزائر، 2004-2006.
- صياد صباح، "أنظمة المعلومات وتأثيراتها على تنافسية المؤسسة الجزائرية"، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في العلوم الاقتصادية ، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة وهران2 ، 2017-2018.
- طارق احمد عواد، تقييم نظام الأداء الوظيفي للعاملين في السلطة الوطنية الفلسطينية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير، تخصص إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2005.
- عادل بومجان، تأهيل الموارد البشرية لتحسين أداء المؤسسة الاقتصادية- دراسة حالة: مؤسسة صناعة الكوابل- فرع جنرال كابل- بسكرة، رسالة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015
- عادل عشي، الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية قياس وتقييم، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، ، 2002.
- عبد الرحمان القري، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال وأثرها على الإدارة الإستراتيجية للموارد البشرية - دراسة حالة مؤسسة اقتصادية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في العلوم الاقتصادية، جامعة فرحات عباس سطيف2016،1.
- عبد الستار الحاج احمد و آخرون، دور التكنولوجيا الإعلام والاتصال في تفعيل الرقابة الجبائية، دراسة حالة- مديرية الضرائب بالوادي، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي ، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية و علوم التسيير، جامعة الشهيد حمه لخضر الوادي، 2021، 2022.
- عزايزة فضيلة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتأثيرها على الأداء في المؤسسة الاقتصادية، دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر المديرية العملية – قلمة- مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية، والتجارية وعلوم التسيير، جامعة 08 ماي 1945، قلمة، 2020.
- علوطي لمين، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على إدارة الموارد البشرية في المؤسسة، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم التسيير ، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008.

- عمار محمد زهير تيناوي ، دور استخدام تكنولوجيا المعلومات في تحسين جودة الخدمات المقدمة في شركة الاتصالات (MTN & Syriatel) بحث مقدم لنيل درجة ماجستير إدارة الأعمال التخصصي MBA ، الجامعة الافتراضية السورية ، سوريا ، 2018-2019.
- عماري علي، مساهمة تكنولوجيا المعلومات في تنمية الكفاءات - دراسة حالة مطاحن لأوراس باتنة ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه علوم في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر ، بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير ، 2018.
- قادة حياة ، دور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الجديدة في تحسين الخدمة العمومية بالمؤسسة القضائية ( محكمة تلمسان نموذجاً)، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع الاتصال، جامعة عبد الحميد بن باديس – مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية، 2012.
- قردوح سمية، معريوة ليندة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتحسين أداء الموارد البشرية دراسة ميدانية إدارة كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة جيجل ، مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع، جامعة محمد الصديق بن يحيى – جيجل، 2018.
- لغوشي بلقاسم ، ياسي منير، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية، دراسة ميدانية بالشركة الإفريقية للزجاج بأولاد صالح- الطاهير- مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع ، جامعة محمد الصديق بن يحيى – جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، 2016.
- مريم طير الليل، وسيلة سعيداني، واقع استخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسات ذات الطابع الاجتماعي –دراسة ميدانية بجمعية كافل اليتيم – فرع الميلية، مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة محمد الصديق بن يحيى – جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2018.
- مشري محمد الناصر، سبل تفعيل دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في دعم التنمية المستدامة في المؤسسات الصناعية الجزائرية- دراسة عدد من المؤسسات في الشرق الجزائري، رسالة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه علوم ، جامعة فرحات عباس- سطيف 1، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير ، 2017.
- مفتات العربي، دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الخدمات الصحية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية دراسة حالة المؤسسة الاستشفائية بعين تادل، مذكرة تخرج مقدمة ضمن نيل شهادة ماستر أكاديمي، جامعة عبد الحميد بن باديس- مستغانم، 2018.

- مهدي فاطمة الزهرة، "إشكالية تدويل المؤسسات الجزائرية- تجربة مجمع cevital"، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2015.
- نور فروجي «دور تحليل البيئة التسويقية في اختيار إستراتيجية الدخول إلى الأسواق الدولية – دراسة حالة مجمع سيفيتال"، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في العلوم التجارية، كلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2016-2017.
- نوفيل حديد، تكنولوجيا الانترنت و تأهيل المؤسسة للاندماج في الاقتصاد العالمي- مع دراسة حالة المؤسسة الجزائرية-أطروحة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة دكتوراه دولة في علوم التسيير، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2007.
- ياسع ياسمين، دراسة اقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء الاقتصادي للمنظمة، دراسة حالة شركة القطن الممتص (SOCOTHYD)، رسالة ماجستير في العلوم الاقتصادية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة أمحمد بوقرة، بومرداس، 2010-2011.
- يزغش كميليا، اثر تكنولوجيا المعلومات والاتصال على التوجهات الإستراتيجية للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة- دراسة حالة المطاحن الكبرى للجنوب – بسكرة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، 2009..

#### المجلات :

- احمد بن حماد الحمودة، تقييم الأداء الوظيفي، دورية الإدارة العامة، المجلد 34، العدد 02، معهد الإدارة العامة، الرياض، سبتمبر، 1994.
- أياد علي الدجني، دور عملية التقييم المؤسسي في نشر ثقافة الجودة في الجامعات قطاع غزة من وجهة نظر فريق التقييم، مجلة الجامعة الإسلامية (سلسلة الدراسات الإنسانية) المجلد 19، عدد 02، الجامعة الإسلامية، غزة، فلسطين، 2011.
- بوسالم أبو بكر، هدى شهيد، دور أسلوب كايزن ( الأنموذج الياباني) في تحسين أداء المؤسسة، مجلة الدراسات المالية والمحاسبية والإدارية، جامعة بشار، الجزائر، العدد 08، 2017.

- بومعيل سعاد، فارس بوباكوز، اثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة الاقتصادية، مجلة الاقتصاد والمناجمنت، جامعة تلمسان، العدد 03-2004.
- جلاب مصباح ، دبوش الهاشمي، مفاهيم حول تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة، مجلة جودة الخدمات العمومية للدراسات السوسولوجية و التنمية الإدارية، جامعة المسيلة ،2019.
- دبيحي مباركة ، دور تكنولوجيا المعلومات في تفعيل إدارة المعرفة ، مجلة الاقتصاد والتنمية البشرية ، الجزائر، دت.
- رمضان محمود عبد السلام وآخرون، أثر التطوير التنظيمي في فاعلية الأداء المؤسسي- دراسة تطبيقية على الجامعة العمالية مصر، مجلة الدراسات التجارية المعاصرة ،العدد 6، يناير 2019.
- دفون محمد، تكنولوجيا الإعلام والاتصال واستخداماتها،مجلة التراث، جامعة عنابة، الجزائر، ديسمبر،2014.
- سليمان الفارس، دور أداة المعرفة في رفع كفاءة أداء المنظمات (دراسة ميدانية على شركات الصناعات التحويلية الخاصة بدمشق)، مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية، المجلد 26، العدد 02، 2010.
- الشيخ الداوي ، تحليل الأسس النظرية لمفهوم الأداء ،مجلة الباحث ،العدد 07، 2010.
- عبد الحكيم عمارية، درشيدة سبتي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال وحتمية التحول الالكتروني للمؤسسات، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، عدد 35، كلية علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر ، سبتمبر، 20153.
- عبد الحكيم العياضي ، مروان عصادي، دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين عملية اتخاذ القرار في وجهة نظر موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية خنشلة ، الجزائر،مجلة الإبداع الرياضي، العدد 2، 2019.
- عبد المالك مزهودة، الأداء بين الكفاءة والفاعلية مفهوم وتقييم، مجلة العلوم الإنسانية، كلية الحقوق و العلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2001.
- علي السلمي، تقييم الأداء في إطار متكامل للمعلومات " مجلة الإدارة"، مجلد 04، عدد 01، جوان، 1976.

- غادة عبد المنعم عبد الحميد دياب، أثر أبعاد الجداريات الوظيفية على الأداء المؤسسي- دراسة تطبيقية على شركاء إنتاج الدواء، مجلة البحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة الزقازيق، المجلد 43، العدد 3، أوت 2021.
- غالم عبد الله، قريشي محمد، دور تكنولوجيا المعلومات في تدعيم وتفعيل إدارة علاقات الزبائن، مجلة أبحاث اقتصادية وإدارية، جامعة بسكرة، العدد 10، 2011.
- المبيضين، محمد ذيب، فاعلية نظام تقييم الأداء المؤسسي وأثرها على التميز التنظيمي- دراسة تطبيقية على المؤسسة العامة للضمان الاجتماعي في الأردن، المجلة الأردنية في إدارة الأعمال، دار المنظومة الروائد في قواعد المعلومات العربية، الأردن، المجلد 9، العدد 4، 2013.
- المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، مجلة الاتصال والصحافة، العدد 03، بن عكنون، 2015.
- الهام يحيوي، الجودة كمدخل لتحسين الأداء الإنتاجي للمؤسسات الصناعية الجزائرية، مجلة الباحث، العدد 05، جامعة باتنة، 2007.
- مصطفى عوايدي، منير عوايدي، مؤشرات ونسب تقييم الأداء المالي، مجلة التحليل والاستشراف الاقتصادي، المجلد 02، العدد 01، 2021.
- منجعي مخلوف، بوصلاح النذير، تكنولوجيا الاتصال الحديثة كإحدى أهم متطلبات الإعلام الرياضي المحترف دراسة ميدانية على القسم الرياضي بالتلفزيون الجزائري، جامعة المسيلة، مجلة الإبداع الرياضي، العدد 03.15 نوفمبر 2013،

#### 👉 الملتقيات والمؤتمرات:

- رضا النجار، أبحاث المؤتمر الدولي للإعلام الجديد: تكنولوجيا جديدة، لعالم جديد، البحرين: جامعة البحرين، تاريخ الاسترداد 7-9 أبريل 2009.
- صلاح عباس هادي، إدارة الجودة الشاملة مدخل نحو أداء منظمي متميز، المؤتمر العلمي الدولي حول الأداء المتميز للمنظمات والحكومات، جامعة ورقلة، 08-09 مارس 2005.
- طرشي محمد، تاقروت محمد، أهمية تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تعزيز الميزة التنافسية في منظمات الأعمال العربية، الملتقى الدولي الخامس حول: رأس المال الفكري في

- منظمات الأعمال العربية في ظل الاقتصاديات الحديثة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، جامعة حسيبة بن بوعلي، 13-14 ديسمبر 2011.
- عبد الغني حرير ، أحمد مداني ، سياسات وإجراءات تشجيع الاستثمار في تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتخفيض الفجوة الرقمية في الدول العربية، الملتقى العلمي حول المعرفة في ظل الاقتصاد الرقمي ومساهمتهما في تكوين المزايا التنافسية للبلدان العربية ، جامعة شلف ، 28/27 نوفمبر 2007.
  - عبد الفتاح علاوي وآخرون ، تكنولوجيا المعلومات والاتصال مدخل استراتيجي في اقتصاد المعرفة ، ورقة عمل قدمت إلى الملتقى الدولي الثالث حول تسيير المؤسسة ؛ المعرفة ك: الركيزة الجديدة والتحدي التنافسي للمؤسسات والاقتصاديات، كلية العلوم الاقتصادية والتسيير ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، الجزائر، 12-13 نوفمبر 2005 .
  - عمرو حامد، تقييم الأداء المؤسسي في الوحدات الحكومية ورقة عمل مقدمة في ملتقى "تقييم الأداء المؤسسي في الوحدات الحكومية - شرم الشيخ، مصر، جانفي، 2007، منشورات المنظمة العربية للتنمية الإدارية - أعمال المؤتمرات القاهرة، مصر، ، 2009.

#### المحاضرات والمدخلات:

- زرنوح امحمد، محاضرة في الأداء في المنظمة، جامعة الجلفة، دت.
- مداخلة بعنوان: تكنولوجيا الإعلام و الاتصال كعامل للنمو الاقتصادي دراسة حالة تونس، الجزائر، المغرب.
- مصطفى بلعور: أستاذ محاضر، تأثير تكنولوجيا المعلومات و الاتصالات الجديدة على التنمية السياسية في دول الجنوب، حوليات جامعة الجزائر1، العدد 30- الجزء الأول.
- جمال خنشور، التقسيم الاقتصادي في وحدة ديدوش مراد لإنتاج المشروبات الغازية والعصير المركز، خلال عامي 84-85، جامعة باتنة، 1987.

#### 1. باللغة الأجنبية:

- Bernard Martory, control de gestion social, librairie Vuibert, Paris, 1999.
- Huber George ,P.Managerial Decisin Marking, Glenview,III Scott , Foreman And Company , 1980.



- Robert obert, Pratique des normes IAS/ IFRS, DUNOD, Paris, France, 2002.

2. المواقع الالكترونية:

- [www.googleearth.com](http://www.googleearth.com) معجم المعاني الجامع عربي عربي،  
[.Http://www.almaany.com](http://www.almaany.com)
- الموقع الرسمي لمجمع سيفيتال [Http://www.cevital.com](http://www.cevital.com)

## الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى إبراز دور تكنولوجيا الإعلام والاتصال كوسيلة لتحقيق الديمومة والنجاح للمؤسسات، ولذلك قمنا بدراسة حالة مؤسسة سيفيتال مستغانم ومدى مساهمة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تطوير وتحسين أدائها وتسهيل عملية التخزين، البيع والتوزيع.

توصلنا من خلال الدراسة أن اعتماد الأنظمة التكنولوجية وفرت الوقت وخفضت كلفة التنقل لزيائنها وتسهيل إدراج طلباتهم دون عناء، وهذا ما بث في نفوسهم الراحة وللاطمئنان على وصول طلباتهم في الوقت والمكان المناسبين، كما ساعدتها في كشف مواطن الضعف والقوة فيها واتخاذ القرارات السليمة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الإعلام والاتصال – الأداء – الأنظمة التكنولوجية.

## Summary:

This study aims to highlight the role of information and communication technology as a means to achieve sustainability and success for institutions, and therefore we have studied the case of Cevital Mostaganem and the extent of the contribution of information and communication technology in developing and improving its performance and facilitating the storage, sale and distribution process.

Through the study, we found that the adoption of technological systems saved time and reduced the cost of transportation for its customers and facilitated the inclusion of their requests without trouble, and this gave them comfort and reassurance that their requests would arrive at the appropriate time and place, and also helped them in revealing their strengths and weaknesses and making the right decisions.

**Keywords:** information and communication technology - performance - technological systems.