

قياس اثراستخدام تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تحسين أداء الموارد البشرية  
-حالة مؤسسة بريد الجزائر-

## Measuring the impact of the use of information and communication technology in improving the human resources performance case of the Post Office of Algeria

د. بركان أسماء<sup>1</sup>، أ. كريدر شريف<sup>2</sup>، د. ميلودي أم الخير<sup>3</sup>

<sup>1</sup> المركز الجامعي تيبازة، asmaberkan@yahoo.com

<sup>2</sup> جامعة خميس مليانة، krider\_64if@yahoo.fr

<sup>3</sup> جامعة البليدة 2، omiloudi76@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2019/10/06 تاريخ القبول: 2019/10/28 تاريخ النشر: 2019/12/01

### ملخص:

هدفت الدراسة إلى معرفة وضعية قطاع تكنولوجيا الإعلام والاتصال بالجزائر وأثره على أداء المؤسسة، قمنا بتصميم استبيان موجه لعمال مؤسسة بريد الجزائر لمعرفة مدى تحكمهم في تكنولوجيا الإعلام والاتصال والاعتماد عليها في إنجاز أنشطة ومهام المؤسسة، وتمت الدراسة بتوزيع 40 استمارة على عمال الوكالة، ومن أهم النتائج التي تم توصل إليها الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تنمية الأداء وتحسينه، وكذا مساهمتها في تحسين صورة المؤسسة. الكلمات مفتاحية: تكنولوجيا الإعلام والاتصال؛ أداء؛ تقييم الأداء؛ ربحية؛ كفاءة وفعالية

### Abstract:

The study aims to determine the state of the ICT sector in Algeria and its impact on the performance of the institution. For this, forty questionnaires were sent to employees of Algerian Post Algerian to determine their mastery of ICT in the accomplishment of the tasks of their institution. The study highlighted the crucial role of ICTs in the development and improvement of the institution's performance as well as its image.

**Keywords:** media and communication technology; performance; performance evaluation; profitability; efficiency and effectiveness

المؤلف المرسل: ميلودي أم الخير، الإيميل: omiloudi76@gmail.com

## I. مقدمة:

تعتبر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال جزءا لا يتجزأ من نسيج الإدارة في المؤسسة المعاصرة، خاصة على الصعيد التنظيمي أو التكنولوجي، بحيث تجعلها في صراع دائم مع محيط يتميز بمنافسة شديدة، ليس بالضرورة لتحقيق تقدمها و ازدهارها و لكن غالبا حفاظا على بقائها.

فبعد أن كان الاقتصاد يعتمد في نموه على عوامل الإنتاج التقليدية من رأسمال و يد عاملة و مواد خام، برزت تكنولوجيا الإعلام و الاتصال، حيث أعادت هذه الأخيرة و مازالت تعمل على إعادة تشكيل الكثير من طرق الحياة الاعتيادية للأفراد و المؤسسات، و بناء علاقات أكثر كفاءة، و اقل تكلفة. و موردا أساسيا تعتمد عليه في تفعيل العملية الإدارية و تدعيم القرارات و الاستغلال الأمثل للمعلومة، بما ينجر عنها رفع في الحصة السوقية بالمساهمة في خلق منتجات جديدة، سرعة تأدية المهام، تخفيض تكلفة الإنتاج، بالإضافة إلى مضاعفة مستوى الجودة، و بالتالي تحسين نشاط المؤسسة و مستوى أدائها.

ومما سبق، يمكن بلورة إشكالية الدراسة على النحو التالي:

**كيف يمكن أن يؤثر استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تحسين الأداء بمؤسسة بريد الجزائر؟**

**أهمية الدراسة:**

يستمد هذا البحث أهميته من الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في اقتصاديات دول العالم باعتبارها ثورة رقمية لها اثر على العديد من المؤسسات التي تتشكل منها اقتصاديات الدول و التي تساهم بشكل كبير في بلوغ أهدافها.

ولجعل دراستنا أكثر عمقا اعتمدنا على فرضيات تدعيميه و هي:

**الفرضية الصفرية 01:** لا يساهم إدخال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في المؤسسة إلى زيادة كفاءة

الموظف.

**الفرضية الصفرية 02:** الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لا يسرع في المعاملات و بالتالي لا

يحسن رضا الزبون.

**الفرضية الصفرية 03:** استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لا يساهم في تحسين جودة الخدمات

المقدمة للزبون.

**الفرضية الصفرية 04:** الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لا يعمل على رفع الإنتاجية و بالتالي

لا يساهم في تحقيق الربحية للمؤسسة.

للإجابة على الإشكالية و لإثبات صحة أو نفي الفرضيات اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي مع

استخدام الاستبيان لقياس درجة الأثر الذي توصلت إليه الدراسة.

من خلال هذه الدراسة سيتم التطرق إلى المحاور التالية :

المحور الأول: مؤشرات تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الجزائر

المحور الثاني: ماهية الأداء في المؤسسة

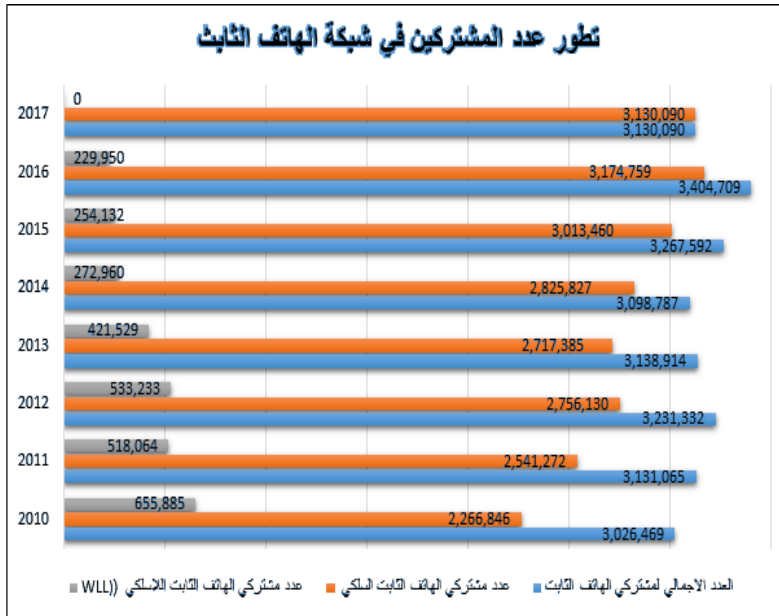
المحور الثالث: تأثير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على الأداء في المؤسسة.

## II. مؤشرات تطور تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الجزائر

من أجل تقييم وضع قطاع الاتصالات أخذنا بعين الاعتبار بعض المؤشرات والمتمثلة في : مؤشر الهاتف الثابت، مؤشر الهاتف النقال، مؤشر الانترنت.

**II-1 مؤثر شبكة الهاتف الثابت:** تطور سوق الهاتف الثابت وهذا راجع إلى انخفاض التكلفة مقارنة بالهاتف النقال والجدول التالي يبين ذلك:

الشكل 1: تطور عدد المشتركين في شبكة الهاتف الثابت



المصدر: موقع وزارة البريد و تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال: <https://www.mptic.dz>/تاريخ ووقت

الاطلاع 11:00 2019/01/05

يتجه عدد مشتركى الهاتف الثابت السلكي في الجزائر في الثلاث سنوات الأخيرة نحو زيادة مستمرة حيث فاق الثلاث ملايين مشترك سنة 2017، كما عرف عدد مشتركى الهاتف الثابت اللاسلكي الذي خصص للمناطق الريفية انخفاضاً مستمراً وذلك راجع إلى استراتيجية الدولة بتزويد هذه المناطق ببنية تحتية للاتصالات أكثر نجاعة.

**II-2 مؤثر شبكة الهاتف النقال:** شهدت خدمات الهاتف النقال في الجزائر تحسناً ملحوظاً، حيث تجاوزت نسبة تغطية السكان بشبكة الهاتف النقال 98% عام 2016 وهذا ما يفسر الارتفاع المستمر لعدد المشتركين

حيث وصل إلى 47,04 مليون مشترك سنة 2016 مقابل 43,39 مليون مشترك سنة 2015 أي بزيادة قدرها 8,42% .

الشكل 2: عدد المشتركين في الهاتف النقال حسب نوع طريقة الدفع (بالمليون)



المصدر: موقع وزارة البريد و تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال: <https://www.mptic.dz>، تاريخ وقت الاطلاع: 2019/01/27، 09:30.

في إطار التحديث ونشر شبكة الاتصالات في البلاد لتوجيه البلاد نحو الاقتصاد الرقمي، تم يوم 1 أكتوبر 2016 الانطلاق الرسمي للجيل الرابع للهاتف النقال في الجزائر كم يظهر في الجدول التالي.

الجدول 1: عدد الاشتراكات في الهاتف المحمول

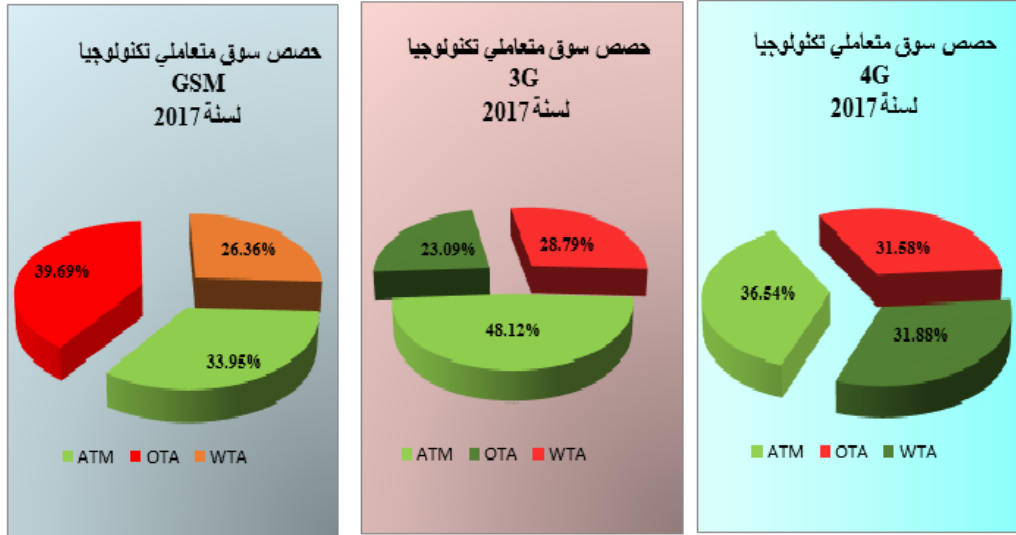
| المؤشرات   | 2013    | 2014    | 2015     | 2016     | 2017     |
|--|---------|---------|----------|----------|----------|
| عدد الاشتراكات في الجيل الثالث للهاتف المحمول 3G | 308019  | 8509053 | 16684561 | 25214732 | 23701023 |
| عدد الاشتراكات في الجيل الرابع للهاتف المحمول 4G | /       | /       | /        | 1464811  | 10968495 |
| كثافة الهاتف النقال                              | 102.40% | 109.62% | 107.40%  | 113.35%  | 121.05%  |

المصدر: موقع وزارة البريد و تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال: <https://www.mptic.dz>، تاريخ وقت الاطلاع 2019/01/27 11:07

في الثلاثي الأخير فقط، تم تسجيل 10968495 مشترك حيث يمثل عدد الاشتراكات المدفوعة مسبقا نسبة 89.67%

حول توزيع حصة السوق بين متعاملين الهاتف النقال (GSM) ، لم يتغير الترتيب منذ سنين، حيث في عام 2016، تتولى شركة " أوراس كوم تيليكوم الجزائر " الصدارة بـ 40,31٪ ، تليها " الجزائر للاتصالات موبيليس " ثم " الوطنية للاتصالات الجزائر " كم يظهر في الشكل التالي.

الشكل 3: حصص سوق متعاملي تكنولوجيا GSM/ 3G/ 4G



المصدر: موقع وزارة البريد و تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال: <https://www.mptic.dz>

تاريخ ووقت الاطلاع 12:00 2019/01/27

**II- 2 مؤشرات شبكة الانترنت:** تعرف حركة الانترنت في الجزائر ديناميكية كبرى، ساهم في هذا التطور شبكة الانترنت عريضة النطاق حيث قفزت من 1 ٪ كنسبة استخدام سنة 2005 إلى 20 ٪ سنة 2013، إلى جانب التطور الملحوظ في قاعدة زبائن الADSL، حيث سجلت هذه الزيادة كانت بسبب خدمة WIFI.

الجدول 2: مؤشرات شبكة الانترنت سنة 2017

| 2017    | 2016      | 2015   | 2014   | 2013   | 2012   |                                       |
|---------|-----------|--------|--------|--------|--------|---------------------------------------|
| 8187241 | 76.514,56 | 70700  | 61556  | 50800  | 46231  | طول الألياف البصرية (كم)              |
| 1541    | 1477      | 1321   | 1229   | 1081   | 1000   | عدد البلديات المتصلة بالألياف البصرية |
| 801000  | --        | 390000 | 348000 | 172021 | 130000 | عرض نطاق الانترنت الوطنية             |
| 810155  | 630150    | 485155 | 278000 | 166000 | 104448 | عرض نطاق الانترنت الدولية             |

المصدر: موقع وزارة البريد و تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال: <https://www.mptic.dz>، تاريخ ووقت

الاطلاع 12:15، 2019/01/27

### III. ماهية الأداء في المؤسسة

#### III-1 تعريف الأداء:

يعرف بأنه "نشاط أو سلوك يؤدي إلى نتيجة وخاصة السلوك الذي يغير المحيط بأي شكل من الأشكال (عشوي، 1992، صفحة 244) كما أن الأداء هو قيام العامل بمختلف الأنشطة وانجاز مختلف المهام مع مراعاة كل السلوكات التي يتبناها من ذلك (عاشور، 1983، صفحة 50).

كما عرف الأداء بأنه درجة تحقيق وإتمام المهام المكونة لوظيفة الفرد وهو يعكس الكيفية التي يحقق أو يشبع بها الفرد متطلبات الوظيفة وغالبا ما يحدث لبس وتداخل بين الأداء والجهد، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد (حرفة، 2010، صفحة 48).

#### III-2 أبعاد الأداء:

للأداء العديد من المصطلحات القريبة في المعنى والمرتبطة به وهي كالتالي:

**-الفعالية :** على الرغم من أهمية الفعالية في حياة المنظمات إلا أنه لم يحقق إجماع حول تعريف المنظمة الفعالة ، يرى البعض أن فعالية المنظمات تتحدد بمدى قدرتها على تحقيق أهدافها ، فهناك من يعرف فعالية المنظمة بأنها : قدرة المنظمة على تحقيق أهدافها و تعتمد هذه القدرة و المعايير المستخدمة في قياسها على النموذج المستخدم في دراسة المنظمات (نوار، 2006، صفحة 84).

**-الكفاءة :** هي النظام القادر علي تخفيض تكاليف الموارد اللازمة لانجاز الأهداف المحددة والمرغوبة دون التضحية بمخرجات النظام، بمعنى أنها القدرة علي أداء الأشياء بطريقة صحيحة ،ومن ثمة فهي تعتمد علي مفهوم المدخلات والمخرجات فالنظام الكفاء هو الذي يتمكن من تحقيق مخرجات تفوق المدخلات المستخدمة (إدريس، 2002، صفحة 145).

- كما يعرف « C . Sauret » و « D.thierry » إدارة الكفاءات على أنها: تصميم (وضع)،

وتنفيذ ومتابعة خطط عمل متجانسة بهدف تقليص الفروق بين الاحتياجات وموارد المؤسسة.

- كما تعرف الكفاءة الإدارية على أنها : انجاز المهام الإدارية بكفاءة

- فالإدارة الجيدة هي التي تملك مستوى جيد من الخبرات العامة في مجالات التخطيط والتنظيم و التوجيه

والرقابة (الطائي، 2002، صفحة 224).

#### -الإنتاجية - الأداء - التكنولوجيا الإعلام و الاتصال:

تتمثل علاقة تكنولوجيا الإعلام والاتصال في تخفيض تكاليف الأداء، مع تقليص الوقت المستغرق حيث تمكن التكنولوجيا من ممارسة عدة نشاطات في وقت واحد، مثل استقبال وإرسال الرسائل على عناوين متعددة في وقت واحد، تقليل الجهد المبذول من الموظفين لما تتطلبه بعض الأعمال من جهد عضلي وذهني، إضافة إلى قدرة التقنية في تحسين مرونة العمل وأدائه بصورة أفضل (بسمينة، 2011، صفحة 55).

### III-3 قياس الأداء في المؤسسة:

إن نجاح أي مؤسسة مرتبط بمدى كفاءة وفعالية أداء مواردها البشرية، لأن الأداء المتميز للأفراد العاملين في المؤسسة يعني بالضرورة أداء متميز للمؤسسة. كما يعتبر تقييم الأداء أداة لتقويم ضعف العاملين واقتراح الإجراءات لتحسين أداءهم ، وتختلف مقاييس الأداء من هدف إلى آخر ،ومن توجه استراتيجي إلى آخر ، ويعتمد تقويم أداء المنظمة على الجهة صاحبة العمل في ذلك الأداء ويمكن تصنيف الجهات صاحبة المصلحة المباشرة على الوجه التالي:(الرجي و سعاد، 2011، صفحة 15)

المساهمون والموظفون والمجتمع، ولكل فئة من هذه الفئات مقاييس محددة لأداء المنظمة تحقق مصالحهم من وجهة نظرهم وهناك بعض المعايير تستخدم لقياس أداء المنظمة تتمثل في التالي:

الموقف التنافسي في أسواق المنظمة، الإبداع في مجال التكنولوجيا، واستخدام موارد المنظمة المالية والمادية والإنتاجية والربحية وتطوير القوى البشرية الإدارية .

### III-4 مؤشرات الأداء التكنولوجي في المؤسسة

لربط بين الأداء بمفهومه الحديث وعناصر التكنولوجيا في المؤسسة لبد أن نشير إلى أهم مؤشرات الأداء المستعملة في تحديد القدرة التكنولوجية وهي كما يلي:(خليل، 1998، صفحة 220)

-معدل الابتكار التكنولوجي: وهي اختيار واحد أو أكثر من مقاييس الأداء التكنولوجي للمنتجات والعمليات الرئيسية ورصد تقدمها عبر الزمن؛

-إنتاجية البحوث والتطوير : يمكن تحديد أي مقياس للإنتاجية كنسبة التغير في المخرجات إلى التغير في المدخلات، وعلى سبيل المثال التحسن في أداء المنتج والعملية مقسوما على الاستثمار الإضافي في البحوث والتطوير؛

-الموارد المخصصة للبحث والتطوير: وهو مقياس لمستوى الإنفاق لمشاريع مختلفة ووحدات النشاط في ظل مستوى المؤسسة ككل؛

-معدل تقييم منتج جديد : وهو يقاس من خلال عدد المنتجات الجديدة المقدمة سنويا، عدد براءات الاختراع المتحصل عليها، أو نسبة المبيعات المشتقة من منتجات جديدة؛

-التنوع المعتمد على التكنولوجيا : بما أن الاستراتيجية التكنولوجية موجهة جزئيا نحو هدف التنوع فإنه من المهم قياس درجة النجاح في إنجاز هذا الهدف من خلال نسبة المبيعات الناتجة من الجهود الخاصة بالتنوع.

### III-5 تأثير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على أداء المورد البشري

تؤثر تكنولوجيا المعلومات ونظمها على قدرة أداء المنظمات لوظائفها الأساسية، وهذا من خلال(الشيشاني، 2011، صفحة 19):

- السرعة والدقة في إنجاز الأعمال المطلوبة.
- تقليل التكاليف والحد من استخدام الملفات الورقية التي تأخذ حيز كبير في المؤسسة.

- تحسين الكفاءة وزيادة الفعالية، وذلك من خلال القيام بالأعمال المطلوبة، وبالطريقة الصحيحة مع زيادة القدرة على التنسيق بين الدوائر، والأقسام الإدارية المختلفة.
- تحديد قنوات الاتصال بين المستويات الإدارية المختلفة في المنظمة.
- تهيئة الظروف المناسبة لاتخاذ القرارات الفعالة، وذلك عن طريق تجهيز المعلومات بشكل مختصر وفي الوقت المناسب.
- المساعدة على التنبؤ بمستقبل المنظمة والاحتمالات المتوقعة، بغية اتخاذ الاحتياطات اللازمة في حالة وجود خلل في تحقيق الأهداف.
- مواكبة التطورات العالمية فيما يتعلق بأساليب خدمة الزبائن وتنويعها.

#### IV. - الطريقة والأدوات :

##### VI-1 تحديد مجتمع وعينة الدراسة:

باعتبار أن الدراسة تهم بدراسة "تقييم اثر تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تحسين أداء المؤسسة" فان مجتمع الدراسة هو مجموع العناصر أو الأفراد الذين ينصب عليهم الاهتمام في دراسة أو بحث معين، أي بمعنى آخر هو جميع العناصر التي تتعلق بها مشكلة البحث، و يتكون مجتمع هذه الدراسة من مجموع العمال والإطارات الذين يعملون لصالح مؤسسة بريد الجزائر بتبازة. نظرا لوجود عدد كبير من العمال و الموظفين داخل المؤسسة و لعدم إمكانية إخضاع جميع الأشخاص للدراسة و لضيق الوقت فقد قمنا بتجزئة مجتمع البحث، و اخترنا العينة المتعلقة بالعمال في مؤسسة بريد الجزائر بشكل مقصود و تحكيمي، فكانت العينة مكونة من 40 شخص.

##### VI-2 الأدوات المستعملة في التحليل الإحصائي:

بعد تفرغ الاستمارة و ترميز البيانات تم الاستعانة ببعض الأدوات الإحصائية أهمها:  
- استخدام التكرارات و النسب المئوية على فقرات الدراسة المختلفة، و ذلك لتقديم وصف شامل لبيانات العينة من حيث الخصائص، درجة التأييد و درجة الرفض.  
- اختبار مربع كاي  $\chi^2$  test و الذي يعمل في مقارنة مجموعة من النتائج المشاهدة Observed أو المتحصل عليها من تجربة حقيقية بمجموعة أخرى من البيانات الفرضية التي وضعت على أساس الفرضية التي يراد اختبارها. و تعتمد هذه الفرضية على افتراض وجود عينة عشوائية بما عدد n من المفردات قسمت إلى عدد من الفئات المتشابهة تسمى Classes أو (C) بحيث يقع كل فرد في العينة في إحدى هذه الفئات فقط ثم مقارنة التكرارات المشاهدة بالتكرارات المتوقعة بقصد معرفة مدى انطباق التكرارات المشاهدة بالتكرارات المتوقعة باستعمال اختبار مربع كاي.

##### VI-3 صدق الاستبيان



صدق الاستبيان يعني تمثيله لمجتمع الدراسة بشكل جيد، أي أن الإجابات التي نحصل عليها من أسئلة الاستبيان تعطينا المعلومات التي وضعت لأجلها الأسئلة، و للتأكد من ثبات الاستبيان طبقنا معامل (ألفا كرونباخ) و ذلك باعتباره من أحسن الطرق للتحقق من ثبات الاستبيان اعتمادا على برنامج Xlstat، و معامل الثبات يأخذ قيمة تتراوح بين الصفر و الواحد الصحيح، فإذا لم يكن هناك ثبات في البيانات فان قيمة المعامل تكون مساوية للصفر، و على العكس إذا كان هناك ثبات تام تكون قيمة المعامل تساوي الواحد الصحيح، و كلما اقتربت قيمة معامل الثبات من الواحد كان الثبات مرتفعا و كلما اقتربت من الصفر كان الثبات منخفضا، حيث إذا زادت قيمة ألفا كرونباخ عن (60%) تكون مقبولة، و يقصد بالثبات الداخلي لأسئلة الاستبيان قوة الارتباط بين درجات كل جزء و درجات أسئلة الاستبيان الكلية.

يقتضي التحقق من ثبات و صدق أداة الدراسة حساب معامل ألفا كرونباخ:

$$\text{Cronbach-Alfa} = \frac{N \cdot \bar{c}}{\bar{V} + (N-1) \cdot c}$$

= متوسط التباين الكلي = N = عدد فقرات الاستبيان = مستوى التباين = C  
و تعد قيمة معامل ألفا كرونباخ معامل ثبات المقياس مقبولة عندما تكون مساوية أو أكبر من (0.60) وتحديدًا في البحوث الإدارية و السلوكية، أما معامل الصدق الذاتي = الجذر التربيعي لمعامل الثبات (ألفا كرونباخ)

$$\text{ألفا كرونباخ} = \sqrt{\text{معامل الصدق الذاتي}}$$

الجدول 3: معامل ثبات و صدق أداة الدراسة (الاستبيان)

| عدد البنود | معامل ألفا | الصدق = الجذر التربيعي | الاستبيان الموجه |
|------------|------------|------------------------|------------------|
| 33         | 0.614      | 0.784                  |                  |

المصدر: مخرجات برنامج Xlstat

نلاحظ من الجدول أعلاه أن معامل ثبات الاستبيان الموجه للعمال هو 0.614، وهذا يعني ان الاستبيان يتمتع بدرجة من الثبات مناسبة للبحث، وهذا الأخير يحسب الجذر التربيعي لمعامل الثبات (ألفا كرونباخ) كما هو موضح في الجدول لنحصل على معامل صدق الاستبيان الموجه للعمال قيمته 0.784.

### V. النتائج ومناقشتها

باختبار الفرضيات السالفة الذكر تحصلنا على النتائج الملخصة في الجدول التالي:

الجدول 4 : درجة الموافقة على الفرضيات

| الفرضية الرابعة |         | الفرضية الثالثة |         | الفرضية الثانية |         | الفرضية الأولى  |         | البيان         |
|-----------------|---------|-----------------|---------|-----------------|---------|-----------------|---------|----------------|
| النسبة المتوقعة | التكرار | النسبة المتوقعة | التكرار | النسبة المتوقعة | التكرار | النسبة المتوقعة | التكرار |                |
| 20%             | 6       | 23.33%          | 7       | 20%             | 6       | 23.33%          | 7       | موافق بشدة     |
| 73.33%          | 22      | 63.33%          | 19      | 80%             | 24      | 63.33%          | 19      | موافق          |
| 0.00%           | 0       | 3.33%           | 1       | 0.00%           | 0       | 6.67%           | 2       | محايد          |
| 6.67%           | 2       | 3.33%           | 1       | 0.00%           | 0       | 6.67%           | 2       | غير موافق      |
| 0.00%           | 0       | 0.00%           | 0       | 0.00%           | 0       | 0.00%           | 0       | غير موافق بشدة |
| 100%            | 30      | 100%            | 30      | 100%            | 30      | 100%            | 30      | المجموع        |

المصدر: بالاعتماد على نتائج الاستبيان

**-الفرضية الأولى:** يساهم إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة إلى زيادة كفاءة الموظف أظهرت الدراسة أن 23.33% من المستجوبين يعتقدون أن إدخال تكنولوجيا الإعلام والاتصال في المؤسسة يساهم في زيادة كفاءة الموظف و 63.33% وافقت على هذا الرأي، و في حدود 13% محايد و غير موافق و غير موافق بشدة.

وباختبار هذه الفرضية باستخدام كاي تربيع أظهرت التحليل أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت 12.592 عند درجة حرية 6، و مستوى معنوية فيما بلغت قيمة مربع كاي الجدولية 10، وحيث أن قيمة مربع كاي المحسوبة 0.05 أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة و التي تنص هناك علاقة بين تكنولوجيا الاعلام والاتصال و زيادة كفاءة الموظف و ذلك من خلال قدرة تكنولوجيا الإعلام والاتصال المستخدمة في المؤسسة في الوصول للأهداف المراد تحقيقها و الفوائد المتوخاة من استخدامها، ويقاس ذلك من خلال القيام بالأعمال المطلوبة بالطريقة الصحيحة و السريعة، و كذا استغلال موارد المؤسسة لتوليد المخرجات المطلوبة بأقل تكلفة ممكنة.

**-الفرضية الثانية:** الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال يسرع في المعاملات و بالتالي يحسن رضا الزبون أظهرت بيانات الدراسة أن 20% من المستجوبين يرون أن الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام والاتصال يسرع في المعاملات و يحسن رضا الزبون و 80% وافقت على هذا الرأي.

وباختبار هذه الفرضية باستخدام كاي تربيع أظهرت التحاليل أن قيمة كاي تربيع المحسوبة 9.488 بلغت عند درجة حرية 4، و مستوى معنوية 0.05 فيما بلغت قيمة مربع كاي الجدولية 10، وحيث أن قيمة مربع كاي المحسوبة أصغر من قيمة مربع كاي الجدولية فإننا نقبل الفرضية الصفرية و نرفض الفرضية البديلة و التي تنص هناك علاقة بين تكنولوجيا الاتصال و رضا الزبون. و يتضح ذلك خلال نتائج الاستبيان حيث أكد المستجوبون على أن الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام و الاتصال ساهم في تسريع المعاملات من خلال اختصار الوقت والجهد المبذول في تقديم الخدمات.

**-الفرضية الثالثة:** يساهم استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن أظهرت بيانات الدراسة أن 23.33% من المستجوبين يرون أن استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال يساهم في تحسين جودة الخدمات المقدمة للزبائن و 63.33% وافقت على هذا الرأي ، و في حدود 6.66% غير موافق و محايد و غير موافق بشدة.

وباختبار هذه الفرضية باستخدام كاي تربيع أظهرت التحاليل أن قيمة كاي تربيع المحسوبة 12.592 بلغت عند درجة حرية 6، و مستوى معنوية 0.05 فيما بلغت قيمة مربع كاي الجدولية 10، حيث أن قيمة مربع كاي المحسوبة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة والتي تنص هناك علاقة بين تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و جودة الخدمات المقدمة، و ذلك من خلال تسهيل الخدمة عبر شبكة الانترنت و السرعة الفائقة التي تقدم في إطارها الخدمة، بمعنى سرعة الاستجابة لمتطلبات الزبون.

**-الفرضية الرابعة:** الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام و الاتصال يعمل على رفع الإنتاجية و بالتالي يساهم في تحقيق الربحية للمؤسسة.

أظهرت بيانات الدراسة أن 20% من المستجوبين يعتقدون أن الاعتماد على تكنولوجيا الإعلام و الاتصال يعمل على رفع الإنتاجية و بالتالي يساهم في تحقيق الربحية للمؤسسة و 73.33% وافقت على هذا الرأي ، و في حدود 6.67% غير موافق و محايد و غير موافق بشدة.

وباختبار هذه الفرضية باستخدام كاي تربيع أظهرت التحاليل أن قيمة كاي تربيع المحسوبة بلغت 12.592 عند درجة حرية 6، و مستوى معنوية 0.05 فيما بلغت قيمة مربع كاي الجدولية 10، وحيث أن قيمة مربع كاي المحسوبة أكبر من قيمة مربع كاي الجدولية فإننا نرفض الفرضية الصفرية و نقبل الفرضية البديلة والتي تنص هناك علاقة بين تكنولوجيا الاعلام و الاتصال و ربحية المؤسسة و ذلك من خلال الوصول إلى اساليب إنتاجية أكثر كفاءة، و يأتي هذا نتيجة للاستغلال الأمثل و الفعال لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال.

## VI. الخلاصة

بعد أن حاولنا التطرق لمختلف جوانب الموضوع بالدراسة و التحليل، استطعنا الخروج بمجموعة من النتائج بالإضافة إلى مجموعة من الاقتراحات.

-نتائج الدراسة: لقد أثمرت هذه الدراسة جملة من النتائج منها:

- تكنولوجيا الإعلام و الاتصال فتحت مجال واسع أمام استحداث أساليب و طرق عمل جديدة في أنشطة ووظائف المؤسسة.
- شبكة الانترنت و إن كانت مجرد وسيلة إلا أنها وضعت نموذجا جديدا للتعاقد و إبرام الصفقات، ذلك انه مكن تصور مجلس عقد بين غائبين و في أمكنة مختلفة و كأنه تعاقد بين حاضرين و ذلك من خلال تطبيقات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال.
- من خصوصية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال تحسين صورة المؤسسة و المساهمة في تنمية الأداء و تحسينه.
- إن الجانب التشريعي لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال في الجزائر مازال يشهد نوع من النقص في النصوص القانونية المنظمة لهذا المجال.

-الاقتراحات: من اجل جعل دراستنا عملية أكثر قمنا بتدعيمها بمجموعة من الاقتراحات و التي نوجزها فيما يلي:

- إعطاء أولوية و أهمية لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال و ربطها بالاستراتيجية الكلية للمؤسسة حتى تلي حاجات المؤسسة الداخلية.
- ضرورة إيجاد النصوص و التشريعات القانونية التي تتلاءم مع الأنشطة الاقتصادية التي لها علاقة بتكنولوجيا الإعلام و الاتصال.
- العمل على التوعية المستمرة بأهمية المعاملات الالكترونية، مع تعميم استخدام الانترنت بتوسيع شبكتها للمساهمة في انتشار الثقافة الالكترونية بما فيها التجارة الالكترونية.

-الافاق: من بين جوانب الموضوع التي لم يسع الوقت وظروف انجاز البحث التطرق اليها مايلي:

- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تحسين الرضا الوظيفي للعاملين
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في وضع استراتيجية لتقييم الاداء الكلي للمؤسسة
- أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في بناء استراتيجية اتصال داخلي في مؤسسات خدمية

## VII. المراجع:

- احمد صقر عاشور، (1983)، إدارة القوى العاملة، بيروت: دار النهضة العربية.
- العبيدي منصور، ناصر الرجي، نوري سعاد، (2011)، اثر استخدام نظم الدفع الالكترونية على أداء البنوك الأردنية، الملتقى الدولي الرابع حول عصرة نظام الدفع في البنوك الجزائرية وإشكالية اعتماد التجارة الالكترونية في الجزائر( عرض تجارب دولية، الجزائر: جامعة خميس مليانة.
- حامد حرفة، (2010)، موسوعة الإدارة الحديثة والخوافر، لبنان: دار العربية.
- صالح، بن نوار، (2006)، فعالية التنظيم في المؤسسات الاقتصادية، الجزائر: مخبر علم اجتماع الاتصال للبحث و الترجمة.

- عامر شرف الدين، طيب الشيشاني، (2011)، أثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات المتطورة في إكساب ميزة تنافسية ، الجزائر: بدون دار نشر.
- عبد الرحمان، إدريس، (2002)، كفاءة وجودة الخدمات اللوجيستية ، القاهرة: الدار الجامعية الإسكندرية.
- محمد، عبد الحسين آل فرج الطائي، (2002)، نظام المعلومات الإدارية المتقدمة، الاردن: دار وائل للنشر والتوزيع.
- مصطفى، عشوي، (1992)، أسس علم النفس الصناعي والتنظيمي، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب.
- نبيل، مرسي خليل، (1998)، الميزة التنافسية في مجال الأعمال، مصر: دار المعرفة الجامعية.
- ياسع، يسمينة، (2011)، دراسات اقتصادية قياسية لأثر تكنولوجيا المعلومات والاتصالات على الأداء الاقتصادي للمنظمة :دراسة حالة شركة القطن الممتص، الجزائر: جامعة بومرداس: مذكرة ماجستير.