

مجلة العلوم القانونية والاجتماعية

Journal of legal and social studies

Issn: 2507-7333

Eissn: 2676-1742

إدارة الصورة الذهنية كأحد آليات تحسين جودة الخدمة العمومية - الموقع الإلكتروني لوزارة العدل أنموذجا -

Mental image management as one of the mechanisms for improving the quality of public service- The Ministry of Justice website as a model.

ليلي سليمانى *

جامعة غرداية، (الجزائر)، pr.slimani.l@gmail.com

تاريخ النشر: 2024/06/01

تاريخ القبول: 2024/05/01

تاريخ ارسال المقال: 2024/03/10

* المؤلف المرسل

الملخص:

إن تحقيق جودة الخدمة العمومية يُمثل رهانا حقيقيا، فهو يعكس مدى التزام المؤسسات بمسئوليتها الاجتماعية في تقديم الخدمات المنوطة بها، وهو ما يفرض عليها تغييرا في التسيير الإداري الذي تنتجه لتحقيق ذلك. غير أن بناء التصورات لدى الأفراد والجماعات وتشكيل الاتجاهات الايجابية التي تقضي بتحسين صورة الإدارة العمومية يُعد من أوليات هذا التغيير.

ومن هنا تكتسي الورقة البحثية أهميتها من خلال ابراز دور إدارة الصورة الذهنية للمؤسسة العمومية (وزارة العدل) في تحسين جودة الخدمة العمومية. من خلال تحسين قنوات الاتصال وتفعيلها وتحمل المسؤولية الاجتماعية تجاه جمهورها، وكذا تعزيز العلاقات الإنسانية التي تُدعم تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء والتي تضمن تحقيق الجودة في تقديم الخدمات العمومية.

الكلمات المفتاحية: خدمة عمومية; مسؤولية اجتماعية; صورة ذهنية; اتصال.

Abstract :

Achieving the quality of public service is a real bet, as it is the extent of institutions commitment to their social responsibility in providing the services assigned to them, which requires them a change in the administrative management that it produces to achieve this. However, building perceptions among individuals and groups and forming positive trends that require improving the image of management The general is one of the priorities of this change.

Hence the research paper is important By focusing on building mental image and its impact on improving the quality of public service in public institutions .By improving communication channels, activating them and assuming social responsibility towards its audiences, as well as strengthening human relations that support the achievement of efficiency and effectiveness in performance that guarantee the achievement of quality in providing public services.

Keywords: public service; Social responsibility ; a mental image ; communication ; Human relations.

مقدمة:

إن الحفاظ على العلاقة بين المؤسسات وجمهورها يُعد من أولويات صنع القرار ، خاصة في الوقت الراهن الذي يشهد وعيا جماهيريا لا يُمكن إغفاله أو تجاهله ، وقد انتهت أغلب السياسات المنتهجة في قطاع الأعمال سواء الخاص أو العام إلى التأكيد على ضرورة بلوغ أقصى درجات الرضا لأصحاب المصلحة المرتبطين بها. وهو ما يُمثل جوهر النهج الحديث في التسيير الإداري والذي يرمي إلى تحسين جودة الخدمة العمومية واستعادة سمعة الإدارة وتحسين صورتها لدى المواطن.

لذلك تهدف هذه الورقة البحثية للكشف عن أهمية تحسين جودة الخدمة العمومية من خلال التركيز على إدارة السمعة والصورة الذهنية؛ حيث أصبحت هذه الأخيرة هدفا تشده أغلب المنظمات والهيئات، نظرا لأهميتها في تشكيل الآراء وتكوين الانطباعات الحقيقية نحوها وخلق السلوك الايجابي للأفراد تجاهها .

ومنه، فإن الإشكالية التي تسعى الدراسة لبحثها يمكن صياغتها في السؤال الرئيسي التالي:

كيف تُسهم إدارة الصورة الذهنية في تحسين الخدمة العمومية لوزارة العدل من خلال موقعها الالكتروني؟.

وعليه تتحدد أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

1. معرفة العلاقة بين إدارة الصورة الذهنية وعملية إصلاح الخدمة العمومية وتحسينها.
 2. الكشف عن أهمية تبني مبدأ المسؤولية الاجتماعية في تقديم الخدمات العمومية مما يسهم في تحسين صورة الإدارة لدى المواطن.
 3. إبراز أهمية استثمار كافة الوسائل الاتصالية خاصة الوسائل التفاعلية كالمواقع الرسمية لتمرير المعلومات التي يحتاجها الأفراد والتي من خلالها أيضا يعبرون عن آرائهم وانشغالاتهم.
- ولتحقيق هذه الأهداف تعتمد الدراسة المنهج الوصفي وذلك من خلال تجميع البيانات والمعلومات المتعلقة بكل من إدارة الصورة الذهنية وجودة الخدمة العمومية، وذلك بغرض وصفها وتحليلها وتفسيرها من أجل التوصل إلى التعميمات المناسبة من خلال تحليل العلاقة بين إدارة الصورة الذهنية وتحسين جودة الخدمة العمومية وتبيان أهميتها في تحقيق ذلك، مع اعتماد منهج دراسة الحالة من خلال عرض نتائج تحليل الموقع الالكتروني لوزارة العدل والتي تعكس سعيها إلى تحسين جودة خدماتها وتحسين صورتها لدى جمهورها .

المبحث الأول : الخدمة العمومية (تعريفها وأهميتها).

من بين المفاهيم الحديثة الرائجة في مجال التسيير الإداري في الوقت الراهن هو مفهوم الخدمة العمومية ، وذلك لأن قطاع الخدمات عرف عدة إصلاحات جديدة تسعى من خلالها المؤسسات إلى مواكبة التغيرات السريعة التي تعيشها المجتمعات اليوم، غير أن هذه الإصلاحات تواجه الكثير من التحديات، وذلك راجع للظروف الحضارية والثقافية والاجتماعية والسياسية الخاصة بكل مجتمع، فنوعية الخدمات في الدول المتقدمة تختلف عنها في الدول النامية.

وهو ما يفسر توجه الحكومات نحو إعداد برامج تهدف لترقية وتحسين جودة الخدمة العمومية وذلك لتعزيز علاقة المواطن بالمؤسسات والهيئات الإدارية والتي شهدت صورتها لدى الأفراد تراجعاً نتيجة بعض الظواهر التي ساهمت في ذلك كالبيروقراطية والرشوة والمحسوبية وغياب الشفافية وغيرها

إن مصطلح الخدمة يُشير في مضمونه إلى أنها منفعة يحققها الشخص سواء بمقابل كالخدمات التي تقدمها المؤسسات الخاصة أو دون مقابل كالخدمات التي تقدمها المؤسسات العمومية.

أما الخدمات العمومية فهي التي تستجيب لاحتياجات ورغبات المستفيدين منها و تصنف بأنها ذات الاستغلال الجماعي لا تقتصر على جنس معين أو عرق أو دين فهي حق لجميع المواطنين. كما أنها مستمرة باستمرار الحاجة لها وقد عرفت تطوراً في أشكال وأنماط تقديمها تبعاً للتطورات الحاصلة خاصة التكنولوجية، حيث أصبح من الممكن طلب بعض الخدمات عن بعد والحصول عليها عبر استخدام التطبيقات الجديدة المتاحة على شبكة الأنترنت. وهنا نجد أن الخدمة بشكل عام تُمثل في جوهرها جملة من مخرجات المؤسسة المعنية بتقديم الخدمة موجهة لتلبية تطلعات المستفيدين منها.

وبذلك فالخدمة العمومية: هي مجموعة الأنشطة التي تقوم بها المؤسسات العامة لتلبية حاجات عامة عجزت المؤسسات الخاصة عن تلبيتها أو التي تتفادى تأديتها لأنها لا تدر أرباحاً ، وتختلف الخدمة المقدمة من طرف المؤسسات العامة عن تلك التي تقدمها المؤسسات الخاصة سواء من حيث خصائصها أو أبعادها أو معايير جودتها.¹ غير أن توسع نطاق القطاع الخاص نتيجة الأزمات التي عرفها القطاع العام أجهت المؤسسات والإدارات العمومية إلى تبني مصطلح جديد سعيها منها إلى تحسين الخدمة العمومية وهو ما يعرف بالتسيير العمومي الحديث. ومن هنا نجد أن القطاع العام يسعى إلى ضمان الكفاءة والفعالية في الأداء من خلال تحسين جودة الخدمة العمومية وذلك باعتماد التكنولوجيات الحديثة وطرق التسيير التي تساهم في الحد من البيروقراطية وتعمل على تقليل العراقيل والمشاكل التي تحول دون حصول المواطن على خدمة ذات جودة عالية .

المبحث الثاني : الصورة الذهنية (مفهومها والعوامل المؤثرة في تشكيلها) .

يعتبر تكوين الصورة الذهنية جزءاً من الإدراك البشري ، فهي تتشكل وتتكون من خلال المعارف والمعلومات التي يتلقاها الأفراد والمتعلقة بالمؤسسة وسياساتها وبرامجها ، وخدماتها ومشاركتها في الحياة العامة ، كما تلعب المسؤولية الاجتماعية والبيئية حالياً دوراً هاماً في تكوين الانطباعات حول هذه المؤسسات باعتبارها تمثل جزءاً لا يتجزأ من المجتمع ، وهو ما يحتم عليها ضرورة تبني رؤية وفلسفة ثقافية واجتماعية تحترم عاداته وتقاليده وتساهم في تنميته وتطويره.

وبالتالي يمكن القول أن الصورة الذهنية هي: معرفة + ادراك.

تتعدد وتنوع أشكال وأنواع الصور الذهنية التي يحملها الأفراد حول المؤسسات ، وعليه يمكن القول أن برامج وأنشطة إدارة الصورة تتعامل غالباً مع ثلاثة أنماط من الصور وهي الصورة المقدمة أو المعطاة وهي التي تكونها المؤسسة حول نفسها من خلال ما تنشره وتبثه لجماهيرها عبر وسائل وأساليب الاتصال. وصورة محصلة أو واقعية أو فعلية وهي الصورة التي يحملها جمهور المؤسسة حولها ويمكن معرفتها من خلال بحوث الصورة الذهنية التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة لتحديد الصورة الحالية من أجل التخطيط لبرامجه إما بتعزيز هذه الصورة أو تحسينها.

وهو ما يمثل لنا ما يعرف بالصورة المرغوبة وهي التي يسعى جهاز العلاقات العامة إلى ترسيخها وتكوينها في أذهان جماهير المؤسسة. وذلك بالتركيز على اسم المؤسسات وتاريخها وإنجازاتها والترويج لشعارها ورؤيتها وهي من أهم عوامل تشكيل الصورة الذهنية.

إذ تتمثل العوامل المؤثرة في تشكيل وتكوين الصورة الذهنية للمؤسسة فيما يلي:

1. الرؤية Vision: هي حلم المنظمة في الشكل والمضمون الذي تريد أن تكون عليه في المستقبل².

2. الرسالة Mission:

تحدد الرسالة من خلال معرفة سبب انشاء المؤسسة ومجال نشاطها والأعمال المرتبطة بها. فالرسالة هي عبارة عن كلمات مختصرة؛ مختارة بدقة متناهية تُعبر عن مجال أعمال المؤسسة وتُلخص أهدافها. يجب أن تكون معلومة ومعروفة لدى الجميع.

عادة ما تتضمن عبارات تدل على قدرات المؤسسة والغايات التي تسعى إلى تحقيقها.

قدرات المؤسسة: التقنيات والمنتجات- التصميمات المبتكرة .

الغايات والأهداف التي تسعى المؤسسة لتحقيقها: اثراء حياة الناس- ازدهار المجتمع- بناء مستقبل جديد.

3. قيم المؤسسة Values:

هي الإطار المحدد لعلاقات العمل داخل المؤسسة وخارجها.

- تشير إلى مجموع المعتقدات والمعايير التي تختص بها المؤسسة والتي ترى أنها تضمن لها النجاح إذا ما تم الالتزام بها.
- أمثلة على بعض القيم: عدم التمييز بين الموظفين- الاحترام المتبادل- فتح قنوات المشاركة والحوار- الشفافية والمصادقية- التميز والابداع في الانجاز- الصدق في تنفيذ العقود مع المتعاملين- الجودة في تقديم الخدمات- المشاركة في الاستدامة- المسؤولية الاجتماعية والبيئية....
- 4. الهدف العام للمؤسسة: هو يمثل الهدف الجوهرى ويشير إلى السبب الأساسى من وجود المنظمة وهو ليس كما يعتقد البعض جمع المال، إذ أن الهدف يتمثل فيما تقدمه الشركات للناس لا ما تحصل عليه من مكاسب.³
- يشير الهدف العام إلى ما تقدمه المؤسسة للمجتمع من سلع وخدمات، أي النتيجة الرئيسية والنهائية لجميع مهامها وأنشطتها، هذا الهدف العام تندرج تحته مجموعة من الأهداف الاستراتيجية أو الرئيسية التي يساهم إنجازها في تحقيقه وهي تنبثق من الرؤية والرسالة والقيم.
- الهدف المحدد: إن تحقيق الهدف العام يقتضى تجزئته إلى مجموعة من الأهداف الاستراتيجية هذه الأخيرة تنقسم إلى أهداف فرعية.
- 5. تحديد مجالات العمل الرئيسية: ويقصد بها المحاور الكبرى التي تمثل الأهداف الاستراتيجية.
- مثلاً: تحقيق جودة المنتجات- كسب رضى أصحاب المصالح ذوي العلاقة بها- تطوير كفاءات موظفيها - اعتماد أحدث التقنيات في الانتاج- احترام المعايير البيئية
- 6. تحديد التأثيرات الداخلية و الخارجية:
- تعتمد المؤسسة لتحليل بيئتها على عدة أساليب ولكن من أكثر الطرق اعتماداً في تحليل البيئة هو التحليل الرباعي SWOT فهو يسمح لها بمعرفة نقاط القوة ونقاط الضعف من خلال تحليل البيئة الداخلية. ورصد الفرص المتاحة و التهديدات والمخاطر التي ستواجهها في بيئتها الخارجية. وهو ما يوفر لها كل المعلومات التي تحتاجها للتخطيط لسياساتها وبرامجها وأنشطتها.
- وبما أن إدارة الصورة الذهنية تمثل محور اهتمام المؤسسة فهي لا شك أنها ستوجه كل جهودها وأنشطتها لتحقيق الأهداف الاستراتيجية الخاصة بها،
- المبحث الثالث : أهمية إدارة الصورة الذهنية في تحسين الخدمة العمومية.**
- يمكن القول أن إدارة الصورة الذهنية تساهم في تفعيل جودة الخدمة العمومية من خلال ثلاثة مداخل وهي:
- المطلب الأول: الخدمة العمومية والاتصال.**

إن العلاقة بين الاتصال وتحسين الخدمة هي علاقة تأثيرية تأثرية، حيث يسهم الاتصال في تبادل ونشر المعلومات من المؤسسة إلى المستفيدين منها. لذا يتوجب على المؤسسات استخدام كافة الوسائل والأشكال والقنوات والأساليب الاتصالية في مزيج اتصالي متكامل لتحقيق أهدافها في الشرح والتفسير والإعلام والإقناع. لأنها تعتبر إحدى الدعائم الأساسية لبرامج وأنشطة أي جهاز أو منشأة لما تقدمه من أعمال تتنامى وتتسع طبقاً لحجم ومسؤوليات المنشأة ذاتها. لذا عليها الاهتمام باتصالاتها الداخلية والخارجية على حد سواء.

إن الاتصالات الداخلية تمثل جوهر مختلف الأنشطة الإدارية، لذا يجب أن توليها المؤسسات أهمية خاصة، لأن أداء المؤسسة مرهون بمدى معرفة ووعي العمال والموظفين بحجم مسؤولياتهم وأدوارهم وذلك بالعمل على تحفيزهم وتعزيز انتمائهم لضمأن ولأهمهم، وهذا يتوقف على اختيار المسارات الصحيحة للمعلومات حتى تضمن بذلك وصولها وفهمها من طرف مستقبلها.

كما يجب على المؤسسات أن تستجيب للاتصالات الخارجية المرتبطة بالأطراف ذوي العلاقة وذلك باختيار الأدوات الاتصالية المناسبة والتي يتم استخدامها وفق خطة واضحة ولأهداف محددة ، وكذلك تعمل على فتح الحوار المشترك مع كافة الفاعلين من خلال ندوات ومؤتمرات تسعى فيها إلى مناقشة القضايا المشتركة التي تمهمهم وإيجاد الحلول المشتركة لها. النشر عبر مواقعها الإلكترونية بتوفير كل المعلومات التي يمكن أن يحتاجها جمهورها الخارجي ، الاستعانة بوسائل الإعلام المختلفة لشرح سياساتها وتوجهاتها بكل مصداقية وشفافية ، وفتح دوائر النقاش مع الإعلام والإجابة على انشغالاتهم ، فكثيراً ما يشتكي الصحفيين من عزوف المسؤولين على التصريح بالأوضاع الحقيقية، خاصة القطاع العمومي.

المطلب الثاني : المسؤولية الاجتماعية والخدمة العمومية.

حيث تعرف المسؤولية الاجتماعية "بأنها تلك الأنشطة التي تقوم المنظمة بتنفيذها اختيارياً دون إلزام قانوني، والتي تعنى بالتزام المنظمة تجاه المجتمع... وتشمل كل الأنشطة ذات الطابع الاجتماعي بصرف النظر عما إذا كانت المنظمة ملزمة بها قانوناً أم لا⁴ ، أي هي التزام طوعي تقوم به المؤسسة لذا نجد أن الكثير من المؤسسات لا تهتم بها بشكل فعلي أو تكون مساهماتها الاجتماعية بشكل غير منتظم، بمعنى تمارسه كنشاط غير مخطط له لا يسعى لتحقيق أهداف مستقبلية.

وعليه فإن تحسين جودة الخدمة العمومية يتطلب أن تكون المؤسسات مسؤولة اجتماعياً أي تتحرى المؤسسة في هذه العملية الاتصالية كل معاني الصدق والشفافية في الطرح المرتبط بالقضايا البيئية المشتركة بينها وبين عملائها، "فالسلك الأخلاقي في الاتصال يتضمن تقديم معلومات ملائمة وحقيقية وغير مضللة لأي صاحب مصلحة، وعدم

تقديم معلومات كاذبة ومضللة تدفع بالآخرين باتخاذ قرارات خاطئة⁵. فما تتضمنه رسائلها الاتصالية من معلومات تعد عاملا مهما في توطيد علاقتها وتحسين صورتها وسمعتها لدى الأطراف ذوي العلاقة بها.

المطلب الثالث: تعزيز العلاقات الانسانية والخدمة العمومية .

لقد أقرت نظرية حركة العلاقة الإنسانية بأهمية تعزيز العلاقات بين الأفراد وتحقيق التفاعل الإنساني بينهم والذي يمثل رهانا حقيقيا يسهم في نجاح المؤسسة ويضمن بقائها واستمرارها . فهو يعمل على اشباع الحاجات وتلبية الرغبات وخلق التفاهم المشترك .

وفي هذا الصدد تؤدي العلاقات الإنسانية بين الموظفين دورا بالغ الأهمية في تحقيق الكفاءة والفعالية في الأداء وهو ما يعتمد على النمط القيادي المتبع الذي يسمح لهم بإبداء آرائهم ومقترحاتهم واشراكهم في عملية لتخاذ القرار ويشعرهم بالانتماء والرضى الوظيفي. وهو ما سينعكس في أداء مهامهم ويسمح لهم بتقديم الخدمات بصورة أفضل تقديرا وامتنانا لمؤسستهم التي يسعون إلى بناء وتكوين آراء ايجابية تجاهها لدى الجمهور الخارجي.

المبحث الرابع : الموقع الإلكتروني لوزارة العدل الجزائرية وأثره في إدارة صورتها الذهنية وتحسين

جودة خدماتها.

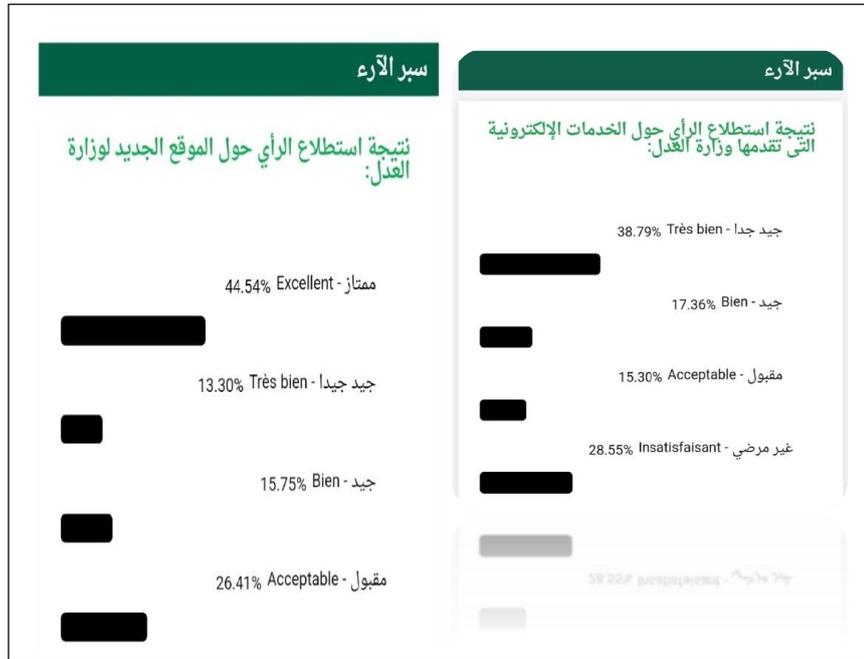
إن وزارة العدل من بين المؤسسات العمومية التي كانت رائدة في مجال رقمنة خدماتها وأنشطتها، وهذا ما يعكسه موقعها الإلكتروني الذي يحوي كافة المعلومات والبيانات التي يحتاجها المواطن الجزائري.

(<https://www.mjjustice.dz>)

فبمجرد الولوج للموقع نجد استطلاع رأي حول الخدمات الإلكترونية التي تقدمها الوزارة.

المصدر : (الموقع الرسمي لوزارة العدل الجزائرية)

كما تقوم الوزارة بنشر نتائج الاستطلاع سواء حول موقعها الجديد أو حول خدماتها الإلكترونية . وهذا لمعرفة اتجاهات جماهيرها حول أنشطتها وهو ما يمكن من معرفة الصورة الذهنية التي يتعاملون بها وفقا لنسب الاستطلاع.



المصدر: (الموقع الرسمي لوزارة العدل الجزائرية)

هذا وتضع الوزارة استمارتين "اقتراح" - "انشغالاتك" تحت تصرف المواطنين من أجل طرح انشغالاتهم وآرائهم وذلك سعياً منها إلى الاهتمام بتطلعات وآراء جماهيرها وهو ما يعمل على تحسين صورتها، كما ينم عن اهتمامها لتطوير وتحسين جودة خدماتها من خلال معرفة ما اتجاهاات الجماهير تجاه المؤسسة.

انشغالات المواطنين

≡ استمارة "إنشغالاتك":

تسعى "خلية معالجة انشغالات المواطنين" على مستوى وزارة العدل دائماً إلى التكفل بانطباعاتكم وتطلعاتكم وانشغالاتكم بخصوص مختلف خدمات مرفق العدالة.

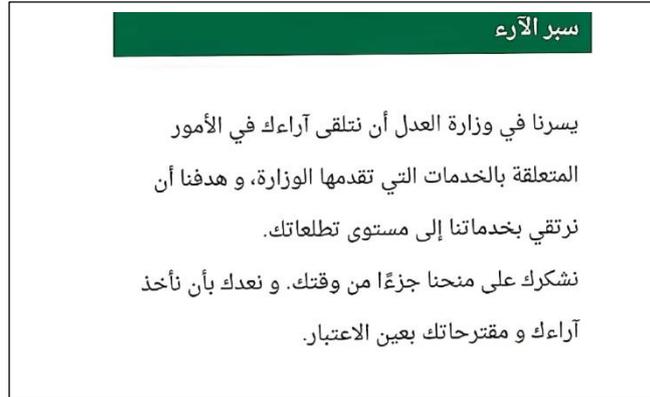
أقتراحاتكم ومساهماتكم لتحسين أداء مرفق العدالة

≡ استمارة "أقتراح":

يسعدنا تلقي اقتراحاتكم ومساهماتكم بخصوص تحسين نوعية خدمات مرفق العدالة.

المصدر: (الموقع الرسمي لوزارة العدل الجزائرية)

وهو ما يجسد عمل وزارة العدل على إيجاد نسيج اتصالي محكم يربطها بعملائها ويسهم في تحقيق نجاحها وتحسين جودة خدماتها وهو ما تعبر عنه من خلال منشورها في فضاء سبر الآراء.



المصدر: (الموقع الرسمي لوزارة العدل الجزائرية)

خاتمة.

غني عن البيان أن التميز في الأداء المؤسسي للقطاع العام . يقتضي التواصل الجيد مع أصحاب المصلحة ذوي العلاقة مع المؤسسة، بهدف خلق التفاهم المشترك والمنفعة المتبادلة وتحقيق التوازن بين مصالح المؤسسة وبين حاجات ورغبات جماهيرها.

ومنه يجب على مسيري المؤسسات رسم وتكوين صورة ايجابية تسهم في تفعيل وترقية جودة الخدمات التي تقدمها وذلك من خلال ما يلي :

- التخطيط الجيد للاتصالات بما يضمن سلاسة وسهولة وصول المعلومات للجماهير، وهذا يتوقف على مدى الاختيار الصائب لقنوات الاتصال التي تسهم في نجاح أنشطتها ؛ ومنه تمكنها من تحقيق أهدافها بفعالية.
- كما تمكن الاتصالات عبر الوسائط الالكترونية من تحديد الأهداف التي تسعى المؤسسة إلى بلوغها وتكشف عن المشكلات والتحديات التي قد تعيق تحقيقها. وتعد أيضا داعما أساسيا لضمان كفاءة وفعالية أدائها.
- تعزيز المؤسسة لصورتها من خلال، تحمل مسؤوليتها الاجتماعية ونشر المعلومات اللازمة لضمان مصداقيتها والافصاح عن مؤشرات الأداء والمراقبة التي تنتهجها لتقييم أدائها.
- تفعيل العلاقات الإنسانية مع جماهيرها وذلك من خلال اتباع قيادة رشيدة تعمل على بناء الوعي وفتح قنوات الاتصال وهو ما يعد مناخا يضمن تحقيق الجودة في الخدمات.

الهوامش:

1. وفاء راييس (2019)، نظام التسيير بالأهداف في المؤسسات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان الأردن، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ص71.
 2. محمد الجيزاوي(2018)، الإدارة الاستراتيجية والأعمال الإلكترونية (اشكاليات النظرية والتطبيق)، ط01، لندن، E- Kutub Ltd للنشر.
 3. محمد مفضي الكساسية، عيبر حمود الفاعوري(2009)، قضايا معاصرة في الإدارة: بناء قدرات حاسمة لنجاح الأعمال، عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، ص26.
 4. سيد محمد جاد الرب(2005)، السلوك التنظيمي : موضوعات وتراجم، بحوث إدارية متقدمة، السويس، مصر، مطبعة العشرى، ص87.
 5. غازي فرحان أبو زيتون(2015)، اتصالات الأعمال: مفاهيم ومهارات الاتصال الشفوي والكتابي، ط01، عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع، ص61.
- قائمة المراجع:**
1. سيد محمد جاد الرب(2005)، السلوك التنظيمي : موضوعات وتراجم، بحوث إدارية متقدمة، السويس، مصر، مطبعة العشرى.
 2. غازي فرحان أبو زيتون(2015)، اتصالات الأعمال: مفاهيم ومهارات الاتصال الشفوي والكتابي، ط01، عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع.
 3. محمد الجيزاوي(2018)، الإدارة الاستراتيجية والأعمال الإلكترونية (اشكاليات النظرية والتطبيق)، ط01، لندن، E- Kutub Ltd للنشر.
 4. محمد مفضي الكساسية، عيبر حمود الفاعوري(2009)، قضايا معاصرة في الإدارة: بناء قدرات حاسمة لنجاح الأعمال، عمان، الأردن، دار الحامد للنشر والتوزيع.
 5. وفاء راييس (2019)، نظام التسيير بالأهداف في المؤسسات العامة بين النظرية والتطبيق، عمان الأردن، اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.