



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



شعبة: علوم الإعلام والاتصال

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

بعنوان:

دور الموقع الإلكتروني في تعزيز العلاقات العامة داخل
مؤسسة عمومية

- دراسة حالة شركة طيران طاسيلي بأدرار -

إشراف الدكتورة:

بن علي مليكة

إعداد الطالبتين:

● عبادي جمعة.

● زاوي مروة.

أعضاء لجنة المناقشة

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة
رقاد حليلة	أستاذ محاضر (أ)	رئيساً
كوبيبي حفصة	أستاذ محاضر (أ)	مناقشاً
بن علي مليكة	أستاذ محاضر (أ)	مشرفاً

السنة الجامعية: 1442-1443هـ / 2021-2022





وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم العلوم الإنسانية



شعبة: علوم الإعلام والاتصال
مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة.

بعنوان:

دور الموقع الإلكتروني في تعزيز العلاقات العامة داخل

مؤسسة عمومية

- دراسة حالة شركة طيران طاسيلي بأدرار -

إشراف الدكتورة:
بن علي مليكة

إعداد الطالبتين:
● عبادي جمعة.
● زاوي مروة.

أعضاء لجنة المناقشة

الصفة	الرتبة	اللقب والاسم
رئيساً	أستاذ محاضر (أ)	رقاد حليلة
مناقشاً	أستاذ محاضر (أ)	كوبيبي حفصة
مشرفاً	أستاذ محاضر (أ)	بن علي مليكة

السنة الجامعية: 1442-1443هـ / 2021-2022م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

الشكر لله وحده الذي وفقنا لإتمام هذا البحث وأمدنا بالصبر والقوة

والعزيمة

الشكر لكل من ساعدنا في انجاز هذه المذكرة وخاصة الأستاذة
المشرفة "بن علي مليكة" على توجيهاتها ونصائحها التي أفادتنا
لإتمام هذه المذكرة.

وكل من ساهم في انجاز هذه المذكرة سواء من بعيد أو قريب.

فهرس المحتويات:

.....	شكر وتقدير
.....	مقدمة
3.....	الفصل المنهجي
4.....	1- تحديد الإشكالية
5.....	2- الفرضيات
5.....	3- أسباب اختيار الدراسة
6.....	4- أهمية الدراسة
6.....	5- أهداف الدراسة
6.....	6- حدود الدراسة
7.....	7- مجتمع وعينة الدراسة
8.....	8- منهج وأدوات الدراسة
9.....	9- مفاهيم الدراسة
15.....	10- الدراسات السابقة والتعقيب عليها
20.....	11- الصعوبات
21.....	الفصل النظري
22.....	المبحث الأول: محددات العلاقات العامة
22.....	المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة الحديثة
24.....	المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن العلاقات العامة الحديثة

المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة الحديثة.....	26
المطلب الرابع: أهمية العلاقات العامة الحديثة.....	29
المبحث الثاني: الأسس البنائية للعلاقات العامة الإلكترونية.....	31
المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة الإلكترونية.....	31
المطلب الثاني: ظهور العلاقات العامة الإلكترونية.....	31
المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة الإلكترونية.....	32
المطلب الرابع: دور المواقع الإلكترونية في عمل العلاقات العامة الإلكترونية.....	33
المطلب الخامس: معوقات العلاقات العامة الإلكترونية.....	36
المبحث الثالث: الخدمة الإلكترونية داخل المؤسسة العمومية بشركة طاسيلي أدرار.	37
المطلب الأول: تعريف الخدمة الإلكترونية.....	37
المطلب الثاني: الدوافع التي أدت إلى بروز الخدمات الإلكترونية.....	37
المطلب الثالث: أنواع الخدمات الإلكترونية.....	39
المطلب الرابع: الخصائص ومزايا الخدمات الإلكترونية.....	45
المطلب الخامس: معوقات تطبيق الخدمات الإلكترونية.....	47
المبحث الرابع: لمحة عن خطوط الطيران طاسيلي الجزائر، أدرار.....	49
المطلب الأول: تقديم خطوط الجوية طيران طاسيلي الجزائر أدرار.....	49
المطلب الثاني: نشأة خطوط طيران طاسيلي الجزائرية بأدرار.....	49
المطلب الثالث: مهام وتنظيم شركة طيران طاسيلي الجزائر، أدرار.....	51
المطلب الرابع: أهداف شركة طيران طاسيلي الجزائر، أدرار.....	52

54	الفصل التطبيقي.....
55	المبحث الأول: الموقع الالكتروني للمؤسسة طيران طاسيلي.....
55	المطلب الأول: تعريف و نشأة الموقع الالكتروني للشركة ..
55	المطلب الثاني: الاهداف الموقع الالكتروني لشركة.....
55	المطلب الثالث: مميزات.....
57	المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة.....
59	المطلب الأول: عرض وتحليل اسئلة المقابلة.....
66	المطلب الثاني: نتائج في ضوء الفرضيات.....
67	المطلب الثالث: التوصيات.....
69	خاتمة.....
71	قائمة المراجع.....
77	الملاحق.....

تلخيص :

هدفت هذه الدراسة إلى تحديد دور الموقع الإلكتروني و كيف ساهم في تعزيز العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية الخدماتية و بالضبط في الأداء الإداري ، وتركيز على كيفية التواصل المؤسسة مع جمهورها باستخدام العلاقات العامة الإلكترونية حيث قمنا بدراسة حالة لشركة طيران طاسيلي، ولتحقيق الأهداف واختبار الفرضيات قمنا باختيار منهج الوصفي لأنه يناسب هذا النوع من البحوث، واختيار عينة قصدية من خلال إجراء مقابلة مع مدير المؤسسة فقط .ومن خلال النتائج تبين أن الخدمات الإلكترونية آلية هامة ووظيفة أساسية في مجال عمل العلاقات العامة و تطوير العمل الإداري وتقليل الضغط عن الموظفين لتسهيل تقديم خدمات والأخبار وحقائق لبناء صورة ذهنية اللائقة لجذب وإرضاء الجمهور .

وقد إرتأينا أن نختم هذه الدراسة بمجموعة توصيات مقدمة للمؤسسة .

كلمات المفتاحية: العلاقات العامة الإلكترونية ، خدمات الإلكترونية، الإدارة الإلكترونية الموظف، الزبون.

Summer:

This study aimed to: determining the role of the website and how it contributes to enhancing public relations with in the public service organization, exactly in the administrative performance , and focusing on how the organization communicates with its audience using electronic public relations by choosing the descriptive approach because, it suits this type of research, and choosing an international sample by conducting an interview with the director of the institution only .and though the results it was found that electronic services are an important mechanism and an essential function in the field of public relations work , developing administrative work ,and reducing pressure on employees to facilitate the provision of services , news and facts to build a proper mental image to attarct and satisfy the recipiegt.

We decided to conclude this study with a set of recommendations presented to the institution .

Key words:

Electronic public relations, Electronic services, Electronic management , Employee , Customer.

مقدمة

1- مقدمة:

تعتبر العلاقات العامة وظيفة أساسية إدارية جديدة في المؤسسات ذلك لأهميتها البارزة والضرورية في التنسيق بين الإدارة العليا وجمهور الداخلي وخارجي ، والحديث عنها اليوم يعني الحديث عن سمعة طيبة، والصورة الذهنية اللائقة والاتصال الفعال داخل المؤسسة لدى مختلف فئات المتعاملين معها ، على أساس من المعلومات الصادقة ودقيقة، ذلك لأن هذه المعايير تعتبر من أهم أولويات عمل العلاقات العامة داخل المؤسسة لنجاحها و استمرارها، كما تعمل أيضا على تنمية العلاقات الودية بين جماهير الداخلية من جهة، وبينهم وبين الإدارة العليا من جهة أخرى، مما يؤدي إلى تعزيز هذه الروح باستمرار .

فبعدما غزت التقنيات الحديثة شتى المجالات، وتراجعت معها الخدمات التقليدية أخذت الإدارة النصيب الأكبر من هذا التغير ومع التقدم و التسارع التكنولوجي و ظهور الانترنت تحولت الإدارات في تعاملاتها من الشكل التقليدي إلى الشكل الإلكتروني، وتحولت الخدمات المختلفة إلى خدمات الكترونية .وأضحت الآن تتعامل بالقواعد والبيانات، وظهور الكثير من المواقع التي تنتج كما هائلا من المعلومات والخدمات، وأصبحت العلاقة بين العملاء و المتعاملين تتم عن طريق شبكات الداخلية و خارجية لذا أصبح من الضروري على المواطن الداخلي أن يعمل في بيئة شبكات الاتصال والمعلومات و أن يعمل على تحسين مهاراته باستخدام الحاسب الآلي ،من أجل حصول الجمهور الخارجي على خدمات الإلكترونية تساعده على قضاء حاجياته الضرورية.

يعتبر الموقع الإلكتروني لبنة الأساسية في العمل الإداري للمنظمة وهو من بين خدمات التي وفرتها الانترنت من نقل المعلومات و المضامين إلى المتلقي بشكل مجاني أو دون تكلفة مادية ،حيث أضاف بعدا آخر للعلاقات العامة فلم يعد مجرد أدلة تعريفية

تسمح للجمهور الخارجي للاستفادة من خدماته و أنشطته وإنما أصبح واجهة خدماتية تفاعلية و داعم الأساسي للزبون من خلال عرض استشارات و مساعدات مختلفة .

يعد موضوع العلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية من بين أهم المواضيع التي فرضت نفسها في الساحة العلمية حيث تقوم على مدى استغلال واستخدام التقنيات الالكترونية داخل المنظمة .حيث تم تقسيم الدراسة إلى ثلاث فصول ،حيث تطرق

الفصل الأول (المنهجي): إلى أساسيات الدراسة من خلال التساؤل الرئيسي للبحث وأهم التساؤلات الفرعية التي تنحدر منها و بالإضافة إلى الفرضيات و أسباب التي أدت إلى اختيار هذه الدراسة و تحديد أهمية الموضوع و الأهداف المراد تحقيقها من هذا البحث وكذا المنهج و الأدوات المتبعة في الدراسة ثم ذكر أهم خطوة في البحث دراسات السابقة مع ذكر أوجه الاختلاف و التشابه في الدراسة الحالية و السابقة وضمف إلى ذلك قائمة المفاهيم ثم التحدث عن الصعوبات التي واجهتنا خلال إنجاز هذه الدراسة .

أما الفصل الثاني (النظري): فقط ركزنا على أربع مباحث، يأتي المبحث الأول ليلقي الضوء على العلاقات العامة الحديثة .أما المبحث الثاني يهتم بالعلاقات العامة الالكترونية .أما المبحث الثالث تطرقنا فيه إلى الخدمات الالكترونية داخل المؤسسة العمومية لشركة طيران طاسيلي بأدرار .أما المبحث الاخير تحدثنا فيه لمحة عن خطوط طيران طاسيلي في الجزائر و أدرار .

أما الفصل الثالث (التطبيقي): فتطرقنا إلى مبحثين، المبحث الاول المعنون بالموقع الالكتروني لشركة طيران طاسيلي airlines .أما المبحث الثاني والأخير اهتم بعرض نتائج الدراسة وتفسيرها ثم خاتمة وتوصيات للمؤسسة وقائمة مراجع وملاحق .

الفصل المنهجي

1- تحديد الإشكالية:

بسبب تقدم والتسارع التكنولوجي تحولت الإدارة العمومية إلى إدارة إلكترونية عن طريق إدخال واستخدام الوسائل والأنشطة الاتصالية وتبني نظم الخدمات الإلكترونية لمواكبة عصر التطور الحاصل.

نتج عنها تغيرات جذرية في مختلف المؤسسات وخاصة في المؤسسة العمومية وأصبحت هذه الوسائل مهمة وضرورية في جهاز العلاقات العامة، حيث غدت آلية هامة داخل منظومة العمل الإداري وتعد إحدى أهم وسائل الإتصال الفعالة التي ترفع من مستوى أداء المؤسسة حيث ظهر ما يعرف بالموقع الإلكتروني فهو يتميز بقدرته الهائلة على الاتصال بكافة شرائح المجتمع وإنما كانوا حيث يستطيع الجمهور الحصول على أخبار وحقائق ومعلومات.

وحديثاً وصل هذا الاهتمام في الجزائر حيث فرضت على المؤسسات العمومية تبني التقدم التكنولوجي و المعلوماتي واللاحق بالدول المتقدمة ،ولكي تؤدي مواقع العلاقات العامة دورها وخاصة المواقع الإلكترونية اتصفت بمجموعة من المميزات منها التصميم المرئي، امكانية عرض مواقع بواسطة هواتف النقالة.

انطلاقاً مما سبق يتبين أن الادارة العلاقات العامة في المؤسسات العمومية الخدماتية من بين المؤسسات التي سعت إلى انتقال نحو خدمات الإلكترونية و ينطلق ذلك من خلال انشاء موقع خاص بها ليتم التعريف بخدماتها وأخبارها منها مديرية طيران طاسيلي. ومن هنا نطرح الإشكال التالي: ما هو الدور الذي يلعبه الموقع الإلكتروني في تعزيز العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية في شركة طيران طاسيلي بأدرار ؟

التساؤلات الفرعية:

- ما هو واقع الخدمة الإلكترونية في المؤسسة العمومية محل الدراسة؟

- كيف يشكل الموقع الالكتروني airlines صورة ذهنية عن هذه المؤسسة لدى الجمهور؟
- هل خدمات الالكترونية تقوم بتسهيل الحياة الإدارية للمواطنين عامة وجمهور خاصة؟
- ما المزايا الاتصالية الذي يتميز بها الموقع الالكتروني airlines محل الدراسة؟

2- الفرضيات:

- يعتبر الموقع الالكتروني متغيراً ومحدداً رئيسياً لعصرنة المؤسسات العمومة.
- تؤثر وتساهم الخدمات الالكترونية في شركة طيران طاسيلي على رفع أداء موظفيها.

3- أسباب اختيار الدراسة:

- أسباب الذاتية:

- إن أي موضوع إعلامي قابل للدراسة ويتوفر فيه الشروط البحث وجب علينا كطلاب في تخصص الإعلام و الاتصال إلى دراسة مواضيع التي تهدف إلى رقي المؤسسات وتحسين صورتها لدى مختلف الجماهير.
- الميول لمثل هذه المواضيع الحديثة و الجديدة .
- الاهتمام الشخصي وروح الفضول في اكتشاف خبايا الموضوع.

- أسباب الموضوعية:

- حداثة الموضوع باعتباره من أهم مواضيع الذي تفرض نفسها على الساحة العلمية وياكب التطورات الجديدة .
- نقص الدراسات في هذا الموضوع وإغفال الكثير لدور موقع الالكتروني في تعزيز العلاقات العامة داخل المؤسسات العمومية.

- محاولة معرفة الخدمات التي قدمتها الخدمة الالكترونية في المؤسسة الخدماتية بأدرار.

4- أهمية الدراسة:

يعتبر الموقع الالكتروني وسيلة اتصالية لا يمكن استغناء عنه في مجال عمل علاقات العامة باعتبار هذه المواقع تمثل واجهة أساسية و حلقة وصل بين المنظمة و المتلقي، من خلال إبراز نشاطاته و خدماته لتصل إلى أكبر عدد ممكن من لجمهور، وتأتي أيضاً أهمية أساسية لهذه الدراسة حداثة الموضوع و أهميته في وقتنا الراهن من حيث استخدام العلاقات العامة لهذه التقنية الحديثة.

5- أهداف الدراسة:

- إن أي باحث الإعلامي لا يقوم بدراسة موضوع ما دون الرغبة في الوصول إلى تحقيق أهداف معينة من خلال تلك الدراسة.
- التعرف على دور الموقع الالكتروني وكيف يساهم في تعزيز العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية الجزائرية.
- محاولة تطبيق تقنيات المنهجية العلمية التي تلقيناها أثناء الدراسة الجامعية منهجياً ونظرياً.
- محاولة التعرف على شركة الطاسيلي بأدرار ومدى الاهتمام هذه المؤسسة بجودة ونوعية الخدمات الالكترونية.
- البحث في الموضوع والتعرف على كيفية تواصل الزبون مع المؤسسة والدفع إلكترونياً.

6- حدود الدراسة:

- الحدود الموضوعية: يتمثل موضوع الدراسة في دور الموقع الالكتروني في تعزيز العلاقات العامة داخل المؤسسة العمومية.

- الحدود المكانية: التوجه إلى شركة طيران طاسيلي بأدرار.
- الحدود الزمانية: أنجزت هذه الدراسة خلال 2022 .
- الحدود البشرية: اقتصرت الدراسة على المدير المؤسسة طيران طاسيلي بأدرار.

7- مجتمع وعينة الدراسة:

• مجتمع الدراسة:

هو جميع أفراد الظاهرة التي تعاني من مشكلة الدراسة و ستعمم نتائجها عليهم ومنها تشتق العينة ودراسته يتطلب وقتا طويلا و جهدا شاقا و تكاليف مادية مرتفعة ويكفي أن يختار الباحث عينة ممثلة لمجتمع البحث بحيث تحقق أهداف البحث و تساعده على انجاز مهمته.¹

أما موريس أنجرس فعرفها : هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي ،لكي يكون البحث مقبولا و قابلا للانجاز ،لابد من تعريف مجتمع البحث الذي نريد فحصه وأن نوضح المقاييس المستعملة من أجل حصر هذا المجتمع.²

هو جميع وحدات التي يرغب الباحث في دراستها ويتم تحديدها على حسب الأهداف البحث، حيث يقوم مجتمع البحث في هذه الدراسة على بعض الجمهور الداخلي لشركة طيران طاسيلي الممثل في موظفيها والمدير المؤسسة وبهذا بلغ المجتمع الكلي للدراسة 6 أشخاص.

• عينة الدراسة:

هي مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، و تعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.³

¹ حاتم أبو زيدة، مناهج البحث العلمي، ط3، 2018، ص 158.

² موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006، ص 299.

³ محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، 2019، ص 159.

أما الدكتور محمد عبد الحميد فيعرفها: بأنها عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة. ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلاً لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.¹

وبما أن هدف البحث هو التعرف على الخدمة الالكترونية التي تحتويها شركة طيران طاسيلي من ناحية، وتوضيح الدور الذي يلعبه الموقع الالكتروني وكيف يساهم في تعزيز العلاقات العامة داخل المؤسسة من ناحية أخرى حيث اعتمدنا على عينة قصدية، واعتمدنا أيضاً على اختيار عينة مقدر عددها بـ 5 عاملين مع المدير المؤسسة طيران طاسيلي الممثلين في الموظفين الذي لديهم خبرة كافية لتعامل مع الحاسب آلي . أما بقية العمال فقمنا باستبعادهم لعدم تمكنهم من الإفادة بمعلومات تفيد الدراسة.

8- منهج وأدوات الدراسة:

- منهج الدراسة:

إن وضع الفرضيات تحت محك التجربة الميدانية يقتضي اختيار منهج مناسب يعتمد عليه الباحث الإعلامي في تحقيق هذه الفرضيات .

ويعرف الدكتور عبد الرحمن بدوي: "أن منهج البحث العلمي يعني الطريق المؤدي إلى كشف عن الحقيقة في العلوم ،بواسطة طائفة من القواعد العامة تهمين على سير العقل وتحديد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة."²

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، التي تهدف إلى وصف الدراسة وتحليلها ومعالجة البيانات وتفسيرها لإبراز دور موقع الالكتروني في تعزيز العلاقات العامة الالكترونية.

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية عالم الكتب، القاهرة، 2000م، ص 123.

² عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط 3 ، وكالة المطبوعات، الكويت، 1988، ص5.

أدوات الدراسة:

المقابلة المباشرة:

تدخل ضمن أدوات البحث العلمي، حيث يستخدمها الباحث في جمع المعلومات من الأشخاص الذين يملكون هذه المعلومات والبيانات غير الموثقة في أغلب الأحيان في إطار انجاز البحث.¹

حيث يقوم الباحث بتطبيق أسلوب الأسئلة العامة مفتوحة وتكون من 5 إلى 11 سؤال موجه في شكل إشارة للعديد من النقاط المختلفة للنقطة المبحوثة قصد استكشاف جوانبها الغامضة، ويقوم هذا البحث على إجراء المقابلة مع المدير و الموظفين عن طريق طرح أسئلة متعلقة بالموقع الالكتروني الخاص بشركة طيران طاسيلي وذلك من أجل الحصول على مجموعة من المعلومات تساعد في إثراء الدراسة.

9- مفاهيم الدراسة:

- الموقع الالكتروني.
- العلاقات العامة الالكترونية (العلاقات العامة).
- المؤسسة.

الموقع الالكتروني:

أ- لغة:

(الحاسبات والمعلومات) موضع لتخزين البيانات والتعليمات والبرامج بالحاسب.²

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 286-287.

² أحمد مختار عمار، الموقع <https://ontologg.birzet.edu> تاريخ الاطلاع: 2022/04/26 على الساعة 17:30.

ب- اصطلاحاً:

تتعدد تعريفات موقع الويب وفقاً لخلفيات المعرفين، الخلفيات التقنية من مطورين والمبرمجين يركزون على الوصف التقني للموقع، مثل طبيعة اللغة البرمجية المستخدمة في كتابة الوثائق والبروتوكول التي تنظم التواصل بينما يركز مستخدمو الويب عن تعريف موقع الويب باستخدام محرك البحث google أبرزها ذلك الذي يعرف الموقع بأنه مجموعة من الملفات الويب المرتبطة فيما بينها والمتضمنة لملف افتتاحي يسمى الصفحة الرسمية Home page التي يمكن الولوج من خلالها إلى بقية الوثائق المتضمنة في الموقع ويتم الوصول إلى الموقع عبر كتابة اسم الموقع على المتصفح.¹

وكتعريف آخر يعرف الموقع بأنه مجموعة من الصفحات والنصوص والصور والمقاطع الفيديو المرابطة وفق هيكل متماسك ومتفاعل يهدف إلى عرض ووصف المعلومات والبيانات عن جهة ما أو مؤسسة ما بحيث يكون الوصول إليه غير محدد بزمان ولا مكان وله عنوان فريد يميزه عن بقية المواقع على شبكة الانترنت.

الموقع على الويب هو مجموعة الصفحات أو الوثائق الموحدة التي تتيحها المنظمة أو المصدر الذي أنتجها.²

أو هو مجموعة صفحات الويب المرتبطة ببعضها البعض ومخزنة على نفس الخادم، يمكن زيارة مواقع الويب عبر الانترنت بفضل خدمة الويب من خلال برنامج حاسوبي يدعى متصفح الويب، ويمكن عرض المواقع بوساطة هواتف نقالة عبر تقنية الويب ومواقع الويب موجودة فيما يسمى بمزودات الويب.

¹ محمد الأمين موسى أحمد، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني العربي، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر

صحافة الانترنت، الواقع وتحديات، 2005/11/22 بجامعة الشارقة، ص 2.

² محمد بلال الزعبي وآخرون، الحاسوب والبرمجيات الجاهزة، دار وائل للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 2004م، ص

ويتوفر لمعظم مواقع الويب على الأقل صفحة بداية تعرض محتوى ذلك الموقع، كما تحتوي على الارتباطات التشعبية لصفحاته أو صفحات مواقع الويب الأخرى لكل صفحة ويب عنوان معني يعرف ب(URL) والتي اختصار ل (uniform resouce locator) وتختلف أهداف مواقع الويب فمنها ما هو للإعلان عن المنتجات كما أنه هناك مواقع دردشة أو منتديات للنقاش والحديث بين مستخدمي الويب.

ويوجد ما يعرف المدونات وهي مواقع ويب يسرد فيها مؤلفها ما يريد الكتابة عنه ومواقع أخرى كما يمكن الزوار الرد على ما يكتب ومن بين أنواع مواقع الويب مثال عن ذلك ويكيبيديا الموسوعة الحرة، وهي مواقع مفتوحة النصوص يمكن للزوار المشاركة بتعديلها أو الكتابة فيها وإثرائها.

يمكن للمستخدم دخول موقع الويب عن طريق عنوان محدد والذي يكتب في شريط العنوان لمتصفح الويب، تتكون صفحات الويب غالباً عن عناوين مشابهة للعنوان الرئيسي للموقع إي أنها بمثابة فرع منه، وتكتب مواقع الويب غالباً بواسطة لغة ترقيم نص الفائق HTML ولكنها ليست دائماً كذلك وبعضها يكتب بلغة متوافقة مع الويب والبعض الآخر يكتب بلغة الترميز قابلة للامتداد XML.¹

العلاقات العامة الالكترونية (العلاقات العامة):

أ - لغة:

هي مفهوم مركب من كلمتين "العلاقات" و"العامة" وحسب ما ورد في المنجد الأبجدي فالعلاقات العامة هي مصدر علائق وتعني الصلات والروابط، والاتصالات التي تتم بين هيئة أو مؤسسة ما، والجماهير التي تتعامل معها ولفظ كلمة عامة هي مؤنث نكرها "عام" وجمعه "عوام" والعامة هي ما خالف الخاصة.²

¹ ربحاب فايز أحمد سهد، خدمات بوابات الجامعات لنظام الانتساب على الويب دراسة تحليلية مقارنة بين مصر والسعودية، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، جامعة بني سويف، مصر، 2015، ص 91-92.

² المنجد الأبجدي، دار المشرق، بيروت، 2010م، ص 60.

ب- الاصطلاح:

تتكون العلاقات العامة من لفظين:

- **العلاقات:** وتعني التواصل الناجم عن تفاعل فردين أو أكثر وتتحقق هذه العلاقة بعد حدوث فعل ورد فعل ايجابي وتكون حصيلة علاقات اجتماعية تعاونية أو على العكس من ذلك يكون اتجاهات سلبياً ويقود إلى علاقات متوترة قد تؤدي إلى التفكك والاختلاف بين الأفراد.

- **العامة:** وتعني الجمهور أو الناس ويعد هذا المفهوم تحديد النطاق شمولية العلاقات أي أن العلاقات تشمل هنا كل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس في المجتمع ولذلك تصبح عمليات التفاعل هذه واسعة النطاق معقدة الأبعاد متنوعة الأهداف بتعدد حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساع أهدافهم والتحقيق تفاعل ايجابي يجب استخدام أساليب فنية متطورة تقع في إطار ما يمكن تسميته بتقنيات العلاقات العامة وتعتمد هذه على مهارات العاملين في هذا المجال وقدراتهم على انتقاء التقنيات المناسبة واستخدامها استخداماً مناسباً لذلك جاء التأكيد على أن العلاقات العامة علم وفن حسب فهم أبعاد السلوك الانساني والتحكم بمواقف الآخرين والتأثير في سلوكهم.¹

مفهوم العلاقات العامة:

إن العلاقات العامة تراعي الصالح العام ولهذا يعني أن أنشطة العلاقات العامة يجب أن تعود بالفائدة المتبادلة على المنظمة التي تعمل بها وعلى الجماهير المتعاملة مع المنظمة وحاجات الجمهور ومصالحه أن العلاقات العامة تؤكد على الاتصال في اتجاهين أن المفهوم القديم للعلاقات العامة الذي يدور حول نشر المعلومات في اتجاه

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 37.

واحد لم يعد قائماً. ذلك أن المفهوم المعاصر يؤكد على نشر المعلومات وكذا الحصول على تغذية راجعة من الجمهور في نفس الوقت.¹

ج- اجرائياً:

هي عبارة عن الأنشطة ووسائل الاتصالية المتبعة التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة داخل المؤسسة عن طريق تطبيق مختلف التقنيات الحديثة و المتطورة في المؤسسة من خلال الموقع الالكتروني لكسب تأييد ورضا جماهير.

- المؤسسة:

أ- لغة:

الجمع: مؤسسات، صيغة المؤنث لمفعول أسس. شركة أو كيان قانوني أو أي هيئة أخرى من أمثلة المؤسسات غير الشركات المنظمة العالمية للمواصفات القياسية، أو منتدى إدارة خدمات التكنولوجيا المعلومات. ومصطلح المؤسسة يستخدم أحياناً للإشارة إلى أي كيان لديه بشر وموارد وميزانيات على سبيل المثال مشروع أو وحدة عمل.²

ب- الاصطلاح:

المؤسسة هو مصطلح يطلق على هيئة أو جماعة أو المنظمة اجتماعية في مجال محدد أو عدة مجالات اجتماعية أين تقوم بتنفيذ هذه الخدمات من خلال الجماعات المنظمة والمتعاونة وذلك نظراً لأن المجهود الفرد يكون ضئيلاً بالقياس مع مجهود الهيئات أو الخدمات المنظمة.³

¹ عبد الباري إبراهيم درة، العلاقات العامة (في القرن العشرين: النظرية والممارسة منحى نظامي واستراتيجي)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010م، ص 31-32.

² معجم اللغة العربية المعاصر، الموقع : <https://www.almaany.com> تاريخ الإطلاع.14.04.2022، على الساعة 08:13.

³ طلعت إبراهيم لطفي، إعلام الاجتماع التنظيمي، دار غريب للطباعة، القاهرة، 2007م، ص 39.

أما بالنسبة للمنظمة: هي نظام متكامل هادف ومتفاعل من العلاقات المترابطة مع بعضها البعض تؤثر وتتأثر بالبيئة التي تعمل فيها في إطار مختلف متغيراتها الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والتكنولوجية.¹

أما الشركة هي عقد بمقتضاه يلتزم شخصان أو أكثر على المساهمة في نشاط مشترك بتقديم حصة من عمل أو مال بهدف تقاسم الربح الذي قد ينتج أو يحقق النجاح أو بلوغ هدف ذي منفعة مشتركة كما يتحملوا الخسائر التي قد تنجز عن ذلك.²

هي نشاط اقتصادي ذات طابع صناعي أو تجاري أو خدماتي، فهي هيكل عضوي متكامل مكون من مجموعة عناصر مادية وبشرية تترايط مع بعضها البعض بشكل متكامل لتشكيل هيكل اقتصادي، فالمؤسسة هي نظام متكامل مشكل من مجموعة عناصر ذات تأثير متبادل لاندماجها بعدة عوامل بهدف الإنتاج وتبادل السلع في إطار قانوني.³

ج- اجرائياً:

هي مؤسسة عمومية خدمانية إدارية تتكون من كوادر مادية و بشرية و تسير وفق قوانين تحكمها جهات خاصة هدف منها تكوين صورة جيدة عن الشركة لدى المتلقي .

دراسة حالة لشركة طيران طاسيلي عن طريق معرفة معلومات عنها (تعريفها، نشأتها، هيكل التنظيمي، المهام والأهداف) وجعل الموقع الالكتروني محط اهتمامنا عن طريق طرح العديد من الأسئلة بواسطة مقابلة مع المدير ذات خبرة كافية.

¹ مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة مداخل وعمليات، مطبعة شفيق، بغداد، 1988م، ص 39.

² عبد الرزاق أحمد السنهوري، موسوعة الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الهيئة والشركة، منشورات الحلبي الحقوقية، ط3، لبنان، 1988، ص 219.

³ عبد الوهاب كيالي، الموسوعة السياسية، ط3، المؤسسات العربية للدراسات، ج6، 1990، ص 446.

10- الدراسات السابقة والتعقيب عليها:

إن الدراسات السابقة من الأهمية ما يكفي لكي يهتم بها أي باحث في علم الإعلام، ذلك أنها تساعد في دراسته النظرية بالإضافة إلى نتائجها تساعد في استخلاص النتائج دراسته خلال انجاز هذا البحث عثرت على ثلاث دراسات ترتبط بموضوع الدراسة ولحدثة هذا الموضوع من حيث متغيراتها استطعنا الحصول على دراسات تناولت بعض المتغيرات.

الدراسة الأولى:

- دراسة بلال أونيس والتي جاءت تحت عنوان: المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في مؤسسة الحكومة دراسة مقارنة بين موقعي جامعة بسكرة وجامعة ورقلة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال سنة 2013 في بسكرة.

وتمثلت مشكلة البحث في : ما طبيعة المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في

المؤسسات الحكومية الجامعية نموذج؟

حيث هدفت هذه الدراسة إلى:

- توصيف الانترنت باعتبارها وسيلة اتصال حديثة تستخدمها المؤسسات من أجل الاتصال بجمهورها وذلك من خلال ما تتيحه من خدمات.
- معرفة مكانة مواقع العلاقات العامة الالكترونية في المؤسسات الحكومية منها الجامعية.
- تشخيص السمات والأساليب الأساسية للموقعين والمقارنة بينها.
- استنتاج الخطط الالكترونية المستخدمة في كل من الموقعين المؤدي إلى رسم صورة طيبة عن المؤسسة وذلك من خلال تحديد ما إذا كانت المنظمة تستخدمه بطريقة مدروسة مخططة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى:

- استهداف الموقعين للجمهور الداخلي أكثر منه جمهور آخر مما يعني أن جل المضامين موجهة للجمهور الداخلي للمؤسستين.
- التفاوت في استخدام القوالب والأساليب الاتصالية الالكترونية في كل من الموقعين مما يدل على أن الموقعين لا يعتمد على أسلوب محدد من أجل عرض المضمون.
- تحديد مدى وضوح هدف الموقع يتطلب تحديد مجموعة من المضامين من أجل التعريف أكثر على صراحة هذا الهدف وهذا راجع لتعدد المضامين داخل الموقع.
- نستنتج أن طبيعة المواقع الالكترونية في المؤسسات الحكومية ذات طبيعة تعريفية من خلال تنوع المضامين داخل الموقع.

- الدراسة الثانية:

إيمان حمودة والتي جاءت تحت عنوان: إسهامات الخدمة الالكترونية في تقريب الإدارة من الزبون دراسة حالة خطوط الجوية الجزائرية عنابة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال سنة 2008م في قالمة.

حيث تمثلت مشكلة البحث في: ما مدى مساهمة الخدمة الالكترونية في المديرية

الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية بعنابة في تقريب الإدارة من الزبون؟

حيث هدفت هذه الدراسة إلى:

- التعرف على مفهوم الخدمة الالكترونية وإبراز أهميتها في إدارة المؤسسة.
- توضيح الدور الذي تلعبه الخدمة الالكترونية في تقريب الإدارة من الزبون.
- تحديد مواطن القوة والضعف في ممارسة الخدمة الالكترونية.
- تقديم صورة حول واقع الخدمات الالكترونية في إدارة الوكالة الخطوط الجوية الجزائرية.

حيث توصلت هذه الدراسة:

- توصلت الدراسة الراهنة إلى أن الخدمات الالكترونية لدى الجهوية للخطوط الجوية الجزائرية تمثل آلية هامة في بناء و ترقى الخدمات العامة مما يحقق النزاهة، الرقابة وسرعة الاستجابة في الخدمات المقدمة للزبائن.
- كما توصلت الدراسة الراهنة إلى أن الدورات التكوينية التي تجربها المديرية لفائدة موظفيها نتيجة مصادر متنوعة ومتعددة للتعليم ما يزيد اليقظة المعلوماتية للعاملين وتدريبهم على علمهم لإكسابهم المهارات اللازمة.
- رغم المجهودات التي بذلتها المديرية لتفعيل دور موقعها على الويب وفي دعم وزيادة قربها من زبائنها من خلال اتاحة مكان خاص للاستفسارات والتعرف أكثر على حاجاتهم.

- أما الدراسة الثالثة:

لمريم ساري تحت عنوان الإدارة الالكترونية ودورها في عصرنة الإدارة العمومية في الجزائر لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في شعبة الحقوق في تخصص القانون الإداري وإدارة عامة سنة 2010 في خنشلة.

حيث تمثلت مشكلة هذه الدراسة في: إلى أي مدى نجحت مخططات وآليات

الإدارة الالكترونية في تحقيق عصرنة الإدارة العمومية في الجزائر؟

حيث هدفت هذه الدراسة إلى:

- إبراز الدور الذي لعبته الإدارة الالكترونية في تقريب الشفافية والمساواة ومكافحة البيروقراطية في الإدارة العمومية في الجزائر؟
- تحديد مدى نجاح المخططات والآليات الالكترونية في تجاوز التفسير الإداري التقليدي وتكريس الإدارة الالكترونية فعالية في الجزائر؟

- إبراز العوائق والتحديات التي تنقص من فعالية المشاريع والآليات الالكترونية في تحقيق الإدارة الالكترونية في الجزائر؟

حيث توصلت هذه الدراسة إلى:

- التحول الالكتروني في الإدارات العمومية خاصة في ظل ازدياد المشاكل المرتبطة بعلاقة الإدارة بالمواطن وبالموظفين فتم إرساء العديد من المشاريع والمخططات لتكريس هذا التحول، فكانت بداية التهيئة البيئية الإدارية لتكوين قاعدة صلبة لتطبيق الإدارة، ليتم بعد ذلك اطلاق مشروع الجزائر الالكترونية خالية من المعاملات الورقية. ويعتبر هذا المشروع من أهم المشاريع التي أطلقتها الحكومة الجزائرية لتكريس التحول الالكتروني.

- بالرغم من الأهمية الكبيرة التي لعبتها الخدمات الإدارية الالكترونية في تقريب الإدارة من المواطن تحسين العلاقة بينهما، وكذلك ما حققه من اختصار كبير للوقت والجهد والإجراءات إلا أن هناك العديد من النقائص التي لا زالت تعاني منها، يتمثل أهمها في عدم رقمنة أي قطاع إداري بصورة كاملة إلى حد الآن، فالإدارات العمومية في الجزائر أصبحت تستخدم مزيج من الوسائل في تقديم الخدمات العمومية، فتقدم خدمات عمومية بوسائل تقليدية من جهة، وخدمات عمومية بوسائل الكترونية من جهة أخرى، وهو ما زاد من التعقيد الإداري.

التعليق على الدراسات:

- أوجه الاتفاق:

الدراسة الأولى لبلال أونيس اتفقت دراستنا مع الدراسة السابقة في: اهتمامها بالمواقع الالكترونية للمؤسسات واعتبار هذه المواقع مواقع علاقات العامة، كما اتفقت على نفس عينة البحث وهي عينة قصدية.

أما بالنسبة إلى الدراسة الثانية لـ إيمان حمودة: اتفقت دراستنا مع الدراسة السابقة في خدمات الالكترونية التي تقدمها المؤسسات العمومية الخدمائية. أما بالنسبة إلى عينة الدراسة فقد اعتمدت دراستنا على عينة قصدية واستعملت كلا الدراستين نفس المنهج المتبع.

أما بالنسبة إلى الدراسة الثالثة لمريم ساري اتفقت: دراستنا مع الدراسة السابقة كونها تتحدث عن عصرنة الإدارة العمومية من خلال تطبيق خدمات الالكترونية، كما اتفقت أيضاً على المنهج حيث اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي التي اعتمدنا عليه في دراستنا. واتفقت أيضاً على عنصر في الإطار النظري "الخدمات الالكترونية".

- أما وجه الاختلاف:

الدراسة الأولى: تختلف الدراسة من حيث تحديد منهج البحث حيث اعتمدت الدراسة على منهج وصفي تحليلي والدراسة السابقة على منهج مسحي، أما من حيث المؤسسة فقط ركزت دراستنا على مؤسسة العمومية خدمائية ذات جمهور خارجي أما الدراسة السابقة ركزت على مؤسسة حكومية (الجامعات) ذات جمهور داخلي.

الدراسة الثانية: تختلف دراستنا مع الدراسة السابقة من خلال تحديد جمهور حيث اعتمدت دراستنا على جمهور داخلي والدراسة السابقة على جمهور داخلي وخارجي، أما من حيث أدوات الدراسة فاعتمدنا على المقابلة. أما دراسة السابقة اعتمدت على استمارة الاستبيان و مقابلة و ملاحظة.

الدراسة الثالثة: تختلف دراستنا عن الدراسة السابقة من حيث تحديد المؤسسة حيث اعتمدنا على مؤسسة عمومية واحدة "شركة طيران طاسيلي". أما السابقة فاعتمدت على عدة مؤسسات مركزية واللامركزية .

وجود بعض الاختلاف في الأهداف والأهمية الدراسة.

11- الصعوبات:

لقد واجهتنا في انجاز هذه الدراسة العديد من الصعوبات سواء في الاطاره النظري

أو التطبيقي:

قلة المراجع التي تناولت هذا الموضوع لحدثته.

- الانشغال الدائم لمدير شركة طيران طاسيلي.
- عدم حصولنا على الوثائق اللازمة التي تخص دراسة الموضوع .
- ضيق الوقت المحدد لإنجاز المذكرة.
- بعد المؤسسة من مكان إقامة السكانية .
- قلة الموظفين داخل مؤسسة طيران طاسلي.

الفصل النظري

المبحث الأول: محددات العلاقات العامة.

المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة الحديثة:

يمكن تعريف العلاقات العامة الحديثة كالتالي:

1-تعريف بعض الباحثين الفرنسيين.

2-تعريف بعض الجمعيات والمعاهد الدولية.

3-تعريف بعض الباحثين العرب.

1- تعريف بعض الباحثين الفرنسيين:

تعريف ايفي لي:

يعرف بأنها "مسؤولية كبرى تتطلب دراسة الأحوال السائدة والعمل على الإصلاح وإعلام الناس بذلك، مهمتها مزدوجة تبدأ بدراسة اتجاهات الرأي العام، ونصح المؤسسات بتعبير خططها وتعديل سياستها لخدمة المصلحة العامة ثم إعلام الناس بما نقوم به المؤسسات من أعمال تهمهم وتخدم مصالحهم¹.

تعريف إدوارد بيرنز:

يعرفها بأنها "تلك العملية التي يتم من خلالها تقديم المعلومات الإقناعية للجمهور، بهدف تشكيل أو تعديل الأفعال والاتجاهات الخاصة بالمؤسسة عن طريق التأثير الإقناعي والاتصال بالجمهور الداخلي وخارجي².

¹ جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، الميسرة للنشر والتوزيع، 1998م، ص 22.

² شدون علي شيبه، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، قسم علم الاجتماع، القاهرة، جامعة الإسكندرية، 2005 ، ص23.

تعريف كانفيلد ومور:

يعرفان العلاقات العامة أنها "الفلسفة الاجتماعية للإدارة التي تعبر عنها من خلال أنشطتها، وسياساتها المعلنة للجمهور، وكسب ثقته وتفاهمه وذلك باستخدام الاتصال ذي الاتجاهيين بين الطرفين".¹

2- تعاريف بعض الجمعيات والمعاهد:

جمعية العلاقات العامة الأمريكية:

عرفت الجمعيات العامة بأنها "نشاط أو صناعة أو هيئة أو اتحاد أو حكومة أو مؤسسة أو أي مؤسسة أخرى في بناء وتدعيم علاقات سليمة منتجة بينها وبين فئة من الجمهور كالعلماء والموظفين أو المساهمين أو الجمهور بوجه عام لكي تطور من سياستها حسب الظروف المحيطة بها، وشرح هذه السياسة للمجتمع".²

معهد العلاقات العامة:

عرفها كما يلي "هي الجهود الإدارية المخططات والمرسومة والمستثمرة لتنظيم العمل من قبل المنشأة والتي تهدف إلى إقامة وتدعيم تفاهم المتبادل بين المنشأة و جماهيرها حتى يتسنى تكيف المنشأة في المجتمع الذي توجد فيه".³

3- تعاريف بعض الباحثين العرب:

تعريف علي عجوة: عرفها بأنها "الجهود المخططة التي يقوم بها الفرد أو المؤسسة أو الدولة لكسب ثقة الجمهور وتحقيق التفاهم المتبادل من خلال الاتصالات المستمرة

¹ جميل أحمد خضر، المرجع السابق، ص 24.

² محمد خير الدين حسين، العلاقات العامة المبادئ والتطبيق، القاهرة، (د، ن)، (د، ت)، ص 20.

³ محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، مصر، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، 1999، ص 117.

الفصل النظري

والسياسيات والأفعال المرغوبة لتلبية احتياجات الجمهور في إطار ما هو ممكن ومشروع".¹

تعريف ياس خضير والآخرين: هي نشاط منهجي مخطط لإدارة سلوك الجمهور والمؤسسة معاً باستخدام العلوم والفنون والمهارات في بناء علاقة نموذجية في اتجاهين بهدف كسب الجمهور وتأييدهم للنشاطات المختلفة باستخدام علم الإقناع في الوسائل الاتصالية التقليدية والإلكترونية بما يتناسب مع القوانين والخصوصيات المجتمع وفلسفته وأخلاقياته، ورغبات الجمهور وحاجاته الاجتماعية والسيكولوجية ومصالح المؤسسة وتطلعاته".²

المطلب الثاني: نبذة تاريخية عن العلاقات العامة الحديثة:

فقد كان الظهور الأول لها في محاضرة ألقاها الدكتور "رومان إيثنون" في معهد بال بعنوان العلاقات العامة وواجبات المهنة القانونية.³

وقد ظهر الإصلاح عام 1904 وكذلك عام 1913 في المحاضرات التي ألقاها مدير والشركات والسكك الحديدية في "بالم تور" حول السكك الحديدية ومشكلات العلاقات العامة التي تتصل بها، إذ تعتبر الولايات المتحدة الأمريكية أهم بلد ساهم في تطوير العلاقات العامة الخاصة داخل المؤسسات الصناعية التجارية إذ كانت هناك تطورات كبيرة في الميدان الصناعي، يسيطر فيها رجال الأعمال على جميع الثروات كأشجار الغابات والنفط والمعادن، كما تحكّموا في العمال وعاملوهم معاملة سيئة، وكانوا يتلاعبون بالسندات، ويصدرون بالمال تشريعات لمصالحهم الخاصة. وكانوا يرون أن أعمالهم وأساليبهم هي من شأنهم وحدهم ويتمثل موقفهم في أذهان الجماهير في تلك العبارة التي

¹ عماد الدين تاج السر فقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية الناشر والموزعون، عمان، 2013م، ص 22.

² نفس المرجع، ص 23.

³ حسن الحسين، التفاوض والعلاقات العامة، بيروت، 1993م، ص 157.

الفصل النظري

قالها "بيلت" "سحقاً للجماهير" وعندما تعرضت المؤسسات لسخط الرأي العام في الصحف والمجلات، واضطر رجال الأعمال لاستخدام صحفيين محترفين لشرح وجهة نظرهم وإيصالها إلى الجماهير غير أن أغلب الصحفيين عجزوا عن تغيير المواقف عدا شخص واحد يدعى "إيفي لي" إذ أنه وجد الحل لهذه المشكلة، وهو يقتضي تبني الهدف لا الدعاية الكاذبة، وكذلك الاتجاه إلى الجمهور بنزعة إنسانية و من اقواله المشهورة التي قالها أنا بصدد تحويل الدولارات والسندات والأسهم إلى لغة إنسانية، وقد نشر "إيفي لي" صفحة كاملة من الإعلان مبيناً فيه موقف المؤسسة من العمال، ووجهة نظرها في الاضطرابات التي نشبت.¹

لقد أنشئ بعدها أول مكتب استشاري للعلاقات العامة عام 1916، إلى أنها لم تبرز بشكل جيد إلا بعد عام 1929، وهو عام حدوث الأزمة الاقتصادية العالمية وما خلفته من مشاكل، إذ أسفرت عن عدد كبير من العاطلين عن العمل، إغلاق المصانع لأن أغلبها أفلس، هذا ما تطلب تدخلاً من طرف الدولة على نطاق واسع، إذ قامت العلاقات العامة بدور ايجابي وفعال في ذلك.

أما بعد الحرب العالمية الثانية، فقد خصصت الدول المتحاربة الميزانيات الضخمة، وجندت الكفاءات الممتازة لأغراض العلاقات العامة، مما أدى إلى تقدم أساليبها وتدعيمها كعلم وفن ونشاط،² عام 1949 أصبح لدى أربعة آلاف مؤسسة أقساماً خاصة، وبرامج للعلاقات العامة، إضافة إلى خمسمائة مؤسسة علاقات عامة تجارية، ووفقاً لما صرح به أحد نواب رئيس مؤسسة "كارل بوير" أنه قد بلغ عدد العاملين سنة 1959 في كافة مجالات العلاقات العامة في أمريكا حوالي مائة ألف شخص.³

¹ أحمد سيد أحمد غريب، العلاقات العامة في الاتصال المعاصر، القاهرة، 1981م، ص 38.

² فخري حاسم سلمان وآخرون، العلاقات العامة، كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة بغداد، 1981م، ص 40.

³ أحمد سيد أحمد غريب، المرجع السابق، ص 40.

الفصل النظري

كما بدأت العلاقات العامة في الدول الأوروبية تنمو، إذا أسس عام 1950 أول ناد، انظم إليه اختصاصيون وخبراء العلاقات العامة سمي ببيت الزجاج ، وفي عام 1952 أسست الجمعية المهنية للعلاقات العامة وفي عام 1958، عقد مؤتمر عالمي حول العلاقات العامة في العاصمة "البلجيكية بروكسل" وتألقت لجنة أوروبية للعلاقات العامة.¹

ثم بدأ نشاط العلاقات العامة ينتقل إلى الدول العربية، إذ كانت مصر هي أول من عرفت هذا النشاط إذ أنشئ عام 1953 في وزارة الإرشاد القومي قسم للعلاقات العامة ثم انتقلت بعد ذلك إلى كل من العراق وقطر، وسوريا إلى غاية أن أصبحت توجد في أغلب البلدان العربية لكن هذا لا يعني أنه ليس هناك دول قاصرة في هذا المجال، إذ أن هناك بلدان لم تتجاوز هذه المرحلة، بل غير متمكنة من هضم دور العلاقات العامة.²

المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة الحديثة:

إن وظيفة العلاقات العامة لم تلق الاهتمام الكافي إلا في النصف الثاني من القرن الماضي، فقبل ذلك كانت تمارس على أساس المهارة، وعلى أساس أنها فن يؤثر في الجماهير، أما بعد الحرب العالمية الثانية فقد تطورت إلى مهنة حديثة ووظيفة إدارية يقوم بها متخصصون في ذلك المجال ومن أهم وظائف وأنشطة العلاقات العامة ما يلي:³

1- **وظيفة البحث:** ويقصد بها كافة الدراسات المتعلقة بقياس اتجاهات الرأي العام بين الجماهير الداخلية والخارجية، وتحري الحقائق وجمع المعلومات الخاصة بذلك، ومن ثمة القيام بتقدير مدى نجاح الحملات والبرامج الإعلامية وسائل المختلفة، وهذا على أساس علمية وإحصائية دقيقة.⁴

¹ حسن الحسين، المرجع السابق، ص 158.

² عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، جامعة بيروت، 2000م، ص 349.

³ محمد سعيد عبد الفتاح ومحمد فريد ، الإدارة العامة، المبادئ والتطبيق، الإسكندرية، 2003م، ص 12.

⁴ إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة، المكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1975م، ص 61.

الفصل النظري

2- **وظيفة التخطيط:** تعني وضع التصورات المستقبلية حول الأهداف التي تنشدها المؤسسة وحول الجماهير التي تستهدفها، ثم رسم سياسة العلاقات العامة للمؤسسة على ضوء ذلك، من تصميم البرامج الإعلامية وتوزيع الاختصاصات وتحديد الميزانية اللازمة للاتفاق على نشاطات العلاقات العامة، وتوزيعها على الأنشطة المختلفة بناءً على التصورات السابقة أو الخطة التي وضعها.¹

3- **وظيفة الاتصال:** وهي عملية الاتصال بالمسؤولين في الداخل وكذلك بالهيئات والأفراد في الخارج، فيقوم الخبراء بالاتصال بالمدراء ورؤساء الأقسام وكبار الموظفين، فيقدمون لهم المعلومات والأخبار والنصائح المتعلقة بالعلاقات العامة وتعمل هذه المعلومات وعملية نقلها على التأثير في سمعة المؤسسة وصورتها الذهنية لدى الجماهير.²

4- **وظيفة الإدارة:** بمعنى القيام لتقديم الخدمات لسائر الإدارات ومساعدتها على أداء مهامها، خاصة تجاه الجمهور الداخلي والخارجي، كما تعمل أيضاً على التنسيق بين الإدارة المختلفة لتحقيق التفاهم بينها كذلك تعمل العلاقات العامة دور حلقة الوصل بين الشخصيات المختلفة في الترتيب الوظيفي وبين المستويات المختلفة من الهيكل التنظيمي.³

5- **وظيفة التقويم:** ويقصد بهذه الوظيفة قياس النتائج الفعلية المحققة والمحصل عليها من خلال تطبيق البرامج الموضوعية للعلاقات العامة، وتحديد الانحرافات وتحديد فعالية البرنامج وتحقيق الأهداف المنشودة.

¹ جودت محمد الناصر، الدعاية والإعلام والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، 1988م، ص 206.

² إبراهيم إمام، المرجع السابق، ص 63.

³ حسين عبد الحميد رشوان، العلاقات العامة و الإعلام من منظور علو الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث،

مصر، 1997، ص 149.

الفصل النظري

بمعنى قياس النتائج الفعلية لبرامج الفعلية لبرامج العلاقات العامة وتعديلها بما يتماشى مع خدمة المصالح وتحقيق الأهداف المسطرة.¹

بينما هنالك من الباحثين من يرى أن وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة، تحدد من خلال ثلاثة محاور هي:

الوظائف أو الخدمات المقدمة إلى الجمهور بشكل عام:

- التعريف بالمنظمة من خلال وسائل الإعلام المختلفة، والمناسبة لمنتجات هذه المنظمة وسياستها وأهدافها وكل ما يطرأ عليها من تغيير، بلغة بسيطة وسهلة الفهم.
- التأكد من صحة المعلومات التي تنتقل إلى الجمهور، وتعمل على تصحيحها وتدارك المواقف الخاطئة، عن طريق تقويمها استناداً إلى البيانات الدقيقة، والكفيلة بإعادة الجمهور إلى الصواب.
- تأمين جو من التفاهم والثقة المتبادلة بين المنظمة وجمهورها من جهة، وبين المنظمة وأفرادها من جهة أخرى.²

الوظائف التي تقدمها للمنظمة ككل:

- تزويد المنظمة بالمعلومات حول الرأي العام، والتطورات المتوقعة حصولها مستقبلاً.
- العمل بكافة السبل والوسائل بين فئات الجمهور المختلفة، من أجل جعل سياسات وأهداف وخدمات هذه المؤسسة تتلقى رواجها لدى هذه الفئات.
- التصدي لأي هجوم على المؤسسة، بتنفيذ الدعايات والأكاذيب والمعلومات الخاطئة عنها، عن طريق نشر الحقائق التي من شأنها إعادة الثقة للجمهور.³

¹ جودت محمد الناصر، المرجع السابق، ص 209.

² نفس المرجع، ص 209-210.

³ جودت محمد الناصر، المرجع السابق، ص 210.

الفصل النظري

الوظائف التي تقدمها للإدارة بشكل خاص:

- القيام بجمع ودراسة المعلومات المتعلقة بالإدارة العليا للمؤسسة، وردود أفعال الفئات الجماهيرية حول سياستها وتسييرها للمنظمة.
- المساعدة في تأمين الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة، ومن ثمة خلق تنسيق وتفاهم فيما بينها من جهة، وبين الجمهور الداخلي من جهة أخرى.
- قيامها بدور المستشار الشخصي لأعضاء مجلس الإدارة، ولجمع المدراء في الأقسام المختلفة من اعتمادهم عن اصدار قراراتهم وتعديل سياساتهم، على النصح المقدم لهم من طرف مختصي العلاقات العامة.¹

المطلب الرابع: أهمية العلاقات العامة الحديثة:

تتميز الخدمة عن السلعة بأنها منتجات غير ملموسة، غير قابلة للنقل والتخزين، ويتم شرائها واستهلاكها في نفس الوقت، كل هذه الصفات تجعل من السهل الاستغناء عن الخدمة أو استبدالها بخدمات تنتجها منظمات أخرى، فإذا ما أهملت شركة طيران مثلاً الاهتمام بعملائها وعجزت عن تقديم الخدمات على الوجه المرضي أو عدم قيام طائراتها بالإقلاع في مواعيدها المحددة، فلا شك أن المسافرين سوف يتوجهون نحو شركات الطيران الأخرى، التي تقدم أحسن الخدمات بنفس التكلفة، من هذا يتضح أهمية العلاقات العامة في المنظمات الخدمية، والتي تقوم ببذل الجهود بل وربما أقل إقامة علاقات جيدة وتكوين سمعة طيبة أمام جماهير المنظمة المتصلة بها لجذب ودعم تعاملها المستمر مع هذه المنظمات الخدمية.²

¹ جودت محمد الناصر، المرجع السابق، ص210، 211.

² بوكعبان محمد عبدالفتاح، دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية، جامعة د.مولاي طاهر سعيدة، 2015، 2016، ص 55.

الفصل النظري

فالعلاقات العامة أصبحت حتمية فرضتها مجموعة أسباب عملت من جهة على تطوير العلاقات العامة ومن جهة أخرى دفعت إلى تبنيتها لتواصل سواء بال جماهير الداخلية أو الخارجية.

ويمكن تلخيص هذه الأسباب في:

- الحاجة بالاتصال بالجماعات المحلية والمؤسسات الصغيرة والمتوسطة والجماعات الجماهيرية وشبه الجماهيرية.

- تطوير الحياة الاقتصادية للمؤسسات: الخصوصية، الدخول في البورصة، النمو، الاندماجات والاتحادات.

- لكن ماذا سوف يحصل إذا لم يستعمل العلاقات العامة؟

وقد أجاب كلير أوستن عن هذا السؤال بقوله: مهما كنت جيداً إذا امتنعت عن التواصل مع جمهورك لن تتمكن من نقل رسالتك وستحضر أمام منافسيك الذين يستعملون العلاقات العامة ليضمنوا اتصالاً فعالاً فكل المؤسسات يمكنها أن تستفيد من العلاقات العامة ومن المستحيل التنازل عن صورة عامة فإذا امتنعت عن السيطرة عن المعلومات التي بين الناس وآرائهم عليها سترتكز نظرتهم إليك على ما يسمعونه من المصادر الأخرى.

بمعنى عام: تسهم العلاقات العامة في تنفيذ العمل بنجاح أكبر على كافة

المستويات.¹

والآن أصبحت وظيفة من وظائف الإدارة التي كانت فيما مضى تقتصر على

التنظيم و تحديد المسؤولية و الإشراف.²

¹ بوكعبان محمد عبدالفتاح، المرجع السابق، ص56.

² عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامى، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الاردن، عمان، 2009، ص46.

الفصل النظري

المبحث الثاني: الأسس البنائية للعلاقات العامة الإلكترونية.

المطلب الأول: تعريف العلاقات العامة الإلكترونية.

عرفت جمعية العلاقات العامة الدولية والمعهد البريطاني للعلاقات العامة الإلكترونية على أنها توظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديث، وقنوات الإعلام الإلكتروني، لتنفيذ أنشطتها وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور، أو المجتمع. وأضيف إلى هذا المفهوم أهمية التعامل مع تطبيقات متقدمة كإنترنت الأشياء، والذكاء الاصطناعي، والتعلم الآلي في الاتصالات التي أسهمت في مساعدة الفرق ليس فقط على تتبع قياس الأداء الحملات الإعلامية، وأنها كان لها دور مهم في إدارة الاستراتيجيات الاتصالية لأزمات العملاء الإعلامية.¹

كما عرف أيضاً الدكتور ماهر عودة الشمايلة على أنها:

هي عملية الاتصال من خلال الوسائل وتوزيع المواد كالمنشورات والمقالات بالشكل الإلكتروني بالاستفادة من أدوات وقواعد الإنترنت والانتاج التكنولوجي الحديث.²

المطلب الثاني: ظهور العلاقات العامة الإلكترونية.

1-تزايد أهمية شبكة الانترنت سواء في خصائصها الفنية كوسيلة اتصال أو في عدد مستخدميها أو تزايد عدد المواقع التي وصلت إلى 200 مليون موقع وصفحة ويب على محركات البحث المختلفة عام 1997 كما تجاوز عدد مستخدميها في 2016، ولهذا كان من الضروري للعلاقات العامة أن تتطور وأن تتجه لاستغلال الانترنت كوسيلة للوصول للناس وتلبية احتياجات عملائها.

2-انتشار الهواتف الذكية وأجهزة الكمبيوتر المحمولة التي أصبح عدد ضعف عدد سكان الأرض رغم محدودية استخدام العلاقات العامة الرقمية في البلاد العربية إلا أن بعض

¹ إسماعيل محمد عامر، العلاقات العامة والتطور الرقمي، 2021، ص 107.

² ماهر عودة الشمايلة وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2014م، ص 146.

الفصل النظري

المبادرات الحديثة جاءت لنشر مفهومها، ومن أبرز هذه المبادرات تلك التي قامت بها شركة SPRK للعلاقات العامة والتي تعد من أولى الشركات التي تهتم بالعلاقات العامة الالكترونية في مصر، حيث قامت بعمل مجلة الكترونية تشرح العلاقات العامة بالعربي - بالعربي. PR وتصب تركيزها على مفهوم العلاقات العامة الالكترونية وكل ما يخصها، هذا بالإضافة لإطلاقهم لحملة **اضغط علاقات عامة clicxPR** - التي تسعى لتسهيل عملية الحصول على الخدمات العلاقات العامة الالكترونية، فكل ما عليك هو أن تسجل ما تريد لتحصل على خدمات العلاقات العامة التي تريد.¹

المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة الالكترونية.

تعمل العلاقات العامة الالكترونية أو الرقمية على تنبيه الناس بوجود المؤسسة أو الشخص في حياة الأعمال، ولكنها تستهدف وتأثر على الجمهور ذو التواجد الالكتروني الكبير، فهي تسعى لجعل المعلومات عنهم متاحة وتسهل الوصول للمؤسسة أو الشخص، كما أنها تسعى لتصدير الصورة الايجابية عنهم وتعمل كمزيل لأي شوائب قد تمس صورتهم، هذا لتحمي المؤسسة أو الشخص ككيان وتوفر لهم التقبل المناسب عند جمهورهم المستهدف ليحققوا النتائج المرجوة، كما أنها ستنتشر الصورة الايجابية عن الشركة ليرغب كلا من المستثمرين والأفراد في أن يكونوا جزء منها. فتهدف العلاقات العامة لتحسين الصورة وحماية المؤسسة في الأزمات، وخلق الوعي العام عن المؤسسة وما تقدمه، كما أنها حلقة الوصل بين المؤسسة والجمهور والمؤسسات الأخرى، وتعمل على أن تبني تنمي مصداقية الشركة عند جمهورها.²

¹ إسماعيل محمد عامر، المرجع السابق، ص 108.

² آية الراسخ، العلاقات العامة الالكترونية ، أكاديمية كينج المربوط الإسكندرية، ص4.

الفصل النظري

حيث تشتمل أهدافها على استهداف وسائل الإعلام الإلكتروني المؤثرة، والتأثير على الجمهور المستهدف من خلال أماكن تواجدهم مثل: المدونات، والمنتديات والمجلات الإلكترونية، والمواقع الإخبارية، ومواقع التواصل الاجتماعي، وأماكن المناقشات. وكذلك مراقبة وإدارة وحماية سمعة المؤسسة حيث تدير وجودها عبر منصات التواصل وتجعل التركيز على صورة الهوية التي ترغب الشركة أو المؤسسة أو الفرد في تنصيبها، كما تقرب الشركة من الجمهور المستهدف بمعنى أنها تقرب هذا الكيان من الناس وتبعده عن جموده الرسمي، كما أنها مختصة بنقل أخبار المؤسسة للعالم، وتجعلها سهلة الوصول إليها.¹

المطلب الرابع: دور المواقع الإلكترونية في عمل العلاقات العامة الإلكترونية.

تتجه استخدامات العلاقات العامة للأنترنت حيث يمكن تحديد أهم هذه الاستخدامات في العناصر التالية:

التواصل مع فئات متنوعة من الجمهور مثل حملة الأسهم أو الموردين أو الموزعين، وإدارة سمعة المؤسسة، التعامل مع الأزمات، متابعة ما نشر عن المنظمة وما تداوله بين جماعات المنافسة من خلال المواقع، تدعيم العلاقة مع المجتمع وعرضه لأنشطة المسؤولية الاجتماعية التي تقوم بها المنظمة وتساهم المواقع الإلكترونية في المؤسسات في بناء سمعة جيدة عنها، وذلك من خلال عرض خصائص المنتجات والخدمات والحديث عن كفاءة العاملين ومهاراتهم وإنجازاتهم والحديث عن نمو الأعمال والإنجازات وزيادة حجم السوق وكسب ولاء حملة الأسهم. فسمعة المؤسسة تتكون من ثقة العملاء ومعايير العدل والشفافية مع الجمهور وقدراته على التطوير والابتكار وعلاقة المؤسسة بشركاتها.

¹ نفس المرجع، ص 5.

الفصل النظري

فالجمهور يريد إدراك معايير مثل الجودة والقيمة ومسؤولية المؤسسة تجاه عملائها، كما سمحت للفئات المهتمة بعمل المؤسسة بالمشاركة والتعبير، وبالتالي ساعدة هذه الوسيلة الحديثة على جعل المؤسسة أكثر قرباً من العملاء وغيرهم من فئات الجمهور، كما سمحت للفئات المهتمة بعمل المؤسسة بالمشاركة والتعبير، وبالتالي تستطيع المؤسسات من خلال مواقعها الالكترونية والوظائف التي تؤديها العلاقات العامة من خلال هذه المواقع كسب اهتمام الجمهور بأنشطتها وتكوين صورة ذهنية ايجابية عنها وتدعيم الولاء لعلامتها التجارية، وهو ما يتطلب تحديد اهتمامات كل فئة من فئات الجمهور حتى يمكن تقديم الرسائل الملائمة والملبية لهذه الاهتمامات.

وتساهم المواقع الالكترونية للمؤسسات في تثبيت عدة مفاهيم مرتبطة بها تتعلق هذه المفاهيم بما يلي:

- شخصية المؤسسة وتعلق بالثقافة التنظيمية المهنية لكل إدارات المؤسسة وتعاملات العاملين بها بعضهم مع بعض (من نحن؟).
- سمعة المؤسسة، وتعلق بانطباعات الثابتة لدى الأفراد، الجماعات أو الرأي العام (ما الصفات المنسوبة للمنظمة؟).
- الصورة الذهنية للمؤسسة، وتعلق بالمدرجات العقلية الحالية عن المؤسسة لدى الأفراد والجماعات أو الرأي العام.¹

تعمل العلاقات العامة على إبراز ثقافة المؤسسة والتعبير عنها وعرض الجوانب الإنسانية والاجتماعية المصاحبة لعمل المؤسسة ودور العاملين في تطوير الأداء والعمل بها يحقق صالح العملاء، والقيم التي يعملون من خلالها وإبراز شعار المؤسسة ودلالاته وعلاقته بمهمة المؤسسة ورؤيتها، كما يتم توظيف المواقع الالكترونية لتحقيق أهداف ترتبط بعملية الاتصال التسويقي وذلك من خلال تهيئة السوق لقبول السلعة أو الخدمة

¹ أحمد فاروق رضوان ، دراسات في العلاقات العامة و الإعلان ، دار العربي، القاهرة، 2010، ص24.

الفصل النظري

وعرض لمميزات السلع والخدمات، وتقديم أسباب المستهلك تدفعه للحصول على السلعة وعرض لفوائدها وتأثيرها الايجاب عليه، ويرتبط بذلك عرض للجانب الإنساني والاجتماعي للمنظمة من خلال برامج المسؤولية الاجتماعية ومشاركتها في برامج الدعوة والتنمية والرعاية الإنسانية وينعكس ذلك في النهاية على الوضع المالي للمنظمة مما يجذب إليها مزيداً من العملاء وكذلك مزيداً من فرص الاستثمار الجديدة، وبالتالي تتحدد أغراض الاتصال التي تقوم به المنظمة باستخدام الانترنت في الاتصال المؤسسي، الاتصال التسويقي، والاتصال التجاري، كما تتيح الانترنت مجموعة من مزايا للعلاقات العامة تتحد في:

- تتيح الانترنت تقديم روابط الكترونية بالعلاقات العامة داخل المنظمة والتواصل معها.
- كما أنها تمكن العلاقات العامة من تقديم حقائق عن المنظمة والتعريف بها، وتقديم معلومات إدارية أو مالية أو تنظيمية عنها.
- وتتيح الانترنت أيضاً للعلاقات العامة انشاء مواقع الكترونية تمثل وسيلة اتصال بالجمهور والمجتمع وتتيح أيضاً إمكانية التراسل الالكتروني من خلال البريد الالكتروني إضافة إلى إمكانية إصدار المطبوعات الالكترونية والنشرات وإنشاء مجموعات للمناقشة عبر الموقع وتكوين قوائم اتصال بيانات الأفراد والمؤسسات لتسهيل عملية الاتصال بهم.¹

وتقوم العلاقات العامة بتحليل مضمون للمواقع أو رسائل البريد الالكتروني أو المطبوعات والنشرات الصادرة على المواقع المختلفة وذلك بهدف التعرف اتجاهات السوق أو الرأي العام والإعلام والعملاء تجاه المنظمة سياستها ومنتجاتها، ففي دراسة Salem and pegets (1998) لتحليل 125 موقعاً لمنظمات مختلفة وجداً أن السعر وقيمة

¹ أحمد فاروق رضوان، المرجع السابق، ص 24-26.

الفصل النظري

المنتج من أهم العناصر التي تحدث عنها الموقع، وفي الدراسة Palmer and Gaiffih (1998) لتحليل 250 موقعاً وجداً أن معظم هذه المواقع تهتم بتدعيم أساليب الاتصال مع الجمهور فالمتابعة التي تقوم بها العلاقات العامة لما ينشر على الانترنت تهدف إلى التعرف على اتجاهات وآراء الجمهور واكتشاف المضامين المضادة لسياسات المنظمة والتي يمكن أن تتضمن هجوماً على الإدارة وأعمالها أو هجوماً على المنتجات، وتهدف المتابعة أيضاً إلى مراقبة رسائل البريد الإلكتروني وتحليلها للتعرف على ما يحتويه مضمونها.¹

المطلب الخامس: معوقات العلاقات العامة الإلكترونية.

1. الكثافة الهائلة في معلومات المؤسسة والصعوبة في الإطلاع عليها كاملة.
2. التضارب في المعلومات.
3. انعدام الثقة والأمانة التي قد تبدر من بعض المؤسسات.
4. الحقائق المغلوطة التي تقدم من بعض المؤسسات.
5. تنامي الشائعات أحياناً.
6. عدم التحسب لعواقب التفاعل العالمي أحياناً من قبل المؤسسات.
7. انكشاف الحقائق والمعلومات أمام الجمهور وصعوبة التستر عليها لكون الانترنت فضاءً أو نظام اتصالي مفتوح.²

¹ أحمد فاروق رضوان، المرجع السابق، ص 26-27.

² باقي موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016م، ص 43.

المبحث الثالث: الخدمة الالكترونية داخل المؤسسة العمومية بشركة طاسيلي أدرار.

المطلب الأول: تعريف الخدمة الالكترونية.

هي تلك الخدمات التي تقدم من خلال الاتصال الالكتروني بين مقدم الخدمة و المستفيد

منها ،و تعرف أيضا:بأنها إجراء الكثير من المعاملات كليا أو جزئيا عبر الأنترنت.¹

وعرفتفا **فاطمة السايح** على أنها:كل تلك الخدمات التي يمكن تقديمها إلكترونيا

،وهي كذلك ذلك الفعل أو الأداء الذي يخلف قيمة و يوفر فوائد للعملاء من خلال العملية

التي يتم تخزينها على شكل خوارزم و تنفذ عادة من قبل البرامج الشبكية .²

المطلب الثاني: الدوافع التي أدت إلى بروز الخدمات الالكترونية.

أصبح من الضروري على المؤسسات اليوم أن تعي بشكل جيد أهمية التغيير

والتطوير ومواكبة التقدم العلمي لصفة عامة والتقدم التقني بصفة خاصة، إذا أرادت مجرد

الاستمرار والبقاء، أما إذا رغبت في التميز والتطور فإن الأمر لا يحتاج إلى مجرد مواكبة

التقدم ومتابعة جديدة فقط بل تحتاج أن تكون هذه المنظمات سباقة لاكتشاف ومعرفة

الجديد من خلال تشجيع التطور والابتكار وطرح الأفكار الجديدة بين العاملين.

إن أهم دوافع تجول الإدارات في تعاملاتها من الشكل التقليدي إلى الشكل

الالكتروني بما في ذلك الخدمات التي تقدمها راجع إلى:

1-**الدوافع الخارجية:** وهي المتمثلة في بيئة المنظمة الخارجية ومن أهم هذه الدوافع ما

يلي:

¹ نورة بنت ناصر الهزاني ، الخدمات الالكترونية في الأجهزة الحكومية ،مكتبة الملك فهد الوطنية،الرياض، 2007، ص 47 .

² فاطمة سايح ،الإدارة الالكترونية كآلية لتطوير الخدمة العمومية المحلية مع الإشارة إلى حالة الجزائر،مجلة نماء الاقتصاد والتجارة ،غليزان ،العدد4،2018،ص71.

الفصل النظري

أ. **الدوافع الزبائن:** والتي منها زيادة معدل استخدام الانترنت واستمرار أنشطة المجتمع على مدار النهار والليل طوال أيام الأسبوع، وتطور حاجات ورغبات جمهور المستفيد والزبائن.

ب. **دوافع تكنولوجية:** أن التطور التكنولوجي والتقني خصوصاً في مجال الحاسب ونظم المعلومات والاتصال عن بعد حيث التطورات التي حصلت في هذا المجال ساهمت بشكل كبير في جعل المؤسسات تفكر في التحويل الإلكتروني لخدماتها ولمصادر المعلومات التي تمتلكها.

ج. دوافع المنافسة:

ظهور الكثير من المؤسسات الخاصة والعامة التي تقدم خدمات الكترونية متطورة ولدت الحاجة لديهم في تحقيق الميزة التنافسية في السوق حفاظاً على استمراريتها.

2- الدوافع الداخلية: وتتمثل في:

أ. **دوافع إدارية:** والتي منها الحاجة إلى كسر الروتين اليومي وانعزال الأقسام والإدارات عن بعضها والحاجة إلى تكامل جميع المصادر المعلومات وجعلها أكثر فعالية، والحاجة إلى تسليط الإجراءات والعمليات المعقدة والفاعلية في اتخاذ القرار وقياس الأداء.

ب. دوافع مالية:

الحاجة إلى تقليل التكاليف التشغيلية وزيادة المبيعات.¹

فقد أصبحت الاستعانة بالتكنولوجية المعلومات والاتصالات هو السمة الأساسية المميزة للحصر الذي تعيش فيه ومع نموها المتزايد فقد نجحت في التأثير على كافة الجوانب الخاصة بالفرد ومع الاستعانة بها في مجال العمل بدأ التفاعل مع الأفراد

¹ ايمان حمودة وحنان سقني، الاتهامات الخدمة الالكترونية في تقريب الإدارة من الزبون، منكرة لنيل شهادة الماستر جامعة قالم، عناية، 2019، ص 50.

الفصل النظري

والمؤسسات ينحني منحني جديد ويخلق تطورات جديدة في مجال مستوى الخدمات ومدى

نجاحها في الارتقاء بالتوقعات الخاصة بالفرد وبالإضافة إلى دوافع أخرى نذكر منها:

- إدراك أهمية المعلومات والخدمات الالكترونية وضرورة توافرها للمستخدمين والتعامل معها والاستفادة منها.

- الانترنت وإمكانياتها الهائلة والخدمات التي تقدمها، حيث أضافت الانترنت رافداً آخر من روافد تقديم الخدمات وظهور الكثير من المواقع التي تنتج كماً هائلاً من المعلومات والخدمات.

- ظهور مجموعة من التحديات التي تواجه المؤسسات، حيث الزيادة الكثيرة في عدد المستخدمين وتنامي الطلب على الخدمات وقلة وجود الموظفين المؤهلين أدى ذلك كله إلى ظهور مجموعة من التحديات أمام الإدارات المؤسسات، وجب عليها التعامل معها والسعي لإيجاد حلول لها وقد يكون في ظهور التجارب والمشاريع والخدمات الالكترونية حل لها.

من أجل تمكين المواطنين من الحصول على الخدمات الالكترونية من خلال بوابة خاصة بكل مؤسسة من المؤسسات طالما توافرت الوسائل الخاصة بالدخول للانترنت .

المطلب الثالث: أنواع الخدمات الالكترونية.

أولاً: الخدمة الالكترونية الحديثة.¹

وهي خدمات ظهرت نتيجة للتطور التقني وتطور الاتصالات ويمكن تناولها فيما

يلي:

أ- **خدمة موقع المؤسسة:** تعتبر المواقع الالكترونية من بين الوسائل ذات الاستخدام

الواسع في حياة اليوم، فهي تتميز بقدرتها على الاتصال بكافة شرائح المجتمع اينما

كانوا هذا ما جعلها تنصدر كل وسائل الاتصال الجماهيرية، فالموقع قد يحوي على

¹ ايمان حمودة وحنان سقني، المرجع السابق، ص 50.

الفصل النظري

مجموعة من الصفحات المترابطة مع بعضها البعض، ومن ضمنها صفحة رئيسية تشكل واجهة الموقع وتربط المواقع ببعضها بروابط الكترونية Links وتعتمد على لغات خاصة بالإنترنت.¹

حيث تعتمد الإدارة في عرض مختلف خدماتها للجمهور على المواقع الالكترونية كحد فاصل بين مدى توافر الشبكات الالكترونية وعناصر ربطها بشبكات الأنترنت، ويحتوي الموقع على بيانات محملة من خلاله عن المؤسسة والعاملين والأهداف وكذا خدماتها وأنشطتها العلمية والثقافية والاجتماعية بصورة مفصلة إضافة إلى سبل الاتصال بين الإدارة والعملاء.

ويتضح مما سبق أن هذه الخدمة تعد خدمة رئيسية باعتبارها حاضنة لبقية الخدمات المقدمة من خلال المؤسسة على الشبكة.

ب- خدمة النقاش الإلكتروني:

كان للتواجد القوي للأنترنت دور بارز في ظهور مجتمعات تفاعلية واجتماعية جديدة، لم يشهد التاريخ لها مثيلاً من قبل، فقد أمكن لخدمة الأنترنت بقدراتها غير إلزامية الوصول إلى المجتمعات متفرقة ومنعزلة، وأن تصبح أداة قوية للتبادل الفكري والحضاري عالي الكثافة والمشاركة، تتعدى الحدود الوطنية ومن هنا فقط اتاحت هذه البيئة فرصة جديدة لنشأة جماعات للنقاش الإلكتروني وجماعات للاهتمام المشترك في موضوعات محددة ومتنوعة، وقد أثبتت الدراسات أن نتائج التفاعلات بين هذه الجماعات لا تكون في الغالب نحو الأحسن فقط بل أن هذه البيئة الافتراضية تصبح مهمة جداً عند ما يندرج وجود النقاش المنهجي البناء الهادف إلى تحقيق التفاهم المشترك.

¹ ايمان حمودة و حنان سقني، المرجع السابق، ص 55، 56 .

ج- خدمة البحث على الخط المباشر:

تعرف هذه الخدمة بأنها نظام لاسترجاع المعلومات بشكل فوري باستخدام الحاسب و المحولات، إضافة للبرمجيات الجاهزة التي تزود العملاء بإجراءات تخزين واسترجاع قواعد البيانات المقروءة آلياً، وهناك الكثير من الفوائد التي يمكن حينها من وراء هذه الخدمة مثل الإحالة لمصادر المعلومات والحصول على مختلف والإجابة على الاستفسارات وتسهيل تبادل الوثائق والخدمات.¹

د- خدمة البريد الإلكتروني:

استطاعت أمل وجيه حمدي وفقاً لما أصعبه من تعريفات اصطلاحية للبريد الإلكتروني أن نقسم تلك التعريفات إلى مجموعتين: ركزت مجموعة الأولى على أطراف المكونة لعملية الاتصال والتجهيزات المادية المرتبطة بالبريد الإلكتروني ومنها

- وسيلة تقنية تشمل على معدات ووسائل الاتصال تسمح بإدخال الرسائل الشخصية و تخزينها توزيعها من نقطة إلى نقطة أخرى أو عدة نقاط وذلك باستخدام أجهزة الحاسبات المصغرة ولوحة المفاتيح.
- نظام يتيح للفرد استخدام الحاسب آلي في تبادل الرسائل بينه وبين مستخدم آخر أو مجموعة من المستخدمين عبر شبكة اتصالات تستخدم بروتوكولات اتصال معمارية
- الطرق المختلفة لتبادل الرسائل الشخصية بين مستخدم كمبيوتر آخر من خلال أحد أنواع الربط الإلكتروني للبيانات.²

¹ حياة طرشي ، المكتبات وحق المؤلف في ظل البيئة الرقمية ، مذكرة لنيل شهادة ماجستير ، جامعة منتوري ، قسنطينة، 2012، ص44.

² فاييزة دسوقي أحمد ، خصوصية البريد الإلكتروني ، قيم المعلومات و مصادر التعليم جامعة بني سويف ، ص2.

ثانياً: الخدمات الالكترونية المطورة.

وهي خدمات تم تطويرها عن خدمات تقليدية كانت موجودة من قبل، ويمكن تناولها فيما يلي:

أ- "خدمة الأرشيف الالكتروني:

الإدارة الوثائق الالكترونية بواسطة نظم معلومات المصممة لحفظ الوثائق و استرجاعها و تداولها مع تأمينها ، و بصورة أكثر توضيحا و شمولاً يمكن تعرفها بأنها: عملية التحول من النظم التقليدية في أداء الأعمال الارشيفية بمراكز الحفظ إلى نظم الكترونية تعتمد على التكنولوجيا الحديثة من أجهزة و برمجيات و نظم اتصالات وتشمل أعمال الارشيفية كافة العمليات الإدارية و الفنية و الخدمية التي يتم في الأرشيف وتبنى عملية الأرشفة الكترونية على بناء قواعد البيانات التي تسجل فيها كافة البيانات المستخدمة من الوعاء المعلوماتية و تستخدم بمفردات للبحث عنها ¹.

ب- "خدمة التسويق الالكتروني:

حيث تطلق بعض المؤسسات على هذه الخدمة أيضاً الإعلام الالكتروني، وهي مجموعة من الأساليب والأنشطة التي تخططها المؤسسة لاحتذاب عملاء جدد والحفاظ على العملاء الحاليين، وتهدف إلى التعريف بسياسة المؤسسة وأنشطتها المختلفة، حيث أصبح التسويق الالكتروني أحد ضروريات الحياة في مجتمعنا اليوم كون مئات المستخدمين يتصلون بشبكة الأنترنت يومياً من جميع أنحاء العالم. يعمل التسويق الالكتروني أيضاً ترويج وعرض الخدمات والمنتجات وفقاً لحاجات العملاء، ولهذا أصبح هذا الأخير ضرورة من ضروريات نجاح المنظمة الحديثة، وصار من الأرجح تضمين هذا النمط التسويقي في أنشطتها ².

¹ محمد حسين محمد ،مقرارات أرشفة الكترونية في الجامعات المصرية و المأمول ،المجلة العربية للأرشيف و التوثيق و المعلومات ، جامعة دمياط، العدد 41،42، 2018، ص351.

² من الموقع الإلكتروني www.scribd.com، بتاريخ الإطلاع 2022/03/28 على الساعة 20:17.

ج- خدمة الدفع الالكتروني:

يعرف نظام الدفع الالكتروني بأنه أية وسيلة تستخدم للدفع باستخدام شبكة الكترونية ومؤخرا قد ظهرت العديد من خدمات الدفع الجديدة التي تعتمد على الابتكارية التكنولوجية مثل البطاقات و الهاتف والانترنت ،كما يمكن تعريف الدفع الالكتروني بأنه عملية التحول الرقمي للأموال من طرف إلى طرف آخر ،الإدارات العمومية ،المؤسسات العمال ،المحلات التجارية و المستهلك .

وانطلقت العديد من الدول مثل الولايات المتحدة و تركيا في تنفيذ سياسات تستخدم المدفوعات الالكترونية كأداة المراقبة الضرائب وفقا ل Bobek فإن توفير نظام آلي لجمع الأموال من شأنه أن يوفر الراحة الموثوقة ،الوقت ،التكلفة لكل من الإدارة الضريبية و دافعي الضرائب .يتيح الدفع الالكتروني للحكومة قدرة أكبر على تحصيل إيرادات ضريبة إضافية عن طريق التخفيض من عدد المعاملات غير المصرح بها في الاقتصاد الخفي

1.

وتمثل وسائل الدفع الإلكتروني القيمة النقدية المخزن بطريقة الكترونية كبدائية ذاكرة ،كمبيوتر مقبولة كوسيلة للدفع بواسطة متعودين غير المؤسسة صادرة عنها، يتم وضعها في متناول المستخدمين كبديل عن العملات النقدية الورقية بهدف إحداث تحولات الكترونية لمعلومات ذات قيمة محددة .²

¹ كمال مولود و آخرون ،أثر تبني نظام الدفع الالكتروني على الحد من التهرب الضريبي ،المؤتمر العلمي الثالث لعلم المعلومات ،جزائر، 2012، ص 19 .

² بورديم فاطمة الزهراء ،بن عياد وفاء ، إشكالية تسوية المعاملات التجارية عبر وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر ، جامعة أبي بكر القايد، تلمسان، 2021، ص246

د- خدمة التوقيع الالكتروني:

يعرف التوقيع الالكتروني بأنه ذلك التوقيع الناتج عن اتباع إجراءات محددة تؤدي في النهاية إلى نتيجة معروفة مقدما، يكون مجموع هذه الإجراءات هو البديل الحديث للتوقيع بمفهومه التقليدي أو ما يسميه البعض توقيع إجرائي أو الكتروني. فالخطوات والإجراءات التقليدية التي كانت يتم فيها التوقيع بصورة تقليدية رحل، وحل محله مجموعة من الإجراءات يعبر عنها اختصار بالكود رمز أو شفرة. كما عرف التوقيع الالكتروني في مشروع قانون التجارة الالكترونية المصري بأنه حروف أو أرقام أو رموز أو إشارات لها طابع منفرد تسمح بتحديد شخص صاحب التوقيع وتمييزه عن غيره.

فالتوقيع التقليدي أثار قلق العديد من الناس ولهذا تم لجوء البعض من المؤسسات إلى تكنولوجيا التوقيع الالكتروني حتى يتم رفع مستوى الأمن والخصوصية بالنسبة للمتعاملين على شبكة الأنترنت، حيث أنه وينقل هذه التكنولوجيا يمكن الحفاظ على سرية المعلومات وكذا تحديد هوية المرسل والمستقبل الكترونياً، والتأكد من مصداقية الأشخاص والمعلومات وأنها نفس المعلومات الأصلية، وأنه لم يتم العبث بها من قبل الأشخاص المحترفين أو الهواة في اختراق الشبكات.

ولكي يؤدي التوقيع الالكتروني وظيفته لابد أن يتوافر على مجموعة من الشروط التقنية اللازمة لضمان الثقة في الوثيقة المعلوماتية كي تتمتع بالحجة القانونية حيث لابد من ارتباطه بالموقع وحدد، وأن يتمكن من تحديد هويته، وأن ينشأ بوسائل يمكن المواقع من ابقائه تحت سيطرته بالإضافة إلى ارتباطه بالوثيقة بالشكل الذي يمكن منا اكتشاف أية تعديلات تطراً عليها، كما أن للتوقيع الالكتروني أشكال عديدة يمكن استخدامها

الفصل النظري

للتوقيع على الوثيقة المعلوماتية من بينها نجد التوقيع البيومتري، التوقيع بالقلم الإلكتروني، التوقيع بالرقم السري، التوقيع الرقمي¹.

المطلب الرابع: الخصائص ومزايا الخدمات الإلكترونية.

أولاً: الخصائص.

إن اختلاف نمط الخدمة الإلكترونية من الشكل التقليدي إلى النموذج الإلكتروني مبني أساساً على استخدام التقنيات المعلومات والاتصال التي يجعلها تتم بجملته من الخصائص يمكن اجمالها كالآتي:

- **الهلامية:** تعتبر الخدمات الإلكترونية أداء وليس أشياء ملموسة يمكن رؤيتها أو لمسها، وبالتالي تلازم انتاجها مع الانتفاع بها، فالخدمات الإلكترونية في الأصل هي مجموعة من الأفكار التي خطت وصممت. فهي ليست سلعة مادية فهي لا ترى ولكن ترى نتائجها، ولا يمكن الحكم على الانتفاع بها.
- **التنوع:** تتميز الخدمات الإلكترونية بالتنوع والثراء في نوعية الخدمة، خاصة في ظل انتشار الأنترنت ومصادر المعلومات الإلكترونية مما أدى إلى ظهور الكثير من الخدمات الإلكترونية التي تحتاج إلى برامج متعددة لتناسب مع جميع العملاء.
- **سهولة الاستخدام التعامل:** تمتاز الخدمات الإلكترونية بسهولة استخدامها خاصة في ظل تطور تقنية المعلومات والبرمجيات الحديثة. كما يسمح توافر كثير من البيانات والخدمات على مصادر المعلومات الإلكترونية على شبكة الأنترنت للمستخدمين، بالحصول على مختلف الخدمات من مواقع بعيدة بأسلوب تفاعلي يمتد إلى مساحات جغرافية شاسعة عبر العالم.
- **التحديث المستمر والتوقيت الملائم:** تعد سمة التحديث المستمر أهم خصائص الخدمات الإلكترونية المقدمة إلكترونياً وعبر الأنترنت، حيث يمتاز بالتحديث المستمر

¹ ايمان حمودة و حنان سقني، المرجع السابق، ص 58، 59.

الفصل النظري

لها الذي قد يكون على مدار الساعة بما يمكن المستفيد من الوصول إلى المعلومات بصورة سريعة للغاية، ومن أهم سماتها أيضاً استمرارية إتاحة في الوقت الذي تقل فيه المرات تحديث الخدمات المتاحة عبر الوسائط الالكترونية الأخرى لتكون يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً.

- **التكلفة:** على الرغم من أن كثيراً من الخدمات الالكترونية تقدم بمقابل مادي إلا أن هذا المقابل يتضاءل مقارنة بالحصول على نتائج الخدمة نفسها بالطرق التقليدية هذا بالإضافة إلى أن كثير من المؤسسات تسعى إلى التقديم هذه الخدمات ومصادرهما دون مقابل تقريباً وتؤكد هذه المجانية بجانب توفير الوقت والجهد للعملاء.

- **ديناميكية الطلب:** نتيجة لتنوع الخدمات الالكترونية وكثرة ما تقدمه من بيانات وخدمات فقد أدى هذا إلى عدم الثبات في التعامل مع هذه الخدمات، فقد يقبل البعض على خدمة بعينها، مثل اقبال البعض على خدمة النقاط الالكترونية في بعض المناسبات الوطنية والدينية.¹

- **مساهمة العميل في إنتاج الخدمة:**

من الصعب تقم الخدمات الكترونية دون معرفة رأي المستفيد في نوعية وموضوع الخدمات المقدمة، له وعلى هذا فإن المؤسسة لا تتفرد وحدها بإنتاج خدماتها، فمعرفة الشكل الأمثل الذي تقدم فيه الخدمات للمستفيد يعد تدخلاً منه في إنتاج هذه الخدمات، فلا يجب أن ننسى إن إنتاج خدمات الكترونية يتم في الأساس من أجل خدمة المستفيد وتحقيق رغباته في الحصول على ما يرغب من معلومات وخدمات.

¹ ايمان حمودة و حنان سقني ، المرجع السابق ، ص51،52.

الفصل النظري

ثانياً: مزايا: يمكن حصرها كآتي:

- إدارة علاقات المنظمة لزيائنها بسهولة ومرونة مع توفير بيئة عمل ملائمة لكل زبون، ذلك عبر استخدام أدوات ونظم الخدمات الالكترونية أو بوابات الأعمال على شبكة الويب.
- توفير الخدمة ذات الجودة الشاملة للزبائن طوال الوقت وعلى الخط المفتوح بعائد أكبر للمنظمة.
- توظيف تقنيات الحديثة وتطبيقاتها في مجال تقديم الخدمات الالكترونية.
- تطوير مستوى وجودة الخدمات الالكترونية المقدمة في الإدارات.
- ظهور طرق ووسائل جديدة للتواصل والحوار بين المستفيد ومقدم الخدمة، وتعتمد هذه الوسائل بشكل كبير ومباشر على التكنولوجيا الحديثة.
- إمكانية استخدامها من قبل عدد غير محدد من الأشخاص في نس الوقت.
- إتاحة المعلومات والخدمات خارج أوقات ساعات خدمة الإدارة الاعتيادية.
- سهولة تصدير أو إرسال الخدمات والمعلومات لقاعدة بيانات لاستخدام الشخصي.
- إمكانية دمج العديد من الخدمات في موقع واحد قابل للبحث.
- الاقتصاد من حيث الجهد والوقت المبذول من قبل العاملين في الإدارات.
- الارتقاء لمستوى الإدارات من خلال الارتقاء بالخدمات الالكترونية المقدمة.¹

المطلب الخامس: معوقات تطبيق الخدمات الالكترونية.

كما هو الحال في شتى نواحي الحياة هنالك دائماً عوائق تواجه كل عمل جيد وهو ما ينطبق أيضاً على الخدمة الالكترونية التي لا تخلو هي الأخرى من جملة من المعوقات التي تعيق تطبيقها نذكر منها ما يلي:

¹ ايمان حمودة وحنان سقني، المرجع السابق ص52 .

الفصل النظري

- 1- يشترط في الخدمات الالكترونية ضرورة توفر بيئة تقنية متطورة في المجتمعات المستخدمة مما قد لا يكون متوافر أو كافياً.
- 2- قد تكون تقنيات الخدمة الالكترونية صعبة لدى الكثير من مستخدمي هذه الخدمات مما قد يتطلب الخبرة والمهارة والتأهيل.
- 3- حرمان كل من لا يملك قنوات التواصل الالكتروني من الوصول إلى المواد المنشورة إلكترونياً.
- 4- إمكانية الدخول إلى الشبكات واستعراض المواد الالكترونية يرتبط بتوفير إمكانيات إضافية مثل توفير الاتصالات والأجهزة والكهرباء، مما يعني تأثر الخدمات الالكترونية بضعف أي من هذه الإمكانيات.
- 5- وجود حدود تقنية وحواجز تمنع الاستفادة الكاملة من المادة الالكترونية.¹
- 6- لا يستطيع أحد أن يؤكد الحفظ والتخزين الالكتروني هو الأفضل في ظل كثرة الطلب على التوصيل بشبكة والتي تحجز عن تحقيق جميع الإمكانيات المتاحة.
- 7- عدم القدرة على التمييز بين المعلومات الالكترونية الأصلية من المسروقة خلال وضعها على الشبكة إضافة إلى كل هذا، فبدأت أيضاً مخاطر الخصوصية والأمن تظهر بمثابة مخاوف وحالات قلق في عصر الخدمة الالكترونية، وما لم يتم معالجتها بشكل صحيح فإنها ستمثل تهديداً خطيراً لإمكانية تطبيق الخدمة الالكترونية، أما من خلال إجراء تعامل أو الإجابة عن اسئلة استبانة أو من خلال الأخطار في الموقع الشبكي العائد للشركة قد يساء استخدامها من قبل المشرف، أما مخاطرة الأمن فتشير إلى أن طرف ثالثاً قد يحصل على معلومات شخصية أو مالية عن العميل دون معرفته وهو يقوم بإجراء تعامل على الخط.²

¹ حياة طرشي، المكتبات وحب المؤلف في ظل البيئة الرقمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012م، ص 33.

² ايمان حمودة وحنان سقني، المرجع السابق ص 52 .

الفصل النظري

المبحث الرابع: لمحة عن خطوط الطيران طاسيلي الجزائر، أدرار.

المطلب الأول: تقديم خطوط الجوية طيران طاسيلي الجزائر أدرار.

1- الجزائر:

طاسيلي هي شركة طيران الوطنية الجزائرية وهي ثاني شركة طيران مدني في الجزائر بعد خطوط الجوية الجزائرية، ويقع مقرها الرئيسي في طريق سيدي موسى، ص، ب31 دار البيضاء 16000 العاصمة الجزائر تحت إشراف مدير لعام "بلقاسم حرشاوي".

رقم الهاتف: +21321737800

عنوان البريد الإلكتروني: reservation@tassiliairlines.com

الموقع الرسمي على شبكة الانترنت: <http://www.tassiliairlines.dz>¹

3- أدرار:

عبارة عن وكالة تجارية يقع مقرها بمطار تواصل الشيخ سيدي محمد بن لكبير الذي يتواجد في أدرار جنوب و يبعد عن المدينة ب مسافة 10 كم تحت إشراف مدير "زين".²

المطلب الثاني: نشأة خطوط طيران طاسيلي الجزائرية بأدرار.

خطوط طيران طاسيلي الجزائر: Tassili Air lres

تأسست سنة 1998 بشراكة بين سونطراك التي تحوز على نسبة 51% والخطوط الجوية الجزائرية التي تحوز نسبة 49% وفي سنة 2007 اشترت سونطراك كل أسهم الخطوط الجوية الجزائرية فأصبحت المالك الوحيد للشركة، وهي معدة للنقل العاملين في حقول البترولية والغازية في الصحراء الجزائرية، مركزها الرئيسي يتواجد في مطار هواري بومدين الدولي، كما قسمت إلى ثلاث فروع:

¹ ميرية الجراح، من الموقع: www.shirkaty.com 2022/04/03 على الساعة 9:29.

² زين ،معلومات عن شركة طيران بأدرار ،مدير المؤسسة ،بتاريخ 2022/05/23، على الساعة 19:15 .

الفصل النظري

- طاسيلي نفضال الجوية: التي تقوم بنقل العمال من وإلى مصادر الغاز والنفط.
- طيران الطاسيلي: التي تقوم بالنقل العام والدولي للركاب والشحن.
- طاسيلي العمل الجوي: وهو قسم فرعي، يقوم بمختلف الأعمال الجوية مثل:
 - التصوير الجوي.
 - المسح الضوئي بالليزر على متن المروحية.
 - رصد خط أنابيب الغاز.
 - ضمان عملية إطفاء الحرائق بالغابات.

في يوم 28 سبتمبر 2011، طيران طاسيلي تتلقى إذناً من وزارة النقل الجزائرية للقيام برحلات كبرى أما يوم 4 أكتوبر 2011 استلمت شركة طيران الطاسيلي آخر طائرة بوينغ الأربعة 737-800 وافتتاح مكتب مبيعاتها الأول في مطار الجزائر العاصمة. وفي أواخر نوفمبر 2011، تحصلت شركة طيران طاسيلي على علامة الجودة الدولية TOSA (إيانا لتدقيق السلامة التشغيلية)، الصادرة عن الاتحاد الدولي للنقل الجوي.¹

أدرار:

تحصلت سونطراك على كامل حصص الشركة طاسيلي في 2005 حيث تركز عملها على خدمات النقل الجوي إلى مناطق التنقيب بالإضافة إلى الرحلات المنظمة التي تنظمها من الجزائر إلى المدن الأخرى.²

¹ أمال العايب وريمة بوخطوط، دور النقل الجوي في ترقية القطاع السياحي -دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية وطيران طاسيلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة جيجل ، ص 112.

² زين ، المرجع السابق .

الفصل النظري

المطلب الثالث: مهام وتنظيم شركة طيران طاسيلي الجزائر، أدرار.

1- الجزائر:

المهام:

لقد استهدفت هذه الشركة، النقل الجوي غير منتظم لموظفي قطاع المحروقات، القطاع الجوي من المستوى الثالث، بالإضافة إلى المهام المتعلقة بالإجلاء الصحي والعمل الجوي مع إقصاء العمل الزراعي، ووضعت هذه الشركة في الخدمة 29 طائرة و8 مروحيات خلال الفترة 1999 إلى غاية 2002 وذلك لنقل حوالي 450.000 مسافر سنوياً وتشير إلى أن Tassili Air lines كانت في مرحلة أولى عملية وذلك عن طريق كراء أجهزة النقل، وفي مرحلة ثانية شراء 18 طائرة بقدرات شحن مختلفة إلى غاية 2000 وأصبح أسطولها الآن يتكون من 32 طائرة.¹

2- أدرار:

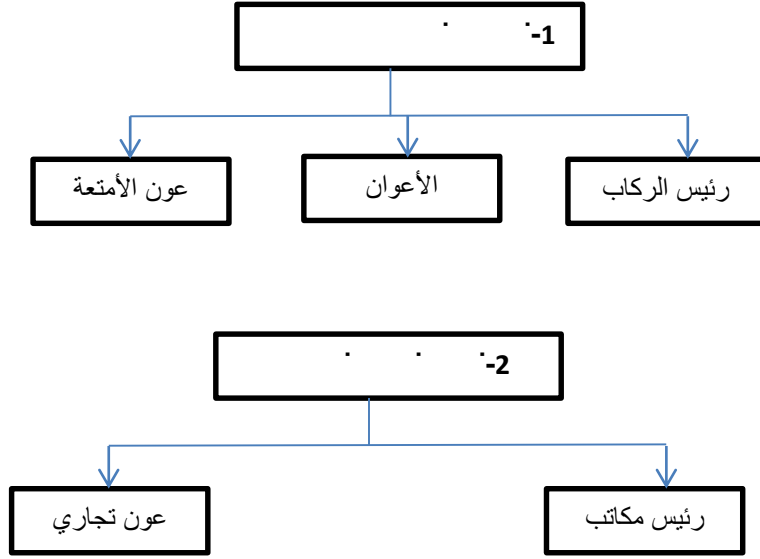
المهام:

حجز التذاكر نحو الوجهات التالية: أدرار، الجزائر، أدرار، أدرار، وهران أدرار .
تنظيم رحلات بترولية لعمال شركة سونطراك .

¹ أونيس يونس، نظام النقل الجوي في الجزائر، دراسة حالة مطار مصطفى بن بولعيد ، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة باتنة، 2011، ص 64.

الفصل النظري

التنظيم الهيكلي التنظيمي لشركة طيران طاسيلي بأدرار: 1



الشكل رقم 01: يبين الهيكل التنظيمي لشركة طيران طاسيلي بأدرار.

المطلب الرابع: أهداف شركة طيران طاسيلي الجزائر، أدرار.

1- الجزائر:

أهداف:

1. أن تكون عمليات الشركة مريحة كي تتطور أكثر ويكون لها دور رائد في ترقية السياحة في الجزائر.
2. توفر شركة طيران طاسيلي خدمات عديدة لجميع ركابها.
- تهدف إلى الاستحواذ على سوق النقل البترولي الحالي والمستقبلي، كما تعمل على تطوير نشاط الشحن مع مراعاة تطور قطاع الطاقة على المدى القصير والطويل.²
3. تعزيز موقفها الريادي في سوق النقل النفطي مع التأكيد على تواجد الشركة في سوق النقل الداخلي والدولي، خصوصاً بالخطوط التي بها منافسة ضعيفة.

¹ زين ، المرجع السابق .

² وكالة الأنباء الجزائرية، شركة طيران الطاسيلي تطمح لرفع رقم أعمالها إلى 13.8 مليار دج بغضون 2026 تاريخ الإطلاع: 2022/01/18، على الساعة: 20:52.

الفصل النظري

4. تطوير نشاط الشحن النفطي وغيرها من الأنشطة، إضافة إلى عدد نظام معلوماتي

متكامل، وبذل المزيد من الجهود قصد خفض التكاليف.¹

2-أدرار:

أهداف:

تسعى شركة طيران طاسيلي إلى فتح المزيد من خطوط من وإلى جنوب لتغطية النقص

في هذا المجال و تحسين خدماتها .²

¹ كريم يحي، من الموقع www.AKhoordzair.dz، تاريخ الإطلاع: 2022/04/10 على الساعة 10:30.

² زين ، المرجع السابق .

الفصل التطبيقي

المبحث الأول: الموقع الإلكتروني للمؤسسة طيران طاسيلي.

المطلب الأول: تعريف و نشأة الموقع الإلكتروني للشركة .

هو عبارة عن صفحة الكترونية تقوم بتقديم معلومات وأخبار وخدمات عن الشركة طيران طاسيلي وهي متاحة لمشاهدة ويمكن التلوج إليها والتفاعل معها و الهدف منها كسب جمهور خارجي .

بدا العمل بالموقع الإلكتروني في سنة 2013 تحت اشراف زين .

المطلب الثاني: الاهداف الموقع الإلكتروني لشركة.

Ø تجنب عناء التنقل الى الوكالة التجارية.

Ø معرفة اوقات و برنامج الرحلات.

Ø يعتبر الموقع همزة وصل بين الشركة و زبائنها.

المطلب الثالث: مميزات.

إضافة الى انه همزة وصل بين الزبون والشركة يعتبر ايضا اشهارا لخدمات الشركة والتعريف بالبرنامج المقدم للزبون.¹

حيث يتمتع بالعديد من لمزايا وهي :

1. الشروط العامة للبيع:

تخضع خدمة الحجز لدينا شروط البيع العامة هذه ، والتي تقر بأنك قرأتها وقبلتها قبل أي حجز اذا لزم الأمر، سيتم تطبيق الشروط الخاصة المشار إليها في وقت حجز بالاضافة الى هذه الشروط العامة .في حالة منازعات، تسود الشروط الخاصة.²

¹ زين ، المرجع السابق

² الموقع: tassilairline.dz تاريخ الإطلاع: 2022/06/05 على الساعة: 14:30.

2. جواز السفر البيومتري:

تتشرط الأحكام التنظيمية التي تحكم دخول مزدوجة الجنسية إلى الجزائر ، و الذين لا يحملون جواز السفر الكترونيا جزائريا . إن الوثائق السفر،من وإلى خارج ، لا يمكن إصدارها إلا للركب الذين يحملون جواز سفر جزائريا بيومتريا أو جواز سفر اجنبيا بتأشيرة دخول صالحة إلى الجزائر .

3. تحفظ:

- يمكنك إجراء الحجز اي وقت في الوكالة و على الاقل 72 ساعة على موقع طيران طاسيلي قبل مغادرة الرحلة.
- يمكنك حجز ما يصلح إلى 6 أشخاص للبالغين أو أطفال مع تحديد أن كل شخص بالغ يمكنه السفر مع طفل رضيع في حجره .

4. دفع السعر:

- الأسعار مبنية بالدينار الجزائري و اليورو و تشمل مبلغ الضرائب .
- قد يخضع تطبيق أسعار معينة لشروط خاصة مذكورة في وقت الحجز .
- تخضع العروض الترويجية و أسعار الخاصة (مثل الأطفال الرضع) لحصة محدودة من الأماكن .

5. طريقة الدفع :

- يتم الدفع نقدا أو بشك مصدق أو بالبطاقة بين Tassili و بطاقة الدفع على موقع cib البنوك و visa و cb بطاقات الدفع المقبولين هي: Airlines Mastercard

6. استخدام التذاكر:

التذكرة المشتراة صالحة فقط للنقل من نقطة المغادرة إلى نقطة الوجهة الموضحة على هذه التذكرة.¹

¹ الموقع: tassialine.dz تاريخ الإطلاع: 2022/06/05 على الساعة: 14:30.

الفصل التطبيقي

يجب استخدام التذاكر بالترتيب التسلسلي لقوائم الرحلة .

في حالة تعديل الجداول بعد شراء التذكرة ،ستسعى خطوط طيران طاسيلي البلاغ الركاب في أقرب وقت ممكن .

7.فترة صلاحية التذكرة:

تكون التذكرة صالحة لمدة عام واحد من تاريخ إصدارها .

8.أوزان الأمتعة المسموح بها:

-درجة رجال الاعمال:كجم في التخزين لقطعة واحدة أو أكثر و حتى 40كجم في المقصورة .

-الدرجة الاقتصادية :كغ في حافظة على قطعة واحدة أو أكثر وحتى 10,30كغ في المقصورة .

9.تغيير الحجز /الغاء/استرداد التذكرة:

يمكنك أن تطلب تغيير تذكرتك اذا سمحت شروط الأجرة بذلك .ستحتاج الاتصال ب:

- بسعر المكالمة المحلية اذا كنت في جزائر 021737800

- ساعات العمل في 7ايام في أسبوع¹.

9. سياسة الخصوصية:

أولاً: الديباجة: خصوصيتك مهمة جداً نولي أهمية كبيرة لحماية بياناتك الشخصية شاغلون الأساسي هو حماية خصوصيتك عند معالجة البيانات الشخصية ونحن نراقب ذلك في جميع المعاملات التجاري، نحن نأخذ مسؤوليتنا على محمل الجد فيما يتعلق بحماية المعلومات الشخصية وفق لقانون واللوائح المعمول بها.

¹ الموقع: tassialine.dz تاريخ الإطلاع: 2022/06/05، على الساعة: 14:30.

ثانياً: الغرض والفئات من البيانات الشخصية التي تم جمعها.

1- متى تقومون بجمع البيانات الشخصية عني: عندما تشتري تذكرة الطيران أو تحجز مقعداً أو رحلات طيران طاسيلي من خلال وكالة سفر معتمدة أو عبر الانترنت، يتطلب منك تقديم معلومات شخصية معينة لإكمال معاملة المعلومات الاحصائية التي تم جمعها عند تصفح موقعنا على الويب أو عند الحجز عبر الانترنت.

2- ما هي المعلومات المطلوبة: اسم العائلة والاسم الأول وتاريخ ومكان الميلاد وعنوان وأرقام الهواتف وعنوان البريد الالكتروني وحجز الرحلة والشراء والمعاملات والائتمان وطريقة الدفع المفضلة ووثيقة السفر ومعلومات المحتوى (جواز السفر وتصريح الإقامة)، وكذلك أي معلومات أخرى تتعلق بالخدمات ومزايا طيران طاسيلي.

3- مع من تشارك بيانات الشخصية: من الرمز الأمان الداخلي نعلمك أنه وفقاً للمادة L232-7 قد يطلب من شركات النقل الجوي ارسال بيانات الحجز إلى الإدارة والتسجيل والصعود إلى ركابها الفرنسية وفقاً للمعالجة والأغراض المنصوص عليها في المرسوم رقم 2014/09/26 قد يتم أيضاً إرسال معلومات متعلقة ببياناتك الشخصية أو خط سير رحلاتك إلى السلطات الوطنية أو الدولية، وفقاً للقوانين واللوائح المعمول بهم.

4- الشكاوي: لجميع الأسئلة المتعلقة بمعالجة بياناتك الشخصية داخل DPO ندعوك للتواصل مع مسؤول حماية البيانات dpo@tassiliirlaine.com الفريق بأكمله تحت تصرفك لأخذ طلباتك في الاعتبار للحصول على معلومات أو تعليقاتك أو شكاوك.¹

¹ الموقع: tassilialine.dz تاريخ الإطلاع: 2022/06/05، على الساعة: 14:30.

المبحث الثاني: عرض وتحليل بيانات الدراسة.

المطلب الأول: عرض وتحليل اسئلة المقابلة:

تحليل محاور المقابلة :

تم اعتماد في هذه الدراسة على المقابلة المباشرة ذات الأسئلة المفتوحة حرة ،حيث تشمل على محورين :المحور الأول خصص لخطوط طيران طاسيلي ،أما المحور الثاني يهتم بعلاقة المؤسسة بالزبون .في المحور الأول يضم ثمانية أسئلة موجهة إلى مدير شركة طيران، أما المحور الثاني وجهت 5 الأسئلة للموظفين ذات خبرة كافية وذلك يوم 14 جوان 2022 مساءً.

المحور الأول: عن خطوط طيران طاسيلي .

تمهيد: سنقوم من خلال هذا المحور باعطاء نظرة شاملة و عامة حول المؤسسة التي سعت إلى تطوير نظامها النقلي، كما أنه يلعب دورا محوري في التنمية و فك العزلة على مناطق النائية و تسهيل عمليات التبادل بين مختلف الدول ،من خلال ذكر مختلف المعلومات و الأهداف الهامة عن هذه المنظمة.

السؤال الأول: ماهو تعريف الشركة ؟

أجاب المبحوث أن الشركة هي وكالة تجارية يقع مقرها بمطار أدرار توات الشيخ سيدي محمد بن لكبير الذي يقع مقرها بأدرار جنوب ويبعد عن المدينة ب10 كم .

السؤال الثاني: متى تأسست هذه الشركة ؟

حيث أدل أن التأسيس كان في 2005 حيث تحصلت سونطراك على النقل الجوي إلى مناطق التقيب بالإضافة إلى رحلات المنظمة التي تنظمها المؤسسة.

السؤال الثالث: ماهي مهام التي تقوم بها المؤسسة في أدرار؟

وأضاف المقابل أنه يتم حجز التذاكر نحو الوجهات المراد الذهاب إليها و تنظيم رحلات بيترولية لعمال الشركة سونطراك .

الفصل التطبيقي

السؤال الرابع: ما هو الهيكل التنظيمي لشركة ؟

وأضاف ايضا تتكون الشركة من مصلحة رئيس مهبط طيران و يضم ثلاث فروع الأول رئيس ركاب والثاني أعوان والثالث عون أمتعة .
أما مصلحة الثانية تقوم على رئيس الوكالة التجارية و تضم فرعين رئيس مكتب و عون تجاري .

السؤال الخامس: ماهي تطلعات أو اهداف المؤسسة؟

حيث قدم هدفت الشركة إلى فتح المزيد من خطوط من وإلى جنوب و تغطية كامل التراب الوطني و تحسين خدماتها.

السؤال السادس: كيف يتم استقبال وتعامل مع تذاكر طيران المحجوزة إلكترونياً؟ وتحت أي قسم مسؤول عن هذه التعاملات ؟

أجاب أيضا يتم التعامل مع التذاكر المحجوزة إلكترونياً مثلها مثل التذاكر المحجوزة في الوكالة، لكن في الحجز الإلكتروني يجب مراعاة بعض الشروط، وهي: يمكنك إجراء الحجز في أي وقت في الوكالة وعلى الأقل 72 ساعة قبل مغادرة الرحلة ثم الاستقبال والتوجيه والصعود إلى الطائرة.

السؤال السابع: ما المزايا الاتصالية التي يتمتع بها الموقع الإلكتروني في شركة طيران

طاسلي؟

حيث قدم أن الموقع الإلكتروني يعتبر همزة وصل بين المتلقي والشركة وهو أيضاً إشعار لخدمات وعروض ترويجية للشركة، والأهم التعريف بالخدمات للزبون.

تحليل:

ومن خلال المقابلة تبين أن شركة طيران طاسيلي فتحت فرعها في ادرار في 2005 وهي تابعة لشركة في الجزائر التي تأسست سنة 1998 ساعية لتحقيق مجموعة من الأهداف.

كما أدل مدير المؤسسة أن جميع المعاملات تتم في الجزائر أما الفرع الموجود في أدرار يتم من خلاله حجز التذاكر نحو الوجهات التالية: الجزائر، ادرار، وهران، أدرار. حيث قدم المبحوث عند معاملات الحجز العادي يتوجه الفرد إلى الوكالة ويقوم بالحجز عن طريق الدفع التقليدي المعروف، أما عند الحجز الإلكتروني يقوم الفرد بالحجز بنفسه مع كتابة الاسم واللقب وادخال الرقم التسلسلي لبطاقة التعريف الوطنية ويحدد الوجهة ويدفع عن طريق البطاقة الذهبية، حيث يتم قطع مبلغ التذكرة إلكترونياً. بعد ذلك يظهر رقم، هذا الرقم يتوجه به إلى الوكالة التجارية لسحب التذكرة، ثم الصعود إلى الطائرة.

استنتاج المحور الأول:

قامت هذه الشركة بتقديم مختلف الجهود التي بذلتها من أجل تنمية هذا القطاع والنهوض به و جعله قادرا على تلبية احتياجات المواطن بصفة خاصة و الوطن بصفة عامة، من خلال مواجهة كل الصعوبات و تصدي لها و تطبيق تقنيات و الأنشطة الاتصالية حديثة .

المحور الثاني: واقع الخدمات الإلكترونية في مؤسسة طاسيلي أدرار.

تمهيد: سنتطرق في هذا المحور إلى معرفة جميع خدمات التي تستخدمها المنظمة لتسهيل معاملات الخدمة للجمهور الخارجي لتقديمها في طبق جاهز من خلال التركيز على موقع الالكتروني خاص بها.

السؤال الأول: ما هو عنوان الموقع الإلكتروني الخاص بشركة؟

أجمع كل مبحوثين على عنوان الموقع الإلكتروني الخاص بمؤسسة الطيران طاسيلي بأدرار، حيث قدم المبحوث رقم (1) ذكر، 34 سنة ليسانس، عون تجاري «على عنوان الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة epayl@tassiliAirlines.com»، وأضاف المبحوث رقم (2) أنثى 38 سنة، ليسانس، مكتب التنظيم عنوان الموقع: «epayl@tassiliAirlines.com»، وأدل المبحوث رقم (3) ذكر، 48 سنة، ليسانس، عون تجاري «epayl@tassiliAirlines.com»، وأضاف المبحوث رقم (4) أنثى، 30 سنة، ليسانس، مديرية الاعلام والإتصال «epayl@tassiliAirlines.com»، وأجاب المبحوث رقم (5) أنثى 42 سنة ليسانس، حجز تذاكر «epayl@tassiliAirlines.com».

التحليل:

من خلال تحليل المقابلة نلاحظ أن المبحوثين أجابوا على عنوان الإلكتروني الخاص المؤسسة الذي ساعد في تطوير الشركة وأصبحت تتعامل مع الزبون عبر موقع للرفع من مستوى خدماتها.

الاستنتاج: نستنتج أن الموقع الإلكتروني يعتبر أحد اهم خدمات التي دخلت في المؤسسة الخدماتية ويتم عن طريقه ايصال المعلومات إلى الجمهور الخارجي كمفهوم يعبر عن السرعة والتفاعل.

السؤال الثاني: متى بدأت المؤسسة في العمل بالموقع الإلكتروني؟

حيث أدل المبحوث رقم (1) ذكر، 34 سنة ليسانس، عون تجاري «على بداية العمل المؤسسة بالموقع كان في 2013»، وأضاف المبحوث رقم (2) أنثى 38 سنة، ليسانس، مكتب التنظيم «في 2013»، وأدل المبحوث رقم (3) ذكر، 48 سنة، ليسانس، عون تجاري «في 2013»، وأضاف المبحوث رقم (4) أنثى، 30 سنة، ليسانس، مديرية

الاعلام والاتصال «في 2013»، وأجاب المبحوث رقم(5) أنثى 42 سنة ليسانس، حجز تذاكر «في 2013».

التحليل:

اتفق جميع المبحوثين على بداية العمل المؤسسة بالموقع الإلكتروني في سنة 2013م، حين قام بتسهيل حياة الموظفين بعدما كانت الخدمات في شكل تقليدي .

الاستنتاج:

نستنتج أن بداية دخول المؤسسة العمومية الخدماتية في عصر التقدم والتطور وتطوير وتطبيق مختلف التقنيات التي سهلت العمل الإداري من جهة، والمواطنين من جهة أخرى.

السؤال الثالث: ماهية الخدمات التي يقدمها موقع المؤسسة لجذب الزبون؟

أضاف المبحوثين أن الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة يساهم بشكل كبير في تحسين العلاقة بين المؤسسة والزبون عن طريق تقديم خدمات ضرورية لتسهيل حياة المتلقي، فيرى المبحوث رقم (1) ذكر، 34 سنة ليسانس، عون تجاري «يقوم الموقع بعرض تخفيضات الحصرية ويضيف عروض مغرية»، ويرى المبحوث رقم (2) أنثى 38 سنة، ليسانس، مكتب التنظيم «يقدم الجديد ويسهل على الزبون القدوم للمؤسسة»، ويضيف المبحوث رقم (3) ذكر، 48 سنة، ليسانس، عون تجاري «يقدم الموقع للزبون خاصية ربح الوقت ولا وجوب لحضوره في المؤسسة»، وأدل المبحوث رقم (4) أنثى، 30 سنة، ليسانس، مديرية الاعلام والاتصال «يربح الوقت ويسهل للزبون من المنزل»، وحقق المبحوث رقم(5) أنثى 42 سنة ليسانس، حجز تذاكر «الموقع سهل الدخول ليه لا يحتاج تكلفة مادية، يربح الوقت ويسهل الزبون الحصول على التذكرة».

التحليل:

فالموقع الإلكتروني يقوم بتسهيل عملية حجز التذاكر من أي مكان دون حاجة الذهاب إلى الوكالة التجارية مع تقديم عروض وتخفيضات ويسهل الولوج إليه.

الاستنتاج:

يمثل الموقع الإلكتروني أهمية بالغة فهو حلقة وصل بين المتلقي والمؤسسة حيث يقوم بتسهيل حياة الفرد وتلبية الرغبات واشباع الحاجيات المختلفة للجماهير الخارجي.

السؤال الرابع: كيف يتم التواصل والتفاعل مع الزبون في الموقع؟

أجاب المبحوثين على أن التواصل يكون في الموقع الإلكتروني للمؤسسة ويتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي فيرى المبحوث رقم (1) ذكر، 34 سنة ليسانس، عون تجاري «يكون مباشرة في الموقع عبر ملء البيانات الشخصية والدفع بالبطاقة الذهبية أو الفيزا»، ويرى المبحوث رقم (2) أنثى 38 سنة، ليسانس، مكتب التنظيم «يتواصل مع الموقع في قوقل عبر البحث عن الرحلات ويتفاعل عبر الفيسبوك الخاص بالمؤسسة»، ويضيف المبحوث رقم (3) ذكر، 48 سنة، ليسانس، عون تجاري «يكون التواصل مباشرة من الموقع إلى الزبون»، وأدل المبحوث رقم (4) أنثى، 30 سنة، ليسانس، مديرية الاعلام والاتصال «يتم تواصل الزبون في الموقع عبر البحث عن الرحلات المتوفرة والتفاعل عبر مواقع التواصل الاجتماعي»، وحقق المبحوث رقم (5) أنثى 42 سنة ليسانس، حجز تذاكر «يتم التواصل في الموقع، والتفاعل في الفيسبوك والتوتير».

التحليل:

أجاب معظم المبحوثين أن التواصل يكون في الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة سواء عبر حجز تذكرة أو الدفع الإلكتروني أو البحث عن الرحلات، التفاعل يكون إما عبر الفيسبوك الذي يعتبر الوسيلة الأكثر انتشاراً أو التوتير أو مواقع التواصل الاجتماعي.

الاستنتاج:

نستنتج أن بسبب التحولات الطارئة التي عرفها العالم أصبح الزبون إلكترونياً من خلال مواكبة لعصر التطور حيث يقوم بأغلب خدماته بواسطة تقنيات حديثة لتقليل عناء التنقل والانتظار.

السؤال الخامس: هل يوجد في الموقع مكان خاص للاستفسارات الزبون عن خدمة ما؟

أجاب معظم المبحوثين أن هناك مكان خاص لأخذ طلباتك في الاعتبار حيث قدم المبحوث رقم (1) ذكر، 34 سنة ليسانس، عون تجاري «نعم يوجد وذلك عبر الضغط اتصل بنا أو كل ما يخصنا»، ويرى المبحوث رقم (2) أنثى 38 سنة، ليسانس، مكتب التنظيم «نعم عبر الهاتف المتواجد في الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة»، ويضيف المبحوث رقم (3) ذكر، 48 سنة، ليسانس، عون تجاري «نعم يمكن للزبون الاتصال للضغط على المعلومات المتواجد أسفل الموقع»، وأدل المبحوث رقم (4) أنثى، 30 سنة، ليسانس، مديرية الاعلام والاتصال «نعم يوجد وذلك في صفحة الموقع في إيقونة خاصة للاستفسارات»، وحقق المبحوث رقم (5) أنثى 42 سنة ليسانس، حجز تذاكر «نعم يوفر الموقع مكان خاص للاستفسارات وذلك بضع الروابط أسفل الموقع في حالة وجود أسئلة».

التحليل:

كانت إجابة المبحوثين يوجد مكان خاص للشكاوي والتعليقات عبر الضغط على إيقونة اتصل بنا أو كل ما يخصنا، أو الضغط على الروابط الموجودة أسفل الموقع، أو عبر الاتصال على الرقم الموجود في الموقع.

الاستنتاج:

نستنتج أن الموقع الإلكتروني الخاص بالمؤسسة قدم مختلف الخدمات للتعليق والاستفسار لتلبية حاجيات المتلقي وجعله هدفاً هاماً لزيادة ربح المؤسسة.

استنتاج المحور الأول:

في هذا المحور واقع الخدمات الإلكترونية في مؤسسة طيران طاسيلي بأدرار حيث توصلنا إلى أن الخدمات الإلكترونية تمثل آلية هامة في التسيير الإداري، حيث انتهجت المديرية مختلف التقنيات الحديثة بعد تزايد متطلبات الجمهور الخارجي الذي لم يعد يتحمل الخدمات التقليدية، حيث اعتمدت المؤسسة على خدمات إلكترونية لتسهيل حياة الفرد والعاملين وتوفير الجهد والوقت والصورة وأصبح كرايط مهم وأساسي للاستمرار المؤسسة ونجاحها.

المطلب الثاني: نتائج في ضوء الفرضيات.

تقوم الفرضية الأولى: يعتبر الموقع الإلكتروني متغيراً ومحددأ رئيسياً لعصرنة المؤسسات العمومية.

تحققت الفرضية من خلال:

1. يلعب الموقع الإلكتروني دور كبير في تحديد مكانة الرقمية والإلكترونية للمؤسسة طيران طاسيلي لمواكبة لعصر التكنولوجيا المعلومات والاتصال.
2. مع تطور الإلكتروني التي شهدته الجزائر في المؤسسات العمومية من 2018 إلى 2022 من جهة، وملاحظة الوعي الإلكتروني في طبقة رجال الأعمال طبقة المراهقين والشباب أن كلاهما عامل أساسي في دفع مستحقات المالية لهذه المؤسسات من جهة أخرى، و نجد اعتماد كبير للمنظمات العمومية التي تعتمد على خدمة المستهلك بالدرجة الأولى باستغلال جميع وسائل والتقنيات الحديثة لجلب و خدمة المستهلك بأفضل طريقة .

أما الفرضية الثانية: تؤثر وتساهم الخدمات الكترونية في شركة طيران طاسيلي على رفع الأداء موظفيها .

تحققت الفرضية من خلال: النزول إلى الميدان نجد أن أهم الخدمات التي تركز عليها المؤسسة

1. الدفع الالكتروني يعتبر من أهم الوظائف في أعمال المؤسسة النقل الجوي والبريد الالكتروني لاعتباره أداة بسيطة وسريعة لإرسال الرسائل والملفات النصية، تقوم هذه الخدمات بتسهيل على الموظف في أن يتلقى جميع الطلبات المستهلكين في قالب منظم ومبرمج الكترونيا. وبالتالي يقلل من ازدحام في المؤسسات ويضيف انسيابية ويعمل على زيادة فعالية وكفاءة أداء العاملين بدرجة هائلة من خلال توفير الوقت والجهد للعاملين .

المطلب الثالث: التوصيات:

نخرج بمجموعة التوصيات من خلال هذه الدراسة نقدمها للمؤسسة

للاستفادة منها والعمل بها :

ل العمل على تعزيز استخدام أحدث الوسائل التكنولوجية لممارسة العمل الإداري.

ل الإسراع في تفعيل دور الرقابة الفعالة في الإدارة العمومية للحد من انتشار

الوساطة والرشوة.

ل التركيز في المستقبل على إنشاء قسم خاص بالعلاقات العامة أو مكان مخصص

لهذه المعاملات واهتمام أكثر بالزبون و توفير مكان خاص للمناقشة وإبداء الرأي

وإجابة على التعليقات .

الفصل التطبيقي

ل تعزيز الاتصال و التواصل داخل المؤسسة ويكون من الإدارة العليا إلى آخر موظف .

ل قبل الشروع في تصميم موقع يجب على المؤسسة أن تقوم باستطلاع الرأي العام عن طريق بحوث ،لمعرفة توجهات و رغبات المتلقي ثم السعي لاشباع هذه الاحتياجات من خلال انشاء صفحة ويب لكسب ولاء جمهور الخارجي وهذا يعزز تكرار الزيارات على الموقع .

خاتمة

خاتمة:

من خلال العلاقات العامة الالكترونية تبين أن ظهور واكتشاف مجال جديد للعلاقات العامة يمس مجال التقنيات الحديثة و التكنولوجيا والهدف منه توظيف واستخدام كل ما هو متطور وتقني في مجال الانترنت والشبكة العنكبوتية، لتطوير وتنمية العلاقات العامة و مجالها في الاتصال والتواصل بين المؤسسة والموظفين و المؤسسة و جمهورها ،و بذلك يحدث الاتصال رقمي داخلي و خارجي من خلال اختيار المتواجد في دراستنا ألا وهي المؤسسة العمومية للخطوط الجوية الجزائرية طاسيلي .

وعبر التركيز في المجال الالكتروني والخدمة الالكترونية تبين لنا للموقع الالكتروني مكانة هامة في مجال للادارة المؤسسات العمومية في الجزائر(أدرار)، وذلك من خلال السرعة والدقة والسهولة التي يوفرها الموقع الالكتروني من خلال قوة التدفق العالمي الذي يمسه الموقع للوصول إلى أكبر عدد من الجمهور و داخل الولاية وخارجها و عبر ذلك تكون جميع المعلومات خاصة بالمؤسسة وصلت إلى أكبر عدد للمستهلك.

قائمة المراجع

الموسوعات والمعاجم:

1. أحمد مختار عمار، الأنطولوجية العربية.
2. المنجد الأبجدي، دار المشرق، بيروت، 2010م.
3. معجم اللغة العربية المعاصر.
4. عبد الوهاب كيالي، الموسوعة السياسية، ط3، المؤسسات العربية للدراسات، ج6، 1990.

الكتب العربية:

5. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
6. أحمد سيد أحمد غريب، العلاقات العامة في الاتصال المعاصر، القاهرة، 1981م.
7. أحمد فاروق رضوان، دراسات في العلاقات العامة و الإعلان، دار العربي، القاهرة، 2010.
8. إسماعيل محمد عامر، العلاقات العامة والتطور الرقمي، 2021.
9. إبراهيم إمام، فن العلاقات العامة، المكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1975م.
10. آية الراسخ، العلاقات العامة الالكترونية، أكاديمية كينج المربوط الإسكندرية.
11. باقي موسى، الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016م.
12. جميل أحمد خضر، العلاقات العامة، الميسرة للنشر والتوزيع، 1998م.
13. جودت محمد الناصر، الدعاية والإعلام والعلاقات العامة، دار مجدلاوي، عمان، 1988م.
14. حسن الحسين، التفاوض والعلاقات العامة، بيروت، 1993م.

15. حسين عبد الحميد رشوان ،العلاقات العامة و الإعلام من منظور علو الاجتماع، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1997 .
16. حاتم أبو زيدة، مناهج البحث العلمي، ط3، 2018.
17. شدوان علي شبيهه، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، قسم علم الاجتماع، القاهرة ،جامعة الإسكندرية، 2005.
18. طلعت إبراهيم لطفي،إعلام الاجتماع التنظيمي، دار غريب للطباعة، القاهرة، 2007م.
19. عبد الرحمن بدوي، مناهج البحث العلمي، ط3 ، وكالة المطبوعات، الكويت، 1988.
20. عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى العلاقات العامة، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2011.
21. عبد الباري إبراهيم درة، العلاقات العامة (في القرن العشرين: النظرية والممارسة منحنى نظامي واستراتيجي)، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2010م.
22. عبد الرزاق أحمد السنهوري، موسوعة الوسيط في شرح القانون المدني الجديد، الهيئة والشركة، منشورات الحلبي الحقوقية، ط3، لبنان، 1988،
23. عبد السلام أبو قحف، هندسة الإعلان والعلاقات العامة وتطبيقاتها، جامعة بيروت، 2000م.
24. عبد الناصر أحمد جرادات، لبنان هاتف الشامي، أسس العلاقات العامة بين النظرية والتطبيق، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع ، الاردن، عمان، 2009.
25. عماد الدين تاج السر فقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة، دار البداية الناشر والموزعون، عمان، 2013م.

26. محمد سعيد عبد الفتاح ومحمد فريد ، الإدارة العامة، المبادئ والتطبيق، الإسكندرية، 2003م،
27. ماهر عودة الشمالية وآخرون، الإعلام الرقمي الجديد، دار الإعصار للنشر والتوزيع، عمان، 2014م
28. مؤيد سعيد السالم، نظرية المنظمة مداخل وعمليات، مطبعة شفيق، بغداد، 1988م
29. محمد بلال الزعبي وآخرون، الحاسوب والبرمجيات الجاهزة، دار وائل للطباعة والنشر، بيروت، لبنان، 2004م.
30. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ط2، دار القصة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2006.
31. محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، 2019.
32. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية عالم الكتب، القاهرة، 2000م.
33. نورة بنت ناصر الهزاني ، الخدمات الالكترونية في الأجهزة الحكومية ،مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2008م.

الرسائل والأطروحات :

1. أمال العايب وريمة بوخطوط، دور النقل الجوي في ترقية القطاع السياحي -دراسة حالة شركة الخطوط الجوية الجزائرية وطيران طاسيلي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، جامعة جيجل.
2. أونيس يونس، نظام النقل الجوي في الجزائر، دراسة حالة مطار مصطفى بن بولعيد ، مذكرة لنيل شهادة ماستر، جامعة باتنة، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، 2011.

3. ايمان حمودة وحنان السقني، اسهامات الخدمة الالكترونية في تقريب الإدارة من الزبون، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قالمة، عنابة، 2019.
4. بوكعبان محمد عبدالفتاح، دور وسائل الاتصال الحديثة في تفعيل العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الانسانية، جامعة د.مولاي طاهر سعيدة، 2015، 2016،
5. حياة طرشي، المكتبات وحب المؤلف في ظل البيئة الرقمية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري، قسنطينة، 2012م.
6. بورديم فاطمة الزهراء، بن عياد وفاء، إشكالية تسوية المعاملات التجارية عبر وسائل الدفع الالكتروني في الجزائر، جامعة أبي بكر القايد، تلمسان، 2021.

المجلات والدوريات والمؤتمرات:

7. ربحاب فايز أحمد سهد، خدمات بوابات الجامعات لنظام الانتساب على الويب دراسة تحليلية مقارنة بين مصر والسعودية، مجلة جيل العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 8، جامعة بني سويف، مصر، 2015.
8. فاطمة سايح، الإدارة الالكترونية كآلية لتطوير الخدمة العمومية المحلية مع الإشارة إلى حالة الجزائر، مجلة نماء الاقتصاد والتجارة، غليزان، العدد 8، 2018.
9. فائزة دسوقي أحمد، خصوصية البريد الالكتروني، قيم المعلومات و مصادر التعليم جامعة بني سويف.
10. كمال مولود و آخرون، أثر تبني نظام الدفع الالكتروني على الحد من التهرب الضريبي، المؤتمر العلمي الثالث لعلوم المعلومات، الجزائر، 2012.

11. محمد حسين محمد، مقررات أرشفة الكترونية في الجامعات المصرية و المأمول،
المجلة العربية للأرشيف و التوثيق و المعلومات ، جامعة دمياط، العدد 41،42،
2018.
12. محمد الأمين موسى أحمد، توظيف الوسائط المتعددة في الإعلام الالكتروني
العربي، ورقة عمل مقدمة في مؤتمر صحافة الانترنت، الواقع وتحديات،
2005/11/22 بجامعة الشارقة

المواقع الإلكترونية:

13. ميرية الجراح، من الموقع: www.shirkaty.com
14. كريم يحي، من الموقع www.AKhoordzair.dz
15. وكالة الأبناء الجزائرية، شركة طيران الطاسيلي تطمح لرفع رقم أعمالها إلى 13.8
مليار دج بغضون 2026.
16. <https://www.almaany.com>
17. www.scribd.com
18. news.Syhttp//infmag
19. <https://ontologg.birzet.edu>
20. tassialine.dz

الملاحق

من أجل أمنكم	For your security	Pour votre sûreté
<p>تأكد بنفسك من سلامتك</p> <p>قبل أن تحجز أمتعتك فكر في الإجابة على الأسئلة التالية،</p> <ul style="list-style-type: none"> هل هذه الأمتعة ملك لكم؟ هل قمتم بتحضيرها بأنفسكم؟ هل تركتم أمتعتكم بدون أن تحرسوها أو كلفتم شخص آخر بذلك؟ هل تقبلون أمتعة شخص آخر؟ هل تحققتم من عدم وضع ضمن أمتعتكم اليدوية أدوات ممنوعة النقل في مقصورة الطائرة؟ هل تحققتم من عدم وضع ضمن أمتعتكم أدوات ممنوعة النقل على متن الطائرة؟ <p>إذا كنتم غير متيقنين من الإجابة بنعم عن أي سؤال من الأسئلة المذكورة أعلاه، من أجل سلامتك لا ترددوا، أعلنوا عامل الحجز بذلك.</p>	<p>ENSURE YOUR SECURITY BY YOUR SELF</p> <p>Please answer the following questions prior to checking your bags:</p> <ul style="list-style-type: none"> Are these your bags ? Did you packed them yourself ? Once you packed them have they been under your surveillance or the surveillance of a another person? Have you accepted bags or objects from another passenger or any other person? Have you checked to make sure that you don't have any items on your person or in your carried bag that are prohibited in the cabin? Have you checked to make sure that you haven't packed any items in your checked baggage that are prohibited in the cargo hold? Have you any lithium battery in your baggages? <p>« If you are not sure that the answer to each of these questions is « YES », please inform the check-in agent immediately for your own security.»</p>	<p>ASSUREZ VOUS, VOUS MEME DE VOTRE SURETE !</p> <p>Avant d'enregistrer vos bagages, pensez à répondre aux questions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> Ces bagages vous appartiennent-ils ? Les avez-vous préparé vous-même? Avez-vous laissé vos bagages sans surveillance ou les avez-vous confié à une tierce personne? Avez-vous accepté des bagages ou des objets d'un passager ou de toute autre personne ? Avez-vous vérifié de ne pas avoir conservé sur vous ou dans votre bagage à main des articles dont l'emport est interdit en cabine ? Avez-vous vérifié de ne pas avoir mis dans vos bagages enregistrés des produits dont l'emport est interdit en soute? Avez-vous une pile au lithium dans vos bagages? <p>« Si vous n'êtes pas sûr (e) que la réponse à chacune de ces questions est « oui », pour votre sécurité n'hésitez pas, informez-en l'agent d'enregistrement.»</p>
<p>لا تترك أمتعتك بدون مراقبة بلغ عن كل حقيبة أو طرد مشبوه! لا تقبل أي أمتعة من شخص آخر!</p>	<p>Never leave your baggage unattended Report any suspicious package or bag ! Do not accept any baggage of another person !</p>	<p>Ne laissez jamais vos bagages sans surveillance Signalez tout bagage ou colis suspect ou abandonné ! N'acceptez aucun bagage d'un tiers !</p>

المواد المحظورة حملها أو تواجدها في الأمتعة ARTICLES INTERDITS SUR VOUS ET DANS VOS BAGAGES PROHIBITED ITEMS IN YOUR BAGGAGE AND ON YOUR PERSON	ARTICLES AUTORISÉS EN CABINE (sous certaines conditions) MAIS INTERDITS EN SOUTE	ARTICLES AUTORISÉS EN CABINE (sous certaines conditions) السوائل السائلة الهلامية والبخاخات LIQUIDES GELS ET AEROSOLS (LAG)	ARTICLES AUTORISÉS DANS LES BAGAGES EN SOUTE ET A MAIN
<p>التفجرات Explosives</p> <p>الأمهات النارية Feux d'artifice</p> <p>الغاز Gas</p> <p>السموم Poison</p> <p>المواد الكاذبة Corrosives</p> <p>المواد المغنطية Magnetized material</p> <p>المواد المشعة Radio-active</p> <p>السوائل القابلة للاشتعال Flammable liquids</p> <p>الأسلحة والذخائر Arms & ammunitions</p> <p>Piles ou batteries de recharges au lithium dépassant 160 Wh</p>	<p>Cigarettes électroniques autorisées seulement dans le bagage à mains</p> <p>Allumettes et briquets</p> <p>Piles ou batteries de recharges au lithium max 160 Wh</p>	<p>Les (LAG) doivent être transportés dans des récipients d'une capacité maximale de 100 ml. Les récipients contenant les (LAG) doivent être placés dans un sac en plastique transparent refermable.</p>	<p>Appareils électroniques avec piles ou batteries ne dépassant pas 160 Wh</p>
<p>المواد المسموح بها في مقصورة الشحن لكن محظورة في المقصورة</p> <p>ARTICLES AUTORISÉS EN SOUTE MAIS INTERDITS EN CABINE PERMITTED IN CHECKED BAGGAGE BUT PROHIBITED IN CABIN</p> <p>السوائل Liquids + 100 ml / 100 ml liquids</p> <p>الواد الحادة Blunt items</p> <p>أدوات Outillages / Tools</p> <p>الأسلحة البيضاء Armes blanches / Knives, scissors</p>	<p>Piles et batteries dans les bagages</p> <p>Bagage en soute : aucune pile ou batterie de rechange autorisées Bagage à main : piles ou batteries de rechange ne dépassant pas les 160 Wh.</p> <p>Veillez respecter les dispositions suivantes :</p> <ul style="list-style-type: none"> Deux piles / batteries au maximum si leur puissance individuelle ne dépasse pas 160Wh Chaque pile / batterie doit être protégée contre les courts circuits (emballée individuellement) <p>Remarque : vous pouvez transporter des piles / batterie insérées dans un appareil (jusqu'à 160Wh maximum) dans un bagage à main ou un bagage en soute</p>	<p>DECLAREZ TOUS LES OBJETS DANGEREUX Si vos bagages contiennent des objets interdits, ces derniers vous seront retirés par les services de sûreté</p>	<p>MESURES DE SURETE</p> <p>Préparez vos bagages</p> <p>PARTEZ SEREIN</p>

المصدر: الزين، مدير المؤسسة

الملحق رقم 02: برنامج الرحلات في أدرار







PROGRAMME DES VOLS

JOURS	PROVINANCE	NO. VOLS	HEURE ARRIVÉE	DIRECTION	HEURE DÉPART	NO. VOLS	TAUX
JAMEDI	ALGER 07.00 d'Alger	SF 2320	08 H 45	ORAN	09 H 25	SF 2321	8737 (800)
JAMEDI	ORAN 11.00 d'Oran	SF 2323	13H25	ALGER	14H 10	SF 2321	8737 (800)
MERCREDI	ALGER 17.00 d'Alger	SF 2320	17H 50	ALGER	18H 40	SF 2321	8737 (800)

AGENCE AEROPORT ADRAR • TEL : 049 96 51 05 FAX : 049 96 51 40



www.tassiliairline.dz

القائمة ☰

ابحث عن رحلتك

تذكرة ذهاب
 ذهابا وإيابا
 بلا عودة

De
حدد مطار المغادرة

Vers

Départ

Retour

Adulte 1

Enfant 0

Bébé 0

Code

المصدر: موقع tassiliairline.dz

الملحق رقم 03: دليل المقابلة

الأسئلة خاصة بالمدير المؤسسة .

السمات العامة:

الجنس:

السن:

المستوى التعليمي:

الوظيفة:

سنوات الخبرة:

المحور الأول: عن خطوط طيران طاسيلي .

السؤال الأول: ما هو تعريف شركة طيران طاسيلي بأدرار؟

السؤال الثاني: متى تأسست هذه الشركة؟

السؤال الثالث: ما هي المهام التي تقوم بها المؤسسة في أدرار؟

السؤال الرابع: ما هو الهيكل التنظيمي لشركة طيران طاسيلي بأدرار؟

السؤال الخامس: ما هي تطلعات أو أهداف المؤسسة؟

السؤال السادس: كيف يتم استقبال وتعامل مع التذكرة طيران المحجوزة إلكترونياً؟ وتحت

أي قسم مسؤول عن هذه التعاملات؟

السؤال السابع: ما هو الهدف الأساسي من إنشاء الموقع؟

السؤال الثامن: ما المزايا الاتصالية التي يتمتع بها الموقع الإلكتروني لشركة طيران

طاسيلي بأدرار؟

الملحق رقم 04: دليل مقابلة.

أسئلة خاصة بالموظفين

السمات العامة:

الجنس:

السن:

المستوى التعليمي:

الوظيفة:

سنوات الخبرة:

المحور الأول: واقع خدمات الالكترونية في المؤسسة طاسيلي أدرار.

السؤال الأول: ماهو عنوان موقع الالكتروني خاص بالمؤسسة؟

السؤال الثاني:متى بدأت المؤسسة في العمل بالموقع الخاص بالمؤسسة طاسيلي بأدرار؟

السؤال الثالث:ماهي الخدمات التي يقدمها موقع المؤسسة لجذب الزبون؟

السؤال الرابع:كيف يتم التواصل و التفاعل مع الزبون في الموقع ؟

السؤال الخامس:هل يوجد في الموقع مكان خاص للاستفسارات الزبون عن خدمة ما؟

الملحق رقم 05: جدول السمات العامة.

المبحوث	الجنس	السن	المستوى التعليمي	الوظيفة	سنوات الخبرة
01	ذكر	45	ليسانس	مدير مؤسسة طيران طاسيلي	10 سنوات
02	ذكر	34	ليسانس	عون تجاري	07 سنوات
03	أنثى	38	ليسانس	مكتب التنظيم	09 سنوات
04	ذكر	48	ليسانس	عون تجاري	10 سنوات
05	أنثى	30	ليسانس	مديرية الاعلام والاتصال	02 سنتين
06	أنثى	42	ليسانس	حجز تذاكر	15 سنوات

المصدر: من إعداد الطالبتين استنادا على دليل المقابلة.

تحليل الجدوال:

يتضح لنا من خلال الجدوال البيانات الشخصية لموظفي و مدير شركة طيران طاسيلي بأدرار الذي تم إجراء مقابلة معهم ،حيث يضم 6 أشخاص مبحوثين ،تم اختيارهم قصديا 03 ذكور و 03 إناث ونلاحظ أيضا تعادل في اختيارهم ،نلاحظ من المستوى التعليمي أن أغلبهم متحصلين على شهادات جامعية (ليسانس) تتراوح أعمارهم ما بين 30 و 48 سنة ، يعملون بالوكالة التجارية وفي مختلف المصالح و الوظائف ، حيث نلاحظ أن هناك تفاوت كبير جدا في سنوات الخبرة.