

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال المتطلبات شهادة الماجستير أكاديمي، الطور الأول

الميدان: العلوم الانسانية

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

التخصص: اتصال جماهيري ووسائط جديدة

إعداد الطلبة:

رقية بن كريمة

محمد الأمين خديمو

بعنوان:

**دور استخدام وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على الأداء  
الاقتصادي على غرف الصناعة التقليدية  
دراسة ميدانية على موظفي غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية ورقلة**

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ:

أمام اللجنة المكونة من السادة:

مشرف ومقرر

مناقشا

رئيس اللجنة

أستاذة جامعة قاصدي مرباح ورقلة

أستاذة جامعة قاصدي مرباح ورقلة

أستاذة جامعة قاصدي مرباح ورقلة

التومي فضيلة

جيتي نادية

زموري ليندة

السنة الجامعية 2022/2021

الفهرس

التشكر

الإهداء

قائمة الجداول

قائمة الأشكال

المقدمة.....1

الفصل الأول: الجانب المنهجي

1-I- إشكالية الدراسة:.....3

I-2- التساؤلات الفرعية:.....3

I-3- أسباب اختيار الموضوع:.....4

I-4- أهداف الدراسة:.....4

I-5- أهمية الدراسة:.....4

I-6- مفاهيم الدراسة:.....4

I-7- الدراسات السابقة:.....8

I-8-:أوجه الاستفادة من الدراسة.....13

I-9-المقاربة العلمية للدراسة:.....13

I-10- منهج الدراسة:.....17

I-11- مجتمع البحث وعينة الدراسة.....18

I-12- ادوات جمع البيانات.....18

I-13- مجالات الدراسة:.....20

الخلاصة:.....21

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي

II-1- تمهيد:.....16

II-2- تقديم غرفة الصناعة التقليدية:.....17

---

17	..... نشأة المؤسسة: II-2-1
17	..... مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف: II-2-2
18	..... الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف: II-2-3
19	..... تفريغ وتحليل البيانات: II-3
50	..... الاستنتاجات العامة للدراسة: II-4
54	..... الخاتمة
55	..... المراجع
60	..... الملاحق
64	..... الملخص

# الشكر

قد حثنا الله في كتابه العزيز على " شُكْرِ النَّاسِ " قائلاً " وَفَوْقَ كُلِّ ذِي عِلْمٍ عَلِيمٌ "

نشكر الله العلي القدير الذي أنعم علينا بنعمة العقل والدين القائل في محكم التنزيل، عن أبي

هريرة - رضي الله عنه - قال - صلى الله عليه وسلم " مَنْ لَا يَشْكُرُ النَّاسَ، لَا يَشْكُرُ اللَّهَ. "

وقال رسول الله (صلى الله عليه وسلم): " مَنْ صَنَعَ إِلَيْكُمْ مَعْرُوفًا فَكَافِيئُوهُ ، فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا مَا

تُكَافِيئُونَهُ فَادْعُوا لَهُ حَتَّى تَرَوْا أَنَّكُمْ قَدْ كَافَأْتُمُوهُ "

وأيضاً وفاءً وتقديراً واعترافاً منا بالجميل نتقدم بجزيل الشكر لأولئك المخلصين الذين لم يألوا

جهداً في مساعدتنا في مجال البحث العلمي، ونخص بالذكر الأستاذة الفاضلة: التومي فضيلة.

على هذه الدراسة وصاحبة الفضل في توجيهنا ومساعدتنا في تجميع المادة البحثية، فجزاه الله كل

خير.

واللجنة المناقشة المكونة من الأستاذتين جيتي نادية وزموري ليندة

وأخيراً، نتقدم بجزيل شكرنا إلي كل من مدوا لنا يد العون والمساعدة في إخراج هذه الدراسة على

أكمل وجه.

# إهداء

أهدي هذا العمل الى أمي وأبي حفظهما الله ورعاهما  
الى زوجي سندي وابنتي وسام التي أشرقت بها حياتي  
إلى أحمد عامر أمين فلذات كبدي  
إلى إخواني وأخواتي الأعتاء وإلى جميع أساتذتي  
أصدقائي وكل من كان له بصمة في حياتي أهدىكم هذا العمل المتواضع الذي نسأل الله  
أن يحتسبه علما ينتفع به وصدقة جارية لكل من ساهم فيه

رقية بن كريمة

# أهل البيت

اهدي هذا الإنجاز الى امي الحبيبة وأبي الغالي وهذا الانجاز صغير بحقها على كل ما قدمته لي من دعم معنوي ومادي ووقوفها بجاني وتقديمها ما يستطيعان من صغير وكبير حتى انهي هذا المشوار الصعب الذي دام اعوام عديديه وكان له عبات كثيره وأود ان اهدي هذا الانجاز الى خالي يوسف قريشي وأخص بالذكر اخوتي وأخواني أصدقائي الذين وقفو بجاني سواء بتشجيع او بدعوه في وجهي او في غيابي اشكرهم من اعماق قلب

خديمو محمد الأمين

## قائمة الجداول

- الجدول رقم: (1) يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس ..... 19
- الجدول رقم: (2) يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن ..... 20
- الجدول رقم: (3) يمثل توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعليمي ..... 21
- الجدول رقم: (4) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية ..... 22
- الجدول رقم: (5) يمثل استعمال عمال الغرفة للهاتف الثابت للاتصال بالوصاية ..... 23
- الجدول رقم: (6) يمثل استخدام عمال الغرفة للحاسوب للاتصال بالوصاية ..... 24
- الجدول رقم: (7) يمثل استخدام عمال الغرفة للهاتف النقال للاتصال بالوصاية ..... 25
- الجدول رقم: (8) يمثل استخدام عمال الغرفة للفاكس للاتصال بالوصاية ..... 26
- الجدول رقم: (9) يمثل استخدام عمال الغرفة للإيميل للاتصال بالوصاية ..... 27
- الجدول رقم: (10) يمثل استخدام عمال الغرفة لمجموعة الواتساب للاتصال بالوصاية ..... 28
- الجدول رقم: (11) يمثل استعمال عمال الغرفة لتطبيق زووم للاتصال بالوصاية ..... 29
- الجدول رقم: (12) يمثل متوسط الترتيبات لكل وسيلة اتصال يستخدمها العمال في اتصالاتهم بالوصاية ..... 30
- الجدول رقم: (13) يمثل وسائل الاتصال الأكثر استعمالا لدى عمال الغرفة لاتصالاتهم بالوصاية ..... 31
- الجدول رقم: (14) يمثل عدم استعانة العمال بباقي وسائل الاتصال ..... 32
- الجدول رقم: (15) مثل مدى فعالية وكفاية هذه الوسائل ..... 33
- الجدول رقم: (16) يمثل استخدام الهاتف الثابت كوسيلة اتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين ..... 34
- الجدول رقم: (17) يمثل استخدام الهاتف النقال كوسيلة اتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين ..... 34
- الجدول رقم: (18) يمثل استخدام الإيميل كوسيلة إتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين ..... 35
- الجدول رقم: (19) يمثل استخدام الفاكس كوسيلة اتصال الغرفة مع الحرفيين ..... 36
- الجدول رقم: (20) يمثل الإعتماد على الإتصال المباشر كوسيلة لإتصال الغرفة مع الحرفيين ..... 37
- الجدول رقم: (21) يمثل استخدام صفحة الغرفة على الفيسبوك كوسيلة اتصال في الغرفة بالحرفيين .. 38
- الجدول رقم: (22) يمثل استخدام الإعلانات الممولة لاتصال الغرفة بالحرفيين ..... 38
- الجدول رقم: (23) يمثل متوسط الترتيبات لكل وسيلة اتصال تستخدمها الغرفة في اتصالاتها بالحرفيين ..... 39
- الجدول رقم: (24) يمثل الوسائل الأكثر استعمالا لدى الغرفة للاتصال بالحرفيين ..... 40
- الجدول رقم: (25) يمثل سبب الإعتماد على وسيلة دون الأخرى ..... 41
- الجدول رقم: (26) يمثل مدى فعالية وكفاية هذه الوسائل ..... 42

- الجدول رقم:(27) يمثل مساهمة وسائل الإتصال الحديثة في تحسين إنتاجية العمل ..... 42
- الجدول رقم:(28) يمثل إمكانية وسائل الاتصال الحديثة التحسين من إنتاجية العمل ..... 43
- الجدول رقم:(29) يمثل مساهمة وسائل الاتصال الحديثة في سرعة انجاز العمل ..... 44
- الجدول رقم:(30) يمثل مساهمة وسائل الاتصال الحديثة في كفاءة الموظف ..... 45
- الجدول رقم:(31) يمثل مساعدة وسائل الاتصال الحديثة في تسهيل عملية تسويق المنتجات ..... 46
- الجدول رقم:(32) يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة ساعد على تخفيض النفقات المالية للغرفة .. 47
- الجدول رقم:(33) يمثل تقييم العمال لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة ..... 48
- الجدول رقم:(34) يمثل ضرورة برمجة دورات تكوين في استخدام وسائل الاتصال ..... 49

## قائمة الأشكال

- الشكل رقم: (1) الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف ..... 18
- الشكل رقم: (2) يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس ..... 19
- الشكل رقم: (3) يبين توزيع أفراد العينة حسب السن ..... 20
- الشكل رقم (4): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعليمي ..... 21
- الشكل رقم (5): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية ..... 22
- الشكل رقم (6): يمثل استعمال عمال الغرفة للهاتف الثابت للاتصال بالوصاية ..... 23
- الشكل رقم (7): يمثل استخدام عمال الغرفة للحاسوب للاتصال بالوصاية ..... 24
- الشكل رقم (8): يمثل استخدام عمال الغرفة للهاتف النقال للاتصال بالوصاية ..... 25
- الشكل رقم (9): يمثل استخدام عمال الغرفة للفاكس للاتصال بالوصاية ..... 26
- الشكل رقم (10): يمثل استخدام عمال الغرفة للإيميل للاتصال بالوصاية ..... 27
- الشكل رقم (11): يمثل استخدام عمال الغرفة لمجموعة الواتساب للاتصال بالوصاية ..... 28
- الشكل رقم (12): يمثل استعمال عمال الغرفة لتطبيق زووم للاتصال بالوصاية ..... 29
- الشكل رقم (13): يمثل وسائل الاتصال الأكثر استعمالا لدى عمال الغرفة لاتصالهم بالوصاية ..... 31
- الشكل رقم (14): يمثل عدم استعانة العمال بباقي وسائل الاتصال ..... 32
- الشكل رقم (15): يمثل مدى فعالية وكفاية هذه الوسائل ..... 33
- الشكل رقم (16): يمثل استخدام الهاتف الثابت كوسيلة اتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين ..... 34
- الشكل رقم (17): يمثل استخدام الهاتف النقال كوسيلة اتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين ..... 35
- الشكل رقم (18): يمثل استخدام الإيميل كوسيلة إتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين ..... 35
- الشكل رقم (19): يمثل استخدام الفاكس كوسيلة اتصال الغرفة مع الحرفيين ..... 36
- الشكل رقم (20): يمثل الإعتماد على الإتصال المباشر كوسيلة لإتصال الغرفة مع الحرفيين ..... 37
- الشكل رقم (21): يمثل استخدام صفحة الغرفة على الفيسبوك كوسيلة اتصال في الغرفة بالحرفيين ... 38
- الشكل رقم (22): يمثل استخدام الإعلانات الممولة لاتصال الغرفة بالحرفيين ..... 39
- الشكل رقم (23): يمثل الوسائل الأكثر استعمالا لدى الغرفة للاتصال بالحرفيين ..... 40
- الشكل رقم (24): يمثل سبب الإعتماد على وسيلة دون الأخرى ..... 41
- الشكل رقم (25): يمثل مدى فعالية وكفاية هذه الوسائل ..... 42
- الشكل رقم (26): يمثل مساهمة وسائل الإتصال الحديثة في تحسين انتاجية العمل ..... 43

- الشكل رقم (27): يمثل إمكانية وسائل الاتصال الحديثة التحسين من إنتاجية العمل ..... 44
- الشكل رقم (28): يمثل مساهمة وسائل الاتصال الحديثة في سرعة انجاز العمل ..... 45
- الشكل رقم (29): يمثل مساهمة وسائل الاتصال الحديثة في كفاءة الموظف ..... 46
- الشكل رقم (30): يمثل مساعدة وسائل الاتصال الحديثة في تسهيل عملية تسويق المنتجات ..... 47
- الشكل رقم (31): يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة ساعد على تخفيض النفقات المالية للغرفة ... 48
- الشكل رقم (32): يمثل تقييم العمال لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة ..... 49
- الشكل رقم (33): يمثل ضرورة برمجة دورات تكوين في استخدام وسائل الاتصال ..... 50
- الشكل رقم (34): يمثل ضرورة برمجة دورات تكوين في استخدام وسائل الاتصال ..... 50

# مقدمة

## مقدمة

طبيعة البشر الاجتماعية حتمت عليه عبر العصور البحث في سبل التواصل فيما بينه فاخترع الكتابة وطورها تاركاً ورائه أثراً لا يمحي من اصول وإشارات لا يزال إلى اليوم تفكيك شفراتها حاجساً للعلماء.

وظل الإنسان في سعي حثيث للتقرب من الآخر عن طريق تسخير العلم و التكنولوجيا في ذلك ، و لربما كان من أهم التحولات فتره ما بعد الحرب الباردة حيث تخصصت عنها مستحدثات تكنولوجية كالحواسيب ، الأقمار الصناعية والانترنت وحتى مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة اتصالية ذات وسائط تقنية فائقة السرعة والجودة مؤسسة بذلك مجتمع معلومات ، حيث عملت وسائل الاتصال الحديثة على اختزال المسافات بين الدول وتحقيق مفهوم الكونية .

ولقد كان لوسائل الاتصال الحديثة الأثر البارز على مختلف مجالات الحياة من صحة ، علم ، إعلام ، اقتصاد وغيرها على تطوير كل مجال لجعل قطاعاته مواكبة للعصر الإلكتروني .

وفي الجزائر ورغم وجود مستوى متفاوت في استخدام هذه التكنولوجيا إلا أنها تسعى جاهدة إلى إدراجها خاصة في ظل التحولات الاقتصادية الكبيرة التي تشهدها حيث ساهمت الثورة التكنولوجية في خلق وظائف جديدة داخل المؤسسات الاقتصادية تتسم باليسر ، السرعة ، الأنية والحداثة .

ولم تكتفي إسهامات وسائل الاتصال الحديثة في محاولاتها بالنهوض بالمؤسسات كهيكل فقط بل تعدت إلى التأثير في ادائها المتميز من خلال تحفيز الأفراد لتحقيق أداء أفضل بغية الوصول إلى الأهداف المنشودة .

وبناء على ما سبق فإننا نصبو بدراستنا هذه لمعرفة مدى استخدام وسائل الاتصال الحديثة لقطاع صناعه التقليدية والحرف واخذنا غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية ورقلة نموذجاً وكذلك معرفة أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تعتمد عليها الغرفة للاتصال بالصناعة وأهم الوسائل المستخدمة للاتصال بالحرفيين وكذا أثر استخدامها على الأداء الاقتصادي لغرفة ورقلة و بلوغ أهداف هذا الموضوع والاحاطة من كل جوانبه تم وضع خطه منهجيته تتكون من فصلين .

حيث يتمثل الفصل الأول في الإطار المنهجي للدراسة حيث تطرقنا إلى أشكاله الدراسية وتساؤلاتها ثم عرضنا المفاهيم والمصطلحات المتعلقة بالموضوع كما تناولنا الدراسات السابقة والمشاهدة لموضوع دراستنا تعرفنا بعد ذلك لمنهج الدراسة والعينة وكذلك تناولنا المداخل النظرية المفسرة للدراسة وكان التركيز على نظرية الاستخدامات والأشباع وهذا لعلاقتها بموضوع الدراسة .

وفيما يخص الجانب التطبيقي في الفصل الثاني والذي عرضنا فيه تعريفا بالمؤسسة محل الدراسة غرفة الصناعة التقليدية والحرف مهامها و اهدافها واحصائيات حول عدد متربصيها وايضا هيكلها التنظيمي ثم قمنا بعرض البيانات وفق لأراء مبحوثي غرفة الصناعة التقليدية عن طريق توزيع استمارة استبيان والتي احتوت جملة من الأسئلة وفقا لثلاث محاور، محور وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في غرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة للاتصال بالوصاية ومحور وسائل الاتصال الحديثة التي تعتمد عليها غرفه الصناعة التقليدية في اتصالها مع الحرفيين ومحور ثالث اخر يتمثل في اثر وسائل الاتصال الحديثة على الاداء الاقتصادي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية ورقلة.

لنبدأ بعد ذلك بعملية التفريغ والتحليل للبيانات وصولا الى النتائج المتحصل عليها خلال الدراسة الميدانية كما تضمنت

الخاتمة تلخيصا لاهم النتائج التي توصلنا اليها في موضوع دراستنا.

# الفصل الأول: الجانب المنهجي

## I-1- إشكالية الدراسة:

يعد الإتصال من أقدم مظاهر النشاط الإنساني، إذ يقوم على نقل وتبادل المعلومات والأفكار والآراء والمشاعر، فهو عملية تفاعل إجتماعي قائم عليها ثبات المجتمع وتطوره، ومع أنه في ظاهرة فعلبسيط إلا أنه كموضوع ظاهرة شغل إهتمام الكثير من العلماء والباحثين، وما أسس له كعلم له صلة وثيقة بفروع معرفية شتى، وهو ما أدى إلى إتساع مجاله وما جعله أكثر إنتظاما وضبطا خاصة في ظل تغيرات المجتمع وتطوراته فمن عصر التنوير بظهور الطباعة وبروز الإعلام بهذا المصطلح كتخصص لمحدداته إلى النهضة الأوربية وبروز معالم المجتمع الصناعي الحديث الذي مهد للتطور التكنولوجي علكافة الأصعدة، فوصلنا بذلك إلى عصر التكنولوجيا والسرعة نتيجة التطبيق المنظم للمعرفة والخبرات المكتسبة فأخذت الحياة اليومية والتنظيمية فأصبحت أساس العمل، التسير... الخ.

كما نعلم بان الحياة البشرية تقوم برمتها على الاتصال أي على العلاقات الانسانية و الاجتماعية بما في ذلك العلاقات السياسية و التجارية و العائلية و المهنية و كان لا بدنا لمختلف وسائل التعبير والتواصل الانساني أن ترتقي بأدواتها و تنهض بمفرداتها لتواكب معطيات المرحلة المعاصرة و تحقق مايتطلبه المشهد العالمي بمتغيراته المتسارعة و مفاهيمه الحديثة من احتياجات و متطلبات باتت بمثابة معايير حضارته يعتمد عليها بصورة أساسية في تصنيف المجتمعات البشرية و مدى مواءمة هذه للحياة المعاصرة في شتى حقولها و أنساقها الفكرية منها و الابداعية و الاقتصادية و الاجتماعية و السياسية وسواها من الجوانب التي صار من غير الممكن أن تفصل بعضها لدى صياغة حالة حضارية متكاملة، في مختلف سياقاتها لأمة من الأمم أو لشعب من الشعوب ، و هو الأمر الذي يعد إفرزا منطقيا لمجريات الأحداث المتسارعة في الميدان العملي عامة و التقني المعلوماتي بصورة خاصة.

تعتبر تكنولوجيا الإعلام والاتصال من أهم مدخلات المؤسسة فإنها تؤثر على قدرة أداء المؤسسات لوظائفها الأساسية بفعالية كالسرعة والدقة في إنجاز الأعمال المطلوبة، وكذلك التقليل من التكاليف والحد من استخدام الملفات الورقية ومواكبة التطورات فيما يتعلق بأساليب تقديم الخدمات وتحتل تكنولوجيا الإعلام والاتصال دورا حيويا في مختلف المؤسسات لمساهمتها في تحقيق الأداء الوظيفي المميز من جهة والمرن من جهة أخرى حيث يعرف هذا الأخير بأنه نتاج جهد عضلي وفكري يقوم به الموظفون لإنجاز عمل معين من أجل الوصول إلى الأهداف التي تم تسطيرها.

ومن ضمن المؤسسات الجزائرية التي أدركت أهمية وقيمة تكنولوجيا الاتصال الحديثة، غرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة. وجدنا أن المؤسسة عملت على استعمال وسائل تكنولوجيا للاتصال حديثة تتمشى و التغيرات الحاصلة في العالم .  
ومن هذا المنطلق الجدير بالدراسة نطرح التساؤل التالي:

ما هو اثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الأداء الاقتصادي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف بورقلة؟

## I-2- التساؤلات الفرعية:

1. ماهي وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها الغرفة للاتصال بالوصاية؟
2. ماهي وسائل الاتصال الحديثة التي تعتمد عليها الغرفة مع الحرفيين؟
3. هل استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثر على الأداء الاقتصادي في الغرفة؟

### I-3- أسباب اختيار الموضوع:

#### - الأسباب الذاتية:

- الرغبة في الاطلاع أكثر على هذا الموضوع والتعرف على المفاهيم المتعلقة به من الناحية النظرية والتطبيقية
- تماشي الموضوع مع طبيعة التخصص الذي تلقيناه
- اهتمامنا الخاص بقطاع الصناعة التقليدية
- محاولة معرفة أثر وسائل الاتصال الحديثة عليه وإلى أي مدى يعتمد على استخدام هذه الوسائل سواء الوصاية أو الحرفيين

#### - الأسباب الموضوعية:

- تزايد الدور الذي تلعبه وسائل الاتصال الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي بقطاع الصناعة التقليدية
- حاجة قطاع الصناعة التقليدية والحرف لوسائل الاتصال الحديثة والتي من شأنها أن تساهم في تحسين أدائها الوظيفي
- وفرة المراجع والدراسات السابقة

### I-4- أهداف الدراسة:

- التعرف على مجالات استخدام وسائل الاتصال الحديثة بقطاع الصناعة التقليدية والحرف
- محاولة إثراء البحوث العلمية في هذا الميدان
- دراسة وتحليل العلاقة الموجودة بين وسائل الاتصال الحديثة والأداء الوظيفي
- محاولة زيادة وعي موظفي غرفة الصناعة التقليدية والحرف بأهمية استخدام وسائل الاتصال الحديثة
- دراسة مدى استخدام غرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة لوسائل الاتصال الحديثة
- استخلاص أهم وسائل الاتصال الحديثة والاتصال بالوصاية والحرفيين

### I-5- أهمية الدراسة:

- لكل دراسة أهمية سواء من الناحية العلمية أو العملية وتبرز أهمية الدراسة في معرفة فائدة استخدام وسائل الاتصال الحديثة في إدارة المؤسسة وكذا البحث الجدي حول الوسائل المستخدمة في إدارة المؤسسة ومعرفة أثرها على الأداء الاقتصادي ومدى اعتماد قطاع الصناعة التقليدية والحرف على تكنولوجيا الاعلام والاتصال واستخدامها كوسيلة للاتصال الصاعد أو الهابط

### I-5- مفاهيم الدراسة:

#### 1- الاستخدام:

لغة: من استخدم استخداما، واستخدمه أي اتخذه خادما. والرجل استوهبه خادما  
اصطلاحا:

عرفه " يافيس فرونسوا لوكوياديك " " Yves-François Le Coadic " بأنه نشاط اجتماعي يتحول إلى نشاط عادي في المجتمع بفضل التكرار والقدم، فحينما يصبح الاستعمال متكرر ويندمج في ممارسات وعادات الفرد يمكن حينئذ الحديث عن الاستخدام.<sup>1</sup>

وعليه فاستخدام وسيلة إعلامية أو مضمون إعلامي ما يتحدد بالخلفيات الديمغرافية والسوسيو-تقنية، والاقتصادية والثقافية للأفراد.<sup>2</sup>

اجرائيا:

وعليه فإن الاستخدامات الاجتماعية هي أنماط استخدام تظهر وتبرز بصورة منتظمة على نحو كاف بحيث تشكل عادات مندوجة في يوميات المستخدم تفرض نفسها في قائمة الممارسات الثقافية القائمة مسبقا وتعيد انتاج وربما مقاومة الممارسات الأخرى المنافسة لها أو المرتبطة بها.

2- الوسائل:

لغة: جمع وسيلة، كل ما يتحقق به غرض معين، يقابلها غاية.

اصطلاحا:

يعرفها عبد الحافظ سلامة، على أنها مجموعة أجهزة وأدوات ومواد يستخدمها المعلم لتحسين عملية التعليم والتعلم بهدف توضيح المعاني وشرح الأفكار في نفوس التلاميذ، وتعرف أيضا على أنها: وسائط تربوية يستعان بها لإحداث عملية التعلم.<sup>3</sup> أما مصطفى عبد السميع ، وآخرون ، فقد عرفوها بأنها عبارة عن تركيبة تضم كلا من المادة التعليمية أو المحتوى والإدارة والمتعلم والجهاز الذي يتمن خلاله عرض هذا المحتوى ، وطريقة التعامل التي يمكن من خلالها ربط المحتوى بالجهاز أو الإطار بحيث تعمل على توفير تصميم وإنتاج واستخدام فعال للوسيلة التعليمية يحقق الاتصال الكفاء .<sup>4</sup>

اجرائيا:

هي أجهزة وأدوات ومواد يستخدمها المعلم لتحسين عملية التعليم والتعلم وتقدير مدتها ، وتوضيح المعاني، وشرح الأفكار

3- الاتصال:

لغة: إن كلمة اتصال (communication) مأخوذة من الأصل اللاتيني لكلمة (communes) وتعني عام ومشارك.

اصطلاحا:

- يعرفه Broun: هو عملية نقل الأفكار والأداء من شخص إلى آخر أو داخل نفس الشخص، بغرض خلق الفهم لدى

الشخص الموجه إليه الإتصال.<sup>5</sup>

- كما يعرفه " ديفيد " بأنه عملية تمرير المعلومات من فرد إلى آخر.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أبو أصعب صالح خليل، استراتيجيات الاتصال وتأثيراته، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2005، ص 92.

<sup>2</sup> إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط2، 2003. ص 123

<sup>3</sup> عبد الحافظ سلامة، الوسائل التعليمية و المنهج، عمان ( الأردن ): دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع 2000، ص 223.

<sup>4</sup> مصطفى عبد السميع ، وآخرون، الاتصال والوسائل التعليمية، مركز الكتاب للنشر، 2001، ص 63

<sup>5</sup> بشير العلاق: نظريات الإتصال مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، د، ط، عمان، 2010، ص 13

- ويعرف أيضا بأنه تلك العملية التي يتم من خلالها تبادل معان بين طرفين بهدف التأثير في سلوك الطرف الذي يستقبلها أو يتلقاها.<sup>2</sup>

- وأيضا هو عملية يتم تبادل المفاهيم بين الأفراد من خلال نظام الرموز المتعارفة.<sup>3</sup>

- ويعرفه "جورج لندبرج" بأنه نوع من التفاعل يحدث بواسطة الرموز التي قد تكون حركات أو صورة أولغة أو أي شيء آخر يعمل كمنبه للسلوك.<sup>4</sup>

اجرائيا:

الإتصال هو إنتقال المعلومات والحقائق والأفكار والآراء والمشاعر بين الأفراد.

#### 4- وسائل الإتصال الحديثة:

لغة: هي الأدوات و النظم التي تساعد عمى القيام بالإتصال و تتمثل هذه الأدوات أساسا في الحاسبات الإلكترونية.

اصطلاحا:

هي الوسائل الإلكترونية المستخدمة في إنتاج و التسجيل للكهرومغناطيسي ، و الذي يكون باستخدام الشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية ذات الكفاءة العالية في حمل الرسائل و المعلومات ، هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب و ما يتصل به منتقنيات.<sup>5</sup>

و قد لخص عبد الهادي عثمان تعريف وسائل الإتصال الحديثة في : "القنوات الجديدة التي يمكن من خلالها نقل و بث الثورة المعلوماتية من مكان لآخر."<sup>6</sup>

بينما يرى الأستاذ (سعد لبيب) : "أن وسائل الإتصال الحديثة و تكنولوجيا المعلومات هما وجهان لعملة واحدة على أساس أن : ثورة وسائل الإتصال الحديثة قد سارت عمى التوازي مع ثورة تكنولوجيا المعلومات التي كانتنتيجة لتفجير المعلومات و تضاعف الانتاج الفكري في مختلف المجالات ، و ظهور الحاجة عن طريقانتقال المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو الاتجاهات ، من شخص إلى آخر أو جماعة إلى أشخاص أوجماعات ، باستخدام رموز ذات معنى واحد و مفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين."<sup>7</sup>

<sup>1</sup>علاء الدين عبد الغني محمود: إدارة المنظمات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2011، ص 346

<sup>2</sup>فريد فهمي زيارة: وظائف الإدارة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، د، ط، عمان، 2009، ص 247

<sup>3</sup>فاطمة حسين عواد: الإتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2011، ص 13

<sup>4</sup>فضيل دليو: الإتصال (مفاهيمه - نظرياته- وسائله)، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2003، ص 16.

<sup>5</sup>محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الإتصال والاعلام الحديثة (الاستخدام و التأثير)، مؤسسة كنوز الحكمة لنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2011، ص 29

<sup>6</sup>فيصل عبد الرؤوف الدحلة: تكنولوجيا الأداء البشري، دائرة المكتبة الوطنية، د، ط، عمان، 2010، ص 59

<sup>7</sup>عبد الباري إبراهيم درة: تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية ودلالاتها في البيئة العربية المعاصرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، د، ط، مصر، 2003، ص 25

اجرائيا:

من خلال التعاريف السابقة نفهم أن وسائل الاتصال الحديثة تركز على المستقبلين لرسالة بين نوعين منالاتصال ، اتصال شخصي و يكون مباشر بين مرسل و مستقبل و اتصال جماهيري يتطلب و سائلجماهيرية كوسيط للاتصال (الصحف، الراديو ، التلفزيون، الكمبيوتر) و يكون مع عدد كبير منالمستقبلين.

5- الأداء:

لغة: يؤدي،ينجز،يؤدي وفقا لعرف معين.

اصطلاحا:

- هو تحقيق بعض الشروط او الظروف التي تعكس نتيجة، أو مجموعة نتائج معينة لسلوك شخص معين أو مجموعة أشخاص.<sup>1</sup>

- ويعرف أيضا بأنه النتائج العملية أو الإنجازات أو ما يقوم به الفرد من أعمال أو تنفيذ الأعمال.<sup>2</sup>

- ويعرفه "كيراكيم" بأنه تأدية عمل أو إنجاز نشاط أو تنفيذ مهمة بمعنى القيام بفعل يساعد عللوصول إلى الأهداف المحددة.<sup>3</sup>

اجرائيا:

هو قيام الأفراد بمهام وأنشطة مختلفة.

6- الأداء الاقتصادي:

اصطلاحا:

هو مقياس غير موضوعي لمدى قدرة الشركة على استخدام الأصول من طريقة عملها الأساسية وتوليد الإيرادات. يُستخدم هذا المصطلح أيضًا كمقياس عام للصحة المالية الشاملة للشركة خلال فترة زمنية معينة، ويمكن استخدامه لمقارنة شركات مماثلة في نفس الصناعة أو مقارنة الصناعات أو القطاعات التي تم تجميعها.<sup>4</sup>

هناك العديد من الطرق المختلفة لقياس الأداء المالي، ولكن ينبغي اتخاذ جميع التدابير في التجميع. يمكن استخدام البنود

الميزانية مثل الإيرادات من العمليات أو الدخل التشغيلي أو التدفق النقدي من العمليات، بالإضافة إلى إجمالي المبيعات على

أساس الوحدة. وأيضًا، قد يرغب المحلل أو المستثمر في النظر في البيانات المالية بشكل أعمق والبحث عن معدلات النمو الهامشية

أو أي انخفاض في الدين.

<sup>1</sup>الحسيني، أحمد بن عبد الله - علاقة الإشراف الإداري بكفاءة أداء العاملين- دراسة تطبيقية علىالمستشفيات العسكرية بالرياض، 1994 ، ص 72

<sup>2</sup>الدحلة فيصل عبد الرؤوف- تكنولوجيا الأداء البشري المفهوم وأساليب القياس والنماذج -المكتبة الوطنية، عمان، 2001 ، ص 96

<sup>3</sup>خالد عبد الرحمان إلهيتي - إدارة الموارد البشرية - عمان ، الأردن، سنة 2003 ، ص 196

<sup>4</sup>عقيل جاسم عبد الله، مدخل في تقييم المشروعات، دار الحامد للنشر، عمان، 1999، ص 189

ويُعتبر تقرير الأداء المالي سجلاً رسمياً لأنشطة المنشأة المالية على المدى القصير والمدى البعيد والذي يتم تقديمه بطريقة منظمة وسهلة الفهم تشمل عادةً البيانات المالية الأساسية مصحوبة بمناقشة وتحليل الإدارة. ينقسم الأداء المالي إلى أربعة قوائم أساسية هي: الميزانية وقائمة الدخل وقائمة التدفقات النقدية وقائمة حقوق المساهمين.<sup>1</sup>

اجرائياً: نلاحظ من خلال ما سبق أن النظرة إلى الأداء كانت تقتصر فقط على الزمن المستغرق للأفراد و المعدات لتحديد معدلات الأداء، و لكن سرعان ما تطورت تلك النظرة وفقاً لتطورات المحيط كما أشرنا

## 7- الوصاية:

### اجرائياً:

يقصد بها وزارة السياحة و الصناعة التقليدية التي تضم المديرية العامة للسياحة و المديرية العامة للصناعة التقليدية و الحرف حيث تتكفل هذه الأخيرة بالإشراف على غرف الصناعة التقليدية و الحرف للولايات 48 عبر الوطن

## I-6- الدراسات السابقة:

1. لعياضي عبد الحكيم وعصايدى مروان: دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين عملية اتخاذ القرار من

وجهة نظر موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية خنشلة. جامعة سوق أهراس، 2019.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة العلاقة الارتباطية بين تكنولوجيا الاتصال وعملية اتخاذ القرار من وجهة نظر موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية خنشلة، تكونت الدراسة من 30 موظف، وقد تم اختيارهم بطريقة المسح الشامل، وتم استخدام المنهج الوصفي، وأداة البحث تمثلت في استمارة استبيان.

ومن أهم النتائج المتوصل إليها: وجود علاقة ارتباطية قوية بين تقنيات تكنولوجيا الاتصال المستخدمة وعملية -اتخاذ القرار

لدى موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية خنشلة.

<sup>1</sup> فاروق محمد السعيد راشد، التنظيم الصناعي و الإداري، الدار الدولية للاستثمارات الثقافية، مصر، 2001، ص 103.

2. بن قطاف محمد، بن حمودة محبوب، ماي 2019 "غرف الصناعة التقليدية والترويج للمنتوج الحرفي الجزائري"، مجلة العدد 01 لجامعة الجزائر 3 " (LITA) دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية تابعة لمخبر البحث "الصناعات التقليدية، المجلد 08.

حيث كان الهدف من الدراسة هو معرفة دور غرف الصناعة التقليدية في الترويج للمنتوج الحرفي الجزائري، وقد توصلنا للدراسة إلى أن غرف الصناعات التقليدية تقدم دورا كبيرا في ترويج منتوجات الصناعات التقليدية والحرفية، فهي الهيئة مخولة قانونا للدفاع عن حقوق الحرفيين والعمل على تقديم التوجيهات والتكوينات والترويج لمنتوجاتهم، ورغم كل ما تقدمه فهي بحاجة إلى دعم وتوفير الغطاء المالي من طرف الدولة من أجل ضمان سير نشاطها.

3. العايب أمينة، بوطرس وهيبة، 2019، "إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته بالأداء الوظيفي لإدارة المؤسسة دراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. قطب تاسوست" مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علم اجتماع تخصص: علم الاجتماع الاتصال

تناول هذه المذكرة موضوع إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته بالأداء الوظيفي لإدارة المؤسسة، وهي عبارة عن دراسة ميدانية أجريت بكلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير، وهذا المعرفة الدور الكبير الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة، حيث دخلت هذه الأخيرة مختلف النشاطات اليومية للمؤسسات والرفع من أدائها الوظيفي.

ومن هنا جاءت فكرة هذا البحث والتي تمت صياغة إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو واقع إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته بالأداء الوظيفي لإدارة المؤسسة؟.

وقد إنبثق عن هذا التساؤل تساؤلات فرعية مفادها:

- ما هي أهم التكنولوجيا التي تستخدم في إدارة المؤسسة؟.

- ما هو أثر إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المؤسسة؟.

- ما هي العوائق التي تعترض إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال بإعتباره أداة فعالة في تحسين الأداء الوظيفي؟.

وقد وظفت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لكي يفيدنا في تحليل النتائج الدراسة ووصفها ووصفا دقيقا، وقد قمنا

بإختبار العينة القصدية والمكونة من 42 موظف من مجتمع الدراسة بإدارة كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.

أما الأدوات المستخدمة فقد تمثلت في الملاحظة والمقابلة والإستماراة وقد تم تقسيم الإستماراة إلى أربعة ( 04 ) محاور:

-المحور الأول: البيانات الشخصية.

-المحور الثاني: تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في غدارة كلية العلوم الإقتصادية التجارية وعلومالتسيير .

-المحور الثالث: أثر إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المؤسسة.

-المحور الرابع: عوائق إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في إدارة المؤسسة.

وبعد جمع المعلومات الكافية من عينة الدراسة وتحليلها توصلنا إلى أهم النتائج ونلخصها فيمايلي:

-أن المؤسسة تهم بإستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال من جهاز الحاسوب والأترنت والهاتف الثابتالدرجة الأولى.

-أن تكنولوجيا الإعلام والاتصال لها دور فعال في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة.

-وجود بعض العوائق التي تواجه الموظفين أثناء إستخدامهم لتكنولوجيا الإعلام والاتصال

4. جماعي أم كلثوم جوان 2018، "التسويق الحرفي مدخل لتنمية وتطوير المنتجات التقليدية والحرفية"، مجلة

المدير، العدد 06.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على أهم مداخل تنمية وتطوير المنتجات التقليدية والحرفية، ألا وهو التسويق الحرفي، فقدأصبحت عملية تسويق منتجات الحرف في الداخل والخارج من الأمور الهامة والضرورية للغاية من أجل الحفاظ على نمو منتجاتالحرف اليدوية والعمل على إرساء منظومة لتسويقها وإحيائها، ومن هذا المنطلق اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفيالتحليلي، من خلال التعرض إلى دراسة وتقسيم أسواق المنتجات التقليدية، وإلى عناصر مزيج التسويق الحرفي، وهذا العناصرالأربعة من إنتاج، تسعير، توزيع، وترويج لهذه المنتجات، ومن بين النتائج المتوصل إليها تحفيز القيام بالبحوث التسويقية العلميةالدقيقة، والقيام بدورات للحرفين قصد تصريف هذا الإنتاج.

5. لغوشي بلقاسم، ياسي منير 2016/2015، "استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة

الاقتصاديةدراسة ميدانية بالشركة الإفريقية للزجاج بأولاد صالح-الطاهير-" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

في علم الاجتماعتخصص: علاقات عامة

هدفت الدراسة الى محاولة التعرف على مجالات استخدام تكنولوجيا الاعلام و الاتصال ف المؤسسة، وماهي أهم الوسائل

التكنولوجية و الاتصالية المستعملة داخل المؤسسة ومحاولة معرفة أثر تكنولوجيا الاتصال الحديثة على الاتصال الداخل للمؤسسة،

وكذلك محاولة معرفة أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة على أداء المؤسسة.

تم استخدام المنهج الوصف الذي يساعد على تحليل الظاهرة وتفسيرها والوصول إلى استنتاجات يمكن استغلالها في تطوير

الواقع

نتائج الدراسة:

- أهمية استخدام تكنولوجيا الاتصال و الاعلام في المؤسسة لما تقدمه من تسهيلات كاققتصاد للجهد و اختصار للوقت
- تساعد تكنولوجيا الاتصال و الاعلام في حل بعض المشاكل المرتبطة بالعمل مثل متطلبات فعالية الاتصال الداخلي، و توفري حصص تدريبية للموظف ني للتعامل مع هذه الوسائل المتطورة
- ساعد الاتصال الداخلي على زيادة التنسيق بين الاقسام الداخلية للمؤسسة و يسهل التفاعل بين هذه الاقسام.
- تساهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة ف تحسين سير العمل في المؤسسة والمساعدة والمشاركة في اتخاذ القرارات بشكل غير مباشر وتحس ني محيط العمل.
- تساهم تكنولوجيا الاتصال الحديثة في زيادة كفاءة الموظف وقدراته مما ادى الى زيادة المردودية.
- تساعد تكنولوجيا الاتصال الحديثة على تسهيل عملية تسويق منتوجات المؤسسة وتخفصي النفقات المالية من خلال الترويج والاشهار وسهولة الوصول الى الزبون.

6. آيت سعيد فوزي نوفمبر 2013، "دور غرف الصناعة التقليدية والحرف في ترقية قطاع الصناعة التقليدية

والحرف في الجزائر"، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية" تابعة لمخبر البحث "الصناعات

التقليدية الجزائر 3، المجلد 02، العدد 01

يعالج المقال موضوع قطاع الصناعة التقليدية والحرف وإستراتيجية ترقيتها، مع التركيز على إحدى الآليات المحددة لتنفيذ هذه الترقية وهي آلية غرف الصناعة التقليدية والحرف، حيث تناول بعد هذا التقدّم مسعى غرف الصناعة التقليدية والحرف، كإحدى الآليات المطبقة في الجزائر لترقية قطاع الصناعة التقليدية والحرف، بالتعرض لمفهومها وأسباب نشأتها، واختصاصاتها وتنظيمها، كما تناول المقال مساهمة غرف الصناعة التقليدية والحرف في ترقية نشاطات حرفيي القطاع.

7. إيمان محمود محمد حسين: قياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مدخل الفجوات دراسة تطبيقية في

قطاع الاتصال الأردنية، دراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الإلكترونية، كلية

الأعمال جامعة الشرق الأوسط، 2011.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مستوى الفجوة بين جودة الخدمات الإلكترونية المقدمة فعلا من وجهة نظر العملاء وجودة الخدمات الإلكترونية المستهدفة من وجهة نظر العاملين في الإدارة (الجودة الداخلية) وفقا للأبعاد التالية (سهولة الاستخدام وتصميم الموقع، الاعتمادية والسرية والاستجابة والتعاطف).

وقد توصلت الدراسة إلى استنتاجات كان من أهمها: عدم وجود فروق بين تقييم العملاء وتقييم العاملين في الشركات الثلاثة لمستوى جودة الخدمات الإلكترونية وفقا لجميع الأبعاد، حيث كان تقييم العملاء والعاملين متقاربا، وكان تقييم العملاء لأبعاد جودة الخدمات الإلكترونية مرتبا حسب الأهمية علالتوالي كما يلي: (سهولة الاستخدام، تصميم الموقع، التعاطف، السرية، الاستجابة، الاعتمادية) أما العاملين فكان تقييمهم للأبعاد مرتبا حسب الأهمية على التوالي كما يلي: (تصميم الموقع، التعاطف، سهولة الاستخدام، الاستجابة، السرية، الاعتمادية).

8. دراسة شايب محمد بعنوان " أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية "

دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بسطيف، مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير

في العلوم الاقتصادية فرع: الاقتصاديات المالية بنوك ونقود، السنة الجامعية 2006/2007.

تهدف الدراسة إلى قياس تأثير مختلف تكنولوجيات الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة بنوك الصندوق الوطني للتوفير

والاحتياط.

و تمثل التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة في: ما هو أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية

الجزائرية؟.

وتندرج تحت هذا السؤال التساؤلات الفرعية التالية:

- ماذا يقصد بتكنولوجيا الإعلام والاتصال؟ وما هي الأنواع المستخدمة في البنوك؟.

- ما هي التأثيرات العديدة التي تحدثها التكنولوجيا في البنوك؟.

- ما هو الغرض من اعتماد البنوك التجارية الجزائرية لتكنولوجيا الإعلام والاتصال؟ و ما هي مزاياها؟.

- إلى أي مدى يمكن لتكنولوجيا الإعلام والاتصال أن تؤثر على جودة الخدمات المصرفية والحصول على رضا العملاء ووفائهم.

وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي بالنظر إلى طبيعة الموضوع، إضافة إلى استخدام منهج دراسة الحالة فيما يتعلق بالدراسة الميدانية، وهذا من خلال جمع مختلف المعلومات والبيانات المرتبطة بالموضوع، ومحاولة تحليلها ومناقشتها للوصول إلى نتائج يمكن تعميمها وذلك بالاعتماد على الأدوات التالية:

- الزيارات والملاحظات الميدانية، المقابلات الشخصية وموقع البنك الإلكتروني.

- برنامج Microsoft Office Excel والذي يستخدم في التصفية الآلية لقاعدة البيانات الكبيرة Filtration Automatique وحساب عدد العمليات وحجم المبالغ الخاصة بالعمليات التي شملتها أنظمة الدفع الآلية الحديثة في الوكالات شهريا، وكذا إعداد الجداول والرسوم البيانية.

- وقد بينت نتائج الدراسة التطبيقية العلاقة التفاعلية الكبيرة بين تكنولوجيا ونشاط البنك، وتحددت هذه العلاقة التفاعلية من خلال الأثر الواضح على وظيفة الإنتاج وإنتاجية المصالح، وكذا وظيفة توزيع خدمات البنك بالرغم من أن البنك محل الدراسة في بداية طور الاستفادة من مزايا تكنولوجيا أنظمة الدفع الآلية الجديدة.

## I-7- أوجه الاستفادة من الدراسة السابقة:

بعد استعراض مجموعة من الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع بحثنا توصلنا إلى الملاحظات التالية:

- 1 - دراسة لعياضي عبد الحكيم عصايدي مروان (2019): إستفدنا من هذه الدراسة كونها وجود علاقة إرتباطية بين إستخدام لتكنولوجيا الإتصال الحديثة والأداء الوظيفي للعامل.
- 2 - دراسة بن قطاف محمد وبن حمودة محبوب (2019): إستفدنا من هذه الدراسة ان مساهمة ودور غرف الصناعة التقليدية والحرف في تحسين الأداء الوظيفي للعمال و الحرفيين.
- 3 - دراسة العايب أمينة وبوطرس وهيبة (2019): تتفق هذي الدراسة في أن المؤسسة تهتم بإستخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال بالدرجة الأولى بحيث أن لها دور فعال في تحسين الأداء الوظيفي في المؤسسة.
- 4 - دراسة جماعي أم كلثوم (2018): إستفدنا من هذه الدراسة كون عملية التسويق لمنتجات الحرفيين ضرورية للتنمية وتطوير المنتجات التقليدية والحرفية.
- 5 - دراسة لغوشي بلقاسم وياسي منير (2015,2016): إستفدنا من هذه الدراسة كونها:
  - \_ أهمية إستخدام تكنولوجيا الإتصال والإعلام في مؤسسة لما تقدمه من تسهيلات كإختصار في الوقت.

- مساهمة وسائل الإتصال الحديثة في زيادة كفاءة الموظف الذي يؤدي إلى زيادة المردودية.
- أن وسائل الإتصال الحديثة تساعد على تسهيل عملية التسويق منتوجات المؤسسة وتخفيض النفقات المالية من خلال الترويج والإشهار وسهولة الوصول إلى الزبون.
- 6 — دراسة أيت سعيد فوزي (2013): إستفدنا من هذه الدراسة كون غرف الصناعة التقليدية والحرف تساهم في ترقية نشاطات حرفي القطاع.
- 7 — دراسة إيمان محمود محمد حسين (2011): إستفدنا من هذه الدراسة معرفة مستوى الفجوة بين الخدمات الإلكترونية المقدمة من وجهة نظر العاملين في الإدارة وفقا لأبعاد التالية (سهولة الإستخدام، الإعتمادية مساهمة).
- 8 — دراسة شايب محمد (2007/2006): إستفدنا من هذه الدراسة أن تكنولوجيا الإعلام والإتصال تؤثر على جودة الخدمات والحصول على رضا العملاء ووفائهم.

### - I-8- المقاربة العلمية:

#### - أولا: نظرية انتشار المبتكرات:

#### نشأة وظهور النظرية:

تعد نظرية إنتشار المبتكرات (diffusion of innovations theory) من النظريات التي وضعت لتفسير السلوك لإقبال على تبني الأفكار أو إستهلاك المنتجات الجديدة في المجتمعات الإنسانية، ظهرت هذه النظرية خلال السنوات الأخيرة من الخمسينات والستينات متأثرة بنظرية تدفق المعلومات على مرحلتين التي قدمنا لازازسفيد وزملاء حيث وبنفس الطريقة وجد علماء الإجتماع الريفي أن نموذج نشر المعلومات على المزارعين يمكن فهمه في إطار تدفق المعلومات على مرحلتين وأنه يمكن النظر إلى عملية نشر الأفكار الحديثة بين المزارعين على أنها مشابها تماما لعملية التصويت في الإنتخابات وإن النصيحة في الحالتين تتم تلبيتها من خلال الإتصال الشخصي وتأثير قادة الرأي الذين يتفقون وخصائصهم تماما كما أنتهت إليه دراسات التصويت الإنتخابي.

تعود أصول نظرية إنتشار المبتكرات إلى دراسات متفرقة قام بها الباحثون الإجتماعيون في عدة ميادين مثل الانتربولوجيا والتربية والزراعة لمعرفة كيفية تبني المزارعين لأفكار الجديدة المتعلقة بأساليب الزراعة الحديثة كما إهتم بها أيضا الباحثون في مجال التربية من خلال محاولة نشر طرق التدريس الجديدة أو فكرة تنظيم الأسر أو إقتناء الأجهزة وإستخدامها وغيرها من المجالات المختلفة لمعرفة

أثارها في النظام الاجتماعي القائم وتركز هذه النظرية على نشر المعلومات المتعلقة بالمبتكرات والتحديد بين أفراد المجتمع أو القطاع منه بهدف تحقيق التنمية.

### - ثانيا: فرضية النظرية:

تقوم هذه النظرية على إفتراض أن قنوات ووسائل الإعلام تكون أكثر فعالية في زيادة المعرفة حول المبتكرات حيث تكون قنوات الإتصال الشخصي أكثر فعالية في تشكيل المواقف حول المبتكرات الجديدة.

كما يقترَب مدخل إنتشار المبتكرات كثيرا من تدفق المعلومات على مرحلتين الذي يفترض أن الرسائل الإعلامية تصل إلى الجمهور على طريق أفراد يتميزون عن سواهم بأهم أكثر إتصالا ونشاطا في تعاملهم مع وسائل الإتصال الجماهيري ويطلق عليهم قادة الرأي.

ومفهوم قادة الرأي في هذا المدخل "مدخل إنتشار المبتكرات" لا يختلف كثيرا عن مدخل إنتقال المعلومات على مرحلتين غير أنه يضيف تفصيلات أكثر حول شخصية قادة الرأي.

### - ثالثا: الإنتقادات الموجهة إنتشار المبتكرات:

لقى نموذج إنتشار المبتكرات شيوعا وإنتشارا في بداية الستينيات خاصة في دول العالم الثالث غير أنه واجه فيما بعد في السبعينيات جملة الإنتقادات هي:

1 \_ أن تطبيق هذا النموذج والعمل به في دول العالم الثالث أدى إلى إتساع هوة فجوة المعلومات وزيادة الفروقات الاجتماعية والاقتصادية بين فئات المجتمع لأن الفئات المتقدمة إقتصاديا وإجتماعيا تشجع أكثر عن غيرها على التجديد وممارسة بالإقبال على تلقي المعلومات أكثر من غيرها من الفئات الفقيرة.

2 \_ دعم إتفاق الباحثين والدارسين هذا النموذج "إنتشار" على تعريف محدد للتنمية.

3 \_ إيمان الباحثين على رأسهم روجرز بقوة تأثير وسائل الإتصال على قادة الرأي خاصة وبفعالية من مناطق أو تأثير نظرية الطلقة السحرية أي أن نموذج الإنتشار أخذ مبدأ سريان المعلومات فففي إتجاه واحد من الحكومة ومراكز التنمية إلى الجمهور

المتلقي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> - حسين عماد مكاي وليلى حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 198، ص،ص 254،255.

## - رابعا: نظرية الإستخدامات والإشباعات:

خلال الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الإعلامي على السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية متطور جديد للعلاقات بين الجماهير وهذه الوسائل، فظهرت نظرية الإستخدامات و الإشباعات، حيث يؤمن هذا المدخل أن للجمهور إرادة يستطيع من خلالها تحديد أي وسائل يستخدم، وأي محتوى يختاره فيركز على الدوافع الخاصة ويفترض أن المحتوى الأكثر فعالية لوسائل الإتصال لا يستطيع التأثير على الشخص غير المستخدم للوسيلة، في الإطار الإجتماعي والنفسي الذي يعيش فيه حيث تمثل قيم والجاهات وأدوار الأفراد هذه لوسيلة والمضمون المتقدم من خلالها.<sup>1</sup>

ولقد إنطلقت هذه النظرية من أبحاث روادها الأوائل على رأسهم "أرنام" الذي حاول الكشف عن الوظائف النفسية التي تؤديها المسلسلات لربات البيوت وكذلك إسهامات "يولسون" الذي إستغل إضراب الصحافة لتأكيد من الدوافع التي تجعل القراء يفتقدون يومهم المعتادة.<sup>2</sup>

## - خامسا: مفهوم النظرية:

إنطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كاملة معينة إستجابة الدوافع الحاجات الفردية.<sup>3</sup> كما ركزت هذه النظرية على توقعات الجمهور وتطلعاته وإستخداماته وهي نظرية جديدة ومختلفة وديمقراطية تنظر إلى الإعلام من وجهة نظر المتلقي وليس من وجهة نظر العالم بالإعلام أو الإتصال أو السلطة.

تقول هذه النظرية أن جزءا هاما من إستخدام الناس لوسائل الإعلام موجه لتحقيق أهداف يحددها الأفراد، وهم يقومون بإختبار وسائل إعلام معينة لإشباع إحتياجاتهم مثلما قال "مارك ليفي" هناك خمسة أهداف مختلفة من إستخدام الناس لوسائل الإعلام هي مراقبة البيئة والتوجه المعرف، وعدم الرضا والتوجه العاطفي والتسلية.<sup>4</sup>

## - سادسا: فروض النظرية:

لقد وضع كل من "كاتز" و "غورفيتش" مجموعة من الفروض التي يعتمد عليها منظور الإستخدامات والإشباعات هي:

- جمهور المتلقين جمهور ناشط، وإستخدامه لوسائل الإعلام هو إستخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

<sup>1</sup> - محمد الفاتح حمدي: إستخدام تكنولوجيا الإتصال والإعلام وإنعكاساتها على قيم الشباب مذكرة نيل شهادة الماجستير في الإعلام والإتصال جامعة الجزائر 2008-2009 ص 70.

<sup>2</sup> - بسام عبد الرحمان مشاقبة نظريات الإتصال دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2015 ص 176.

<sup>3</sup> - بسام عبد الرحمان مشاقبة نظريات الإتصال دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2014 ص 14.

<sup>4</sup> - بشير العلاق نظريات الإتصال مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2010 ص 65.

- تدخل العوامل الخاصة بحالة الفرد وميوله بمختلف توقعات لإشباع حاجاته والتي تلبيها وسائل الإعلام.<sup>1</sup>
- التأكد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبه حاجاته فلأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الإتصال، وليست وسائل الإتصال هي التي تستخدم الأفراد.<sup>2</sup>
- **سابعا: الإنتقادات الموجهة لنظرية الإستخدامات والإشباع:**
- الإدعاء بأن الجمهور يتعامل مع وسائل الإعلام بكل حرية مبالغ فيه إذا هناك عوامل إجتماعية وإقتصادية مختلفة من فرض إستفادة كل أفراد الجمهور من مضامين وسائل الإتصال.
- عدم توفير بدائل عديدة من الوسائل الإعلامية يلغي مفهوم الجمهور الإيجابي والنشط.
- الجدول الكبير حول كيفية قياس وإستخدام المتلقى للوسيلة الإعلامية والإتصالية وحتى زمن ذلك القياس.

## I-9- منهج الدراسة:

يعرف المنهج بأنه الطريق المنبع للكشف عن هذه الدراسة بواسطة استخدام مجموعة من القواعد والتي ترتبط اساسا بتجميع البيانات وتحليلها حتى تساهم في التوصل إلى نتائج ملموسة.

وهو أيضا مجموعة من الأسس والقواعد التي يتبناها الباحث بغرض التوصيل إلى نتائج معينة ويعتبر من اهم الخطوات المتبعة في المجاز البحث العلمي.

وانطلاقا من اننا نحاول التعرف على مدى تأثير استخدام الانترنت على العملية الاتصالية وتسيط الضوء على المكانة التي توليها ادارة المؤسسة لهذه التقنية فقد استخدمنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يكفل لنا جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات الوصفية واللازمة بغرض عليل واستخدام البيانات وتفسيرها هدف معرفة هذه الوظيفة كما يقوم المنهج الوصفي بوصف ماهو كائن لامع تحديد الظروف والعلاقات التي توجد بين الوقائع ويهتم بتحديد الممارسات الشائعة والالدة داخل الجامعات عن طريق جمع البيانات أي أن المنهج الوصفي يشب المنهج الأكثر قابلية للاستخدام عند دراسة المحاور الانسانية كما يعد الأكثر استخداما في بحوث الاعلام.

كما قد تم استخدام منهج دراسة الحالة بأنه هو منهج الذي يهدف إلى التعرف على مضمون وخصائص الحالة أو الظاهرة الواحدة وبصورة مفصلة ودقيقة ويركز على تحديد حالة محددة بعينها كخطوة أوله ومن ام مع معلومات مفصلة ودقيقة

<sup>1</sup> - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، عالم الكتب القاهرة، 1998، ص 222.

<sup>2</sup> - حسن عماد مكاوي ليلي حسين السيد، المرجع السابق ص 241.

عنها كحلوة ثانية وتحليل المعلومات التي تم جمعها وتحليلها بطريقة علمية وموضوعية للحصول على نتائج محددة يمكن تعميمها واقتراح أساليب معالجتها على الحالات المشابهة.

### I-10- مجتمع البحث وعينة الدراسة

يعرف مجتمع البحث حسب مادلين قرافيت انه مجموعة عناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي جرا عليها البحث و التقني وما أن دراستا تهدف الى معرفة اثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على أداء غرفة الصناعة التقليدية والحرف بورقلة من خلال التعرف على مدى استخدام هذه الوسائل و مستويات استخدامها وكذا أثرها على الأداء الاقتصادي للغرفة لذلك فان مجتمع بحثنا يتكون من كل الموظفين الاداريين المستخدمين لهذه الوسائل حيث كانت عينة الدراسة التي تم استخدامها هي العينة القصدية.

كما إعتدنا على المسح الشامل لسهولة جمع البيانات والمعلومات من عمال الغرفة، ومحدودية وصغر حجم مجتمع الدراسة (العمال وموظفين).

### I-11- ادوات جمع البيانات

ان دقة اي بحث علمي تتوقف الى حد كبير على اختيار الأدوات التي تتماشى وطبيعة الموضوع وامكانيات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف الدراسة حيث أن طبيعة الموضوع المدروس تتطلب منا الاستعانة بأكثر من أداة منهجية وهذا للإلمام بالموضوع ولهذا الغرض اعتمدنا على الأدوات المنهجية الآتية:

- **المقابلة:** وتعتبر من الوسائل الشائعة الاستعمال في البحوث الميدانية لأنها تحقق أكثر من غرض في نفس الباحث فبالإضافة إلى كونها الأسلوب الرئيسي الذي يختاره الباحث إذا كان الأفراد المبحوثين ليس لديهم المام بالقراءة أو الكتابة أو انهم يحتاجون إلى تفسير وتوضيح الأسئلة أو أن الباحث يحتاج لمعرفة ردود الفعل النفسية على وجوه أفراد الفئة العينة.

والمقابلة أنواع فهناك المقابلة الفردية والمقابلة الجماعية المقابلة بين رئيس ومرؤوس وبين مسئول في التعليم وطالب للوظيفة وتعتبر المقابلة تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف المواجهة حيث يحاول أحدهما وهو القالم بالمقابلة أن بشر بعض

المعلومات أو التغيرات لدى المبحوثين او التي تدور حول أدائه ومعتقداته.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> طلعت إبراهيم لظفي، أساليب وأدوات البحث الاجتماعي، دار الغيب الطباعة والنشر، القاهرة 1998، ص 121.

المقابلة تعني ذلك النمط أو الأسلوب المشحم للاتصال الشخصي والتفاعل اللفظي الذي يجري لتحقيق غرض خاص ويركز فيه على بيانات ومعلومات خاصة ويستبعد مساعدتها من المعلومات والمعلومات القريبة أو الدخيلة وغير الجوهرية في الموضوع هذا بالإضافة إلى أن المقابلة هي نوع من التفاعل الذي يكون فيه دور كل من المقابل والمجيب دوراً متحدداً يتوقف في خصائصه الخاصة على أرض المقابلة أو الطابع الغالب عليه.

فإعتمدنا على المقابلة كأداة لجمع الكم الهائل من المعلومات والبيانات من خلال طرح مجموعة من الأسئلة الموجودة إلى السيد رئيس دائرة التنظيم والإعلام وإدارة الوسائل ومع رئيس مصلحة الترقية والتكوين خلال مرحلة الإطلاع على مصالح الغرفة وخلال ضبط الاستبيان خاصة فيما يتعلق بطبيعة وسائل الإتصال الموجودة على مستوى الغرفة وتقديم شروحات حول الهيكل التنظيمي للغرفة وكيفية عملها والعلاقة بين الغرفة والحرفيين وبين الوصاية أي المديرية العامة للصناعة التقليدية.

• **الاستبيان:** ويسمى أيضاً بالاستقصاء وهو إحدى الوسائل الشائعة الاستعمال للحصول على المعلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين أو موقف معين ويتكون الاستبيان من حلول من الأسئلة توزع على فئة من المجتمع عينة بواسطة البريد أو باليد أو قد تنتشر في الصحف أو التلفزيون أو الإنترنت حيث يطلب منهم الإجابة عليها وإعادتها إلى الباحث والهدف منه هو الحصول على بيانات واقعية وليس مجرد انطباعات وآراء هامشية.<sup>1</sup>

#### • أنواع الاستبيان:

◀ **الاستبيان المفتوح:** هو الذي يشمل على أسئلة تستدعي أجوبة مفتوحة غير محددة، والغرض من الاستبيان المفتوح هو إعطاء الفرصة للمستجوبين لإبداء رأيه اتجاهه بشكل واضح، فحين يوجهه سؤال كالتالي ما رأيك في تعليم المرأة؟ فالتنا بذلك نسمح له بالتعبير الحر التلقائي عن رأيه وموقفه وإطاره المرجعي وبألفاظه هو نفسه، ومن هنا جاءت تسمية هذا النوع من الاستبيانات بالاستبيان المفتوح، فهذه الاستبيانات لا تقيد المتحويين بعدد محدود من الإجابة.

◀ **الاستبيان المقفل:** يتضمن هذا النوع من الاستبيانات أسئلة تحتاج إلى أجوبة محددة مثل أجب بنعم أو لا أو ضع دائرة حول الإجابة الأنسب أو صحيح أو خطأ، وقد يتضمن الاستبيان اختيار بديل واحد من بين عدة بدائل جاهزة ومحددة للمستجوبين.

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد البحث العلمي في الدراسات الإعلامية عالم الكتب القاهرة، 2000، ص106

الاستبيان المقفل والمفتوح: يعتبر هذا النوع من الاستبيان أكثر شيوعاً من غيره ، وهو مزيج من الاستبيان المقفل والاستبيان المفتوح ، ويتضمن أسئلة ذات أجوبة محددة ومعدة مسبقاً

## I-12- مجالات الدراسة:

يعرف المجال على أنه الحيز الكلي التي تعمل فيه مجموعة من القوى حيث عدد حالات الدراسة في ثلاث مجالات كانت على الشكل التالي:

المجال الجغرافي يقصد به النطاق المكاني لأجراء الدراسة حيث اجريت الدراسة في في غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية ورقلة  
المجال الزمني قد تحدد هذا الحال وفقاً لما استغرقته مراحل البحث المختلفة وهي كالتالي أجرينا هذه الدراسة بداية من أكتوبر 2021 الى غاية ماي 2022

المجال البشري: ويتضمن جمهور البحث الذين تشملهم الدراسة في هذا البحث عدد من موظفي غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية ورقلة.

## الخلاصة:

استعرضنا في هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة، بداية من الإشكالية الرئيسية والتساؤلات الفرعية، ثم طرحنا الأسباب التي دفعتنا إلى إختيار هذا الموضوع، ثم إلى الأهداف وأهمية الدراسة بعدها قمنا بتحديد مفاهيم الدراسة، ثم تطرقنا إلى أهم الدراسات السابقة التي تبين العديد من الأدبيات العلمية والدراسات المشابهة لها، بعدها تطرقنا إلى المقاربة النظرية التي قمنا بالاعتماد عليها نظرية إنتشار المبتكرات ونظرية الإستخدامات والإشباع، بعدها تناولنا المنهج المتبع وتوضيح السبب الذي جعلنا نختار هذا المنهج من بين مناهج البحث العلمي الأخرى، ثم تطرقنا إلى مجتمع البحث والعينة، بعدها بينا الادوات التي إعتدنا في جمع بيانات الدراسة وفي الأخير تطرقنا إلى تحديد مجالات الدراسة.

## الفصل الثاني: الدراسة التطبيقية

## II-1- تمهيد:

بعدما تم التطرق الى الجانب المنهجي للدراسة سنقوم في هذا الفصل بالتطرق الى الجانب التطبيقي اذ يتناول هذا الجزء من الدراسة تحليل بيانات الدراسة الميدانية استنادا للمعطيات المحصل عليها من استمارة الاستبيان التي تم توزيعها على المبحوثين وقد تم بتبويب الاجابات في شكل جداول تحمل تكرارات ونسب مئوية تم التعليق عليها كما وكيف من اجل ايجاد تفسيرات ذات دلالات لأجوبة المبحوثين حيث كانت المحاور الرئيسية للدراسة تتمثل في ما يلي:

المحور الاول : البيانات الشخصية للمبحوثين

المحور الثاني: وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها الغرفة للاتصال بالوصاية

المحور الثالث: وسائل الاتصال الحديثة التي تعتمد عليها الغرفة لإتصال بالحرفيين

المحور الرابع : اثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على اداء الاقتصادي للغرفة حيث قمنا بعرض الاستمارة في صورتها الاولى على الاستاذة المشرفة لاداء رايها في مدى ملائمة العبارات للقياس ومدى وضوح هذه العبارات ومطابقتها للمحور الذي تنتمي اليه وبعدها قمنا بتوزيع الاستمارات بعد التعديل مباشرة على المبحوثين وعددها 22 استمارة وبعد تجميعها قمنا باستخراج الجداول البسيطة والتعليق عليها والحصول على نتائج الدراسة وفيما يلي بطاقة فنية حول غرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة

## II-2- تقديم غرفة الصناعة التقليدية:

غرفة الصناعة التقليدية والحرف هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، وتوضع تحت وصاية الوزير المكلف بالصناعة التقليدية.

تعد الغرف منتدى لتمثيل المهن الحرفية وتمثل الشريك الأمثل للسلطات المحلية أو الوطنية في كل الميادين التي تعني بتنمية قطاع الصناعة التقليدية والحرف تقوم بمهمة الخدمة العمومية وفقا لدفتر الشروط وتبعات الخدمة العمومية.

### II-2-1- نشأة المؤسسة:

غرفة الصناعة التقليدية والحرف أنشأت بمرسوم تنفيذي رقم: 97.100 المؤرخ في 21 ذو القعدة الموافق ل 29 مارس 1997 الذي يحدد تنظيم غرف الصناعة التقليدية والحرف وعملها، باشرت الغرفة نشاطها في نوفمبر 1998 بمقرها الكائن بشارع مولاي العربي مقابل دار الثقافة ورقلة، لديها فرع متواجد ببلدية تبسبت.

### II-2-2- مهام غرفة الصناعة التقليدية والحرف:

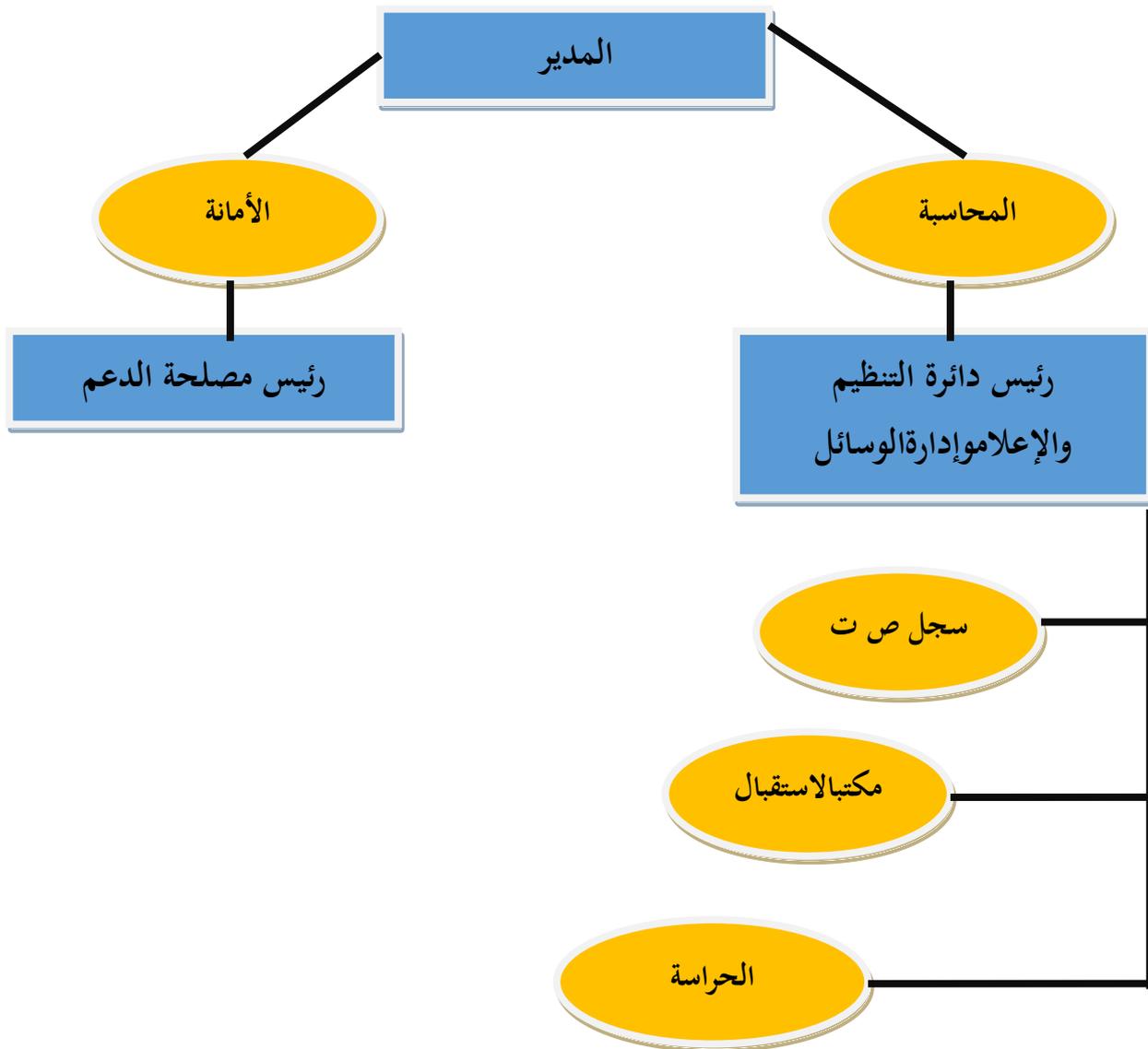
- مسك سجل الصناعة التقليدية والحرف وتسييره.
- تقترح على السلطات المعنية برنامج تنمية نشاطات الصناعة التقليدية والحرف على مستوى دوائرها الإقليمية وتتولى تنفيذها بعد موافقة الوزير المكلف بالصناعة التقليدية.
- تقوم بالتصديق على منتجات الصناعة التقليدية وتسلم كل الوثائق أو الشهادات أو التأشيرات المتعلقة بنوعية الخدمات.
- تعرض على السلطات العمومية ذات الصلة بالغرفة كل التوصيات والاقتراحات المعدة في مجال التشريع والتنظيم الحرفي والجبائي.
- تقوم بكل عمل يرمي إلى ترقية قطاع الصناعة التقليدية والحرف وتطويره لا سيما في مجال التصدير والاستثمارات.
- تشارك في مبادرات الهيئات التمثيلية التي لها نفس الأهداف.
- تقوم بأعمال التكوين وتحسين المستوى وتجديد المعلومات لصالح الحرفيين التابعين لدوائرها الإقليمية.
- تبدي آراءها في أحداث نشاطات الصناعة التقليدية والحرف.

- تحدث مؤسسات تتصل بمهامها لا سيما الفروع ومدارس التكوين وتحسين المستوى ومؤسسات الترفيه ومساعدة الحرفي وكذا هياكل العرض ومساحات البيع ومناطق النشاطات الحرفية.

### II-2-3- الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف:

مصلحة الاستقبال

مصلحة الاستقبال



الشكل رقم (1): الهيكل التنظيمي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف

## II-3- تفرغ وتحليل البيانات:

قمنا في هذا المحور بتفرغ وتحليل بيانات الاستبيان الموجه الى العينة المختارة وذلك وفقا للمحاور التي قسمنا على اساسها الاستبيان المتضمنة البيانات للباحث والذي يساعد في التعرف على ملامح وخصائص الباحثين وخلفياتهم كثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحديد البيانات والمعطيات الميدانية حسب ما تقتضيه متغيرات الدراسة وأهدافها.

### الجدول رقم (1): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجنس	التكرار	النسبة
ذكر	7	31,8%
أنثى	15	68,2%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



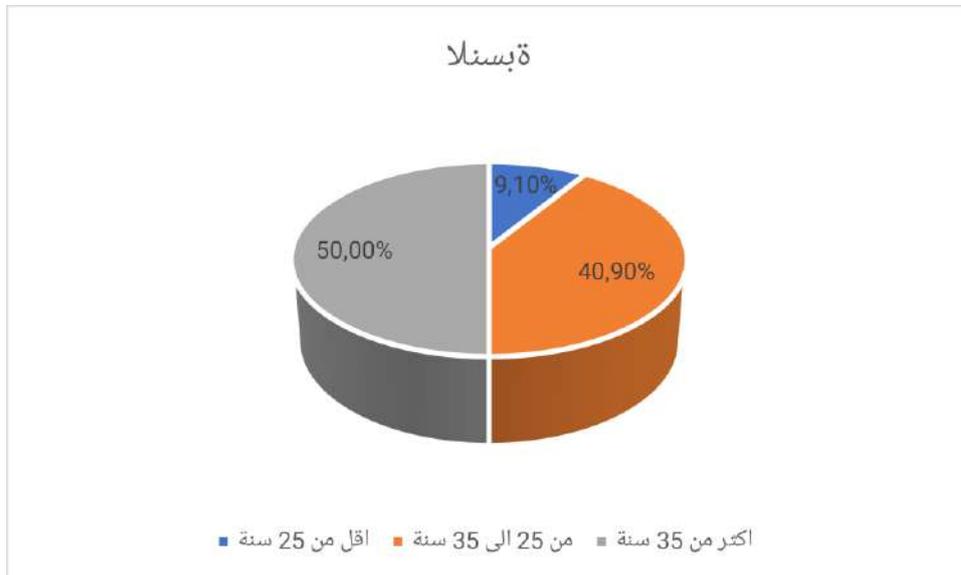
### الشكل رقم (2): يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

يبين الجدول أعلاه توزيع افراد العينة حسب المتغير الجنس حيث ان نسبة بلاغه 68.2% بينما عدد الذكور بنسبه القدرات ب 31.8% وفي تحديد هذه النتائج يمكن ارجاع هذه النسب الى طبيعة نشاط المؤسسة والذي هو يعتمد على التسويق والتكوين والترقية وتنظيم المعارض والصالونات والايام الدراسية وهو العمل الذي يناسب كثيرا فئة الاناث.

**الجدول رقم (2):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
9,1%	2	اقل من 25 سنة
40,9%	9	من 25 الى 35 سنة
50,0%	11	اكثر من 35 سنة
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



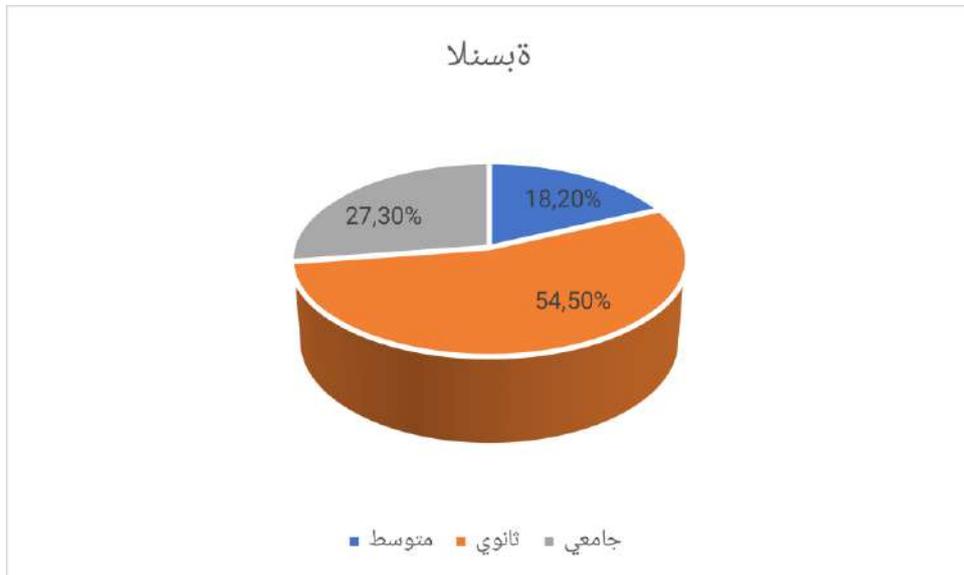
**الشكل رقم (3):** يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

بعد تحديد السن من أهم خصائص العينة المدروسة وهذا لان كل مرحلة عمرية لها اهتمامها وحاجاتها المتعددة وانطلاقا من الجدول أعلاه نلاحظ أن ما نسبته 50% من العمال فوق 35 سنة وما يعادل 40% ما بين 25 الى 35 سنة وحوالي 9% اقل من 25 سنة أي أن ما يقارب 90% من عمال وموظفي الغرفة أكثر من 25 سنة ونلاحظ من خلال ذلك أن عمال الغرفة يجمعون بين الشباب والخبرة في الوقت نفسه اذ تتفوق هذه الفئة على فئة المبحوثين اقل من 25 سنة فأقل كما نلاحظ أن ما نسبته 50% من المبحوثين اقل من 35 سنة وهو ما يعكس العمال الموظفين في اطار الادمج المهني الحاملي الشباب Daip والذي استفادت منه المؤسسة بشكل كبير.

**الجدول رقم (3):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعليمي

المستوى	التكرار	النسبة
متوسط	4	18,2%
ثانوي	12	54,5%
جامعي	6	27,3%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



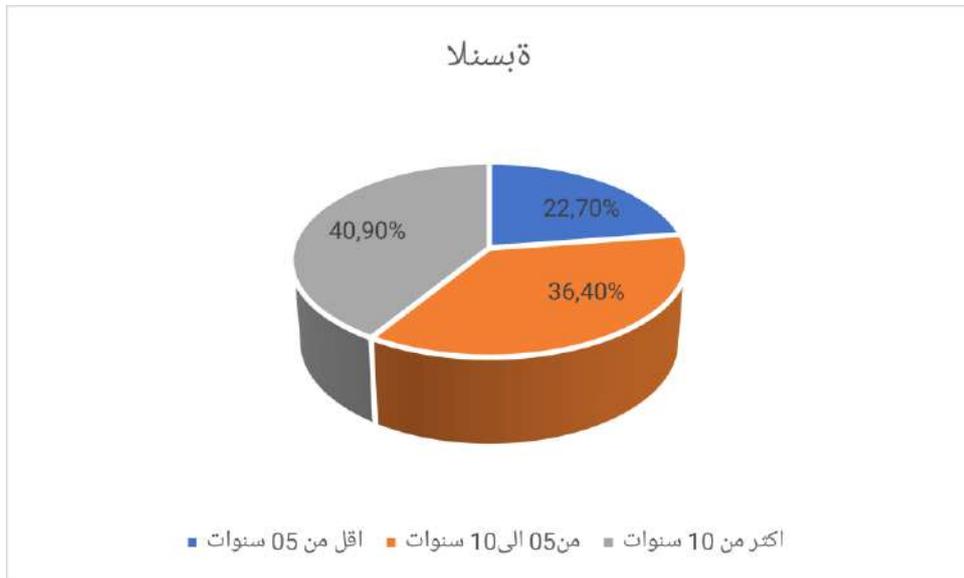
**الشكل رقم (4):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب مستوى التعليمي

يمثل توزيع افراد العينة حسب المستوى التعليمي , يؤثر المستوى التعليمي بصفة كبيرة على درجة الوعي بأهمية تكنولوجيا الانفصال الحديثة، كما ان له تأثير مباشر على كيفية استخدام هذه التكنولوجيا بصفة عامة ويتوزع المبحوثين حسب المستوى التعليمي الى 4 فئات ليحتل فيها ذوي المستوى الثانوي المدنية الاولى ب 54% بنسبه 27 %وهو ما تجده على مستوى المناصب العليا في المؤسسة وكذا المستفيدين من برامج الادمج المهني لحاصلي الشباب، كما لاحظنا انعدام عدد المبحوثين في المستوى الابتدائي.

**الجدول رقم (4):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة
اقل من 05 سنوات	5	22,7%
من 05 الى 10 سنوات	8	36,4%
اكثر من 10 سنوات	9	40,9%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (5):** يمثل توزيع أفراد العينة حسب الخبرة المهنية

يبين الجدول اعلاه توزيع العينة حسب خبرتهم المهنية وأعلى نسبة تعود للعمال الذين فاقت سنوات خبرتهم 10 سنوات بنسبة 40% تليها فئة ذوي الخبرة من بين 5 الى 10 سنوات بالنسبة 36% ثم بنسبة 22% للعمال الخبرة مهنة اقل من 5 سنوات وهذه المعطيات تبين ان مؤسسه تعتمد على عمال ذوي خبرة مهنية معتبرة حيث كلما زادت الاقدمية في الوظيفة كلما اكتسب العامل القدرة على التكيف مع محيط العمل والقدرة على معالجة مختلف المشاكل التي يواجهها ويمكن تفسير هذا التقارب في نسب الخبرة على ان المؤسسة لديها ما يكفي من خبرات في العمل تعتمد عليها في مواجهة الصعوبات وانها ايضا في حالة توظيف مستمر للعمال.

**الجدول رقم (5):** يمثل استعمال عمال الغرفة للهاتف الثابت للاتصال بالوصاية

الهاتف الثابت	التكرار	النسبة
نعم	12	54,5%
لا	10	45,5%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (6):** يمثل استعمال عمال الغرفة للهاتف الثابت للاتصال بالوصاية

يمثل استعمال عمال الغرفة لهاتف الثابت للاتصال لوصاية يبين جدول اعلاه ان ما نسبته 54% من العمال يستخدمون

الهاتف الثابت في اتصالاتهم مع الوصاية وان نسبة 45% لا يستخدمونه وهذا راجع الى كون معظم العمال لهم مراسلات مع

رؤساء المصالح التابعين لهم.

**الجدول رقم (6):** يمثل استخدام عمال الغرفة للحاسوب للاتصال بالوصاية

الحاسوب	التكرار	النسبة
نعم	13	59,1%
لا	9	40,9%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (7):** يمثل استخدام عمال الغرفة للحاسوب للاتصال بالوصاية

من خلال نتائج الجدول اعلاه نرى ان نسبة 59 % من العمال يستخدمون الحاسوب في اتصالمهم بالوصاية وذلك راجع لمهمه الغرفة في مسك وتسيير الاستراتيجية الوزارة في رقمته القطاع عن طريق السجل الوطني للصناعة التقليدية والذي يعتبر فضاء متاح في ما بين الاعوان المفوضين على مستوى الغرفة ومفتشين الصناعة التقليدية والحرف على مستوى مديريات السياحة وكذا المديرية العامة للصناعة التقليدية كما عمدت الوزارة الوصية على انجاز عدة مشاريع اخرها مشروع اداة اليقظة الرقمية لتسيير المعطيات الاقتصادية للقطاع حيث تشارك كل الغرف بالإضافة الى المديرية العامة للصناعة التقليدية في منصة واحدة تسمح بجمع المعطيات الاقتصادية والاطلاع عليها في حدود صلاحيات كل طرف ومن خلال ذلك نلاحظ ان استخدام الحواسيب ضرورة يحتمها الوصاية في رقمته قطاع الصناعة التقليدية بالحرف.

**الجدول رقم (7):** يمثل استخدام عمال الغرفة للهاتف النقال للاتصال بالوصاية

الهاتف النقال	التكرار	النسبة
نعم	5	22,7%
لا	17	77,3%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (8):** يمثل استخدام عمال الغرفة للهاتف النقال للاتصال بالوصاية

من خلال استعراضنا للجدول اعلاه نلاحظ ما نسبته 77 % من العمال لا يستخدم الهاتف النقال في اتصالحم بالوصاية

وان هذه الوسيلة تقتصر على نسبة 22 % فقط وهذا راجع لكون هذه الوسيلة هي وسيلة خاصة يسمح باستعمالها من طرف

الاطارات العليا للمؤسسة فقط.

**الجدول رقم (8):** يمثل استخدام عمال الغرفة للفاكس للاتصال بالوصاية

الفاكس	التكرار	النسبة
نعم	13	59,1%
لا	9	40,9%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (9):** يمثل استخدام عمال الغرفة للفاكس للاتصال بالوصاية

نلاحظ انما نسبته 59% من العمال يستخدمون الفاكس كوسيلة لاتصالاتهم بالوصاية وباقي العمال لا يستخدمون هذه الوسيلة وهم بنسبة 40% وهذا راجع لطبيعة الوسيلة في حد ذاتها ان تسمح بارسال واستلام الوثائق الخاصة بالتظاهرات والتسجيلات والتطويرات وغيرها وان الغرض تقوم بارسال احصائيات بصفة دورية منها اليومية والشهرية والثلاثية والسنوية وهو ما يبرر الاستعمال المكثف للفاكس الذي يستعمل من عديد المصالح.

**الجدول رقم (9):** يمثل استخدام عمال الغرفة للايميل للاتصال بالوصاية

الايمايل	التكرار	النسبة
نعم	8	36,4%
لا	14	63,6%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (10):** يمثل استخدام عمال الغرفة للايميل للاتصال بالوصاية

من خلال ملاحظتنا للنتائج ومعطيات الجدول اعلاه نلاحظ ان نسبة 63% من عمال الغرفة لا يستخدمون الايميل في

اتصالهم بالوصاية وان استخدام هذه الوسيلة تقتصر على نسبة 36% وهو ما بين انما وسيلة تستخدم من طرف فئة محدودة.

**الجدول رقم (10):** يمثل استخدام عمال الغرفة لمجموعة الواتساب للاتصال بالوصاية

الواتساب	التكرار	النسبة
نعم	2	9,1%
لا	20	90,9%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (11):** يمثل استخدام عمال الغرفة لمجموعة

الواتساب للاتصال بالوصاية

يمثل استخدام عمال الغرفة مجموعة الواتساب لاتصالهم بالوصاية نلاحظ من خلال ما جاء في الجدول أعلاه ان نسبة 90 % من عمال الغرفة لا يستخدمون مجموعة الواتساب في اتصالاتهم بالوصاية وان هذه الوسيلة متاحة لفئة جد قليلة تمثل 9 % من العمال حيث تبين ان هذه الوسيلة متاحة لمدرء الغرف ومدرء المركزين بالمديرية العامة ومجموعة ثانية تربط المدير برؤساء المصالح والامانة حيث تسمح المجموعة الثانية بتحويل توصيات المجموعة الاولى من اجل معالجة المتابعة والتنفيذ.

**الجدول رقم (11):** يمثل استعمال عمال الغرفة لتطبيق زووم للاتصال بالوصاية

زووم	التكرار	النسبة
نعم	2	9,1%
لا	20	90,9%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (12):** يمثل استعمال عمال الغرفة لتطبيق زووم للاتصال بالوصاية

يمثل استخدام عمال الغرفة لتطبيق الزووم في اتصالحم بالوصاية نلاحظ ان عددا كبيرا من عمال الغرفة لا يستخدم تطبيق الزووم في اتصالحم بالوصاية وذلك بنسبة 90% وان ما نسبته 9% فقط يستخدمونه وهذا راجع لطبيعة هذه الوسيلة التي تسمح بإجراء الاجتماعات افتراضيا وهي الضرورية التي أملاها وباء كورونا (كوفيد 19) والذي منع كل اشكال التقارب، فكان الزووم من بين الحلول المثالية لإقامة الاجتماعات عن بعد ونسبة 9% تمثل الإطار العليا للمؤسسة التي وفر تطبيق الزووم عناء تنقلها لحضور الاجتماعات أو التكوينات.

**الجدول رقم (12):** يمثل متوسط الترتيبات لكل وسيلة اتصال يستخدمها العمال في اتصالهم بالوصاية

وسيلة الاتصال	المتوسط	الحالة
الهاتفالثابت	1,45	متوسط
الحاسوب	1,41	متوسط
الهاتفالنقال	1,77	مرتفع
الفاكس	1,41	متوسط
الايمل	1,64	مرتفع
مجموعة الواتساب	1,91	مرتفع
الزوم	1,91	مرتفع
المجموع	1,64	مرتفع

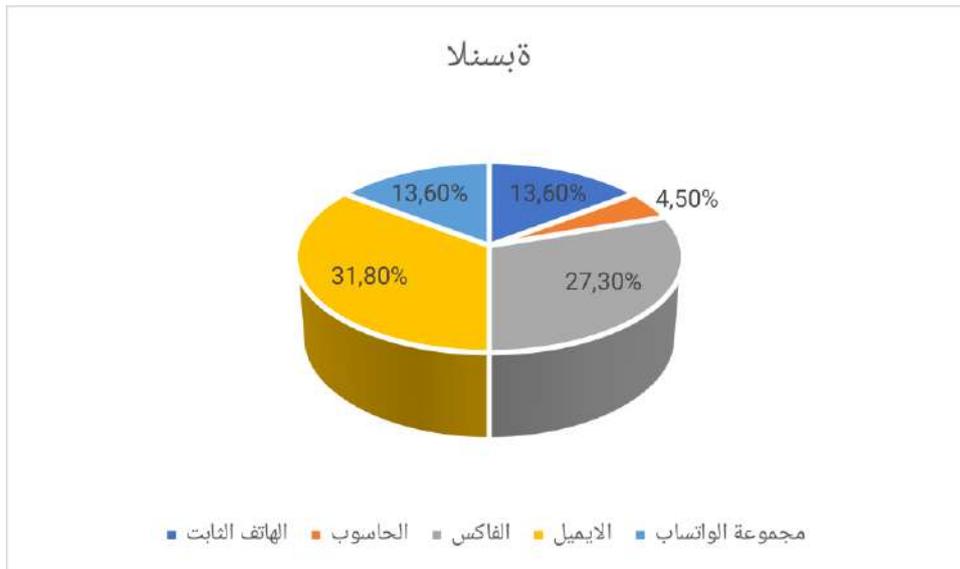
المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

بعد الإطلاع على الجداول السابقة الخاصة بإستخدام كل وسيلة اتصال على حدى كان لابد من معرفة أي الوسائل هي الأكثر استخداما وذلك عن طريق حساب متوسط الترتيب لكل وسيلة إتصال مقارنة بالآخرين حيث تبين في الجدول أعلاه أن الحاسوب والفاكس قد احتلا أفضل رتبة في المتوسط وهي المرتبة 1,40 وهي مرتبة متقدمة يليها الهاتف الثابت بالمرتبة 1,45 ثم الایمل بمتوسط الترتيب يقدر ب 1,60 يليه الهاتف النقال بمتوسط ترتيب 1,77 ثم أخيرا مجموعة الواتساب بمتوسط ترتيب 1,90.

**الجدول رقم (13):** يمثل وسائل الاتصال الأكثر استعمالاً لدى عمال الغرفة لاتصالهم بالوصاية

الوسائل	التكرار	النسبة
الهاتف الثابت	3	13,6%
الحاسوب	1	4,5%
الفاكس	6	27,3%
الايمل	7	31,8%
مجموعة الواتساب	3	13,6%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (13):** يمثل وسائل الاتصال الأكثر استعمالاً لدى عمال الغرفة لاتصالهم بالوصاية

تحصل الفاكس على نسبة 31% من إجمالي المستخدمين يليه الحاسوب بنسبة 27% ثم يتساوى كل من الإيميل والهاتف

النقال بنسبة 13% يليها مجموعة الواتساب بنسبة 9% وأخيراً الهاتف الثابت بنسبة 4%.

ومن خلال تحليلنا لما جاء في الجدول رقم 12 الخاص بمتوسط الترتيبات لكل وسيلة إتصال، والجدول 13 الخاص بالوسائل التي يراها العمال هي الأكثر استعمالا نلاحظ أن ظن العمال في محله كونهم يرون أن إستخدام الفاكس والحاسوب هما الأكثر إستخداما، لكنهم لم يحسنوا التقدير بإعتبارهم الهاتف الثابت كونه الأقل استخداما وهو ما أثبت عكسه التحليل لمتوسط الترتيبات.

### الجدول رقم (14): يمثل عدم استعانة العمال بباقي وسائل الاتصال

العبارة	التكرار	النسبة
طبيعة العمل تتطلب ذلك	19	86,4%
لا اتقنها	3	13,6%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



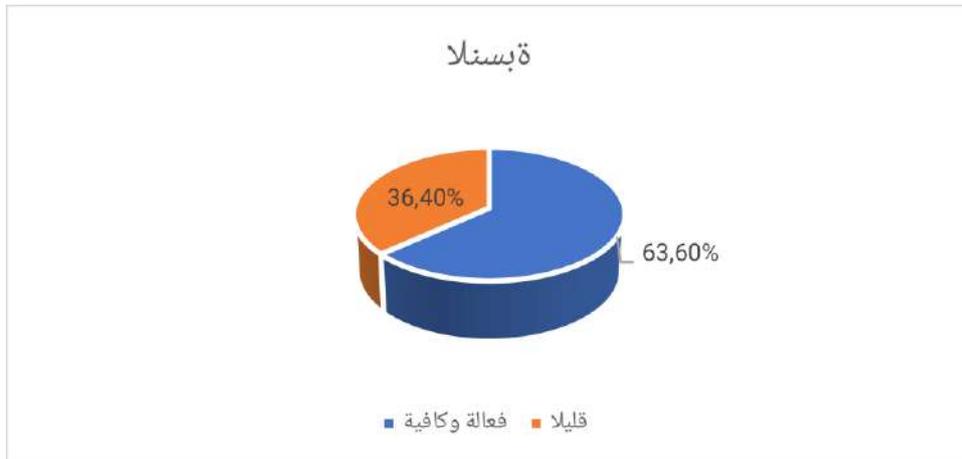
### الشكل رقم (14): يمثل عدم استعانة العمال بباقي وسائل الاتصال

نلاحظ ان نسبة 86% من العمال يرى أن عدم استعانتهم بباقي وسائل الإتصال يعود إلى طبيعة العمل التي تتطلب ذلك وأن 13% من لا يستعينون بما كونهم لا يتقنوها ومن خلال ذلك تبين أن الإتصال بالوصاية يقتصر على مجموعة من الوسائل دون أخرى كون الإتصال بالمديرية العامة أو المصالح المركزية حكر على الإطارات العليا للمؤسسة فقط.

**الجدول رقم (15):** مثل مدى فعالية وكفاية هذه الوسائل

هل ترى ان هذه الوسائل فعالة و كافية؟	التكرار	النسبة
فعالة وكافية	14	63,6%
قليلا	8	36,4%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (15):** يمثل مدى فعالية وكفاية هذه الوسائل

بتحليل معطيات الجدول أعلاه نلاحظ أن نسبة 63% من العمال يرى أن هذه الوسائل فعالة وكافية يليها نسبة 36% منهم يعتبرها فعالة وكافية بنسبة قليلة ويسجل أي من العمال عدم مناسبة أو كفاية هذه الوسائل، وهذا راجع إلى اكتفائهم وقناعتهم لهذه الوسائل أو لعدم اطلاعهم واستخدامهم لباقي الرسائل نتيجة عدم التعرض لها.

**الجدول رقم (16):** يمثل استخدام الهاتف الثابت كوسيلة اتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين

الهاتف الثاب	التكرار	النسبة
نعم	13	59,1%
لا	9	40,9%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (16):** يمثل استخدام الهاتف الثابت كوسيلة اتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين

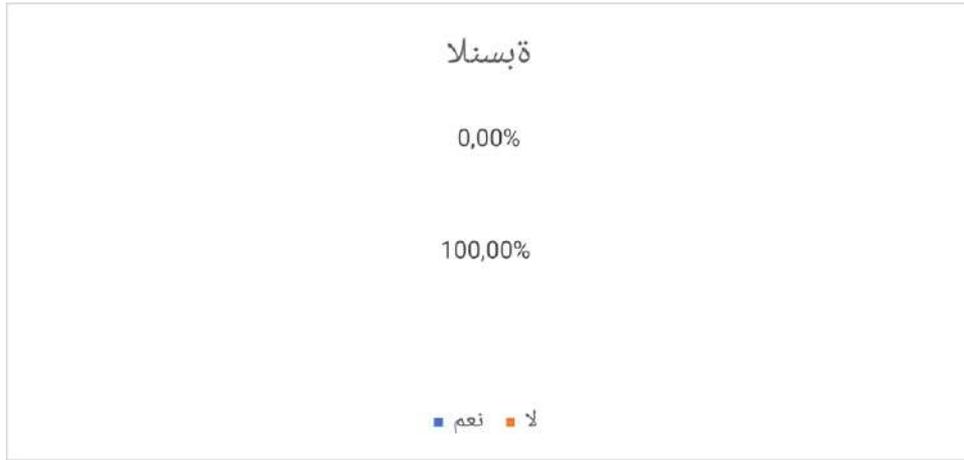
بتحليل معطيات الجدول نلاحظ أن نسبة 59% من العمال يستعمل الهاتف الثابت و 40% لا يستخدمه في اتصاله

بالحرفيين وذلك لطبيعة الوسيلة (الهاتف الثابت) المتاحة فقط لدى مصلحة الترقية وامانة المديرية.

**الجدول رقم (17):** يمثل استخدام الهاتف النقال كوسيلة اتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين

الهاتف النقال	التكرار	النسبة
نعم	22	100,0%
لا	0	0%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (17):** يمثل استخدام الهاتف النقال كوسيلة اتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين

بتحليل معطيات الجدول نلاحظ أن كل المبحوثين يستخدمون الهاتف النقال في اتصا لهم بالحرفيين وهذا راجع لإتاحة هذه الوسيلة سواء من طرف العمال أو الحرفيين.

**الجدول رقم (18):** يمثل استخدام الإيميل كوسيلة إتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين

الايمايل	التكرار	النسبة
نعم	5	22,7%
لا	17	77,3%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (18):** يمثل استخدام الإيميل كوسيلة إتصال تستخدمها الغرفة مع الحرفيين

نلاحظ ان نسبة 77% من العمال لا يستخدم الإيميل بإتصاله بالحرفيين وأن 22% فقط من يستخدمونه وهو راجع إلى

طبيعة الوسيلة التي تعتبر من وسائل المهنة أكثر من غيرها.

### الجدول رقم (19): يمثل استخدام الفاكس كوسيلة اتصال الغرفة مع الحرفيين

الفاكس	التكرار	النسبة
نعم	7	31,8%
لا	15	68,2%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



### الشكل رقم (19): يمثل استخدام الفاكس كوسيلة اتصال الغرفة مع الحرفيين

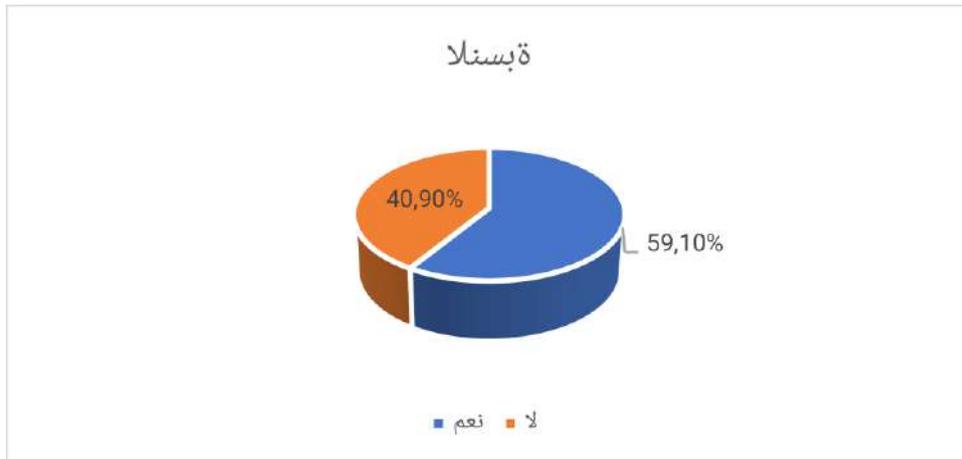
يتضح من الجدول أعلاه ان نسبة 68% من العمال لا يستخدمون الفاكس في اتصالاتهم بالحرفيين وأن مسبة 31% من

اثبتوا استخدامهم للفاكس وهذا راجع كون الفاكس وسيلة تستعملها الإدارة دون الأشخاص.

**الجدول رقم (20):** يمثل الإعتماد على الإتصال المباشر كوسيلة لإتصال الغرفة مع الحرفيين

النسبة	التكرار	الفاكس
59,1%	13	نعم
40,9%	9	لا
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (20):** يمثل الإعتماد على الإتصال المباشر كوسيلة لإتصال الغرفة مع

الحرفيين

نلاحظ من خلال تحليل بيانات الجدول أعلاه ان 81% من العمال يعتمدون على الإتصال المباشر بالحرفيين وتمثل نسبة 18% من لايعتمدون هذا النوع من الإتصال ويرجع ذلك كون المؤسسة مستقبلة لجمهور الحرفيين والمتربصين حيث تخصص مكتبنا خاصا لإستقبال الحرفيين ومصلحة الترقية والتكوين التي تشرف على تنظيم المعارض والصالونات والتكوينات المختلفة كما أن مصلحة سجل الصناعة التقليدية تعرف اقبالا كبيرا من الحرفيين الراغبين في استخراج تحديد أو المصادقة على وثائقهم.

**الجدول رقم (21):** يمثل استخدام صفحة الغرفة على الفيسبوك كوسيلة اتصال في الغرفة بالحرفيين

النسبة	التكرار	الفيسبوك
59,1%	13	نعم
40,9%	9	لا
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (21):** يمثل استخدام صفحة الغرفة على الفيسبوك كوسيلة اتصال في الغرفة بالحرفيين

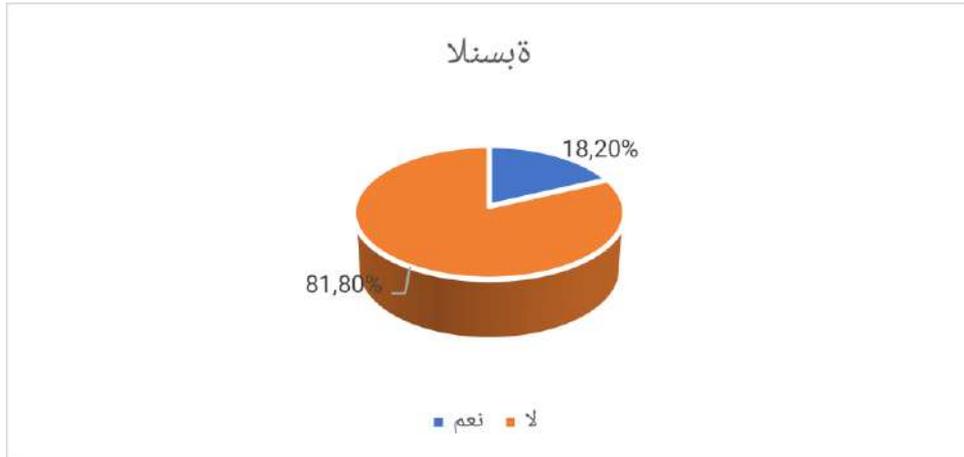
تبين معطيات الجدول ان مانسبته 59 % من العمال لا يستخدمون صفحة الغرفة على الفيسبوك وأن نسبة 40% منهم

يستخدمونها وذلك كون الصفحة متاحة كخلفية الاعلام ورئيس مصلحة الترقية والمدير فقط.

**الجدول رقم (22):** يمثل استخدام الإعلانات الممولة لاتصال الغرفة بالحرفيين

النسبة	التكرار	الاعلانات
18,2%	4	نعم
81,8%	18	لا
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (22):** يمثل استخدام الإعلانات الممولة لاتصال الغرفة بالحرفيين

تبين الجدول اعلاه ان مانسبته 81% لا يستخدمون الاعلانات الممولة كوسيلة لاتصالهم بالحرفيين وأن نسبة 18% يعتمدون هذه الوسيلة والسبب هو التكلفة المرتفعة لهذه الوسيلة حيث تستخدم في الترويج للمشاريع إن العوائد المالية : كالإعلام عن التكوينات او المعارض بالخارج.

**الجدول رقم (23):** يمثل متوسط الترتيبات لكل وسيلة اتصال تستخدمها الغرفة في اتصالها بالحرفيين

وسيلة الاتصال	المتوسط	الحالة
الهاتفالثابت 1	1,41	متوسط
الهاتفالنقال 1	1,00	منخفض
الايمل 1	1,77	مرتفع
الفاكس 1	1,68	مرتفع
الاتصال المباشر	1,18	منخفض
صفحة الغرفة على الفيسبوك	1,41	متوسط
الإعلانات الممولة	1,82	مرتفع
المجموع	1,47	متوسط

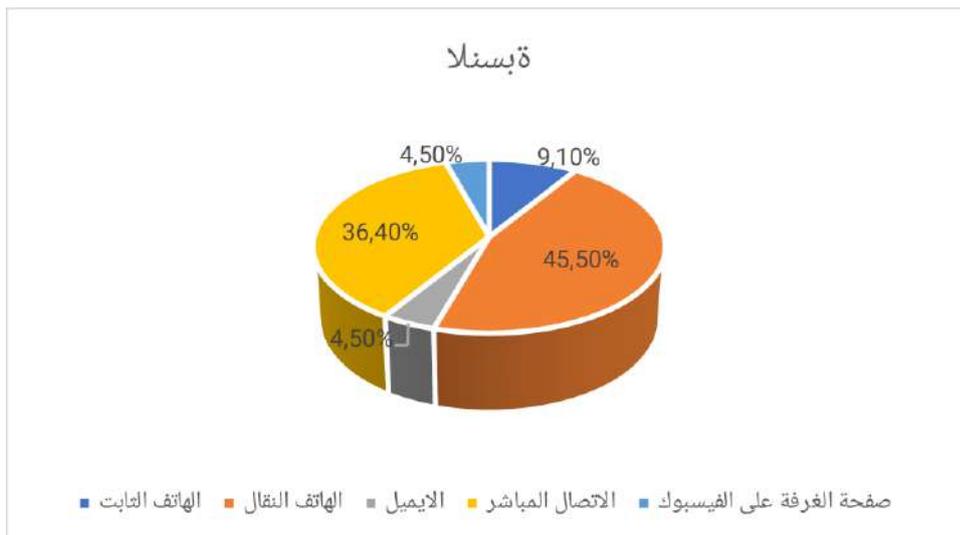
المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss

بعد الاطلاع على بيانات الجداول السابقة الخاصة باستخدام كل وسيلة اتصال على حدى كان لا بد من معرفة اي الوسائل هي الاكثر استخداما وذلك بحساب متوسط الترتيب لكل وسيلة اتصال مقارنة بالآخرين حيث في الجدول اعلاه انا الهاتف النقال هو المتحصل على افضل رتبة في المتوسط بقيمة 1.00 يليه الاتصال المباشر بقيمة 1.18 ثم الهاتف الثابت بقيمة 1.40 ثم الفاكس والإيميل بقيم متقاربة من 1.60 الى 1.70 ثم اخيرا الاعلانات الممولة بقيمة 1.80 ومن خلال ذلك نلاحظ ان الهاتف النقال هو الوسيلة الاكثر استخداما كونه متاح لدى الحرفين ووسيلة غير مكلفة كما كان للاتصال المباشر اشهره لضرورة المصلحة القاضية بالتقرب من الحرفين ومرافقتهم.

**الجدول رقم (24):** يمثل الوسائل الاكثر استعمالا لدى الغرفة للاتصال بالحرفين

اي الوسائل هي الاكثر استعمالا؟	التكرار	النسبة
الهاتف الثابت	2	9,1%
الهاتف النقال	10	45,5%
الاييميل	1	4,5%
الاتصال المباشر	8	36,4%
صفحة الغرفة على الفيسبوك	1	4,5%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (23):** يمثل الوسائل الاكثر استعمالا لدى الغرفة للاتصال بالحرفين

تمثل بيانات الجدول الاستخدام الأكثر للهاتف النقال بنسبة 45% يليه الاتصال المباشر بنسبة 30% ثم الهاتف الثابت

بنسبة 9% واهيرا الايميل

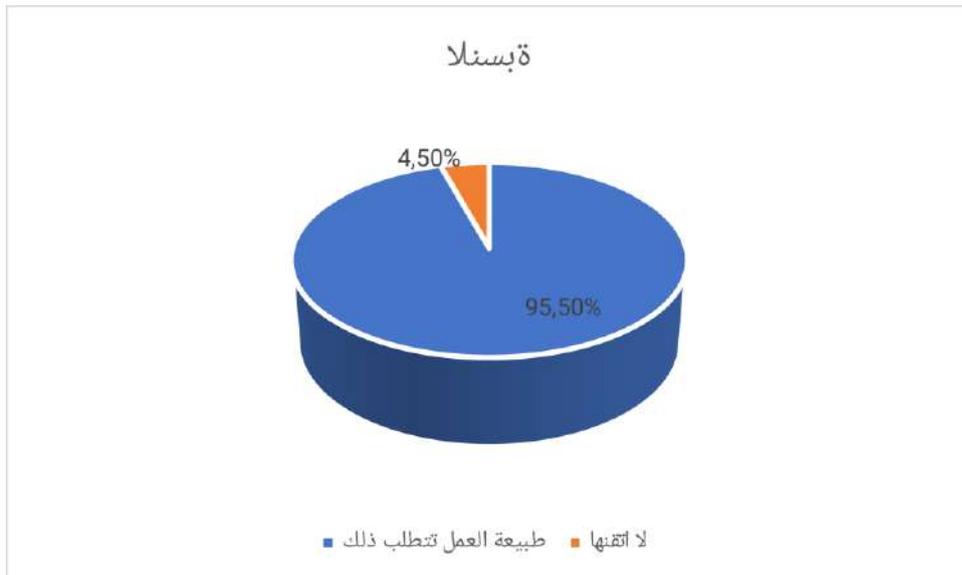
صفحة الغرفة بنفس نسبة 4% بالمقارنة بجدول متوسط الترتيبات السابق الذكر نرى ان العمال (صدر كون

وواعون) بالوسيلة الأكثر استخداما وهو ما عكسه التطابق التقريبي لنتائج الجدولين الحالي والسابق.

### الجدول رقم (25): يمثل سبب الإعتماد على وسيلة دون الأخرى

النسبة	التكرار	العبارة
95,5%	21	طبيعة العمل تتطلب ذلك
4,5%	1	لا اتقنها
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



### الشكل رقم (24): يمثل سبب الإعتماد على وسيلة دون الأخرى

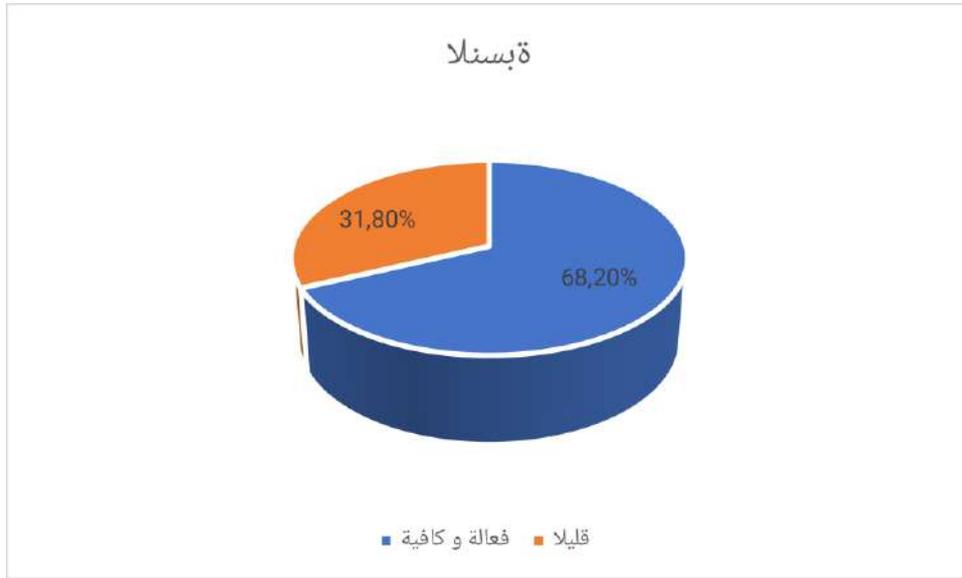
من خلال تحليلنا لمعطيات الجدول نجد ان 95% من العمال يعتبرون ان استخدامهم لوسائل الإتصال دون أخرى ناجم

عن طبيعة العمل التي تتطلب ذلك ونجد ان نسبة 4% فقط من لا يتقنون الوسائل الأخرى التي يستخدمونها.

**الجدول رقم (26):** يمثل مدى فعالية وكفاية هذه الوسائل

هل ترى ان هذه الوسائل فعالة و كافية؟	التكرار	النسبة
فعالة و كافية	15	68,2%
قليلا	7	31,8%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



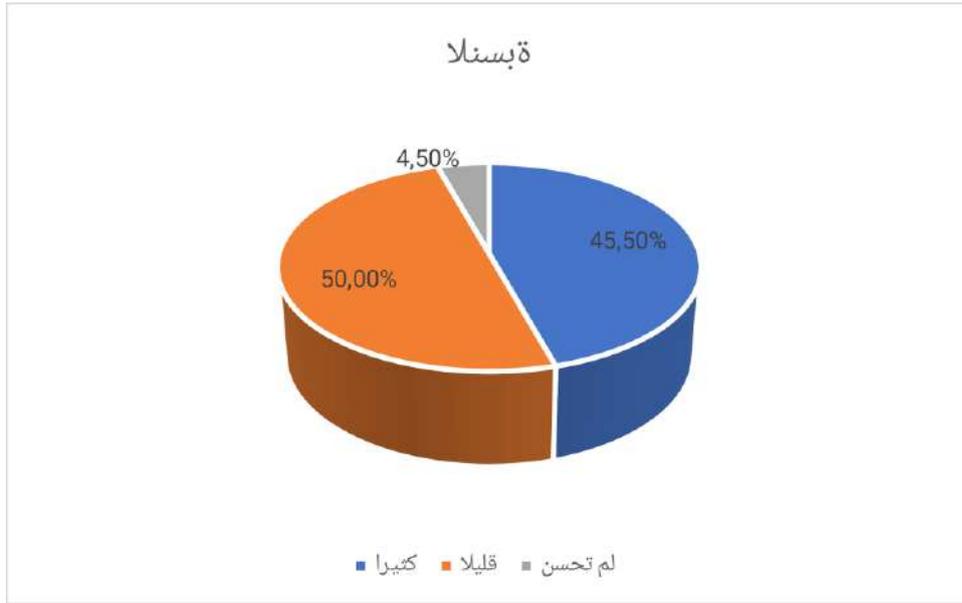
**الشكل رقم (25):** يمثل مدى فعالية وكفاية هذه الوسائل

حيث نجد ان نسبة 68% يعتبرون هذه الوسائل فعالة وكافية في حين نسبة 31% يعتبرونها قليلة نوعا ما.

**الجدول رقم (27):** يمثل مساهمة وسائل الإتصال الحديثة في تحسين انتاجية العمل

هل ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في تحسين انتاجية العمل؟	التكرار	النسبة
كثيرا	10	45,5%
قليلا	11	50,0%
لم تحسن	1	4,5%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (26):** يمثل مساهمة وسائل الإتصال الحديثة

في تحسينات إنتاجية العمل

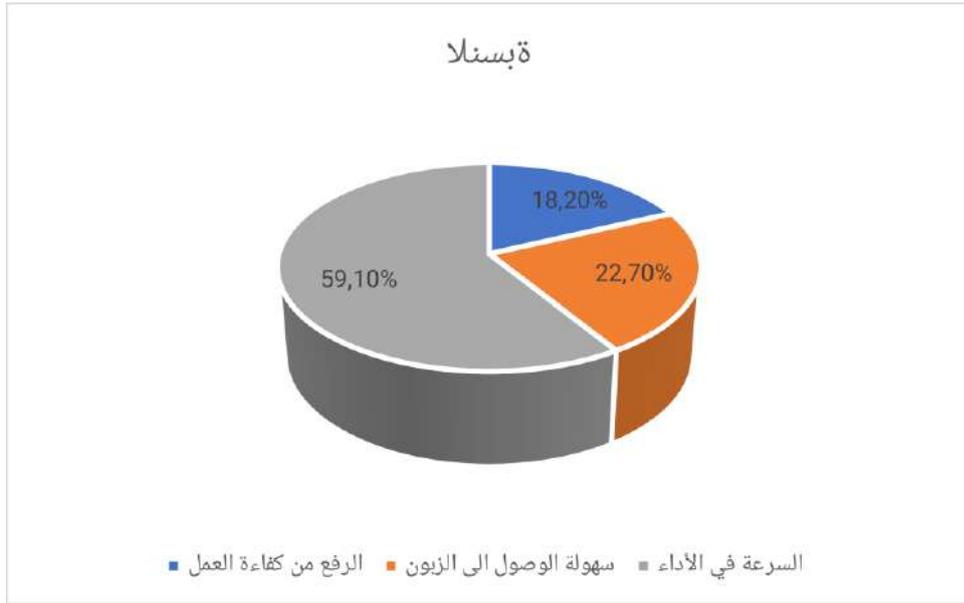
حيث تبين بيانات الجدول ان نسبة 50% من العمال يرى أن مساهمة هذه الوسائل قليلة في تحسين إنتاجية العمل ونسبة

45% يرى انها لم تساهم ابدا في تحسين انتاجية العمل بنسبة 4%.

**الجدول رقم (28):** يمثل إمكانية وسائل الاتصال الحديثة التحسين من إنتاجية العمل

النسبة	التكرار	هل تظن ان وسائل الاتصال الحديثة يمكن ان تحسن من انتاجية العمل من خلال:
18,2%	4	الرفع من كفاءة العمل
22,7%	5	سهولة الوصول الى الزبون
59,1%	13	السرعة في الأداء
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



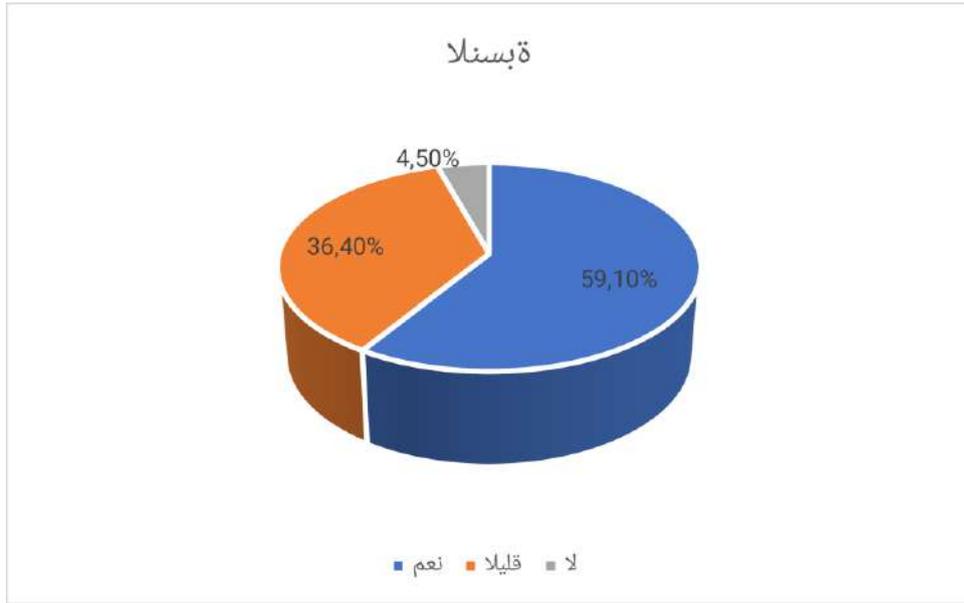
**الشكل رقم (27):** يمثل إمكانية وسائل الاتصال الحديثة التحسين من إنتاجية العمل

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 59% من العمال يرى ان وسائل الاتصال الحديثة يمكن ان تحسن من انتاجية العمل من خلال السرعة في الأداء في حين نسبة 23% من العمال يرى ان وسائل الاتصال الحديثة يمكن ان تحسن من انتاجية العمل من خلال سهولة الوصول الى الزبون أما نسبة 18% فيرى ان وسائل الاتصال الحديثة يمكن ان تحسن من انتاجية العمل من خلال الرفع من كفاءة العمل.

**الجدول رقم (29):** يمثل مساهمة وسائل الاتصال الحديثة في سرعة انجاز العمل

هل ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في سرعة انجاز العمل؟	التكرار	النسبة
نعم	13	59,1%
قليلا	8	36,4%
لا	1	4,5%
المجموع	22	100,0%

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (28):** يمثل مساهمة وسائل الاتصال الحديثة

في سرعة انجاز العمل

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 59% من العمال يرى ان وسائل الاتصال الحديثة ساهمت في سرعة انجاز العمل

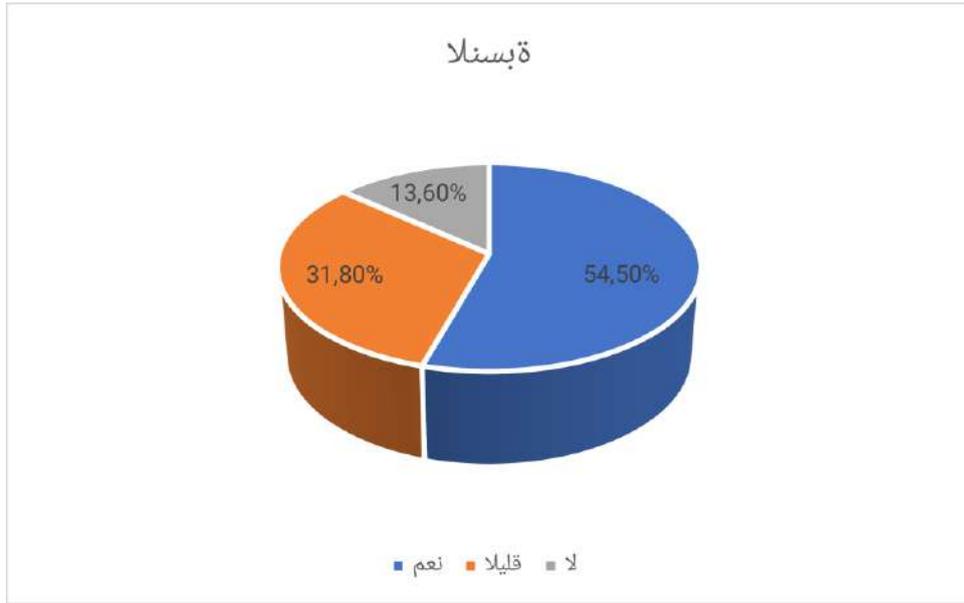
حين نسبة 36% من العمال يرى ان وسائل الاتصال قليلا ما تساهم في سرعة انجاز العمل أما نسبة 4% فيرى ان وسائل

الاتصال الحديثة لا تساهم في سرعة انجاز العمل.

**الجدول رقم (30):** يمثل مساهمة وسائل الاتصال الحديثة في كفاءة الموظف

النسبة	التكرار	هل ترى ان وسائل الاتصال الحديثة تساهم في كفاءة الموظف؟
54,5%	12	نعم
31,8%	7	قليلا
13,6%	3	لا
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (29):** يمثل مساهمة وسائل الاتصال الحديثة في كفاءة الموظف

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 54% من العمال يرى ان وسائل الاتصال الحديثة يمكن ان تساهم من في كفاءة الموظف في حين نسبة 31% من العمال قليلا ما يرى اوسائل الاتصال الحديثة يمكن ان تساهم من في كفاءة الموظف أما نسبة 18% فيرى وسائل الاتصال الحديثة لاتساهم من في كفاءة الموظف.

**الجدول رقم (31):** يمثل مساعدة وسائل الاتصال الحديثة في تسهيل عملية تسويق المنتجات

النسبة	التكرار	هل تساعد وسائل الاتصال الحديثة بغرفة ورقلة على تسهيل عملية تسويق منتجاتها؟
40,9%	9	نعم
50,0%	11	قليلا
9,1%	2	لا
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (30):** يمثل مساعدة وسائل الاتصال الحديثة في

تسهيل عملية تسويق المنتجات

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 41% من العمال يرى ان وسائل الاتصال الحديثة تساعد الغرفة على تسهيل عملية

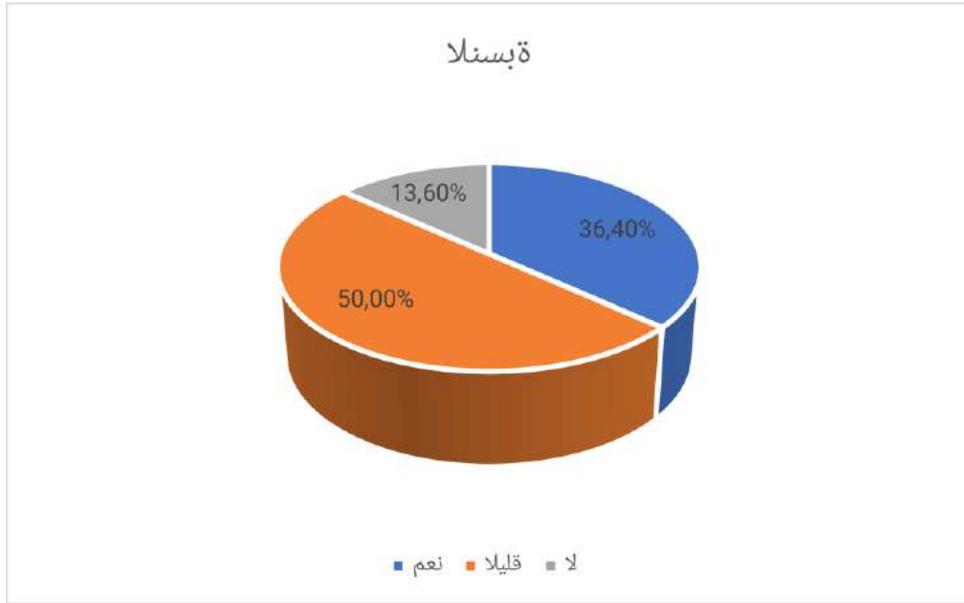
تسويق منتجاتها في حين نسبة 50% من العمال يرى ان وسائل الاتصال الحديثة قليلا ما تساعد الغرفة على تسهيل عملية تسويق

منتجاتها أما نسبة 9% فيرى ان وسائل الاتصال الحديثة لا تساعد الغرفة على تسهيل عملية تسويق منتجاتها.

**الجدول رقم (32):** يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة ساعد على تخفيض النفقات المالية للغرفة

النسبة	التكرار	هل تعتقد ان استخدام وسائل الاتصال الحديثة ساعد على تخفيض النفقات المالية للغرفة؟
36,4%	8	نعم
50,0%	11	قليلا
13,6%	3	لا
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



### الشكل رقم (31): يمثل استخدام وسائل الاتصال الحديثة

ساعد على تخفيض النفقات المالية للغرفة

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 36% من العمال يرى ان استخدام وسائل الاتصال الحديثة ساعد على تخفيض

النفقات المالية للغرفة في حين نسبة 50% من العمال يرى ان وسائل الاتصال قليلا ما ساعدت على تخفيض النفقات المالية

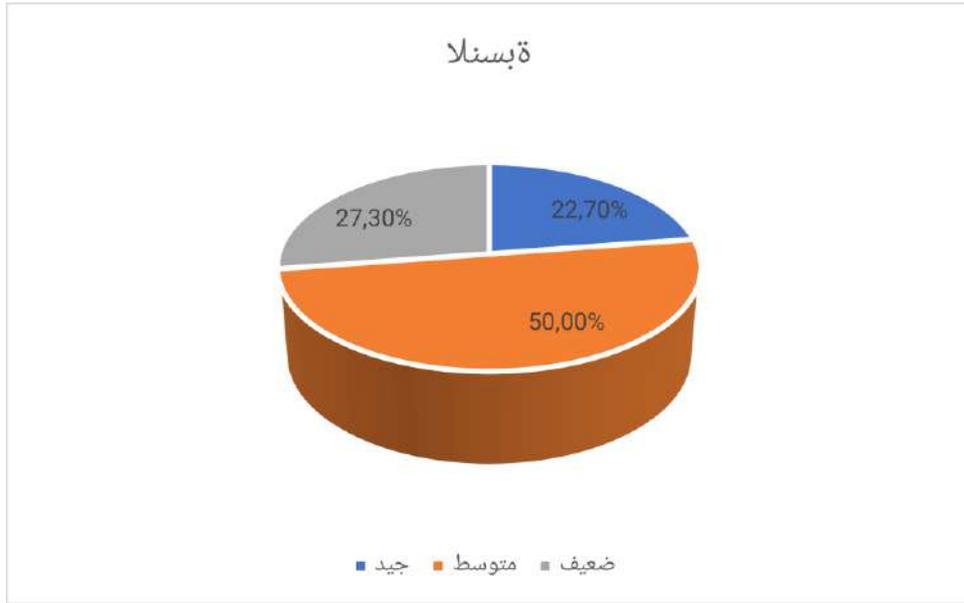
لغرفة أما نسبة 4% فيرى ان وسائل الاتصال الحديثة لا تساعد على تخفيض النفقات المالية للغرفة.

### الجدول رقم (33): يمثل تقييم العمال لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية

والحرف ورقلة

النسبة	التكرار	ماهو تقييمك لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية و الحرف ورقلة
22,7%	5	جيد
50,0%	11	متوسط
27,3%	6	ضعيف
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



### الشكل رقم (32): يمثل تقييم العمال لاستخدام وسائل

#### الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 23% من العمال يقيم استخدام وسائل الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية

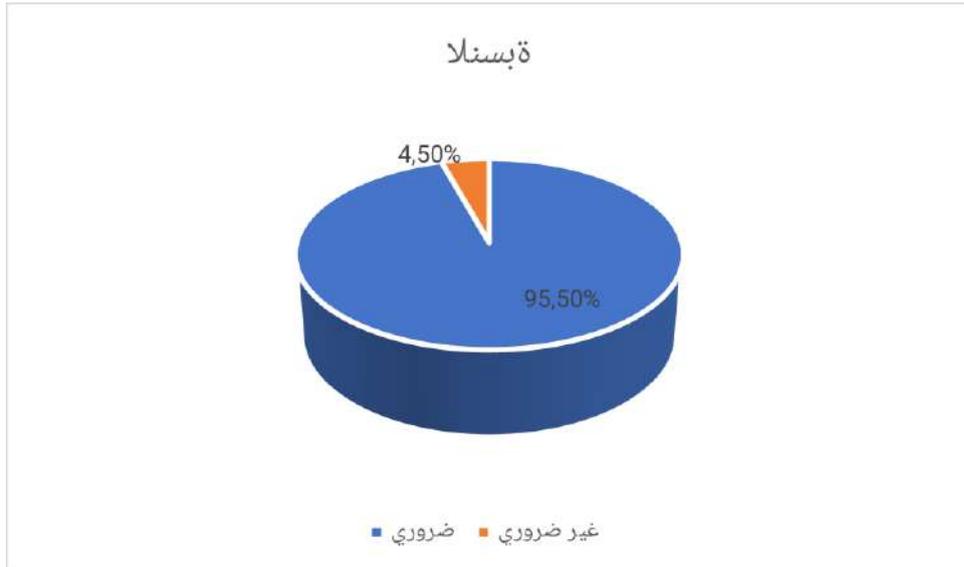
والحرف ورقلة بالجيد في حين نسبة 50% من العمال يقيم استخدام وسائل الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة

بالمتوسط أما نسبة 27% فيقيم استخدام وسائل الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة بالضعيف.

### الجدول رقم (34): يمثل ضرورة برمجة دورات تكوين في استخدام وسائل الاتصال

النسبة	التكرار	هل ترى انه من الضروري برمجة دورات تكوين في كيفية استخدام وسائل الاتصال الحديثة لموظفي الغرفة؟
95,5%	21	ضروري
4,5%	1	غير ضروري
100,0%	22	المجموع

المصدر: من إعدادات الطلبة بالاعتماد على مخرجات spss



**الشكل رقم (33):** يمثل ضرورة برمجة دورات تكوين في

استخدام وسائل الاتصال

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة 41% من العمال يرى ان وسائل الاتصال الحديثة تساعد الغرفة على تسهيل عملية

تسويق منتجاتها في حين نسبة 50% من العمال يرى ان وسائل الاتصال الحديثة قليلا ما تساعد الغرفة على تسهيل عملية تسويق

منتجاتها أما نسبة 9% فيرى ان وسائل الاتصال الحديثة لا تساعد الغرفة على تسهيل عملية تسويق منتجاتها.

## II-4- نتائج العامة للدراسة:

- 1\_ إن العمال الإناث بالغرفة أكثر من الذكور.
- 2\_ نصف عمال الغرفة تفوق أعمارهم 35 سنة والباقي أقل من 35 سنة.
- 3\_ إن أكثر نصف عمال الغرفة ذوي مستوى تعليمي ثانوي.
- 4\_ قرابة نصف عمال الغرفة ذوي خبرة مهنية أكثر من 10 سنوات.
- 5\_ حوالي نصف العمال يستخدمون الهاتف الثابت لإتصال بالوصاية.
- 6\_ ما يعادل 60% من العمال يستخدمون الحاسوب لإتصال بالوصاية.
- 7\_ إن 77% من العمال يستخدمون الهاتف النقال للإتصال بالوصاية.
- 8\_ حوالي 60% من العمال يستخدمون الفاكس للإتصال بالوصاية.
- 9\_ أن قرابة 63% من العمال يعتمدون على الإيميل للإتصال بالوصاية.
- 10\_ أن ما شبه 9% من العمال فقط يستخدمون مجموعة الوتساب للإتصال بالوصايا.
- 11\_ أن إستخدام تطبيق زووم يقتصر على نسبة 9% العمال فقط لإحتمال إتصالحم بالوصاية.

- 12\_ بحساب متوسط الترتيبات لكل وسيلة إتصال نجد أن أكثر إستخداما هو الفاكس والحاسوب والهاتف النقال الثابت الذي هما الإيميل ثم هاتف النقال وأخيرا مجموعة الوتساب والزووم.
- 13\_ أن الإيميل والفاكس يتصدران قائمة الوسائل الأكثر إستخداما الذي هما هاتف الثابت ومجموعة الوتساب بنسب متعادلة.
- 14\_ أن معظم العمال ونسبة تقارب 90% يرى أن عدم إستخدام باقي الوسائل يعود لطبيعة العمل التي تتطلب ذلك.
- 15\_ العدد الأكبر من العمال ونسبة تقارب 65% يرى أن هذه الوسائل فعالة وكافية.
- 16\_ أكثر من نصف العمال ونسبة تقارب 60% يستخدمون الهاتف الثابت للإتصال مع المنخرطين.
- 17\_ كل عمال الغرفة يستخدمون الهاتف .....
- 18\_ إن العدد الأكبر من العمال وبنسبة تفوق 77% يستخدمون الإيميل للإتصال بالحرفيين.
- 19\_ قرابة 30% فقط من يستعمل الفاكس كوسيلة للإتصال بالحرفيين.
- 20\_ ما شبه 59% يعتمدون على الإتصال المباشر كوسيلة لإتصالحم بالحرفيين.
- 21\_ تبين أن نسبة 59% من العمال لا يستخدمون صفحة الغرفة على الفيسبوك وأن نسبة 40% يستخدمونها كون الصفحة متاحة كخلفية الإعلام ورئيس مصلحة الترقية والمدير فقط.
- 22\_ تبين أن نسبة 81% لا يستخدمون الإعلانات الممولة كوسيلة لإتصالحم بالحرفيين وأن نسبة 18% يعتمدون هذه الوسيلة سبب التكلفة المرتفعة لهذه الوسيلة تستخدم في الترويج للمشاريع كالإعلام عن التكوينات والمعارض بالخارج.
- 23\_ تبين أن الهاتف النقال هو الوسيلة الأكثر إستخداما كونه متاح لدى الحرفيين ووسيلة غير مكلفة.
- 24\_ تبين أن الإستخدام الأكثر للهاتف النقال نسبة 45% يليه الإتصال المباشر نسبة 30% ثم الهاتف الثابت نسبة 9% وأخير الإيميل صفحة الغرفة بنفس نسبة 4%.
- 25\_ تبين أن 95% من العمال يعتبرون أن إستخدامهم لوسائل الإتصال دون أخرى ناجم عن طبيعة العمل ونسبة 4% فقط من لا يتقنون الوسائل الأخرى التي يستخدموها.
- 26\_ تبين أن نسبة 68% يعتبرون هذه الوسائل فعالة وكافية في حين نسبة 31% يعتبرونها قليلة نوعا ما.
- 27\_ إن نسبة 50% من العمال يرى أن مساهمة هذه الوسائل قليلة في تحسين العمل ونسبة 45% يرى أنها لم تساهم في تحسين إنتاجية العمل بنسبة 4%.
- 28\_ أن وسائل الإتصال الحديثة يمكن أن تحسن من إنتاجية العمل خلال السرعة في الأداء بنسبة 59% من العمال أما نسبة 23% من العمال يرى أن وسائل الإتصال الحديثة يمكن أن تحسن من إنتاجي العمل من خلال سهولة الوصول إلى الزبون أما من وجهة أخرى بنسبة 18% فيرى أن وسائل الإتصال الحديثة يمكن أن يتحسن من إنتاجية العمل من خلال الرفع من كفاءة العمل.

- 29\_ تبين أن وسائل الإتصال الحديثة ساهمت في سرعة الإنجاز العمل بنسبة 59% من وجهة رأي العمال أما نسبة 36% من العمال يرى أن وسائل الإتصال قليلا ما تساهم في سرعة الإنجاز العمل وبنسبة 4% غير هاته الوسائل الإتصال الحديثة لا تساهم في سرعة إنجاز العمل.
- 30\_ تبين أن قرابة 54% من العمال يرى أن وسائل الإتصال الحديثة يمكن أن تساهم في كفاءة الموظف.
- 31\_ أن نسبة 41% من العمال يرى أن وسائل الإتصال الحديثة تساعد الغرفة على تسهيل عملية تسويق منتجات.
- 32\_ أن إستخدام وسائل الإتصال الحديثة ساعدت على تخفيض النفقات المالية للغرفة في حيث 4% فيرى أن هذه الوسائل لا تساعد على تخفيض النفقات المالية للغرفة.

خاتمة

## خاتمة

ان استخدام وسائل الاتصال الحديثة يدخل في شتى مجالات الحياة وخاصة المؤسسة لما له من اثر في تسهيل الاتصال الداخلي والخارجي والمساهمة في تحقيق الاهداف والاثر المباشر على الأداء الوظيفي للعمال والأداء الإقتصادي للمؤسسة .حيث بات استخدام هذه وسائل اداة أساسية ومؤشرا لرقمنة الإدارة

ومن خلال بحثنا خلصنا الى بعض التوصيات والمقارنات المتمثلة فيما يلي:

## الاقتراحات والتوصيات:

من خلال ما توصلت اليه الدراسة من نتائج يمكن تقديم مجموعة من التوصيات والاقتراحات والتي يمكن ان تساهم في

تحسين استخدام وسائل الاتصال الحديثة وزيادة مستوى الاداء في المؤسسة

- الاعتماد أكثر على وسائل الاتصال الحديثة وادارجها في النشاطات اليومية للمؤسسة
- استخدام الانترنت داخل المؤسسة للرفع من كفاءة الموظفين
- تحسين آليات تشارك الموارد والمعلومات والاستفادة من تقنيات الحوسبة المشتركة
- الاستعمال المكثف لوسائل الاتصال الحديثة لتوطيد العلاقات الخارجية للمؤسسة
- وضع آليات لتشجيع العمال والشركاء على استخدام وسائل الاتصال الحديثة
- برمجة دورات تكوينية لفائدة العمال وفي كيفية استخدام وسائل الاتصال الحديثة

## المراجع

## المراجع

## كتب باللغة العربية

9. الحسيني، أحمد بن عبد الله - علاقة الإشراف الإداري بكفاءة أداء العاملين- دراسة تطبيقية على المستشفيات العسكرية بالرياض، 1994.
10. الدحلة فيصل عبد الرؤوف- تكنولوجيا الأداء البشري المفهوم وأساليب القياس والنماذج - المكتبة الوطنية، عمان، 2001.
11. العايب أمينة، بوطرس وهيبه، 2019، " إستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال وعلاقته بالأداء الوظيفي لإدارة المؤسسة دراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير. قطب تاسوست" مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علم اجتماع تخصص: علم الاجتماع الاتصال
12. إسماعيل محمود حسن، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر و التوزيع، القاهرة، ط2، 2003.
13. إيمان محمود محمد حسين: قياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مدخل الفجوات دراسة تطبيقية في قطاع الاتصال الأردني، دراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الإلكترونية، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط، 2011.
14. أبو أصبع صالح خليل، استراتيجيات الاتصال وتأثيراته، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2005.
15. آيت سعيد فوزي نوفمبر 2013 ، "دور غرف الصناعة التقليدية والحرف في ترقية قطاع الصناعة التقليدية والحرف في الجزائر"، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية" تابعة لمخبر البحث "الصناعات التقليدية الجزائر 3، المجلد 02 ، العدد 01
16. بسام عبد الرحمان مشاقبة نظريات الإتصال دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2015.
17. بسام عبد الرحمان مشاقبة نظريات الإتصال دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان 2014.
18. بشير العلق نظريات الإتصال مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2010.
19. بشير العلق: نظريات الإتصال مدخل متكامل، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، د، ط، عمان، 2010.

20. بن قطاف محمد، بن حمودة محبوب، ماي 2019 "عرف الصناعة التقليدية والترويج للمنتوج الحرفي الجزائري"، مجلة العدد 01 لجامعة الجزائر 3 " (LITA) دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية تابعة لمخبر البحث "الصناعات التقليدية، المجلد 08.
21. حسن عماد مكايي ليلي حسين السيد الإتصال ونظرياته المعاصرة دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998 ص 241.
22. حسين عماد مكايي ويلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
23. جماعي أم كلثوم جوان 2018، "التسويق الحرفي مدخل لتنمية وتطوير المنتجات التقليدية والحرفية"، مجلة المدبر، العدد 06.
24. خالد عبد الرحمان إلهيتي - إدارة الموارد البشرية - عمان ، الأردن، سنة 2003.
25. دراسة شايب محمد بعنوان " أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية " دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بسطيف، مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع: الاقتصاديات المالية بنوك ونقود، السنة الجامعية 2006/2007.
26. عبد الباري إبراهيم درة: تكنولوجيا الأداء البشري في المنظمات: الأسس النظرية ودلالاتها في البيئة العربية المعاصرة، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، د، ط، مصر ، 2003.
27. عبد الحافظ سلامة، الوسائل التعليمية و المنهج، عمان ( الاردن ): دار الفكر للطباعة و النشر و التوزيع 2000.
28. علاء الدين عبد الغني محمود: إدارة المنظمات، دار الصفاء للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2011.
29. فاطمة حسين عواد: الإتصال والإعلام التسويقي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1 ، عمان، 2011.
30. فريد فهمي زيارة: وظائف الإدارة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، د، ط، عمان، 2009.
31. فضيل دليو: الإتصال (مفاهيمه - نظرياته- وسائله)، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط 1، القاهرة، 2003.
32. فيصل عبد الرؤوف الدحلة: تكنولوجيا الأداء البشري، دائرة المكتبة الوطنية، د، ط، عمان، 2010.
33. لعياضي عبد الحكيم وعصايدي مروان: دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين عملية اتخاذ القرار من وجهة نظر موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية خنشلة. جامعة سوق أهراس، 2019

34. لغوشي بلقاسم، ياسي منير 2016/2015، " استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية دراسة ميدانية بالشركة الإفريقية للزجاج بأولاد صالح-الطاهير-" مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص:

علاقات عامة

35. محمد الفاتح حمدي وآخرون: تكنولوجيا الاتصال والاعلام الحديثة (الاستخدام و التأثير)، مؤسسة كنوز الحكمة لنشر والتوزيع، ط 1، الجزائر، 2011.

36. محمد الفاتح حمدي: استخدام تكنولوجيا الإتصال والإعلام وإنعكساتها على قيم الشباب مذكرة نيل شهادة الماجستير في الإعلام والإتصال جامعة الجزائر 2008 - 2009 .

37. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، عالم الكتب القاهرة، 1998.

38. مصطفى عبد السميع، وآخرون، الاتصال والوسائل التعليمية، ركن الكتاب للنشر، 2001.

#### الرسائل والأطروحات الجامعية:

39. العايب أمينة، بوطرس وهيبة، 2019، " استخدام تكنولوجيا الإعلام والإتصال وعلاقته بالأداء الوظيفي لإدارة المؤسسة دراسة ميدانية بكلية العلوم الاقتصادية التجارية وعلوم التسيير. قطب تاسوست" مذكرة مكملة لنيل متطلبات شهادة الماستر في علم اجتماع تخصص: علم الاجتماع الاتصال

40. إيمان محمود محمد حسين: قياس جودة الخدمات الإلكترونية باستخدام مدخل الفجوات دراسة تطبيقية في قطاع الاتصال الأردنية، دراسة استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الأعمال الإلكترونية، كلية الأعمال جامعة الشرق الأوسط، 2011.

41. دراسة شايب محمد بعنوان " أثر تكنولوجيا الإعلام والاتصال على فعالية أنشطة البنوك التجارية الجزائرية " دراسة حالة الصندوق الوطني للتوفير والاحتياط بسطيف، مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية فرع: الاقتصاديات المالية بنوك ونقود، السنة الجامعية 2006/2007.

42. لعياضي عبد الحكيم وعصايدي مروان: دور تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تحسين عملية اتخاذ القرار من وجهة نظر موظفي مديرية الشباب والرياضة لولاية خنشلة. جامعة سوق أهراس، 2019

43. لغوشي بلقاسم، ياسي منير 2016/2015، " استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية دراسة

ميدانية بالشركة الإفريقية للزجاج بأولاد صالح-الطاهير- " مذكورة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص:

علاقات عامة

المجلات:

44. آيت سعيد فوزي نوفمبر 2013 ، "دور غرف الصناعة التقليدية والحرف في ترقية قطاع الصناعة التقليدية والحرف في

الجزائر"، مجلة "دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية" تابعة لمخبر البحث "الصناعات التقليدية الجزائر 3، المجلد 02

، العدد 01

45. بن قطاف محمد، بن حمودة محبوب، ماي 2019 "غرف الصناعة التقليدية والترويج للمنتوج الحرفي الجزائري"، مجلة

العدد 01 لجامعة الجزائر 3 " (LITA) دراسات في الاقتصاد والتجارة والمالية تابعة لمخبر البحث "الصناعات

التقليدية، المجلد 08.

46. جماعي أم كلثوم جوان 2018، "التسويق الحرفي مدخل لتنمية وتطوير المنتجات التقليدية والحرفية"، مجلة المدبر، العدد

.06

الملاحق

## الملاحق

الملحق رقم 01: الاستبيان

جامعة قاصدي مرباح، ورقلة - الجزائر  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال



## استبيان:

أخي أختي... تحية طيبة أما بعد:

في إطار إعداد مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة الماستر أكاديمي، الطور الأول في ميدان: الاعلام

والاتصال فرع الاتصال بعنوان:

" اثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الأداء الاقتصادي على غرف الصناعة

التقليدية و الحرف دراسة ميدانية على موظفي غرفة الصناعة التقليدية والحرف لولاية

ورقلة"

نضع بين أيديكم هذا الاستبيان راجين منكم التعاون معنا بغرض إفادتنا في جمع البيانات ذات الصلة

ببحثنا. فالرجاء التكرم بالإجابة على هذه الأسئلة وذلك بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة

علما بأن إجاباتكم سوف تحاط بالسرية التامة ولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

شاكرين لكم حسن تعاونكم وثقتكم.

الباحثين: بن كريمة رقية وقرشي محمد الأمين

### المحور الأول: البيانات الشخصية

<input type="checkbox"/>	أنثى	<input type="checkbox"/>	ذكر	الجنس
<input type="checkbox"/>	أكثر من 35	<input type="checkbox"/>	من 25 إلى 35	أقل من 25
<input type="checkbox"/>	أكثر من 10	<input type="checkbox"/>	من 5 إلى 10	أقل من 5
<input type="checkbox"/>	ثانوي	<input type="checkbox"/>	متوسط	ابتدائي
<input type="checkbox"/>	جامعي			المستوى التعليمي

### المحور الثاني: وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في غرفة الصناعة التقليدية لولاية

#### ورقلة للاتصال مع الوصاية

1- ما هي الوسيلة التي تستخدمها في مراسلاتك مع الوصاية؟

<input type="checkbox"/>	الهاتف الثابت	<input type="checkbox"/>	الحاسوب	<input type="checkbox"/>	الهاتف النقال	<input type="checkbox"/>	الفاكس
<input type="checkbox"/>	الإيميل	<input type="checkbox"/>	مجموعة الواتساب	<input type="checkbox"/>	الزوم		

2- أي الوسائل هي الأكثر استعمالاً؟

3- لماذا لا تستعين بباقي الوسائل؟

<input type="checkbox"/>	طبيعة العمل تتطلب ذلك	<input type="checkbox"/>	لا أتقنها	<input type="checkbox"/>	أخرى
--------------------------	-----------------------	--------------------------	-----------	--------------------------	------

أذكرها:

4- هل ترى أن هذه الوسائل فعالة وكافية؟

<input type="checkbox"/>	فعالة وكافية	<input type="checkbox"/>	قليلاً	<input type="checkbox"/>	غير مناسبة	<input type="checkbox"/>	غير كافية
--------------------------	--------------	--------------------------	--------	--------------------------	------------	--------------------------	-----------

### المحور الثالث: وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها غرفة الصناعة التقليدية لولاية

#### ورقلة مع الحرفيين

1- ما هي الوسيلة التي تستخدمها في مراسلاتك مع الوصاية؟

<input type="checkbox"/>	الهاتف الثابت	<input type="checkbox"/>	الهاتف النقال	<input type="checkbox"/>	الإيميل	<input type="checkbox"/>	الفاكس
<input type="checkbox"/>	الاتصال المباشر	<input type="checkbox"/>	صفحة غرفة الصناعة	<input type="checkbox"/>	الإعلانات الممولة		

التقليدية لولاية ورقلة

في الفيسبوك

2- أي الوسائل هي الأكثر استعمالاً؟

3- لماذا لا تستعين بباقي الوسائل؟

طبيعة العمل تتطلب ذلك  لا أتقنها  أخرى

أذكرها:

4- هل ترى أن هذه الوسائل فعالة وكافية؟

فعالة وكافية  قليلا  غير مناسبة  غير كافية

المحور الرابع: وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها غرفة الصناعة التقليدية لولاية

ورقلة مع الحرفيين

5- هل ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في تحسين إنتاجية العمل؟

كثير  قليلا  لم تحسن

6- إذا كنت تظن أنها استطاعت تحسين الإنتاجية فهل كان ذلك من خلال:

زيادة الدقة في الاداء  الرفع من كفاءة العمل  سهولة الوصول الى الزبون  السرعة في الاداء

7- هل ساهمت وسائل الاتصال الحديثة في سرعة إنجاز العمل؟

نعم  قليلا  لا

8- هل ترى أن وسائل الاتصال الحديثة تساهم في زيادة كفاءة الموظف؟

نعم  قليلا  لا

9- هل تساعد وسائل الاتصال الحديثة غرفة الصناعة التقليدية لولاية ورقلة على تسهيل عملية تسويق

منتجات المؤسسة؟

نعم  قليلا  لا

10- هل تعتقد أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة ساعد على تخفيض النفقات المالية؟

نعم  قليلا  لا

11- ما هو تقييمك لاستخدام وسائل الاتصال الحديثة بغرفة الصناعة التقليدية لولاية ورقلة؟

جيد  متوسط  ضعيف

# الملخص

## المخلص

تناول هذه المذكرة موضوع دور استخدام وسائل الاتصال الحديثة وأثرها على الأداء الاقتصادي على الغرف الصناعية وهي عبارة عن دراسة ميدانية أجريت بغرفة الصناعة التقليدية والحرف بورقلة.

وتمت صياغة إشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي:

**ما هو اثر استخدام وسائل الاتصال الحديثة على الأداء الاقتصادي لغرفة الصناعة التقليدية والحرف بورقلة؟**

وقد انبثق عن هذا التساؤل تساؤلات فرعية مفادها:

1. ماهي وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها الغرفة بالاتصال بالوصاية؟

2. ماهي وسائل الاتصال الحديثة التي تعتمدها الغرفة مع الحرفيين؟

3. هل استخدام وسائل الاتصال الحديثة أثر على الأداء الاقتصادي في الغرفة؟

وقد وظفنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي لكي يفيدنا في تحليل النتائج الدراسة ووصفها وصفا دقيقا، وقد قمنا باختبار العينة القصدية والمكونة من 22 موظف من مجتمع الدراسة.

أما الأدوات المستخدمة فقد تمثلت في الاستمارة وقد تم تقسيمها إلى أربعة محاور وهي:

المحور الأول: البيانات الشخصية

المحور الثاني: وسائل الاتصال الحديثة المستخدمة في غرفة الصناعة التقليدية لولاية ورقلة للاتصال مع الوصاية

المحور الثالث: وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها غرفة الصناعة التقليدية لولاية ورقلة مع الحرفيين

المحور الرابع: وسائل الاتصال الحديثة التي تستخدمها غرفة الصناعة التقليدية لولاية ورقلة مع الحرفيين

وبعد جمع المعلومات الكافية من عينة الدراسة وتحليلها توصلنا إلى أهم النتائج ونلخصها فيمايلي:

ان غرفة الصناعة التقليدية والحرف ورقلة تعتمد في اتصالها بالوصاية على شكلين الأول هو اتصال الإطارات العليا والذي تستخدم فيه وسائل اتصال حديثة و متعددة كالنقل اليميل الفاكس مجموعة الواتساب و الاجتماعات بتقنية التحاضر بإستعمال الزووم بصفة خاصة , و الشكل الثاني هو الاتصال المتاح لبعض الموظفين عن طريق الفاكس و الحواسيب خاصة ماتعلق بالبطاقية الوطنية للحرفيين , كما وانه من خلال نتائج الدراسة توصلنا الى ان الغرفة في اتصالها مع الحرفيين تعتمد أساسا على الهاتف النقال والاتصال المباشر وهو عائد لطبيعة الشريحة المتعامل معها اذ يعتبر الهاتف النقال والاتصال المباشر من الوسائل الارخص من ناحية التكلفة و الأكثر شيوعا, كما واعطت نتائج الدراسة مدلولات تبين ان قلة استخدام وسائل الاتصال من طرف العمال اثر على تفهمهم لما يمكن ان تقدمه من مساهمة في رفع إنتاجية العمل او من ناحية زيادة كفاءة الموظف او تسويق الخدمات وهو الامر الذي عكسه اخر تساؤول حول الرغبة في اجراء دورات تكوينية في استخدامات وسائل الاتصال الحديثة والتي عبر عنها العمال بحرص شديد و رغبة في برمجتها في اقرب الاجال

**الكلمات المفتاحية: وسائل الاتصال الحديثة، الأداء الاقتصادي، غرفة الصناعة التقليدية و الحرف**

**Abstract:**

This note deals with the topic of the role of using modern means of communication and its impact on economic performance on the industrial chambers. It is a field study conducted at the Chamber of Traditional Industry and Crafts in Ouargla

The study problem was formulated in the following main question

What are the areas of using modern means of communication and what is their impact on the economic performance of the Chamber of Handicrafts and Crafts in Ouargla

Sub-questions emerged from this question

1. What are the modern means of communication that the Chamber uses in connection with the guardianship

2. What are the modern means of communication that the chamber uses with craftsmen

3. Does the use of modern means of communication affect the economic performance in the room?

In this study, we have employed the descriptive analytical method in order to benefit us in analyzing the study results and describing them accurately. We have tested the intentional sample consisting of 22 employees from the study community

As for the tools used, they were represented in the questionnaire, which were divided into four axes

First Axis: Personal Data

The second axis: the modern means of communication used in the Chamber of Traditional Industry of the Wilaya of Ouargla to communicate with the guardianship

The third axis: the modern means of communication used by the Chamber of Traditional Industry of the wilaya of Ouargla with the craftsmen

The fourth axis: the modern means of communication used by the Chamber of Traditional Industry of the wilaya of Ouargla with the craftsmen

After collecting sufficient information from the study sample and analyzing it, we reached the most important results and summarize them as follows

The Chamber of Traditional Industry and Crafts of Ouargla relies in its communication with guardianship on two forms, the first is the communication of the upper frames, in which modern and multiple means of communication are used, such as mobile e-mail, fax, WhatsApp group and meetings with lecture technology using Zoom in particular, and the second form is the communication available to some employees via fax And computers,

---

especially those related to the national card for craftsmen, and that through the results of the study, we concluded that the room in its communication with craftsmen depends mainly on the mobile phone and direct communication, which is due to the nature of the chip dealt with, as the mobile phone and direct communication are considered among the cheapest and most common means in terms of cost and the most common. The results of the study also gave indications that the lack of use of means of communication by the workers affected their understanding of the contribution they can make to raising the productivity of work or in terms of increasing the employee's efficiency or marketing services, which was reflected by another question, the desire to conduct training courses in the uses of modern means of communication, which the workers expressed very carefully and a desire to program them as soon as possible.

**Keywords:** modern means of communication, economic performance, chamber of traditional industry and the hand craft