



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال

التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة
مذكرة تخرج لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

ب عنوان:

دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات

دراسة ميدانية على عينة من موظفي بنك الجزائر الخارجي لولاية ورقلة

تحت إشراف الأستاذة:

* د. درويش بوح

من إعداد الطالبتين:

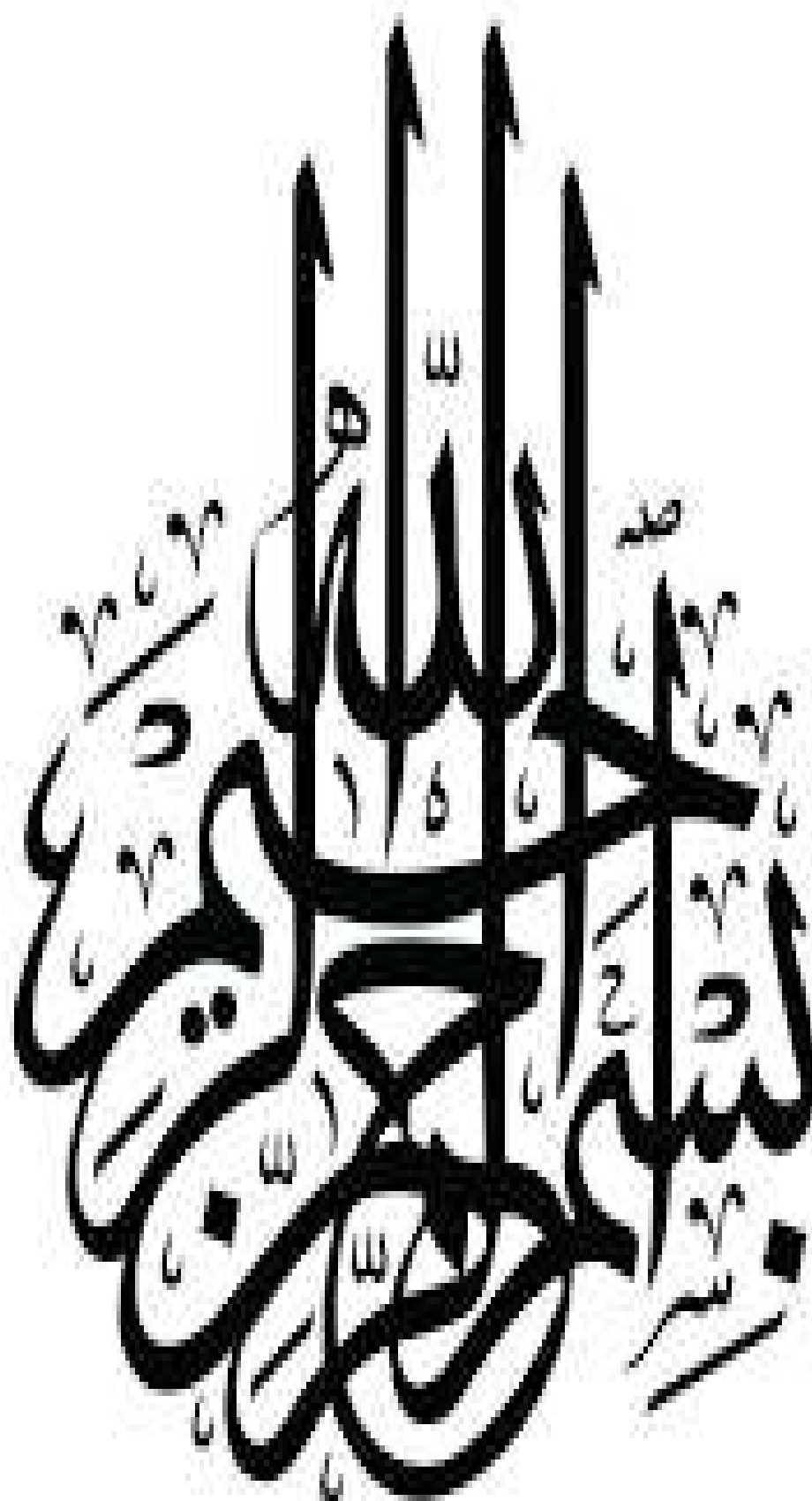
شبيب فادية

بن عروبة مفيدة

لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
كاوجة محمد الصغير	أستاذ النعائم العالي	جامعة قاصدي مرباح	رئيسا
بوح درويش	أستاذ محاضر ب	جامعة قاصدي مرباح	مشرفا ومقررا
حمامي محرز	أستاذ محاضر أ	جامعة قاصدي مرباح	مناقشا

السنة الجامعية 2024-2025



الإهداء

إلى من غرسو في قلبي بذور الأمل، وسقوها بالحب والدعاء والصبر إلى

من كانوا النور الذي أنار دربي في كل لحظة تعب أو يأس إلى أمي

التي علمتني أن بالإرادة صنع المعجزات وبدعائها وصلت لما أنا عليه.

إلى أبي السند الأول والمعلم الصامت الذي علمني أن الإصرار يصنع

الفرق. إلى أخوتي وأخواتي من شاركوني العلم وساندوني بصمتهم

وابتسامتهم. إلى صديقتي الحقيقية جميلة التي كانت بجانبني حين

تراجعت خطواتي فدفعني بلطف لأكمل الطريق. إلى كل من كان له

في قلبي مكان أهدي هذه المذكرة عرفان و امتنانا ومحبة لا تنتهي .



إهداء

إلى من غرسوا في نفسي القيم، وزرعوا في طريقي الأمل، وكانوا لي خير
سند ودعم...

إلى والديّ العزيزين،

نَبْضُ قلبي، وسرّ نجاحي، أنتم النور الذي أنار دربي، والدعاء الذي رافق
خطواتي. لكم الفضل بعد الله في ما وصلتُ إليه، فلكما كل الحب والتقدير.

معمّر

إلى أساتذتي الكرام،

من علموني حرفاً فصنعتُ به سطرًا من طموح، شكرًا لكم على عطائكم
وتفانيكم.

إلى أصدقائي وزملائي،

من شاركوني رحلة التعب والسهر، وبثوا فيّ روح الصبر والمثابرة.

إلى كل من دعمني بكلمة، أو ابتسامة، أو دعاء،

لكم جميعًا أهدي هذه المذكرة، عربون تقدير وامتنان



شكر وعرفان

بكل فخر وامتنان، أتقدم بجزيل الشكر والعرفان إلى كل من كان له دور في إنجاز هذه المذكرة.

أولاً، أشكر الله عز وجل الذي وقّفتني وأعانني على إتمام هذا العمل، رغم كل التحديات التي واجهتني.

أتقدم بجزيل الشكر والاحترام إلى الأستاذة: درويش بوحدة، على ما قدّمه(ته) لي من توجيهات قيّمة، وصبر، ودعم مستمر طوال فترة إعداد هذه المذكرة.

ولا يفوتني أن أعبر عن خالص امتناني إلى أساتذة الكلية الكرام، لما قدموه لي من علم ومعرفة طويلة سنوات الدراسة.

كما أخص بالشكر عائلتي العزيزة، وبالأخص والديّ، لدعمهما المتواصل، وتشجيعهما الدائم، وتحفيزهما لي على مواصلة الاجتهاد والمثابرة.

وإلى زوجي الغالي وإلى زميلاتي وزملائي الذين كانوا لي عوناً وسنداً في هذه المرحلة، أقول: شكراً لقلوبكم النقية، ومواقفكم الصادقة.

لكل من قدّم لي يد العون، ولو بكلمة طيبة، فله مني كل الشكر والتقدير

فهرس المحتويات

III	إهداء
IV	إهداء
V	شكر وتقدير
VI	فهرس المحتويات
VIII	ملخص الدراسة:
Erreur ! Signet non défini. : مقدمة	
2	1- إشكالية الدراسة
3	<u>2</u> أسباب اختيار الموضوع:
3	أسباب ذاتية وموضوعية:
4	<u>3</u> أهداف الدراسة:
4	<u>4</u> مفاهيم الدراسة:
4	مفهوم الدور : الدور – (Role) التعريف
6	مفهوم الرقمنة:
6	مفهوم العلاقات العامة – (Public Relations)
7	مفهوم الأزمة:
8	مفهوم إدارة الأزمات
9	<u>5</u> أدوات جمع البيانات:
11	<u>6</u> مجالات الدراسة:

7_	الدراسات السابقة	11
8_	منهج الدراسة:	12
9_	المقاربة السوسيولوجية:	17
	خلاصة الفصل	19
	الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة	20
	تمهيد	21
1_	التعريف بالمؤسسة:	22
أ_	التعرف على العلاقات الداخلية	22
ب_	التعرف على علاقة المؤسسة بالمحيط الخارجي	23
	الهيكل التنظيمي لوكالة البنك الجزائري الخارجي 1مصلحة الإدارة :	23
	المحور الأول: الوسائل الرقمية المستخدمة في البنك	33
	المحور الثاني: فعالية رقمته العلاقات العامة في إدارة الأزمات	42
	المحور الثالث: رضى المسيرين حيال استغلال رقمته العلاقات العامة في إدارة الأزمات ...	49
2_	النتائج العامة للدراسة التطبيقية:	60
	أولاً : النتائج الديموغرافية	61
	ثانياً: نتائج المحور الأول - الوسائل الرقمية المستعملة	61
	ثالثاً: نتائج المحور الثاني - الرقمته في إدارة الأزمات	62
	رابعاً: نتائج المحور الثالث - رضا الموظفين عن الرقمته	62
3_	النتائج العامة للدراسة:	63

64	نتيجة السؤال الرئيسي للدراسة:.....
65	خلاصة الفصل.....
66	خاتمة:.....
70	قائمة المصادر والمراجع:.....
73	الملاحق.....

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى الكشف عن دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات داخل المؤسسات، وذلك من خلال دراسة ميدانية بالبنك الجزائري الخارجي فرع ورقلة .

تسعى الدراسة إلى توضيح كيفية مساهمة الأدوات من وسائل التكنولوجيا الرقمية والتطبيقات الرقمية (كالبريد الإلكتروني، المواقع الرسمية، وسائل التواصل الاجتماعي...) في تحسين التفاعل بين المؤسسة وعملائها، خاصة أثناء الأزمات. وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي، واستخدمت الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة قصدية مكونة من 50 موظفًا.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن رقمنة العلاقات العامة بالمؤسسة تؤدي دورًا فعالًا في تسريع العمليات، وتسهيل التواصل، وتقوية العلاقات مع العملاء.
- كما أظهرت أن الموظفين يشعرون براحة أكبر عند استخدام الأدوات الرقمية في العمل اليومي، مما يعزز من فاعلية العلاقات العامة في مواجهة الأزمات المؤسسية.

الكلمات المفتاحية: الدور الرقمنة، العلاقات العامة، إدارة الازمة

Abstract studies :

This study aims to examine the role of digital public relations in crisis management, through a field study conducted at the Bank of Algeria – Ouargla branch. It seeks to show how digital tools (such as email, official websites, social media...) help improve interaction between the institution and its audiences, particularly during crises. The study adopted a descriptive methodology and used a questionnaire distributed to a purposive sample of 50 employees. Findings revealed that digitalization played a key role in speeding up operations, enhancing communication, and strengthening client relationships. Furthermore, employees reported feeling more comfortable using digital tools in their daily tasks, which supports the effectiveness of public relations in institutional crisis management.

Keywords : Digitalization, Public Relations, Crisis Management.

مقدمة

مقدمة:

أصبحت العلاقات العامة اليوم أحد أبرز مجالات الاتصال التي تلعب دورًا حيويًا في بناء الجسور بين المؤسسات وبيئتها الداخلية والخارجية، لاسيما في ظل التغيرات السريعة والتحديات المتزايدة التي تواجهها المؤسسات المعاصرة. ومع التطور التكنولوجي والتحول الرقمي المتسارع، برزت الرقمنة كأداة مساهمة في تنظيم أداء العلاقات العامة، خاصة في أوقات الأزمات التي تتطلب تواصلًا سريعًا، شفافًا، وفعالًا.

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على مدى توظيف بنك الجزائر الخارجي بورقلة لوسائل الرقمنة في إدارة أزماته، واستكشاف فعالية هذا التوجه في تعزيز قدرته على التواصل مع مختلف الفاعلين، وضمان استقراره المؤسسي. كما تهدف إلى إبراز العلاقة بين استخدام الوسائط الرقمية وتطوير استراتيجيات العلاقات العامة في مواجهة الأزمات، في ظل بيئة اقتصادية واجتماعية متغيرة. ومن هذا المنطلق تسعى هذه الدراسة التي تحمل عنوان دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات تضمنت هذه الدراسة فصلين الأول خاص بالجانب المنهجي والثاني الجانب التطبيقي.

- **الفصل الأول:** ويتضمن هذا الفصل الأدبيات المنهجية التي تبنى على أساسها الدراسة من تحديد للإشكالية وأسباب اختيار الموضوع وأهميتها وأهدافها والتعريف بالمفاهيم والدراسات السابقة والمقاربات السوسيولوجية

- **الفصل الثاني:** الجانب التطبيقي للدراسة ويتضمن المنهج ومجالات الدراسة (المكاني والزمني والبشري) وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات.. ويتضمن عرض و تحليل وتفسير البيانات ونتائجها واستنتاجها.

الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة

مع ظهور ما يسمى بالثورة الصناعية خلال القرن الـ 20 والذي يطلق عليها الثورة الصناعية الثالثة والتي شهدت اختراعات كانت سابقة في ذلك الوقت لم يشهد العالم مثلها من قبل والمتمثلة في اختراع الحاسوبية والقدرة على التشغيل الآلي لتظهر بعدها مرحلة المكاتب الآلية دون التدخل البشري وبعدها الثورة الصناعية الرابعة التي تعتبر الثورة الرقمية التي ظهرت خلال القرن 21 والتي نعيش في قلبها وهي التي تعرف بالتطور التكنولوجي المتسارع في مجال المعلومات الذي أصبح يعبر عن العصرنة في أي مجال يستخدمه منذ ذلك الوقت إلى حد الآن حيث أصبح يعبر عنه بالرقمنة. ومن بين المجالات التي تبنت هذا النوع من التطور المجال المؤسسي حيث تتميز الآن مختلف المعاملات بين المؤسسات والعملاء بما يسمى برقمنة العلاقات ويعبر هذا المصطلح عن تسيير أعمال المؤسسة عن طريق استخدام الحواسيب، والبرامج الرقمية والوسائط الجديدة والمنصات الإلكترونية ومواقع التواصل الاجتماعي بحيث يمكن للمؤسسات التواصل مع الجمهور بطريقة غير مباشرة، والتي أعطت مرونة وسرعة لمختلف التعاملات مثل رصد البيانات، وتنظيم عمليات التوظيف وتحصيل المستحقات والإشعار بالمعلومات وتقديم الخدمات، والتسجيل للانخراط في أنظمة معينة وصرف المبالغ المالية وغيرها من العمليات التي انتقلت بشكل جذري من الطابع التقليدي إلى طابع عصري رقمي مختلف تماما غير مسبوق، وبما أن أي مؤسسة تعتمد على العلاقات العامة في تسيير شؤونها والتخطيط لنشاطاتها فقد لعب رقمنة العلاقات العامة بالمؤسسة دورا هاما في تسيير النشاط وبشكل كبير، إلا أن أي مؤسسة تواجه خلال القيام بنشاطها مجموعة من التحديات والأزمات التي تتعرض لها من حين إلى آخر، والتي تتبع من التغيرات الحاصلة في الواقع المتنوع للطبيعة والانسان، ومختلف الظروف الأخرى ومن هنا يمكننا طرح السؤال التالي: ما هو دور رقمنة العلاقات العامة بالمؤسسة في إدارة الأزمات؟

وتتدرج تحت هذا السؤال الرئيس الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- ماهي الوسائل الرقمية التي تعتمد عليها المؤسسة في إدارة العلاقات العامة؟
- 2- كيف يمكن للمؤسسة استغلال رقمنة العلاقات العامة في ادارة الازمات ؟
- 3- ما مدى رضى مسيري المؤسسة حيال استغلال رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات.؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

من بين الأسباب التي دفعتني لاختيار موضوع فاعلية رقمنة العلاقات العامة خلال الأزمات هي مجموعة من الأسباب التي نستعرضها في النقاط التالية:

أسباب ذاتية:

✓ الرغبة في دراسة هذا الموضوع

✓ موضوع الدراسة في إطار تخصص الباحث

✓ الرغبة في معرفة ما إذا كانت رقمنة العلاقات العامة لها دور في حل الأزمات داخل البنك

أسباب موضوعية:

✓ نقص الدراسات السابقة المتعلقة بموضوع رقمنة العلاقات العامة ودوره في ادارة الازمات.

✓ الانتشار الواسع لاستخدام الرقمنة في تسيير العلاقات العامة في أي مؤسسة.

✓ يعتبر من المواضيع الهامة في مجال تسيير البنك الجزائري، ومدى ضرورة الاهتمام بهذه المواضيع في الوقت الحالي.

✓ محاولة رصد درجة رضى الموظفين في ظل استغلال الرقمنة في تسيير العلاقات العامة.

3- أهمية الدراسة: تكمن أهمية موضوع الدراسة في تبيان قيمة الرقمنة في التسيير المؤسسي خاصة، وإبراز الكيفيات التي تستغل بها في حل الأزمات، مما يجعل التفكير بغيابها عن أي مؤسسة يشكل خلافا في النشاط ونقص في البنية الأساسية لها، بالإضافة إلى التحسيس بما يمثله الجزء لكل فالكل لا يستطيع العمل بدون تكامل أجزائه والجزء لا يعمل إلى في اتحاد مع الكل، ومن هنا نقول ان أهمية الدراسة تتمثل في توضيح المكانة التي أصبحت تتميز بها الرقمنة سواء في المؤسسة أو في قناعات الموظفين.

4- أهداف الدراسة:

- إبراز دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الازمات بالبنك الخارجي
- الكشف عن واقع توظيف الوسائل الرقمية في العلاقات العامة لدى بنك الجزائر الخارجي ورقلة
- الوقوف على مدى رضى مسيري العلاقات العامة بالبنك حيال استغلال رقمنة العلاقات العامة في إدارة الازمات.
- إثراء المعرفة العلمية حول موضوع الدراسة.

مفاهيم الدراسة:

1 - مفهوم الدور : الدور - (Role) التعريف

يشير الدور لغة إلى الاضطلاع بمهمة ¹.

¹ بشير العلاق، العلاقات العامة الدولية، دار البزورية للنشر، عمان، 2014، ص 38.

ولتوضيح معنى الدور لابد من التعرض أولاً لمعنى المركز، وهو الوضع الذي يشغله الفرد في مجتمع ما بحكم سنه أو جنسه أو ميلاده أو حالته الاجتماعية أو وظيفته أو تحصيله.

وقد حاول البعض أن يخلط بين الدور والمركز من حيث اعتبارهما شيئاً واحداً، وهذا غير صحيح، رغم أنهما مترابطان، حيث يرى لينتون " أن الدور يمثل الجانب الدينامي للمركز،² وعندما يضع الفرد عناصر المركز من حقوق وواجبات موضع التنفيذ ، فإنه حينئذ يمارس دوراً ، فالفرد يمارس دوراً ولا يشغل دوراً بل يشغل مركزاً اجتماعياً.³ ويمكن أن نفرق بين مركز موروث ومركز مكتسب، ويشير المركز الموروث إلى المركز الذي ليس للفرد دخل أو جهد في شغله ، بينما المركز المكتسب هو الذي يمكن للفرد شغله بناء على جهوده الشخصية وقدراته والفرص المتاحة أمامه، ومن ذلك المركز القيادي الذي يرتبط بأداء دور معين في المجتمع.⁴

وقد تعددت التعريفات التي ذكرها الكتاب لتوضيح مفهوم الدور، ولعل ذلك يرجع إلى انتشار استخدام هذا المفهوم في العديد من المجالات العلمية، حيث استخدم في علم النفس وعلم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي والأنثروبولوجيا.⁵

التعريف الاجرائي للدور:

يقصد به في هذه الدراسة مدى التأثير الذي تمارسه رقمنة العلاقات العامة على آليات إدارة الأزمات داخل المؤسسة محل الدراسة، ويتم قياس هذا الدور من خلال تحليل مساهمة الوسائط الرقمية في تحسين الاتصال المؤسسي، دعم اتخاذ القرار، وتوجيه الرأي العام خلال فترات الأزمة.

² نفس المرجع السابق، ص 1

³ علي ليله، النظرية الاجتماعية المعاصرة، دار المعارف: القاهرة ، ط2، 1983، ص 39.

⁴ المنجد الأبجدي ، دار المشرق : بيروت ، ط5، 1987 ، ص 451.

⁵ محمد بهجت جاد الله كشك ، تنظيم المجتمع من المساعدة إلى الدفاع، المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع :الإسكندرية، مصر ، 1996 ،

2. مفهوم الرقمنة (Digitization):

الرقمنة هي عملية استتساخ تمكن من تحويل شيء مادي إلى سلسلة من الأرقام بغرض تمثيله في الملفات مقروءة بواسطة الحاسوب، وهي كل عملية يتم توجيهها بتحويل المعطيات إلى رموز ثنائية مفهومة من طرف الحاسوب باستخدام آلات المسخ، وعموماً يمكن القول أن الرقمنة هي عملية تحويل من الشكل المادي التناظري إلى الشكل لا مادي.

كما عرفت، موسوعة مصطلحات المكتبات والمعلومات، والحسابات المرقمنة على أنها عملية خلق صورة تمثل الوثيقة، أو الصورة الأصلية عن طريق تحويل الضوء المنعكس أو المنبعث منها إلى إشارات رقمية يمكن تخزينها أو تثبيتها.

حيث أعطى م. دوو. ج، هوجز dow hadyes تعريف آخر تم تبيينه من جانب المكتبة الوطنية الكندية، ويعتبر فيه الرقمنة إجراءات تحويل المحتوى الفكري المتاح على وسيط التخزين فيزيائي تقليدي مثل: المقالات الدورية والمخطوطات وغيرها إلى شغل رقمي.

الرقمنة – التعريف الإجرائي:

تُعرف الرقمنة إجرائياً على أنها توظيف المؤسسة لتقنيات الاتصال الرقمي الحديثة (كالبريد الإلكتروني، شبكات التواصل الاجتماعي، المواقع الرسمية، وتطبيقات الاتصال المؤسسي) في تنفيذ الأنشطة، ويُقاس ذلك من خلال مدى استخدام هذه الأدوات في تسيير العمل والتواصل مع الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة (البنك).

مفهوم العلاقات العامة – (Public Relations).

عرفت دائرة المعارف البريطانية للعلاقات العامة على أنها:

علاقة النشاط المتصل بتفسير وتحسين الصلة أو العلاقة بين كيان ما سواء كانت هذه الهيئة ذات اعتبار شخصي أو ذات صفة فردية، أي يملكها فرد واحد أو جمهور له ارتباط أو اتصال بالهيئة⁶.

ويعرف الدكتور إبراهيم سامي العلاقات العامة بأنها: فن التأثير في الجماهير بوسائل الإعلام المختلفة بهدف تعبئة المشاعر وتحقيق مكاسب لصالح شخصية أو قضية أو هيئة أو مؤسسة.⁷

التعريف الإجرائي:

تُقصد بها في هذا البحث مجموع العمليات والأنشطة الاتصالية التي تقوم بها المؤسسة بهدف بناء صورة ذهنية إيجابية، وتعزيز الثقة بينها وبين مختلف الفئات المستهدفة، ويتم قياسها من خلال فاعلية القسم المختص في إدارة الاتصال المؤسسي أثناء الأزمات.

مفهوم الأزمة:

لقد ظهرت عدة تعريفات ومفاهيم لتعريف الأزمة ومصطلح إدارة الأزمات، وكل هذه التعريفات تصب في منحى لغوي واحد وهو الأزمة وما أثرها على سير العمل في المؤسسة التي تتعرض لها.

تعريف الأزمة لغوياً:⁸

عرفها "المختار الصحاح" الأزمة بأنها: الشدة والقحط أو المأزم، المضيق وكل طريق ضيق بين جبلين مأزم وموضع حرب مأزم.

⁶ تركي لمياء، إداري ودورها في تطوير العلاقات العامة داخل المؤسسة الجامعية، رسالة رئيسية منشورة، على الإعلام والاتصال، إتصال وعلاقات عامة جامعة ميله، 2018-2019، ص22

⁷ صالح خليل أبو أصلع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط1: عمان، الأردن ، 2004، ص 83.

⁸ رهام راسم عودة، واقع إدارة الأزمات في مؤسسات التعليم العالي بقطاع غزة. (دراسة تطبيقية على الجامعة الإسلامية) ، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال : غزة، فلسطين، 2008، ص 11.

تعريف الأزمة اصطلاحياً: هي ذلك الحدث السلبي الذي لا يمكن تجنبه أياً كانت درجة استعداد المؤسسة، والذي يمكن أن يؤدي إلى تدميرها أو على الأقل إلحاق الضرر بها.⁹

مفهوم إدارة الأزمات

ب تعريف الدكتور " زيد منير عبوي":¹⁰

إدارة الأزمات هي منهجية التعامل مع الأزمات في ضوء الإستعدادات، والمعرفة والوعي والإدراك والإمكانات المؤثرة، والمهارات وأنماط الإدارة السائدة.

أو هي تطبيق وظائف العملية الإدارية خلال البحث عن أسباب الأزمة لتحديد تلك الأسباب وأبعادها في انتظار التوصل إلى حلول مناسبة لها.¹¹

وهي عبارة عن محاولة لتطبيق مجموعة من الإجراءات و القواعد والأسس المبتكرة تتجاوز الأشكال التنظيمية المألوفة وأساليب الإدارة الروتينية المتعارف عليها ، وذلك بهدف السيطرة على الأزمة و التحكم فيها بهدف السيطرة على الأزمة و التحكم فيها وتوجيهها وفقاً لمصلحة الدولة.

إدارة الأزمات – (Crisis Management) التعريف الإجرائي:

تشير إجرائياً إلى جميع التدابير والخطط والاستراتيجيات التي تعتمد عليها المؤسسة بهدف التخفيف من آثار الأزمة والسيطرة عليها، ويُقاس ذلك بمدى سرعة الاستجابة، وجودة القرارات، وفعالية توظيف الوسائل الرقمية في التعامل مع الأزمة.

⁹ ستيف البريخت، إدارة الأزمات فن الدفاع عن النفس للشركات، الشركة العربية للإصدار العلمي: القاهرة، 2008، ص9

¹⁰ زيد منير عبوي، إدارة الأزمات دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع: عمان، الأردن، ط1، 2007، ص 20.

¹¹ نفس المرجع السابق، ص 21.

3. منهج الدراسة:

المنهج المستخدم (المنهج الوصفي): طريقه من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من اجل الوصول الى اغراض محدده لوضعيه اجتماعيه او مشكله اجتماعيه او سكان معينين ويعتقد الكاتب نفسه بان المسح الاجتماعي يمكن ان يتضمن عده عمليات كتحديد الفرض منه وتعريف مشكله البحث وتحليلها وتحديد النطاق ومجال المسح وفحص جميع الوثائق المتعلقة بالمشكلة وتفسير النتائج واخيرا الوصول الى الاستنتاجات واستخدامها للأغراض المحلية او القومية.¹²

باعتبار أن الدراسة القائمة تندرج ضمن البحوث الكيفية فقد استخدمنا المنهج الوصفي وهو المنهج المناسب لهذه الدراسة فمن خلاله استطعنا وصف الكيفية التي تم من خلالها استغلال الرقمنة في إدارة الأزمات وتسهيل العمليات البنكية وتسريع عمل العلاقات العامة ومرونتها. وكذلك وصف حالة الرضى التي تميز بها الموظفين حيال استخدام الرقمنة في تسيير عمل مؤسسة البنك.

4. أدوات جمع البيانات:

تعريف الاستبيان: يعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل الأشخاص المعنيين بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيد للحصول على أجوبه على أجوبه الأسئلة الواردة فيها وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق. وقد اعتمدنا في دراستنا هذه أداة الاستبيان وتناولت أربع محاور أساسية:

- محور الأسئلة الشخصية:
- محور الوسائل الرقمية المستخدمة في تسيير العلاقات العامة بالبنك.

¹² الذنيبات، 2011، ص.ص. 138-139

- كيف تساهم رقمنة العلاقات العامة بالمؤسسة في حل الأزمات.
- تقييم رضى الموظفين حيال رقمنة العلاقات العامة بالبنك.

ومن أجل التأكد من صدق أداة جمع البيانات قمنا بتوزيع الاستبيان على مجموعة من الأساتذة لإجراء تحكيم للاستبيان وحصلنا من خلال ذلك على مجموعة من الملاحظات ساعدتنا في تعديل الاستبيان.

5. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

- يعتبر مجتمع البحث خطوة رئيسية من خطوات البحث العلمي التي يجب علي الباحث اتباعها حيث انه يتميز بنفس الخصائص والعناصر التي يمكن قياسها.

تعريف مجتمع البحث:

- يعرف مجتمع البحث بأنه مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى و التي يجرى عليها البحث. وهو مجموعة من المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة.

و يمثل مجتمع دراستنا موظفي البنوك الجزائرية و لقد اخترنا بنك الجزائري الخارجي من اجل اجراء دراستنا على مستوى هذه المؤسسة. باعتبارها أحد المؤسسات التي توظف الرقمنة في تسيير نشاطها خاصة على مستوى العلاقات العامة.

عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها فئة تمثل مجتمع البحث او جمهور البحث اي جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث، او جميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث.

واعتمدنا في دراستنا القائمة العينة العمدية أو القصدية وهي العينة التي يعتمد عليها الباحث فيما ان تتكون من وحدات معينة اعتقادا منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل،

فالباحث في هذه الحالة قد يختار مناطق محددة تتميز بخصائص و مزايا إحصائية تمثيلية للمجتمع و هذه تعطي نتائج اقرب ما تكون الي نتائج التي يمكن ان يصل اليها الباحث بمسح المجتمع كله. وفي العينة القصدية أننا بقصد معين عادة ما يكون لدينا مجموعة بعينها نبحث عنها سواء كان طالبا او موظفين، العينة القصدية مفيدة في الحالات التي نرغب فيها الوصول إلي العينة المرغوبة بسرعة، تساعد العينة القصدية في معرفة آراء المجتمع المستهدف لكن من المحتمل إعطاء وزن اكبر للمجموعات الأسهل وصولاً ضمن مجتمع الدراسة.

وبما ان دراستنا تهدف الي التعرف علي دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الازمات ببنك الجزائري الخارجي: - ورقلة- وتتمثل عينة دراستنا موظفي البنك اللذين يستخدمون هذه الرقمنة، وعليه اعتمدنا علي العينة القصدية حيث كان عددهم 50 موصفا و تم توزيع الاستمارة تبعا لذلك.

مجالات الدراسة:

❖ **المجال المكاني:** أجريت هذه الدراسة بالبنك الجزائري الخارجي لمدينة ورقلة بالجمهورية الجزائرية

❖ **المجال الزمني:** تم البدء في هذه الدراسة منذ شهر سبتمبر 2024 بداية من الدراسة الاستطلاعية

إلى غاية الدراسة الميدانية وتحديد النتائج في شهر أفريل من سنة 2025

❖ **المجال البشري:** يتمثل المجتمع الأصلي لهذه الدراسة في موظفي البنوك وتم وأخذ عينة مكونة

من 50 موظفا بالبنك وتم تحديد البنك الخارجي بولاية ورقلة والموظفين من اللذين يستخدمون

الوسائل الرقمية في انجاز الأعمال.

الدراسات السابقة

لا يمكن الانطلاق في أي دراسة أو بحث من العدم، حيث يستند الباحث العلمي لنتائج الدراسات السابقة التي تدفعه إلى البحث أكثر في موضوع دراسته والحصول على معلومات أكثر، ولقد قمنا بالاطلاع على الدراسات والبحوث السابقة ذات الصلة بموضوع دراستنا بهدف

استخلاص نتائج كل دراسة والسعي للبحث في زوايا جديدة للموضوع، حيث هناك العديد من الدراسات التي تطرقت لهذا الموضوع نذكر البعض منها:

الدراسة الأولى: فعالية العلاقات العامة الرقمية في إدارة الازمات الأمنية

-خالد صلاح محمد فهمي: مدرس بالمعهد الكندي العالي لتكنولوجيا والاعلام الحديث حيث تهدف هذه الدراسة في تحديد الهدف الرقمي في التعرف على دور العلاقات العامة الالكترونية في ادارة الازمات بالتطبيق على وزارة الداخلية كنموذج وذلك من خلال:

_تحديد مدى قدرة العلاقات العامة الالكترونية على امداد الجمهور المستهدف بالمعلومات عن الازمات التي تتعرض لها المؤسسة وكذلك قدرتها على تحديث معلوماتها باستمرار

_اسهامات العلاقات العامة الرقمية في تحسين صورة المؤسسة الخدماتية الجزائرية دراسة ميدانية بمؤسسة اتصالات الجزائر تهدف الى تعرف على كيفية مساهمة العلاقات العامة الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة.

أهمية الدراسة:

التعرف على كيفية مساهمة العلاقات الرقمية في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة

منهج الدراسة:

المنهج الوصفي

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف على جميع مستويات الوزارات لتحقيق الاستقرار وإلقاء الضوء على علم إدارة الأزمات من خلال:

1- التعرف على دور إدارة الأزمات أثناء الأزمة وطبيعة الوظيفة التصحيحية والوقائية والعلاجية داخل الوزارات وقت الأزمات

2- معرفة معنى العلاقات العامة الالكترونية ومكانتها في الوزارات وهل اختلفت هذه المكانة والوظيفة من وزارة لأخرى

3- التعرف على مدى تطبيق الأسس والمعايير المحددة في مواجهة الأزمات من خلال تطوير نظام معلومات للأزمة يمكن الإدارة من التنبؤ بالأزمات قبل وقوعها

الدراسة الثانية :

تناولت الدراسة استخدامات الرقمنة في تحديد الاتصال التنظيمي. دراسة بمديرية توزيع الكهرباء والغاز - تبسة.

دراسة الدرج ضمنها التساؤل الرئيسي التالي:

هل ساعد استخدام الرقمنة في تحفيز الاتصال التنظيمي بمؤسسة سونلغاز تبسة ؟

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة استخدامات الرقمنة التي تتبعها القائمة على التسيير الإداري في مؤسسة سونلغاز تبسة وإيضاح الإسهامات التي تقدمها الرقمنة داخل هذه الإدارة

ولقد توصلت هذه الدراسة إلى المنهج المسحي الذي يعرفه على أنه نوع من الدراسات العلمية التي يتم إجراؤها من خلال تحقيقات مع جميع الأفراد ومجتمع البحث أو عينة كبيرة منهم وذلك من أجل أن يقوم الباحث بوصف واضح للمحاضرات من حيث كونها ودرجته جودتها دون أن يتطرق الباحث إلى دراسة العلاقة أو استنتاجات الأدلة.

وقد غطت هذه الدراسة عينه من الموظفين حيث تم توزيع الاستمارات بطريقة مقصودة بمديرية توزيع الكهرباء والغاز، ولاية تبسة حيث تم تقسيم العينة إلى إناث وذكر حيث تم إدخال 57 فردًا من المجتمع الأصلي.

ولقد استخدمت هذه الدراسة أدوات جمع البيانات: استمارة الاستبيان.

حيث توصلت إلى جملة من النتائج:

نجح من خلال الدراسة الميدانية لمؤسسة سونلغاز انا في الغالب دراسة عينات مفردات يتحكمون في استخدام الحاسوب في العمل في المحل الاداري وسهولة استخدامه.

ساعد استخدام الرقمنة في مؤسسة سونلغاز على تحسين تقديم الخدمات وتقديمها وتقليص الوقت.

مساهمة الرقمنة في الوقت وتحسين الوظائف الإدارية كالرقابة والتنسيق.

اعتماد مؤسسة سونلغاز على الأساليب الإبداعية.

العمل على تحقيق الإمكانيات التي توفرها رقمية من التغلب على العقبات.

تساعدنا هذه الدراسة في التعرف على محال رقمية وأهميتها في المؤسسات، كما نستخدم العينة القصدية والتي تمثلها في 57 بحثاً والتي تتشابه مع عينة دراستها وعدد أفرادها، بالإضافة إلى تقديم فكرة حول صياغة استمارة الاستبيان.

الدراسة الثالثة: المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية التي أجريت سنة 2014 تناولت هذه الدراسة إشكالية متمثلة في اعتبار الانترنت وسيلة اتصال جماهيرية، حيث أقبلت العديد من المنظمات الحكومية في الجزائر خاصة منها الجامعات على استخدامها أيا كانت الإمكانيات التي تقدمها الأنترنت والشبكة العنكبوتية (الويب) الاتصال المنظمة بجماهيرها، كما تم التركيب في إشكالية الدراسة على طرح طبيعة المواقع الالكترونية للعلاقات العامة في المؤسسات الحكومية، وهذا الطرح يعتبر جوهر وأساس الإشكالية.

كما اعتمد الباحث على المنهج المسحي وشملت الدراسة عينة قصدية، كما تم استخدام مجموعة من أدوات جمع البيانات والمتمثلة في أداة الملاحظة، تحليل المحتوى المقابلة ومن أهم النتائج المستخلصة في الدراسة ما يلي:

- تم التوصل من خلال الدراسة إلى أن مواقع العلاقات العامة في المؤسسات الحكومية
- لا تستفيد من كل الخصائص والميزات التي تتمتع بها هذه الوسيلة.

- كما أشارت الدراسة أن الموقع الإلكتروني يسعى لاستخدام عناصر سهلة الاستخدام حيث أن هذه العناصر تساهم في إعطاء الصورة الحسنة على الموقع وتعكس مدى حرص القائمين على الموقع على تسهيل عملية انتقال المعلومات إلى الجمهور.
- اختلاف مؤشر تحليل المواقع ما بين السرعة والبطء مما يؤثر على الزوار وهذا راجع إلى بعض العناصر.
- الدور الذي يلعبه الموقع الإلكتروني للجامعة هو ويسط تعريفي اتصالي ما بين المنظمة وجمهورها بأنواعه.
- التفاوت في استخدام القوالب والأساليب الاتصالية الإلكترونية في كل من الموقعين مما يدل على أن الموقعين لا يعتمد على أسلوب معين من أجل عرض المضمون.
- تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في بعض الإجراءات المنهجية، من بينها اعتمادها على أداة المقابلة وكذا في النتيجة المتواصل إليها بأن تنوع معنا مبين المواقع الإلكترونية للعلاقات العامة هذا التنوع يخدم هدف واحد وهو التعريف بالمؤسسة وأنشطتها، وكذا التشابه في الفصل الخاص بالعلاقات العامة، والمواقع الإلكترونية وكذا تتشابه في المؤسسة محل الدراسة المؤسسات العمومية الحكومية).
- وتختلف هذه الدراسة عن دراستنا في تناولها للموضوع في الجانب الميداني باعتمادها
- على المقارنة بين مؤسستين باعتماد على أداة تحليل المضمون للمواقع الإلكترونية.

الدراسة الرابعة: جهود إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات

دراسة ميدانية مكتملة لنيل شهادة الماجستير سنة 2008 في الإعلام في جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية الرياض من إعداد الباحث سلطان بن سعد محمد الختلان.

تمحورت مشكلة الدراسة التساؤل التالي: **ما جهود إدارة العلاقات العامة في إدارة مرور الرياض في مواجهة الأزمات ؟**

ومن أهم النتائج التي تم الوصول إليها :

- نيل رضا الجمهور المستفيد من خلال ما تقدمه من معلومات و بيانات بطريقة أسرع لتوفير الوقت والجهد.

- التحديات التي تواجه إدارة العلاقات العامة للمرور بالرياض تتمثل في ضيق الشوارع وتزايد اعداد السيارات بالإضافة إلى إغلاق بعض الشوارع.

تمثلت مقترحات وتوصيات هذه الدراسة في:

- ضرورة قيام إدارة العلاقات العامة بالإدارة العامة للمرور بالمزيد من حملات التوعية للمواطنين عن كيفية التعامل مع الأزمات المرورية أثناء وقوعها وبعد العمل على إيجاد بدائل بالنسبة للطرق المعروفة بتعدد الأزمات المرورية فيها.
 - تنسيق الجهود بين إدارة العلاقات العامة والإدارة الأمنية لما يساعد على التخفيف من الأزمات المرورية، وكانت الاستفادة من الدراسة كونها بالدرجة الأولى حيث اعتمدت عليها كمرجع لجمع المعلومات وكانت كدراسة سابقة في دراستي هذه ،حيث تشابهت دراستنا كونها يدرسان الأزمة وأيجاد حلول لها قبل جهاز العلاقات العامة في المؤسسة .
- أفادتنا هذه الدراسة في التعرف على بعض الجوانب النظرية لإدارة العلاقات العامة عبر الانترنت

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

ساعدت الدراسات السابقة دراستنا في صياغة المشكلة البحثية للدراسة والتعرف على متغيراتها وتحديد تساؤلاتها وفروضها ، والتعرف على أهدافها كما أعطت خلفية نظرية عن البحث في مجال رقمنة العلاقات العامة في إدارة الازمات وبالنظر الى الدراسات السابقة التي تطرق اليها تبين لنا ان الدراستين الأولى والثانية يتمحوران حول العلاقات العامة الرقمية، والتعرف على قدرة العلاقات العامة الالكترونية على امداد الجمهور المستهدف والدراسة الثالثة حول العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة الازمات في الوزارات الرسمية، في حين ان دراستنا تقوم على دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الازمة، وبالتالي فموضوع دراستنا لا يختلف كثيرا على مواضيع الدراسات السابقة من حيث المضمون، وقد استفدنا من الدراسات السابقة في تحديد

الإشكالية ، واختيار منهج واداة جمع البيانات وأيضا الاهتداء إلى تفسير وتحليل للبيانات على ضوء النتائج السابقة.

المقاربة النظرية:

النظرية البنائية الوظيفية¹³:

ظهرت جذور النظرية البنائية الوظيفية في أواخر القرن التاسع عشر، بالتزامن مع بدايات تشكّل علم الاجتماع كعلم مستقل، وذلك من خلال أعمال إميل دوركايم (1858-1917)، الذي يُعد أحد مؤسسي الفكر الوظيفي. وقد ركز دوركايم على تحليل المجتمع من خلال دراسة الوظائف التي تؤديها الظواهر الاجتماعية لضمان التماسك والاستقرار.

تُعد النظرية البنائية الوظيفية، من منظور علم الاجتماع التنظيمي والعمل، أحد الاتجاهات النظرية التي تنظر إلى التنظيم على أنه مجموعة من البناءات الجزئية المتكاملة، شكلياً ومادياً، والمتكاملة من حيث الوظائف والأدوار المحددة التي يقوم بها كل فرد أو جماعة، وكل قسم من أقسام التنظيم. وأي خلل في هذا التكامل قد يؤدي إلى ضياع أهداف المنظمة.

يقصد بالبناء الوظيفي: مجموعة العلاقات الاجتماعية المتباينة التي تتكامل وتتسق من خلال الأدوار الاجتماعية التي تحددها المواقع المختلفة للأشخاص والجماعات، وما ينتج عنها من علاقات وفقاً لأدوارهم الاجتماعية التي يحددها الكل، ويُعد هذا البناء الاجتماعي قائماً بفضل ما يحدث في الحياة الاجتماعية التي تعتمد، في أي مجتمع، على الأداء الوظيفي للبناء الاجتماعي. وتُعد الوظيفة نشاطاً متكرراً، ولهذا فإن مفهوم الوظيفة قديم في علم الاجتماع، ويرتبط معنى الوظيفة بالدور والمهنة والمكانة، والتي تشير إلى المهام والعمل، حيث تُتيح للقائم بها فرصة لتحقيق مكسب، وهو ما أشار إليه ماكس فيبر.

¹³ مصطفى بوجال، علم الاجتماع المعاصر بين الاتجاهات والنظريات، ديوان المطبوعات الجامعية، ص.ص 50-82

وتنطلق النظرية البنائية الوظيفية في علم الاجتماع العام من فكرة أن الأعمال والمهن والخدمات ضرورية للحفاظ على بقاء المجتمع، وعلى الوظائف التي تمارسها الدولة، وتلك التي يمارسها الأفراد والجماعات بأنفسهم، وذلك من أجل تحقيق التكامل بين الأفراد والجماعات داخل المنظمة.

وقد أشار "تالكوت بارسونز" إلى أنه لكي يحقق التنظيم، باعتباره نسقًا اجتماعيًا، وظائفه وأهدافه، ينبغي أن يحقق أربعة متطلبات أساسية، يرتبط اثنان منها بالبيئة الداخلية للنسق، وهما:

التكامل: أي التضامن داخل النسق، حتى يتمكن من أداء وظيفته كما ينبغي.

الكمون (الحفاظ على الاستمرارية): من خلال وجود آليات تحقق التناغم أو الانسجام بين التوقعات داخل التنظيم، واحتواء التوترات التنظيمية واستيعابها، عبر توفير دافعية كافية لدى الأفراد لأداء ما يُكلفون به من أدوار ومهام تنظيمية.

الإسقاط النظري:

على ضوء النظرية البنائية الوظيفية نستطيع أن ننظر لموضوع الدراسة الحالية من خلالها؛ باعتبار أن الرقمنة أصبحت تتبوأ مكانة هامة في أي مؤسسة من مؤسسات النظام الاجتماعي، الذي يعتبر البناء الأساسي الذي يتلون بسيرورته أي نظام تابع له، وباعتبار البنك الوحدة الأساسية في النظام الاقتصادي فهو يحتاج دائماً إلى التجديد، ومحاكاة الانظمة المتطورة فكانت الرقمنة أو النظام الرقمي هي التي لبت تلك الحاجة الملحة للبنك، فمن خلال المكانة التي تبوأها هذا النظام استطاع أن يسير النشاط العادي للمؤسسة، بالإضافة إلى حل الأزمات التي يمر بها البنك بكل سهولة ومرونة، لدرجة أنه لا يمكن الاستغناء عنه بأي شكل من الأشكال، فقد أصبح من المكونات الأساسية للبنك فإذا فصلنا البنك عن الرقمنة فلن يستطيع البنك أداء نشاطه كما ينبغي، فوظيفة الرقمنة هي الحفاظ على استقرار واستمرارية وجود البنك وتعزيز مكانته في المجتمع.

خلاصة الفصل

من خلال ما سبق التطرق اليه استطعنا تحديد الإطار المنهجي لهذه الدراسة، ووضع الخطة المناسبة لتطبيق الدراسة بشكل سليم وواضح، وهو ما يجعلنا نشرع في استكمال الدراسة بتطبيق الإجراءات المنهجية على أرض الواقع، وهذا ما سنتطرق له في الفصل الموالي.

الفصل الثاني: الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

بعد التحضير لدراسة دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات من خلال تحديد الإجراءات المنهجية للدراسة، نأتي هنا لعرض ما تم تناوله في الإجراءات التطبيقية للدراسة، وعرض ما تم جمعه من معلومات حول موضوع الدراسة، وتحليلها وتفسيرها على ضوء إشكالية الدراسة وصياغة النتائج انطلاقاً من تساؤلاتها.

1- التعريف بالمؤسسة:

المؤسسة هي بنك الجزائر الخارجي و كالة ورقلة التابعة للمديرية الجهوية للجنوب انشات هذه الوكالة سنة 1970 وهي مؤسسة مصرفية ذات طابع تجاري تعمل على المساهمة في سير الاقتصاد الوطني ،من ضمن أهدافها جمع الأموال عن طريق فتح الحسابات الفردية والجماعية للزبائن وعن طريق الفوائد من القروض المقدمة للزبائن. اما بالنسبة للتنظيم الداخلي فهو يتمثل في الهيكل التنظيمي للوكالة التنظيمي على للوكالة على السلم التصاعدي (ملحق الهيكل التنظيمي للوكالة). شركة تجارية – (Commercial Enterprise) بنك الجزائر الخارجي بورقلة –

تمثل هذه المؤسسة الإطار التطبيقي للدراسة، حيث تُعدّ فرع بنك الجزائر الخارجي بورقلة وحدة بنكية ذات طابع تجاري تسعى لتحقيق الربح من خلال تقديم خدمات مالية، وقد تم اختيارها كميدان بحث لتقييم ممارسات الرقمنة في العلاقات العامة خلال الأزمات تعريف البنك الخارجي الجزائري بورقلة.

أ- التعرف على العلاقات الداخلية

تتمثل العلاقات الداخلية في سير النشاط اليومي للعمال وهو يعتمد على استقبال الزبائن بالدرجة الاولى وتقديم الخدمات لهم وهي متعددة: منها سحب واداع النقود ،فتح الحسابات واستلام طلبات القروض والملفات المرتبطة بها، اداع واستلام الصكوك البنكية وهذه العمليات تتمثل في العلاقات الداخلية للعمال في اطار سير عملهم اليومي وهذا حسب كل مصلحة وتخصصها في سير العمل وهذا حسب كل مصلحة وتخصصها في سير العمل وهذا ما هو موضح في الهيكل التنظيمي للوكالة .وهذه المصالح تؤدي في اخر اليوم الى تكامل في النشاط.

ب- التعرف على علاقة المؤسسة بالمحيط الخارجي.

ان علاقة المؤسسة بالمحيط الخارجي تتمثل في علاقاتها مع البنوك الاخرى وهي علاقة مبادلة فيما بينها في الصكوك البنكية الخاصة بالزبائن المتواجدين لدى هذه البنوك، وليسوا عملاء لدى وكالة بنك الجزائر الخارجي، وعكس ذلك والهم حسابات وعمليات تجارية ونقدية فيما بينهم وكذلك هناك علاقات عامة واتصالات مع جميع مؤسسات الدولة، والتي لها نشاط تجاري واقتصادي يمس الطابع العام للعملية الاقتصادية والتجارية للوطن

علاقة الوكالة بالمؤسسات الخارجية: أما بالنسبة لعلاقة وكالة بنك الجزائر الخارجي بالمؤسسات الخارجية فهي تتمثل في المعاملات التجارية والمصرفية مع البنوك الأجنبية، والتي لها علاقة مع زبائن الوكالة مثل المؤسسات الاقتصادية والتجارية العامة والخاصة ويكون نشاطها مرتبط بمؤسسات أجنبية، في هذه الحالة تتم العملية المصرفية عن طريق مصلحة التجارة الخارجية التابعة لوكالة بنك الجزائر الخارجي، وهذه العملية تتم بالعملة الصعبة ومايعادلها وهذا حسب نوعية كل معاملة .

الهيكل التنظيمي لوكالة البنك الجزائري الخارجي 1مصلحة الإدارة :

المدير: يقوم مدير الوكالة بالإشراف على جميع الأقسام وتسيير العمال، والقيام بجميع الإجراءات القانونية كتمثيل للبنك مفوضا من طرف الرئيس المدير العام أمام جميع الهيئات، والمؤسسات كما يقوم بإبرام وإمضاء العقود بجميع أنواعها.

المدير المساعد: يتمثل دور المساعد بالتنسيق والربط بين أقسام البنك ومدير الوكالة، كما ينوب عنه بالقيام بجميع الإجراءات عوضا عنه حالة غيابه.

أمانة المدير: وتعتبر من أهم المصالح الموجودة بالوكالة وذلك لكونها مركز العمل، لأن جميع أعمال الوكالة تعتمد عليها، ويتمثل دورها في الاهتمام بالبريد الصادر والوارد وتحرير المراسلات

واستقبال المكالمات الهاتفية والرد عليها وتوزيعها إلى مصالح الوكالة المطلوبة وتسجيل وضبط اللقاءات و المواعيد المهنية للإدارة و الوكالة.

مصلحة الالتزامات: تتوفر هذه المصلحة على عدة عمال يقوم كل واحد منهم بمهمة معينة.

المكلف بالدراسات: يتمثل دوره في دراسة ملفات القروض وتحليلها تحليل ماليا يخضع لمقاييس محاسبية يبين من خلالها الوضعية المالية والاقتصادية وإعطاء صورة واضحة عن المحيط الإقتصادي كما يبين من خلال هذه الدراسة مردودية المشروع ويقوم بتقديم تقرير نفضل عن ذلك .

عون متعدد الخدمات 1: يتمثل دوره في إستقبال ملفات القروض من الزبائن وإعدادها قبل الدراسات.

عون متعدد الخدمات 2: يتمثل دوره في إستقبال ملفات فتح الحسابات بجميع أنواعها والقيام بفتحها.

عون متعدد الخدمات 3: يقوم هذا الأخير بإعداد ملفات كفالات المشروع وتقديمها لرئيس القسم لإمضائه.

3 مصلحة الصندوق: تنقسم هذه المصلحة إلى قسمين:

:FrontOffice

يحتوي هذا القسم على الصندوق الرئيسي وصناديق فرعية يقوم الصندوق الرئيسي بعمليات الدفع والسحب؛ حيث أن السحب يفوق الخميس ألف دينار جزائري، كما يقوم بتمويل الصناديق الفرعية قصد تسديد الصكوك التي تساوي، أو أقل من خمسين ألف دينار جزائري، كما يقوم بالسحب من البنك المركزي دوريا.

BaCkoffice

ينقسم هذا القسم إلى:

قسم التحويلات :

يقوم هذا القسم بجميع عمليات التحويل حيث يقوم بالتحويل من حساب إلى حساب على مستوى نفس الوكالة ،التحويل من حساب على مستوى الوكالة نحو حساب في وكالة أخرى خارج الناحية ،كما يتم التحويل من حساب على مستوى الوكالة نحو بنك آخر في نفس الناحية ،إضافة إلى التحويل من نفس الوكالة نحو بنك آخر خارج الناحية .

قسم دفع الصكوك :

يتمثل دور هذا القسم في القيام بعمليات التحويل عن طريق صكوك مشطوبة من حساب إلى حساب .

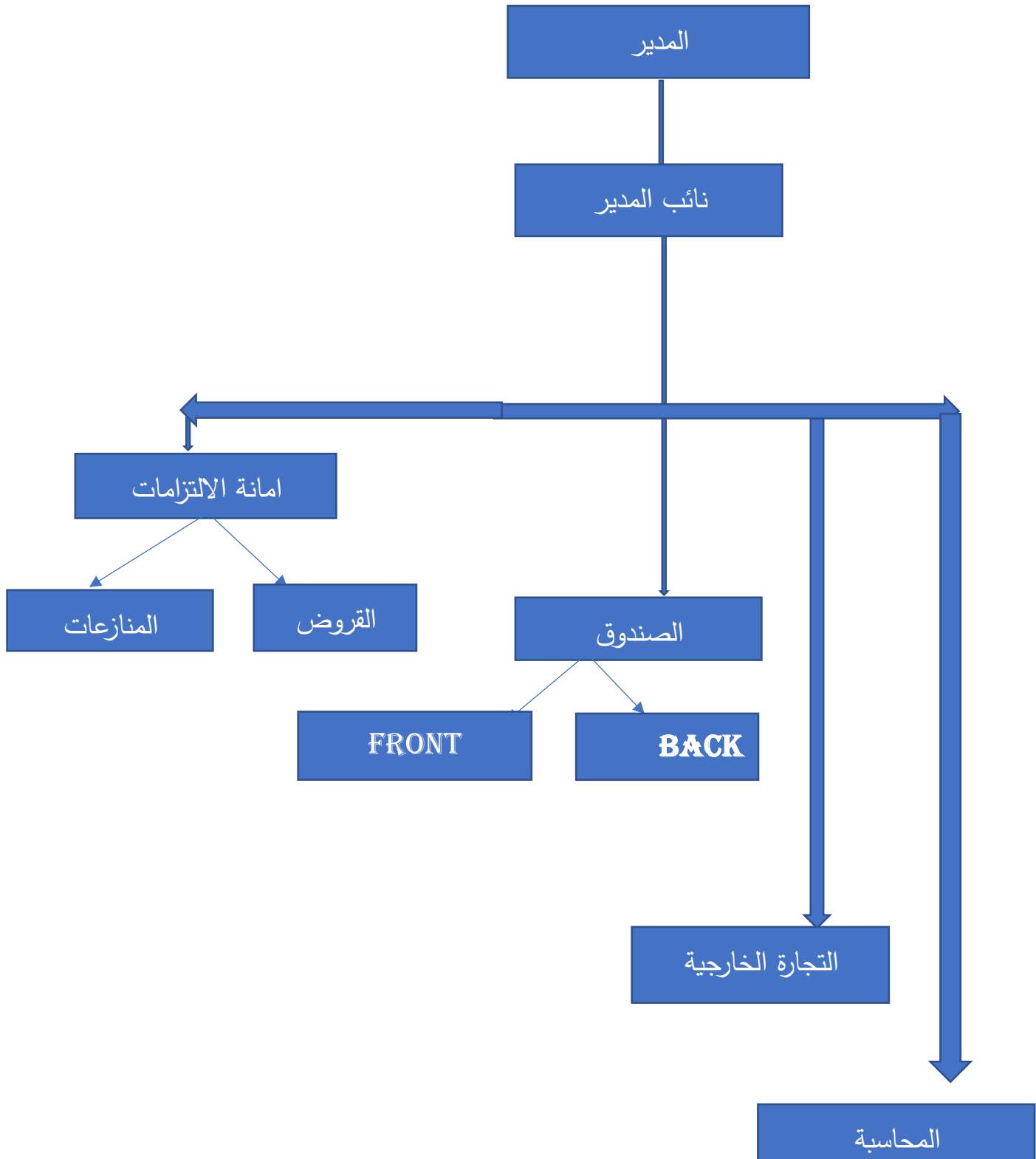
قسم المقاصة الالكترونية:

يقوم بعمليات التحويلات عن طريق صكوك مشطوبة قابلة للدفع على مستوى بنوك أخرى عن طريق رسالة إلكترونية صورة إلكترونية خارجية.

يقوم بعمليات التوطين للفواتير الشكلية المقدمة من طرف الزبائن الراغبين في استرداد سلع، أو معدات من الخارج حيث يعتبر البنك كوسيط تجاري، وضامن للعملية التجارية بين المورد والمستورد كما يقوم بتحويل الدينار الجزائري إلى عملة صعبة .

اما بالنسبة لعلاقة وكالة بنك الجزائر الخارجي بالمؤسسات الخارجية:

الشكل رقم 1: الهيكل التنظيمي لبنك الجزائر الخارجي

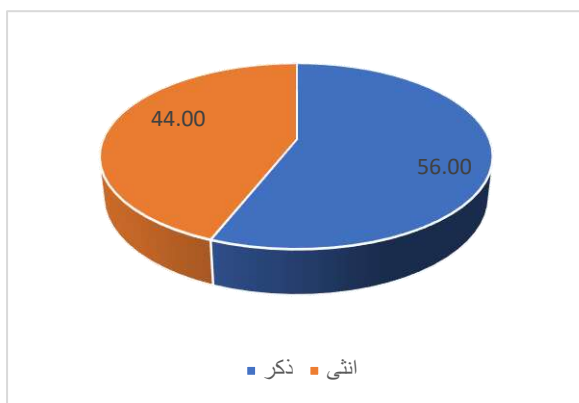


2- تحليل وتفسير بيانات الدراسة:

أ- محور الأسئلة الشخصية:

الجدول رقم (01): يمثل توزيع أفراد العينة حسب

متغير الجنس



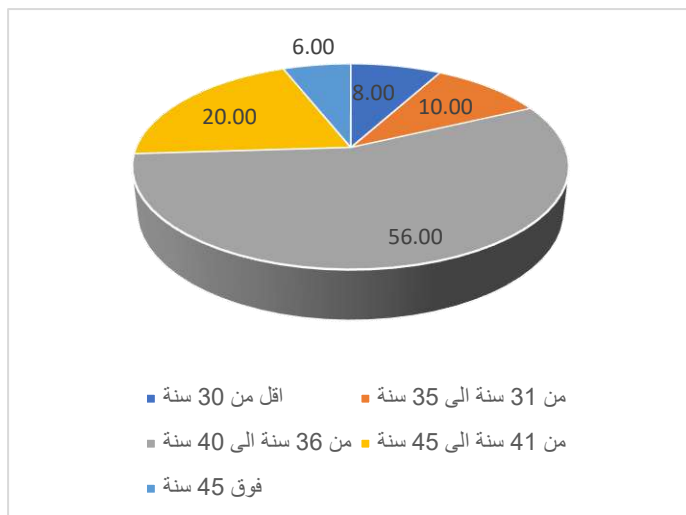
الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	28	56,00%
انثى	22	44,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (02): يمثل فئة الجنس

يتضح من الجدول أن الذكور يشكلون النسبة الأكبر من أفراد العينة بنسبة 56%، مقابل 44% من الإناث. هذا التوزيع يشير إلى تمثيل متوازن نسبياً بين الجنسين، وهو ما يعزز من مصداقية نتائج الدراسة، حيث تتنوع وجهات النظر والتجارب بين كلا الجنسين. كما قد يعكس هذا التوزيع طبيعة التركيبة الوظيفية في القطاع البنكي محل الدراسة، حيث تُسند بعض المهام الرقمية أو التقنية غالباً إلى الذكور، مع بقاء نسبة معتبرة للإناث.

الجدول رقم (02): يمثل فئة العمر

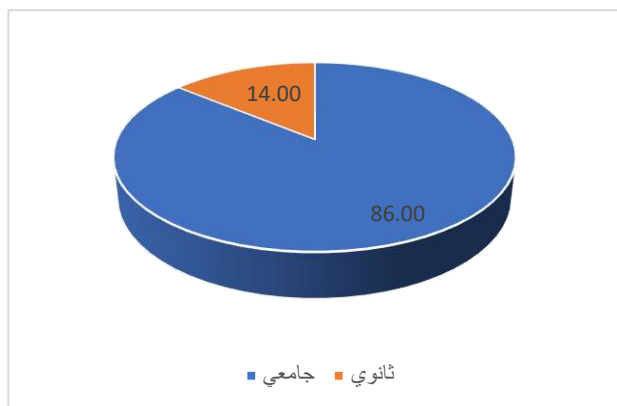
النسبة المئوية	التكرار	الفئات العمرية
8,00%	4	أقل من 30 سنة
10,00%	5	من 31 سنة الى 35 سنة
56,00%	28	من 36 سنة الى 40 سنة
20,00%	10	من 41 سنة الى 45 سنة
6,00%	3	فوق 45 سنة
%100	50	المجموع



الشكل رقم (02): يمثل فئة العمر:

تضح أن الشريحة العمرية الأكثر تمثيلاً هي فئة (36-40 سنة) بنسبة 56%، وهي تمثل غالباً فئة الموظفين ذوي الخبرة المتوسطة والقدرة العالية على التكيف مع التغيرات التكنولوجية. يليه مباشرة فئة (41-45 سنة) بنسبة 20%، مما يعكس نضجاً وظيفياً لدى أغلب أفراد العينة. أما الفئات العمرية الشابة (أقل من 30 سنة) أو الكبيرة (فوق 45 سنة) فتمثل نسباً محدودة. هذا التوزيع مهم لفهم مدى قابلية التفاعل مع الرقمنة، حيث تميل الفئات المتوسطة العمر إلى تقبل التقنيات الحديثة أكثر من غيرها

الجدول رقم (03): المستوى الدراسي لأفراد العينة



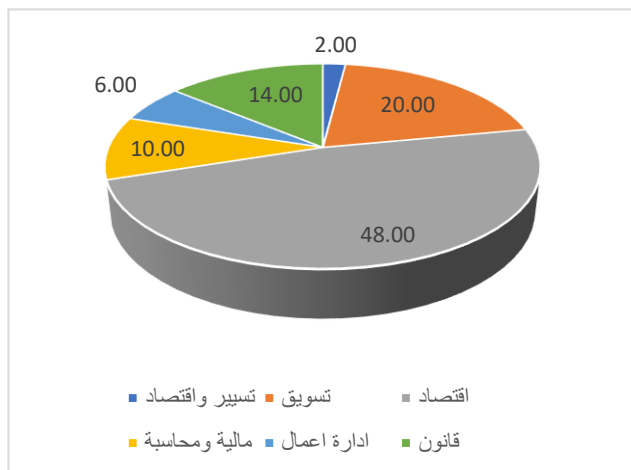
المستوى	التكرار	النسبة المئوية
جامعي	43	86,00%
ثانوي	7	14,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (03): يمثل المستوى الدراسي:

تُظهر النتائج أن غالبية المبحوثين يحملون مؤهلات جامعية (86%)، مما يدل على ارتفاع المستوى التعليمي للعينة. هذا يعكس قدرة الموظفين على فهم واستيعاب التقنيات الرقمية المستعملة في العلاقات العامة. كما يشير إلى أن ممارسات الرقمنة في المؤسسات البنكية تعتمد على موارد بشرية ذات تأهيل علمي عالٍ، مما يسهل تنفيذ الاستراتيجيات الرقمية بنجاح.

الجدول رقم (04): يمثل التخصيص لأفراد العينة

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
تسيير واقتصاد	1	2,00%
تسويق	10	20,00%
اقتصاد	24	48,00%
مالية ومحاسبة	5	10,00%
ادارة اعمال	3	6,00%
قانون	7	14,00%
المجموع	50	%100

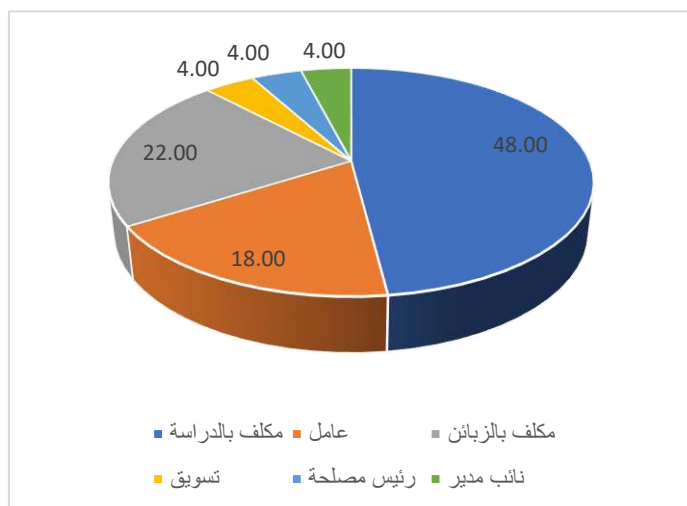


الشكل رقم (04): يمثل التخصيص

تُظهر البيانات أن تخصص "الاقتصاد" يمثل النسبة الأكبر بـ 48%، يليه "تسويق" بنسبة 20%. التخصصات الاقتصادية والإدارية تحتل النسبة الساقطة، مما يدل على أن العينة تنتمي إلى مجالات ذات صلة وثيقة بطبيعة الدراسة (العلاقات العامة، إدارة الأزمات، والتحول الرقمي). هذا يضيف على النتائج مصداقية أكبر ويضمن فهماً أعمق للرقمنة وآثارها داخل البنوك.

الجدول رقم (05): يمثل الوظيفة

الوظيفة	التكرار	النسبة المئوية
مكلف بالدراسة	24	48,00%
عامل	9	18,00%
مكلف بالزبائن	11	22,00%
تسويق	2	4,00%
رئيس مصلحة	2	4,00%
نائب مدير	2	4,00%
المجموع	50	%100

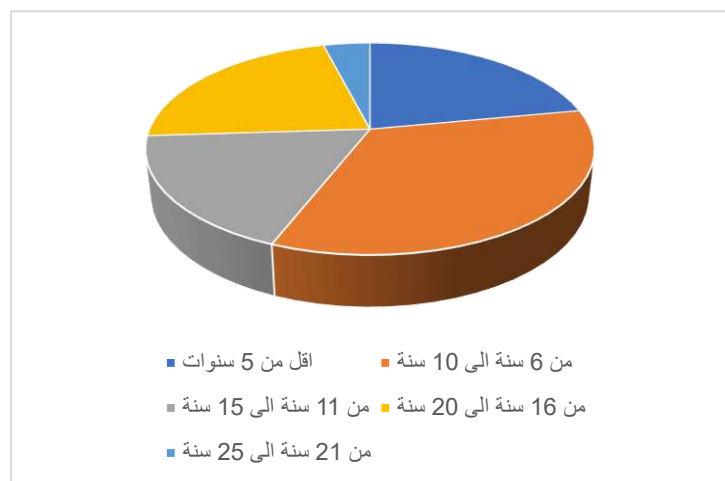


الشكل رقم (05): يمثل التخصص

أكبر نسبة في العينة تمثلت في "مكلف بالدراسة" (48%)، تليها فئة "مكلف بالزبائن" بنسبة 22%. يعكس هذا التركيز على وظائف على تماس مباشر مع البيانات والمعالجة الإدارية، وهي محاور أساسية عند الحديث عن الرقمنة. كما أن وجود نسب صغيرة من المناصب القيادية (رؤساء مصالح، نواب مدير) تعزز من شمولية الدراسة من خلال إشراك مختلف المستويات الإدارية.

الجدول رقم (06): يمثل سنوات الخبرة

السنوات	التكرار	النسبة المئوية
اقل من 5 سنوات	11	22,00%
من 6 سنة الى 10 سنة	17	34,00%
من 11 سنة الى 15 سنة	9	18,00%
من 16 سنة الى 20 سنة	11	22,00%
من 21 سنة الى 25 سنة	2	4,00%
اكثر من 26 سنة	11	22,00%
المجموع	50	%100



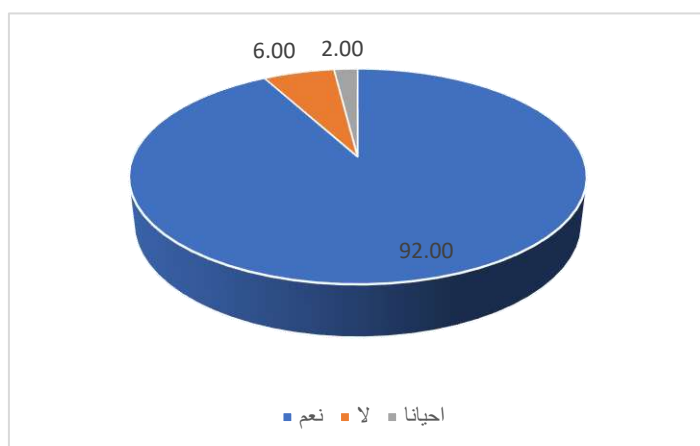
الشكل رقم (06): يمثل الخبرة

تشير النتائج إلى أن أغلب أفراد العينة يتمتعون بخبرة مهنية معتبرة، حيث تتراوح خبرة 56% منهم بين 6 إلى 20 سنة. ما يعطي الدراسة ثقلًا عمليًا، لأن المشاركين مارسوا العمل لفترات كافية لاكتساب خبرات واقعية تمكنهم من تقييم الرقمنة وتطبيقاتها. الفئات ذات الخبرة الأقل تمثل 22%، بينما تقل نسبة ذوي الخبرات العالية (فوق 20 سنة) إلى 4%. وتساعد سنوات الخبرة أفراد العينة في القدرة على المقارنة بين العمل بدون رقمنة وفي ظل الرقمنة مما يعطي دقة ومصداقية أعمق لإجاباتهم.

المحور الأول: الوسائل الرقمية المستخدمة في البنك

الجدول رقم (07): استخدام الحاسوب في إنجاز

الأعمال الخاصة بالعلاقات العامة



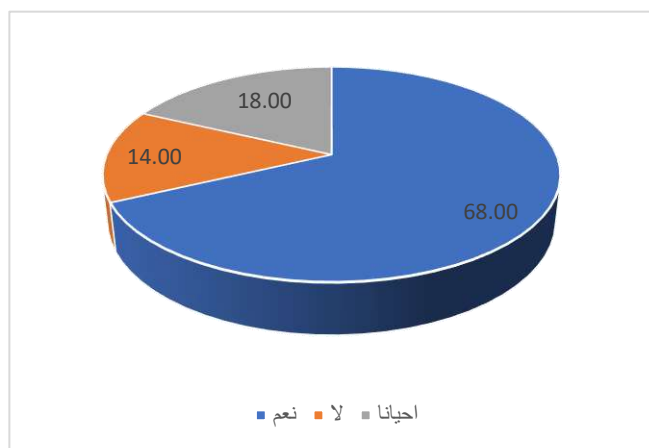
البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	92,00%
لا	3	6,00%
أحياناً	1	2,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (07): استخدام الحاسوب في إنجاز

الأعمال الخاصة بالعلاقات العامة

تشير النتائج إلى استخدام مرتفع جداً للحاسوب في العلاقات العامة، حيث أفاد 92% من الموظفين أنهم يستخدمونه بانتظام. هذا يدل على أن الرقمنة قد أصبحت جزءاً أساسياً من الممارسة اليومية للعلاقات العامة في البنك، مما يبرز مستوى الاعتماد على التكنولوجيا في معالجة المعاملات والمراسلات. النسبة الضئيلة التي أجابت بـ "لا" أو "أحياناً" قد تمثل وظائف ميدانية أو غير مكتبية.

الجدول رقم (08): الاعتماد على الماسح الضوئي (Scanner) في تحويل الوثائق من ورقية إلى رقمية

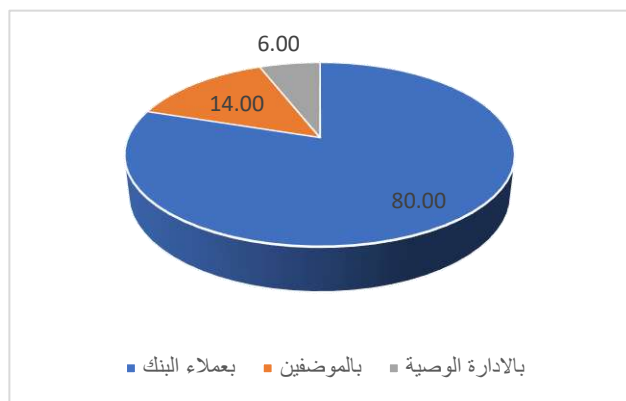


البدائل	التردد	النسبة المئوية
نعم	34	68,00%
لا	7	14,00%
أحياناً	9	18,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (08): الاعتماد على الماسح الضوئي (Scanner) في تحويل الوثائق من ورقية إلى رقمية

أغلبية الموظفين (68%) يستخدمون الماسح الضوئي، مما يعكس توجهًا واضحًا نحو الأرشفة الرقمية. ومع ذلك، فإن وجود 32% من الموظفين إما لا يستخدمونه أو يستخدمونه أحيانًا يدل على أن التحول نحو الرقمنة في هذا المجال لم يصل بعد إلى شموليته الكاملة. قد يعود ذلك إلى عدم توفر الأجهزة، أو إلى ضعف في التكوين.

الجدول رقم (09): استخدام البريد الإلكتروني في الاتصال



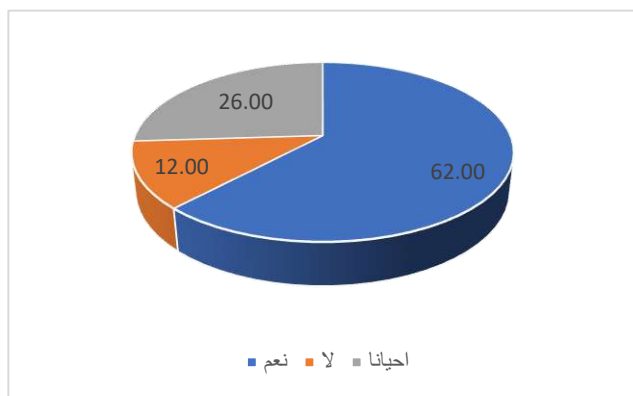
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
بعملاء البنك	40	80,00%
بالموظفين	7	14,00%
بالادارة الوصية	3	6,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (09): استخدام البريد الإلكتروني في الاتصال

تشير البيانات إلى أن البريد الإلكتروني يُستخدم أساسًا في التواصل مع العملاء بنسبة 80%، مما يدل على دمج القنوات الرقمية في خدمة الزبائن. النسبة القليلة من الاستخدام الداخلي (14%) أو الإداري (6%) توحي بأن استخدام البريد الإلكتروني ما يزال موجهًا نحو الخارج أكثر من الداخل، وقد يكون هناك اعتماد أكبر داخليًا على وسائل تواصل أخرى أو على التفاعل المباشر.

الجدول رقم (10): استخدام الشاشة الإلكترونية في عرض أسعار العملات ومختلف العمليات البنكية

النسبة المئوية	التكرار	البدايل
62,00%	31	نعم
12,00%	6	لا
26,00%	13	أحياناً
%100	50	المجموع

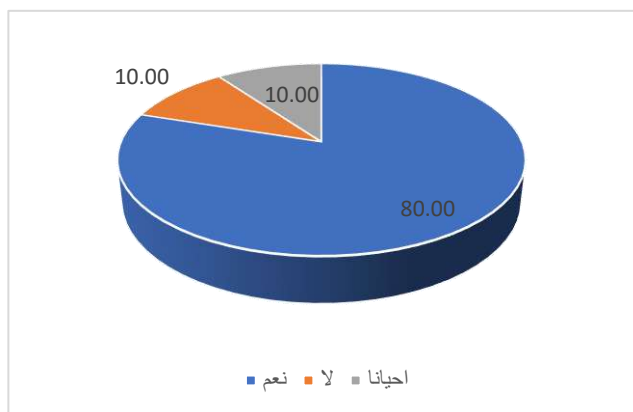


الشكل رقم (10): استخدام الشاشة الإلكترونية في

عرض أسعار العملات ومختلف العمليات البنكية

تفيد نسبة معتبرة من المشاركين (62%) باستخدام الشاشة الإلكترونية، مما يؤكد على وجود وسيلة حديثة لتزويد العملاء بالمعلومات دون الحاجة إلى الاتصال المباشر بالموظفين. إلا أن نسبة "أحياناً" (26%) و"لا" (12%) تكشف عن تفاوت في توفر هذه الخدمة بين الفروع أو عدم انتظام استخدامها، ما يشير إلى وجود فجوة في التعميم الشامل لهذه التقنية.

الجدول رقم (11): استخدام آلة السحب وبطاقات الائتمان في تسهيل العمليات المالية الخاصة بالعملاء

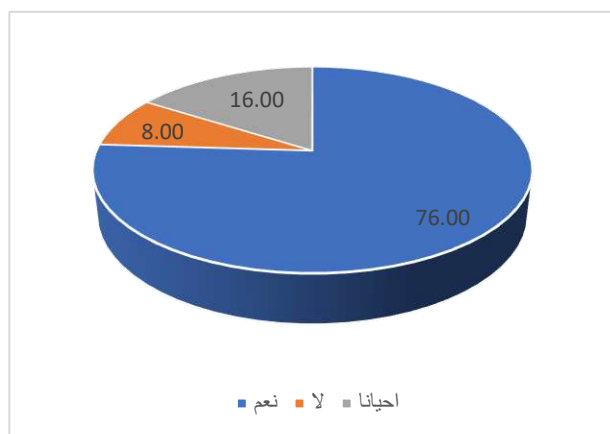


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	80,00%
لا	5	10,00%
أحيانا	5	10,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (11): استخدام آلة السحب وبطاقات الائتمان في تسهيل العمليات المالية الخاصة بالعملاء

80% من العينة تؤكد الاستخدام المنتظم لبطاقات الائتمان وآلات السحب، مما يشير إلى تكامل هذه التقنيات مع النظام المصرفي الحالي. هذه النسبة تدل على أن البنك يوفر وسائل رقمية متقدمة لتسهيل المعاملات. أما النسبة المتبقية (20%)، فربما تشير إلى وجود فروع لا تتوفر فيها هذه الخدمة أو إلى قلة التكوين في استخدامها من طرف بعض الموظفين.

الجدول رقم (12): استخدام الطابعات في إخراج البيانات الرقمية الخاصة بتسيير أعمال العلاقات العامة

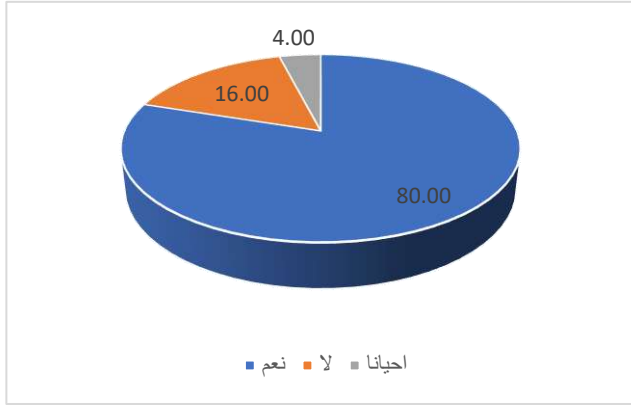


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	76,0%
لا	4	8,0%
أحيانا	8	16,0%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (12): استخدام الطابعات في إخراج البيانات الرقمية الخاصة بتسيير أعمال العلاقات العامة

تشير النتائج إلى اعتماد مرتفع على الطابعات (76%) في إخراج البيانات الرقمية، وهو ما يعكس استمرار الحاجة إلى النسخ الورقية، رغم الاتجاه العام نحو الرقمنة. هذا يُظهر أن التحول الرقمي لم يُلغِ تمامًا الحاجة إلى الوثائق المادية، بل تم استخدام الرقمنة كمكمل وليس كبديل نهائي.

الجدول رقم (13): امتلاك حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي كفضاء إضافي لتواصل العملاء مع إدارة البنك



البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	80,00%
لا	8	16,00%
أحيانا	2	4,00%
المجموع	50	100%

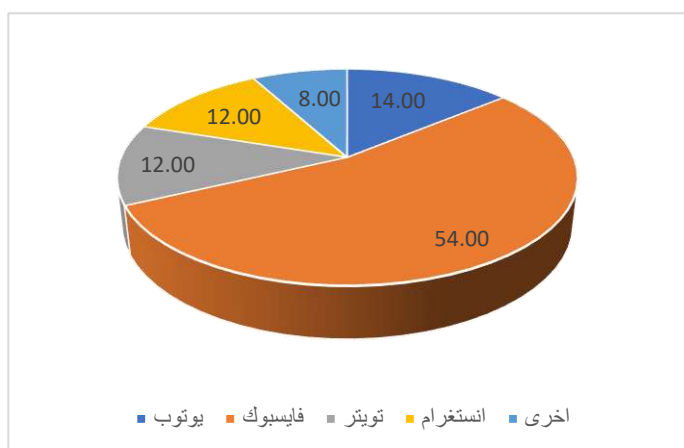
الشكل رقم (13): امتلاك حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي كفضاء إضافي لتواصل العملاء مع إدارة البنك

نسبة 80% من المشاركين أفادت بوجود حسابات تواصل اجتماعي رسمية للبنك، وهو ما يدل على اعتماد قوي لهذه القنوات في تقديم خدمات العلاقات العامة. هذه النتيجة تؤكد أن وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من الاستراتيجية الترويجية والتفاعلية للبنك.

الجدول رقم (14): تطبيقات التواصل الاجتماعي

المعتمدة

التطبيقات	التكرار	النسبة المئوية
يوتيوب	7	14,00%
فايسبوك	27	54,00%
تويتر	6	12,00%
انستغرام	6	12,00%
أخرى	4	8,00%
المجموع	50	%100



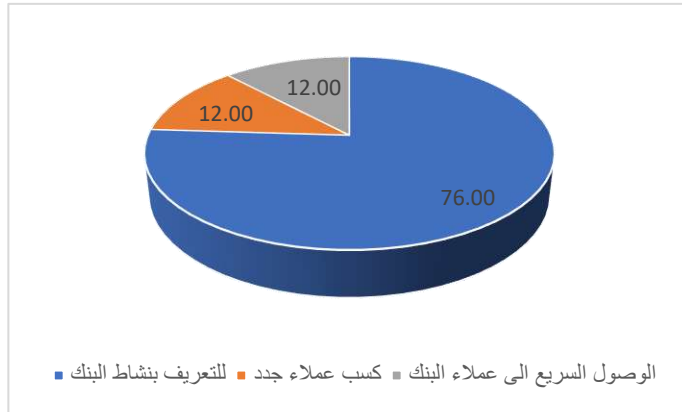
الشكل رقم (14): تطبيقات التواصل الاجتماعي

المعتمدة

يتصدر فايسبوك بنسبة 54%، وهو أمر متوقع نظراً لشعبيته وانتشاره في الجزائر. يليه يوتيوب وتويتر بنسب أقل. تنوع التطبيقات يدل على تعدد قنوات الاتصال الرقمي المستخدمة، ما يعكس وعي البنك بأهمية التواجد الرقمي المتعدد للوصول إلى شرائح مختلفة من العملاء.

الجدول رقم (15): استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
للتعريف بنشاط البنك	38	76,00%
كسب عملاء جدد	6	12,00%
الوصول السريع الى عملاء البنك	6	12,00%
المجموع	50	100%



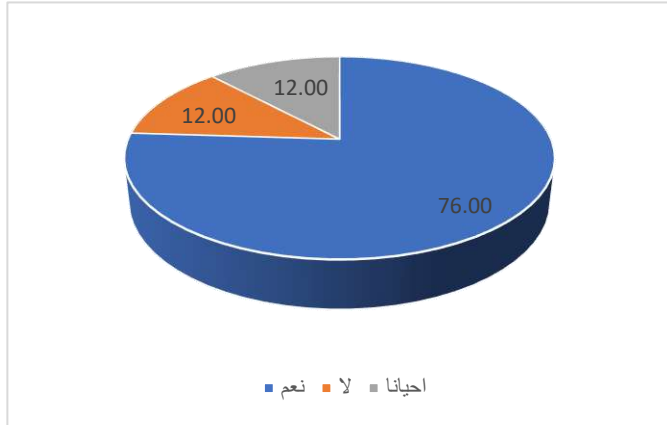
الشكل رقم (15): استخدام تطبيقات التواصل الاجتماعي

تشير النتائج إلى أن الهدف الأساسي لاستخدام وسائل التواصل الاجتماعي هو التعريف بنشاط البنك (76%)، ما يدل على توظيفها في إطار استراتيجي تسويقي توعوي. أما كسب عملاء جدد أو التواصل السريع، فيأتي في المرتبة الثانية، ما يشير إلى أن البنك لم يوظف بعد هذه القنوات بكامل إمكاناتها التفاعلية.

المحور الثاني: فعالية رقمه العلاقات العامة في إدارة الأزمات

الجدول رقم (16): رأي في أن الرقمنة خففت من

طول الوقت في إجراء في العمليات البنكية



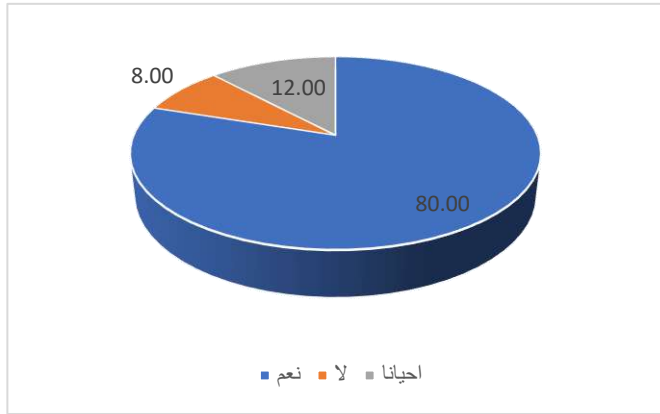
البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	76,00%
لا	6	12,00%
أحياناً	6	12,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (16): رأي في أن الرقمنة خففت من

طول الوقت في إجراء في العمليات البنكية

تفيد أغلبية المبحوثين (76%) بأن الرقمنة أسهمت في تسريع إنجاز العمليات البنكية، مما يؤكد فعالية الحلول الرقمية في تقليص الزمن اللازم للمعاملات. هذا يعكس تحسناً في جودة الخدمة المقدمة للعملاء، كما يعزز مكانة البنك كمؤسسة مواكبة للتطورات التقنية. أما نسبة "لا" و"أحياناً"، فقد تعكس معوقات جزئية مثل الانقطاعات التقنية أو نقص التكوين لدى البعض.

الجدول رقم (17): بعد العملاء عن مكان البنك
جعل الرقمنة تقرب المسافات بالحصول على
الوثائق المطلوبة بسرعة



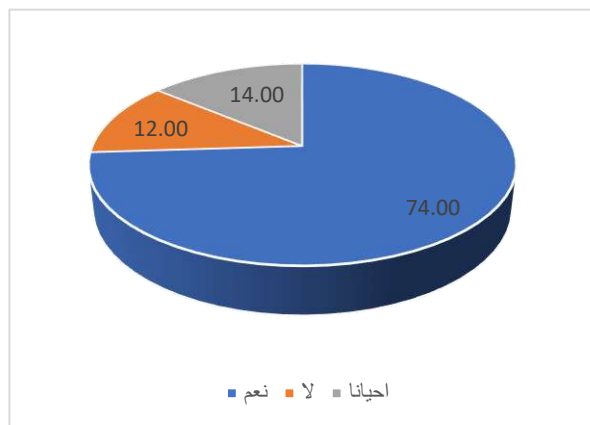
البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	80,00%
لا	4	8,00%
أحيانا	6	12,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (17): بعد العملاء عن مكان البنك جعل
الرقمنة تقرب المسافات بالحصول على الوثائق
المطلوبة بسرعة

يؤكد 80% من الموظفين أن الرقمنة ساهمت في تقريب المسافات وتسهيل وصول العملاء إلى خدمات البنك، لا سيما من خلال تقديم الوثائق المطلوبة بسرعة دون الحاجة للتنقل. وهذا يعزز مبدأ "الخدمة عن بُعد"، ويعكس قدرة البنك على تجاوز الحواجز الجغرافية باستخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة.

الجدول رقم (18): ترى أن الرقمنة خففت من طول

الوقت في إجراء في العمليات البنكية



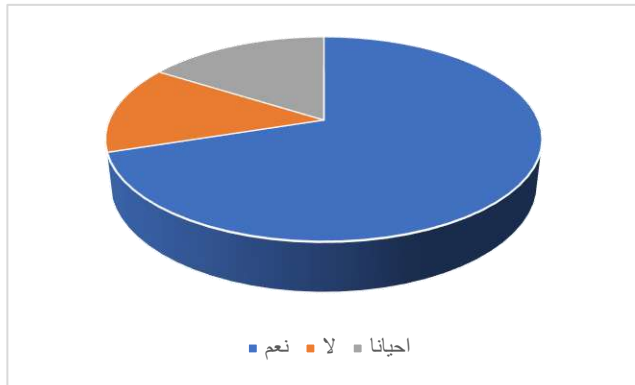
البدائل	التردد	النسبة المئوية
نعم	37	74,00%
لا	6	12,00%
أحيانا	7	14,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (18): ترى أن الرقمنة خففت من طول

الوقت في إجراء في العمليات البنكية

مرة أخرى، تظهر النسبة الكبيرة (74%) أن الرقمنة قللت من طول الوقت اللازم لإنجاز المعاملات. تكرار هذا السؤال بصيغ مختلفة يعزز المصداقية ويوضح أن الانطباع العام لدى الموظفين إيجابي جدًا بخصوص فعالية الرقمنة في تسريع الأداء.

الجدول رقم (19): ترى ان الوسائل الرقمية قضت على كثرة الوثائق الورقية المستخدمة في تسيير أعمال العلاقات العامة

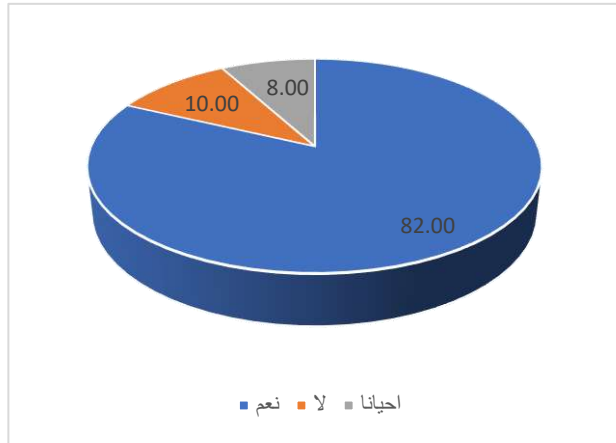


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	70,00%
لا	7	14,00%
احيانا	8	16,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (19): ترى ان الوسائل الرقمية قضت على كثرة الوثائق الورقية المستخدمة في تسيير أعمال العلاقات العامة

70% من المبحوثين يرون أن الرقمنة خففت من الاعتماد على الأوراق، مما يعزز التحول نحو "مكتب بلا ورق" الذي يُعد من أهداف الرقمنة في المؤسسات. غير أن وجود 30% لم يوافقوا تمامًا على ذلك (لا أو أحيانًا) يشير إلى استمرار بعض العمليات التقليدية، أو إلى نقص في أدوات التحويل الرقمي داخل بعض الفروع.

الجدول رقم (20): حسب رأيك هل توفير الشاشة
الإلكترونية أنقص من الأسئلة المتتالية للعملاء
حول أسعار العملة

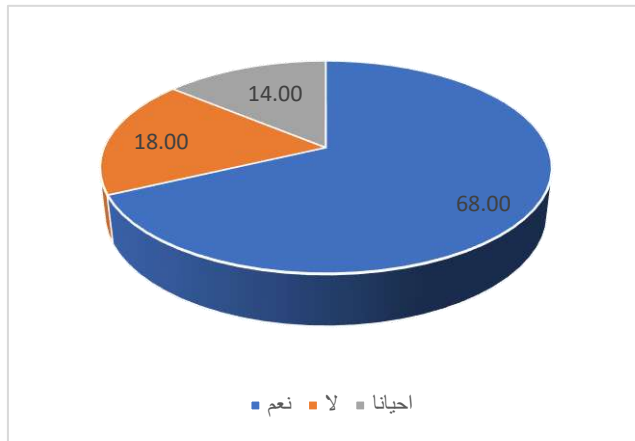


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	41	82,00%
لا	5	10,00%
أحيانا	4	8,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (20): حسب رأيك هل توفير الشاشة
الإلكترونية أنقص من الأسئلة المتتالية للعملاء حول
أسعار العملة

أفاد 82% من المشاركين بأن استخدام الشاشات الإلكترونية ساعد على تقليل التفاعل المباشر بشأن المعلومات المتكررة، مما يدل على تحسين جودة الخدمة الذاتية وتقليل الضغط على الموظفين. هذه النتيجة تعكس نجاح التكنولوجيا في تقديم المعلومات بشكل واضح وأني، مما يساهم في إدارة الوقت والموارد البشرية بكفاءة أكبر.

الجدول رقم (21): الحصول على الأموال في أسرع وقت ممكن من طرف العملاء عن طريق آلة السحب الآلي سهل من أ إتمام العمليات البنكية

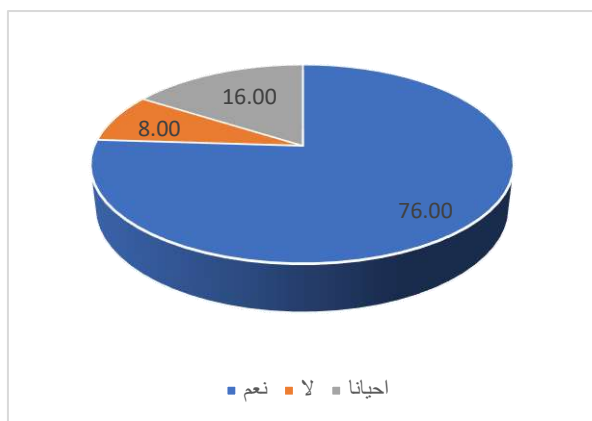


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	68,00%
لا	9	18,00%
أحياناً	7	14,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (21): الحصول على الأموال في أسرع وقت ممكن من طرف العملاء عن طريق آلة السحب الآلي سهل من أ إتمام العمليات البنكية

يشير 68% من أفراد العينة إلى أن أجهزة الصراف الآلي ساهمت في تسهيل العمليات البنكية. إلا أن نسبة 32% (لا وأحياناً) لا تزال مرتفعة نسبياً، ما يدل على أن الاستخدام أو التغطية الجغرافية لهذه الأجهزة قد تكون غير مكتملة، أو أن هناك تحديات في استخدامها (كالأعطال أو صعوبات تقنية).

الجدول رقم (22): ساهم الإشهار بالبنك على نطاق واسع من خلال منصات التواصل الاجتماعي في التعريف بنشاط البنك وتفعيل عمل العلاقات العامة



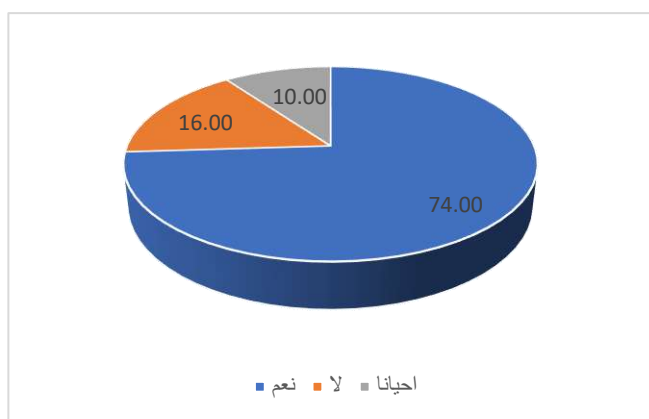
البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	38	76,00%
لا	4	8,00%
أحيانا	8	16,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (22): ساهم الإشهار بالبنك على نطاق واسع من خلال منصات التواصل الاجتماعي في التعريف بنشاط البنك وتفعيل عمل العلاقات العامة

ترى الغالبية (76%) أن الإشهار عبر منصات التواصل ساهم في تفعيل عمل العلاقات العامة والتعريف بنشاط البنك، ما يدل على فعالية الإستراتيجية الرقمية الترويجية. ومع ذلك، فإن نسبة 24% التي لم تؤكد هذا بوضوح تشير إلى احتمالية وجود ضعف في المحتوى أو تباين بين فروع البنك من حيث التفاعل الرقمي.

المحور الثالث: رضى مسيري المؤسسة حيال استغلال رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات

الجدول رقم (23): تعتقد ان إدخال الرقمنة في العمليات البنكية يشعرك بالراحة في العمل لسهولة العمل

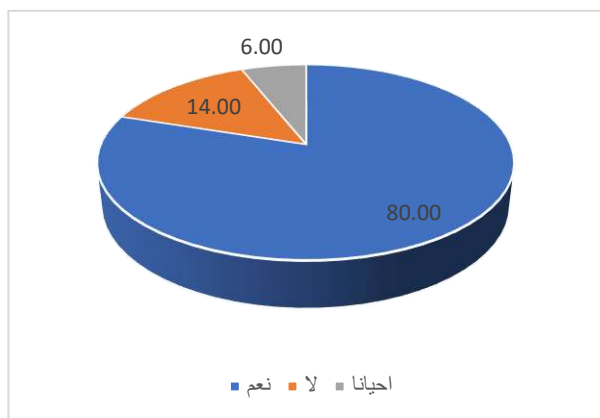


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	74,00%
لا	8	16,00%
أحيانا	5	10,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (23): تعتقد ان إدخال الرقمنة في العمليات البنكية يشعرك بالراحة في العمل لسهولة العمل

غالبية المشاركين (74%) أكدوا أن الرقمنة تمنحهم شعورًا بالراحة أثناء تأدية مهامهم، مما يعكس دور التكنولوجيا في تسهيل الإجراءات وتقليل الجهد الذهني والبدني. ومع ذلك، تشير نسبة "لا" و"أحيانًا" (26%) إلى وجود بعض الفئات التي قد تواجه صعوبات تقنية، أو تحتاج إلى تدريب إضافي لتعزيز كفاءتها في بيئة رقمية.

الجدول رقم (24): تحس أن استغلال الرقمنة في
تسيير عمل العلاقات العامة ساهم في تحقيق
علاقات أكثر مع العملاء

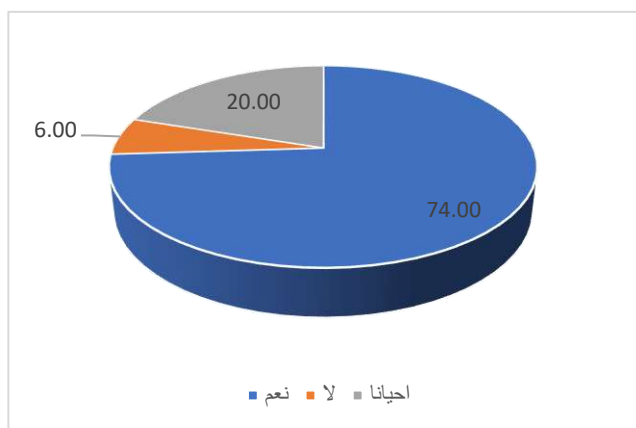


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	80,00%
لا	7	14,00%
أحيانا	3	6,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (24): تحس أن استغلال الرقمنة في
تسيير عمل العلاقات العامة ساهم في تحقيق
علاقات أكثر مع العملاء

80% من الموظفين يرون أن الرقمنة وسّعت من دائرة العلاقات مع العملاء، ما يعكس نجاح الأدوات الرقمية في تسهيل التواصل وإدارة التفاعل مع الزبائن بشكل أكثر فعالية. هذا يدعم فرضية الدراسة بأن الرقمنة تُعد ركيزة أساسية في تطوير العلاقات العامة.

الجدول رقم (25): تشعر أن توظيف الرقمنة بالبنك
عمل على تكوين الموظف في العلاقات العامة على
تقنيات الرقمنة

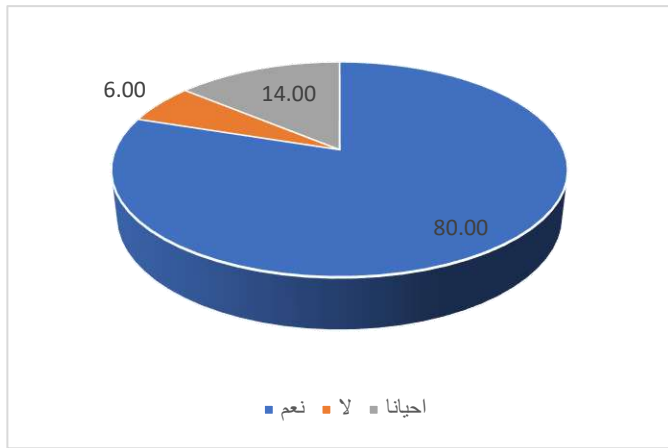


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	74,00%
لا	3	6,00%
أحيانا	10	20,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (25): تشعر أن توظيف الرقمنة بالبنك
عمل على تكوين الموظف في العلاقات العامة على
تقنيات الرقمنة

تشير النتائج إلى أن 74% من العينة اكتسبت تكوينًا جديدًا بفضل الرقمنة، مما يعكس فاعلية البرامج التدريبية أو التراكم المعرفي داخل المؤسسة. وجود 20% يستخدمون هذه المعرفة أحيانًا، و6% لا يستخدمونها، يبين الحاجة إلى دعم تكويني منتظم وموجه لمواجهة مستجدات التكنولوجيا الرقمية.

الجدول رقم (26): تعتقد أن استخدام الوسائل
الرقمية حقق لك مرونة في العمل بالعلاقات العامة
مع باقي الموظفين

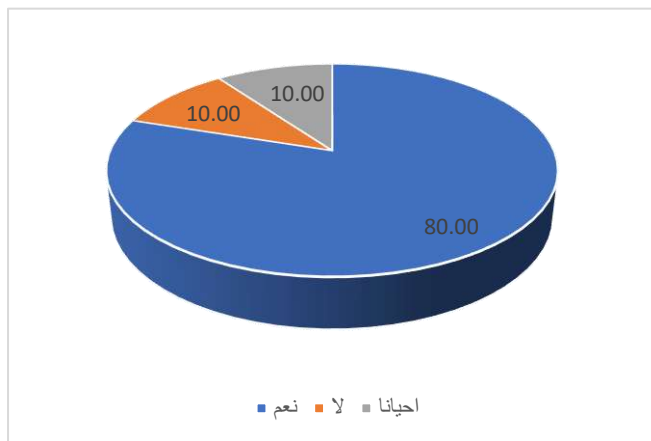


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	80,00%
لا	3	6,00%
أحيانا	7	14,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (26): تعتقد أن استخدام الوسائل الرقمية
حقق لك مرونة في العمل بالعلاقات العامة مع باقي
الموظفين

تشير النتيجة المرتفعة (80%) إلى أن الرقمنة أسهمت بشكل فعال في تحسين المرونة داخل فرق العمل، من خلال تسهيل تبادل الملفات، البيانات، والمهام بشكل سريع وشفاف. هذه النتيجة تدل على وجود بيئة عمل منسجمة تتغذى على التكنولوجيا الحديثة.

الجدول رقم (27): تشعر بأن رقمنة العلاقات العامة تدفعتك لتحقيق أهدافك

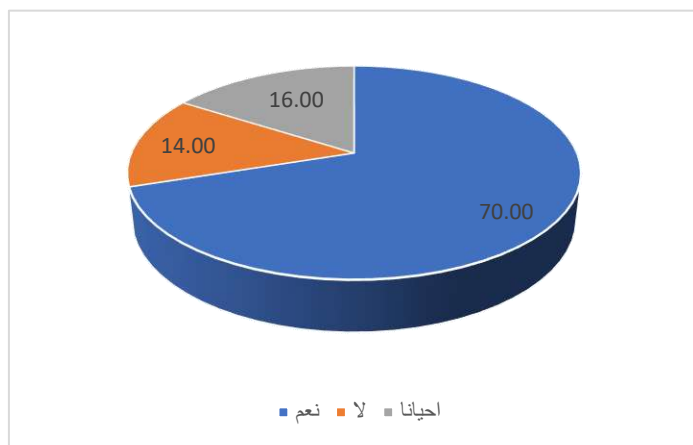


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	40	80,00%
لا	5	10,00%
أحيانا	5	10,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (27): تشعر بأن رقمنة العلاقات العامة تدفعتك لتحقيق أهدافك

تعكس النتيجة أن 80% من المشاركين يرون في الرقمنة أداة لتحقيق الأهداف المهنية، سواء على مستوى الإنتاجية أو جودة الأداء أو الفعالية الاتصالية. النسبة المتبقية قد تعاني من مشكلات في التكيف مع الوسائل الرقمية أو من ضعف في التكوين أو الإمكانيات التقنية المتوفرة.

الجدول رقم (28): تشعر أن الرقمنة قللت من حركتك في ميدان العمل ووفرة لك الراحة الصحية

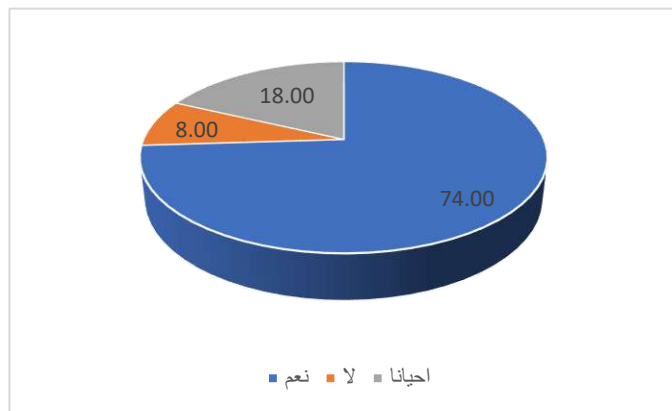


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	35	70,00%
لا	7	14,00%
أحيانا	8	16,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (28): تشعر أن الرقمنة قللت من حركتك في ميدان العمل ووفرة لك الراحة الصحية

70% يرون أن الرقمنة أسهمت في تقليل الحركة الميدانية، ما يُفسر بتبني منصات إلكترونية لتنفيذ المهام عن بُعد أو آليًا. هذا يؤثر إيجابيًا على الجانب الصحي والبدني للموظف، ويُعتبر مؤشرًا على تحسين بيئة العمل. رغم ذلك، تشير نسبة 30% إلى وجود مهام ما تزال تتطلب حضورًا جسديًا ميدانيًا.

الجدول رقم (29): تفضل عدم الغياب عن العمل
في ظل توفير الرقمنة بسبب جو العمل المريح



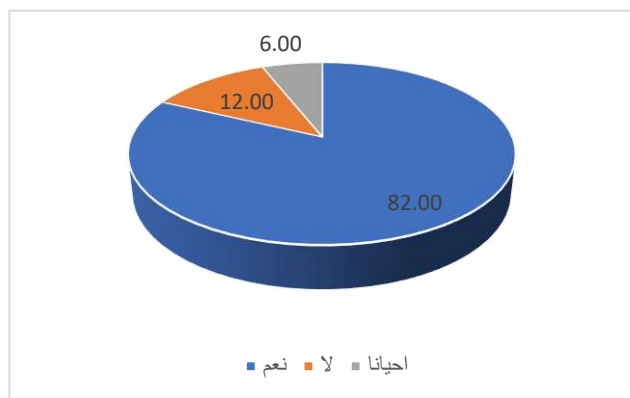
البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	74,00%
لا	4	8,00%
أحيانا	9	18,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (29): تفضل عدم الغياب عن العمل في
ظل توفير الرقمنة بسبب جو العمل المريح

تشير النتائج إلى أن بيئة العمل الرقمية أصبحت عامل جذب واستقرار وظيفي للموظفين، حيث أن 74% منهم أصبحوا أقل ميلاً للغياب. هذه النتيجة تعكس دور الرقمنة في تحسين المناخ التنظيمي وتقليل التوتر المرتبط بالإجراءات الروتينية أو المعقدة

الجدول رقم (30): جعلتك قناعتك برقمته العلاقات

العامه تنصح غيرك في الانضمام للبنك



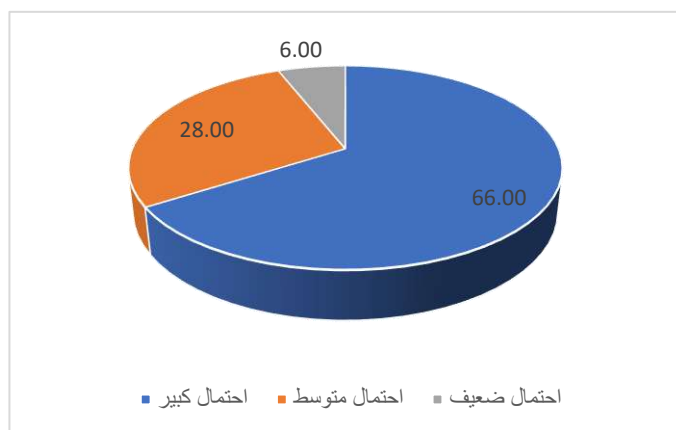
البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	41	82,00%
لا	6	12,00%
أحياناً	3	6,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (30): جعلتك قناعتك برقمته العلاقات

العامه تنصح غيرك في الانضمام للبنك

الجدول رقم (3) يوضح قناعة المشاركين في الدراسة بمدى توصية الآخرين بالانضمام للبنك. الغالبية العظمى (82%) من المشاركين يوافقون على التوصية، بينما يرفض 12% ذلك، ويتردد 6% أحياناً. هذه النتائج تشير إلى مستوى عالٍ من الرضا لدى العملاء الحاليين، مما يعكس تجربة إيجابية مع البنك تدفعهم لتشجيع الآخرين على الانضمام.

الجدول رقم (31): مدى احتمالية البحث عن وظيفة أخرى خارج البنك في ظل رقمنة العلاقات العامة

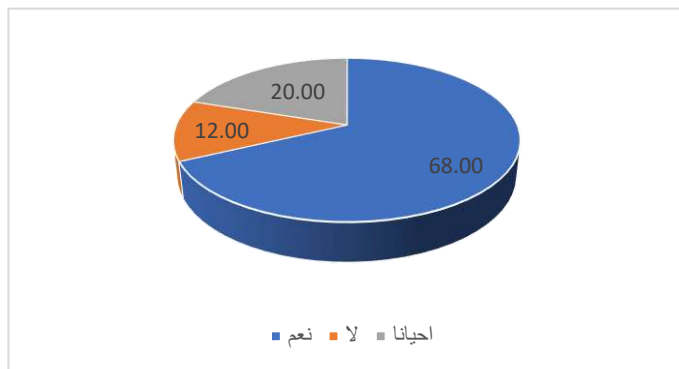


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
احتمال كبير	33	66,00%
احتمال متوسط	14	28,00%
احتمال ضعيف	3	6,00%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (31): مدى احتمالية البحث عن وظيفة أخرى خارج البنك في ظل رقمنة العلاقات العامة

يوضح الجدول رقم (31) أن غالبية المشاركين في الدراسة، بنسبة 66%، يرون أن هناك احتمالاً كبيراً للبحث عن وظيفة خارج البنك في ظل ضعف قسم العلاقات العامة. بينما يرى 28% أن الاحتمال متوسط، و6% فقط يعتقدون أن الاحتمال ضعيف. هذا يشير إلى أن ضعف العلاقات العامة قد يكون دافعاً رئيسياً للبحث عن فرص وظيفية خارجية....

الجدول رقم (32): تقدم الشركة الفرص الكافية
لتطوير المهارات المهنية من خلال توظيف الرقمنة

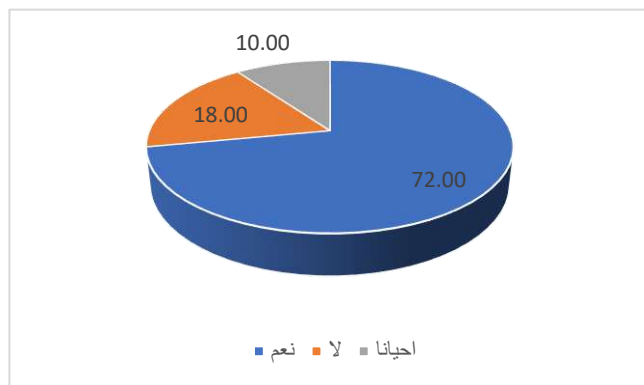


البدايل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	68,0%
لا	6	12,0%
أحيانا	10	20,0%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (32): تقدم الشركة الفرص الكافية
لتطوير المهارات المهنية من خلال توظيف الرقمنة

يشير الجدول رقم 32 ان غالبية المشاركين بنسبة (68) يرون ان الشركة توفر فرص كافية لتطوير المهارات المهنية من خلال توظيف الرقمنة. بينما يرى (20) ان الفرص تتوفر أحيانا، (12) يعتقدون بعدم توفرهم. مما يشير الى نظرة ايجابية عامة نحوى جهود الشركة في هذا المجال ...

الجدول رقم (33): لديك كل الأدوات والموارد اللازمة للقيام بعملك بشكل جيد

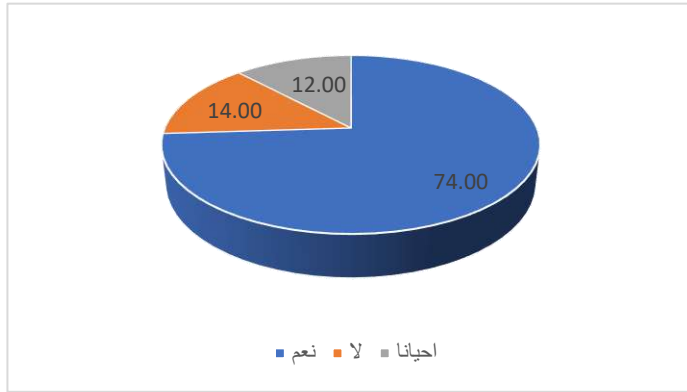


البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	36	72,0%
لا	9	18,0%
أحيانا	5	10,0%
المجموع	50	%100

الشكل رقم (33): لديك كل الأدوات والموارد اللازمة للقيام بعملك بشكل جيد

يوضح الجدول رقم (33) مدى توفر الأدوات والموارد اللازمة لأداء العمل بشكل جيد. حيث أشار 72% من المشاركين إلى توفر هذه الأدوات لديهم، بينما أفاد 18% بعدم توفرها، و10% قالوا إنها متوفرة أحياناً. يتضح من ذلك أن الغالبية يشعرون بأن بيئة العمل تدعم أداءهم، لكن لا يزال هناك نسبة تحتاج إلى دعم أكبر....

الجدول رقم (34): ترى ان فريق القيادة لديك يتبع الشفافية في العمل في ظل رقمنة العلاقات العامة



البدائل	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	74,00%
لا	7	14,00%
أحيانا	6	12,00%
المجموع	50	100%

الشكل رقم (34): ترى ان فريق القيادة لديك يتبع الشفافية في العمل في ظل رقمنة العلاقات العامة

يوضح الجدول أن غالبية المشاركين بنسبة 74% يرون أن فريق القيادة يتبع الشفافية في العمل في ظل رقمنة العلاقات العامة. بينما يرى 14% عدم وجود شفافية، و12% يرون أنها موجودة أحيانا. يشير ذلك إلى وجود تقدير إيجابي عام لممارسات الشفافية داخل الفريق، مع الحاجة إلى تعزيزها لضمان شمولية أكبر.

النتائج العامة للدراسة التطبيقية:

العنوان : دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات (دراسة ميدانية ببنك الجزائر الخارجي لولاية بورقلة)

أولاً: نتائج البيانات الشخصية

• الجنس:

الذكور يمثلون نسبة (56%) والإناث (44%)، ما يدل على تمثيل متوازن نسبياً بين الجنسين في العينة.

• السن:

الشريحة الغالبة بين (36-40 سنة) بنسبة (56%)، تمثل فئة ناضجة وظيفياً وأكثر تكيفاً مع الرقمنة.

• المستوى الدراسي:

لغالبية (86%) جامعيون، مما يعكس قدرة معرفية على التعامل مع الوسائل الرقمية.

• سنوات الخبرة:

تتوزع ما بين 6 إلى 20 سنة لدى 56% من الموظفين، ما يوفر عمقاً تجريبياً لتقييم الرقمنة في الأزمات.

ثانياً: نتائج المحور الأول – الوسائل الرقمية المستعملة

- 92% يستخدمون الحاسوب في تنفيذ مهام العلاقات العامة.
- 68% يعتمدون على الماسح الضوئي لتحويل الوثائق ورقياً إلى رقمية.
- 80% يستخدمون البريد الإلكتروني للتواصل الخارجي (مع العملاء).
- 62% أكدوا استعمال الشاشة الإلكترونية لعرض أسعار العملات.
- 80% يستخدمون بطاقة السحب الآلي لتسهيل العمليات.
- 76% يستخدمون الطابعات لإخراج البيانات الرقمية.

- 80% أكدوا وجود حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي (فيسبوك الأكثر استخدامًا بنسبة 54%).

استنتاج عام:

وجود بنية رقمية قوية بالبنك، تُستخدم في مختلف الجوانب الاتصالية والخدمية، مما يعكس جاهزية جيدة لرقمنة العلاقات العامة.

ثالثاً: نتائج المحور الثاني - الرقمنة في إدارة الأزمات

- 76% يرون أن الرقمنة خففت من طول الوقت لإنجاز العمليات.
- 80% أكدوا أن الرقمنة قَرَّبَت المسافة وسهلت الوصول إلى الوثائق.
- 70% يرون أن الرقمنة قللت الاعتماد على الوثائق الورقية.
- 82% أكدوا أن الشاشات الإلكترونية خففت الأسئلة المتكررة من العملاء.
- 68% يرون أن الصراف الآلي سهَّل العمليات المالية.
- 76% اعتبروا أن الإشهار الرقمي على وسائل التواصل ساهم في تحسين صورة البنك خلال الأزمات.

استنتاج عام:

الوسائل الرقمية أظهرت فعالية ملموسة في دعم استراتيجيات البنك خلال الأزمات، سواء في الاستجابة السريعة أو في تحسين الخدمة المقدمة للزبائن.

رابعاً: نتائج المحور الثالث - رضا الموظفين عن الرقمنة

- 74% يشعرون بالراحة أثناء استخدام الرقمنة في العمل.
- 80% يرون أن الرقمنة زادت من حجم التفاعل والعلاقات مع العملاء.

• 74% أكدوا أنهم تلقوا تكوينًا في أدوات الرقمنة.

• 80% يرون أن الوسائل الرقمية سهلت التعاون بين الموظفين.

استنتاج عام:

رضا عالٍ من طرف الموظفين على توظيف الرقمنة، مما يعكس تبنياً إيجابياً داخلياً واستعداداً لتطوير استخدامها مستقبلاً.

النتائج الجزئية لتحليل:

• توجد بنية رقمية متقدمة ومتكاملة مستخدمة في البنك تُستخدم فعلياً في العلاقات العامة.

• الرقمنة ساهمت في تسهيل المهام البنكية وتحسين الخدمة خلال الأزمات.

• الموظفون يُبدون مستوى عالٍ من الرضا والتفاعل الإيجابي مع الرقمنة.

• هناك فرص لتحسين أكبر من خلال التكوين المستمر وتوسيع التغطية الرقمية.

نتيجة السؤال الرئيسي للدراسة:

ما هو دور رقمنة العلاقات العامة بالمؤسسة في إدارة الأزمات؟

توصلت الدراسة إلى أن رقمنة العلاقات العامة تلعب دوراً محورياً وفعالاً في إدارة الأزمات داخل المؤسسات، وخاصة في بنك الجزائر الخارجي - فرع ورقلة - وذلك من خلال النقاط التالية:

1. تسريع الإجراءات وتحسين التفاعل: ساعدت الرقمنة على تسريع العمليات البنكية وتقليص الزمن المستغرق في إنجاز المهام، مما مكّن من الاستجابة الفورية أثناء الأزمات.
2. تعزيز قنوات الاتصال: وفّرت الوسائل الرقمية مثل البريد الإلكتروني والشاشات الإلكترونية ووسائل التواصل الاجتماعي إمكانيات كبيرة للتواصل الفعال مع العملاء، وتقليص التفاعل الورقي التقليدي.
3. تقوية العلاقات مع المتعاملين: مكنت الرقمنة من تحسين علاقة البنك بعملائه، من خلال الشفافية وسرعة توفير الخدمات، خاصة أثناء فترات التوتر أو الأزمات.
4. رفع رضى الموظفين: أظهرت النتائج أن غالبية الموظفين يشعرون براحة ومرونة في العمل بفضل الرقمنة، مما يزيد من كفاءة العلاقات العامة وسيطرتها على الأزمات.

5. تعزيز الصورة المؤسسية: ساهمت الرقمنة في تحسين صورة البنك وتقوية مكانته

عبر حملات إعلامية إلكترونية فاعلة، خاصة من خلال شبكات التواصل

الاجتماعي.

أثبتت الدراسة أن الرقمنة لم تعد خيارًا تكميليًا، بل ضرورة استراتيجية لتعزيز أداء العلاقات

العامّة في مواجهة الأزمات التنظيمية.

خلاصة الفصل

من خلال هذا الفصل استطعنا أن نستعرض معطيات الدراسة الميدانية للدراسة التي مكنتنا من التوصل إلى المعلومات المطلوبة حول موضوع الدراسة والتي تم عرضها بواسطة الجداول والرسومات البيانية ما جعلها سهلة القراءة مما مكنا من تحليلها وتفسيرها بسهولة واستخلاص النتائج التي تمكنا من خلالها الإجابة على تساؤلات الدراسة.

خاتمة:

في ضوء ما تم التوصل إليه من نتائج نظرية وميدانية، يمكن القول إن الدراسة قد نجحت في تسليط الضوء على قضية راهنة تمثل أحد أبرز التحولات في مجال الاتصال المؤسساتي، والمتمثلة في رقمنة العلاقات العامة، وكيف يمكن لهذه الرقمنة أن تسهم بشكل فعال في إدارة الأزمات داخل المؤسسات، خصوصًا في المؤسسات المالية الكبرى على غرار بنك الجزائر الخارجي - فرع ورقلة.

لقد كشفت المعطيات النظرية عن أن العلاقات العامة لم تعد مجرد نشاط اتصالي تقليدي، بل أصبحت أداة استراتيجية ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة، تلعب دورًا بارزًا في بناء الصورة الذهنية، وإدارة السمعة، وتعزيز العلاقات مع الجمهور الداخلي والخارجي، لا سيما في أوقات الأزمات. ومع بروز التحولات الرقمية واعتماد تقنيات الاتصال الحديثة، أصبحت الرقمنة تمثل رافعة قوية للعلاقات العامة، تمنحها المرونة والسرعة والفعالية في التعامل مع المواقف الحرجة.

أما الجانب التطبيقي للدراسة، فقد أتاح فرصة حقيقية لفهم طبيعة مساهمة الوسائل الرقمية - مثل البريد الإلكتروني، الشاشات التفاعلية، الشبكات الاجتماعية، وبرمجيات التسيير - في دعم استراتيجيات إدارة الأزمات. وقد أظهرت نتائج الاستبيان المعتمد على عينة من موظفي البنك، أن الرقمنة حسّنت من الأداء الاتصالي، وساهمت في تقليص الزمن المستغرق في معالجة الانشغالات، وعززت من كفاءة التعامل مع مختلف الأطراف ذات الصلة.

كما أن الرقمنة لعبت دورًا مزدوجًا؛ فهي من جهة ساعدت في توجيه الرسائل الاتصالية الدقيقة والفعالة نحو الجمهور في الوقت المناسب، ومن جهة أخرى ساعدت على الاستماع لملاحظاته ومطالبه عبر قنوات تفاعلية مفتوحة، وهو ما يعزز من مبدأ الاتصال المتبادل الذي يُعدّ من أساسيات العلاقات العامة الحديثة.

ولا يمكن إغفال أن هذا التحول الرقمي يطرح تحديات عديدة، من بينها الحاجة إلى تأهيل الموارد البشرية، وتوفير البنية التحتية التقنية، وضمان أمن المعلومات، فضلاً عن أهمية تبني رؤية استراتيجية لتوظيف هذه التقنيات بطريقة متكاملة وفعالة.

وبناءً على ما سبق، تؤكد هذه الدراسة على أن رقمنة العلاقات العامة ليست خياراً ظرفياً فرضته التطورات التكنولوجية، بل هي ضرورة تنظيمية واستراتيجية لا غنى عنها لمواجهة مختلف الأزمات التي قد تعترض طريق المؤسسة. وهي تمثل استثماراً في الاتصال الفعّال، وتعبيراً عن الحداثة التنظيمية، وشاهداً على تحول ثقافة المؤسسات نحو مزيد من الشفافية، والمرونة، والانفتاح.

وفي ختام هذه المذكرة، نأمل أن تكون النتائج التي توصلنا إليها قد أسهمت - ولو بجزء بسيط - في إثراء النقاش العلمي حول هذا الموضوع المهم، وتقديم إضافة معرفية وعملية لكل الباحثين والمهتمين بمجال الاتصال المؤسسي وإدارة الأزمات.

قائمة المراجع:

أولاً: الكتب

1. أبو أصلع، صالح خليل. العلاقات العامة والاتصال الإنساني. ط1، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2004.
2. البريخت، ستيف. إدارة الأزمات: فن الدفاع عن النفس للشركات. القاهرة: الشركة العربية للإصدار العلمي، 2008.
3. العبوي، زيد منير. إدارة الأزمات. ط1، عمان: دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، 2007.
4. العلاق، بشير. العلاقات العامة الدولية. عمان: دار البزورية للنشر، 2014.
5. جاد الله، محمود. إدارة الأزمات. ط1، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2008.
6. كشك، محمد بهجت جاد الله. تنظيم المجتمع من المساعدة إلى الدفاع. الإسكندرية: المكتب العلمي للكمبيوتر والنشر والتوزيع، 1996.
7. مصطفى، بوجال. علم الاجتماع المعاصر بين الاتجاهات والنظريات. ديوان المطبوعات الجامعية، 2008.
8. ليلة، علي. النظرية الاجتماعية المعاصرة. القاهرة: دار المعارف، 1983.
9. المنجد الأبجدي. بيروت: دار المشرق، 1987.

ثانياً: الرسائل الجامعية

1. تركي، لمياء. إداري ودورها في تطوير العلاقات العامة داخل المؤسسة الجامعية. رسالة ماجستير منشورة، قسم الإعلام والاتصال، جامعة ميله، 2018-2019.
2. عودة، رهام راسم. واقع إدارة الأزمات في مؤسسات التعليم العالي بقطاع غزة: دراسة تطبيقية على الجامعة الإسلامية. رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، غزة، 2008.

3. نصير، دعاء محمد. العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة الأزمات في الوزارات المصرية: دراسة تطبيقية. باحثة دكتوراه، كلية الآداب، قسم الإعلام، العلاقات العامة.

ثالثاً: المقالات في مجلات علمية

✓ بوحيدة، نصر الله. "أثر استخدام الرقمنة في الرفع من درجة التحصيل الدراسي". مجلة الحكمة للدراسات الثانوية، مجلد 5، العدد 2، 2017.

✓ غربي، محاد، ولواز، إبراهيم. "النظرية البنائية الوظيفية: نحو رؤية جديدة لتفسير الظاهرة الاجتماعية". Functional Theory Constructivism: Towards a New Vision

.to Interpret the Social Phenomenon

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC OF ALGERIA

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

MINISTRY OF HIGHER EDUCATION AND SCIENTIFIC RESEARCH

University of Kasdi Merbah Ouargla

Faculty of Human and Social Sciences

Department of Information
and Communication Sciences



جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان

تحية طيبة وبعد :

في إطار تحضيرنا لبحث علمي نسعى من خلاله البحث في دور رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات دراسة ميدانية شركة تجارية بنك الجزائر الخارجي بورقلة ، نلتبس مساعدتكم لنا في الجانب التطبيقي لهذا البحث مع التأكيد على أن ما يهمنا هو رأيكم فقط .
إن مساهمتكم إرادية لكنها أساسية لنجاح بحثنا، وعليه نرجو منكم الإجابة على الأسئلة الواردة في الاستمارة بوضع علامة (x) في المكان المناسب لإجاباتكم، مع العلم أنه سيتم ضمان سرية المعلومات المقدمة لنا والتي لا يمكن أن تخرج عن إطار البحث العلمي.

تحت إشراف:

بوحدة درويش

من إعداد:

➤ بن عروبة مفيدة

➤ فادية شبوب

السنة الجامعية: 2025 / 2024

البيانات الشخصية:

- 1- الجنس:..... السن:.....
- 2- المستوى التعليمي:
- 3- التخصص:
- 4- الوظيفة:.....
- 5- الخبرة المهنية:

المحور الاول : الوسائل الرقمية المستخدمة في البنك

- 6- هل تستخدمون الحاسوب في إنجاز الأعمال الخاصة بالعلاقات العامة
☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا
- 7- هل تعتمدون على الماسح الضوئي (Scanner) في تحويل الوثائق من ورقية إلى رقمية؟
☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا
- 8- هل تستخدمون البريد الإلكتروني في الاتصال؟ ب:
☐ بعملاء البنك ☐ بالموظفين ☐ بالإدارة الوصية
- 9- هل تستخدم الشاشة الإلكترونية في عرض أسعار العملات ومختلف العمليات البنكية؟
☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا
- 10- هل تستخدمون آلة السحب وبطاقات الائتمان في تسهيل العمليات المالية الخاصة بالعملاء؟
☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا
- 11- هل تستخدمون الطابعات في إخراج البيانات الرقمية الخاصة بتسيير أعمال العلاقات العامة؟
☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا
- 12- هل لديكم حسابات على وسائل التواصل الاجتماعي كفضاء إضافي لتواصل العملاء مع إدارة البنك؟
☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا

13- ما هي تطبيقات التواصل الاجتماعي المعتمدة؟

يوتيوب ☐ فايسبوك ☐ تويتر ☐ انستغرام ☐ أخرى أنكرها
.....

14- فيما تستخدمون تطبيقات التواصل الاجتماعي ؟

للتعريف بنشاط البنك ☐ كسب عملاء جدد ☐ الوصول السريع إلى عملاء
البنك

المحور الثاني: رقمنة العلاقات العامة وإدارة الأزمات

15- هل ترى أن الرقمنة خففت من طول الوقت في إجراء في العمليات البنكية ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

16- هل بعد العملاء عن مكان البنك جعل الرقمنة تقرب المسافات بالحصول على الوثائق
المطلوبة بسرعة

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

17- هل تعتقد أن الرقمنة اختزلت الوقت المستغرق في إشعار العملاء؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

18- هل ترى ان الوسائل الرقمية قضت على كثرة الوثائق الورقية المستخدمة في تسير أعمال
العلاقات العامة

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

19- حسب رأيك هل توفير الشاشة الالكترونية أنقص من الأسئلة المتتالية للعملاء حول أسعار
العملة ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

20- هل الحصول على الأموال في أسرع وقت ممكن من طرف العملاء عن طريق آلة
السحب الآلي سهل من أ إتمام العمليات البنكية ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

21- هل ساهم الإشهار بالبنك على نطاق واسع من خلال منصات التواصل الاجتماعي في التعريف بنشاط البنك وتفعيل عمل العلاقات العامة؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

المحور الثالث : رضى مسيري المؤسسة حيال استغلال رقمنة العلاقات العامة في إدارة الأزمات

22- هل تعتقد ان إدخال الرقمنة في العمليات البنكية يشعر بالراحة في العمل لسهولة العمل؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

23- هل تحس أن استغلال الرقمنة في تسيير عمل العلاقات العامة ساهم في تحقيق علاقات أكثر مع العملاء؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

24- هل تشعر أن توظيف الرقمنة بالبنك عمل على تكوين الموظف في العلاقات العامة على تقنيات الرقمنة؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

25- هل تعتقد أن استخدام الوسائل الرقمية حقق لك مرونة في العمل بالعلاقات العامة مع باقي الموظفين؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

26- هل تشعر بأن رقمنة العلاقات العامة تدفعك لتحقيق أهدافك؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

27- هل تشعر أن الرقمنة قللت من حركتك في ميدان العمل ووفرة لك الراحة الصحية؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

28- هل تفضل عدم الغياب عن العمل في ظل توفير الرقمنة بسبب جو العمل المريح؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

29 هل جعلت قناعتك برقمته العلاقات العامة تتصح غيرك في الانضمام للبنك؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

30 ما مدى احتمالية البحث عن وظيفة أخرى خارج البنك في ظل رقمته العلاقات العامة؟

احتمال كبير ☐ احتمال متوسط ☐ احتمال ضعيف ☐

31 هل تقدم الشركة الفرص الكافية لتطوير المهارات المهنية من خلال توظيف الرقمته ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

32 هل لديك كل الأدوات و الموارد اللازمة للقيام بعملك بشكل جيد؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

33- هل ترى ان فريق القيادة لديك يتبع الشفافية في العمل في ظل رقمته العلاقات العامة؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐