



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة
معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم علوم التسيير



المرجع :/2022

الميدان: العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية
فرع: علوم التسيير
التخصص: إدارة أعمال

مذكرة بعنوان:

تكنولوجيا الإعلام والاتصال ودورها في ترقية السلوك الابتكاري للمؤسسات الاقتصادية دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم التسيير
تخصص " إدارة أعمال "

إشراف:
أ. فرحات هولي

إعداد الطلبة:
- آية زيتوش
- إيمان معكوف

لجنة المناقشة

الصفة	الجامعة	اسم ولقب الأستاذ
رئيسا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	د. بوركوة عبد المالك
مشرفا ومقررا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	أ. فرحات هولي
مناقشا	المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة	د. بوجنانة فؤاد

السنة الجامعية 2021/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

إهداء

احمد الله عز وجل على منه و عونه لإتمام هذا البحث

الى التي صبرت على كل شيء الى من كانت تدفعني نحو الامام لنيل المبتغى،
وكانت سندي في الشدائد ، نبع الحنان امي اعز ملاك على القلب و العين.

الى اخوتي، اخواتي وزوجي الذين تقاسموا معي عبء الحياة.

اليهم أهدي هذا العمل المتواضع.

كما اهدي ثمرة جهدي لأستاذي الكريم الاستاذ الدكتور "هولي فرحات" الذي
كلما تظلمت الطريق امامي لجات اليه فأنارها لي و كلما سألت عن معرفة
زودني بها.

الشكر و التقدير

الحمد لله رب العالمين ، على فضله واحسانه ، والصلاة و السلام على اشرف الانبياء و المرسلين نبينا محمد و على آله وصحبه أجمعين أما بعد:

يطيب لي في هذا المقام رد الفضل لأهله، بان اتقدم بجزيل الشكر و التقدير الى الاستاذ الدكتور "هولي فرحات" لتفضله وتكرمه بالإشراف على هذه المذكرة، و على صبره و حرصه الشديد على بذل الجهد في مراجعة مادة هذا البحث.

كما نتقدم بالشكر الجزيل لأعضاء لجنة المناقشة على موافقتهم مناقشة هذا البحث وتقييمه.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوعات
	الشكر
III-1	فهرس المحتويات
IV	فهرس الأشكال و الجداول
ب	مقدمة
24-1	الفصل الأول : الإطار النظري لمتغيرات الدراسة
2	المبحث الأول : تكنولوجيا الإعلام و الاتصال
2	المطلب الأول : مدخل نظري لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال
3	المطلب الثاني : أهمية تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و استعمالاتها في المؤسسة
4	المطلب الثالث : خصائص و مميزات تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و تأثيراتها
19-7	المبحث الثاني : البنية التحتية لتكنولوجيا الإعلام و الاتصال
7	المطلب الأول : الحاسب الآلي
8	المطلب الثاني : قواعد البيانات
9	المطلب الثالث : شبكات الاتصال
23-20	المبحث الثالث : الابتكار في المؤسسة
20	المطلب الأول : ماهية الابتكار
21	المطلب الثاني : أنواع الابتكار و العوامل المؤثرة فيه
22	المطلب الثالث : تكنولوجيا الإعلام و الاتصال كعامل أساسي لتطوير الابتكار
24	خلاصة الفصل
49-26	الفصل الثاني : دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية
32-27	المبحث الأول : الطريقة و الإجراءات
27	المطلب الأول : أدوات و مصادر جمع المعلومات
29	المطلب الثاني : منهج الدراسة و أساليب التحليل
31	المطلب الثالث : اختبار صدق أداة الدراسة و ثباتها
36-33	المبحث الثاني : دراسة تحليلية للاستبيان
33	المطلب الأول : التحليل الإحصائي لخصائص العينة
48-37	المبحث الثالث : تحليل النتائج و اختبار الفرضيات

فهرس المحتويات

37	المطلب الأول : تحليل أبعاد تكنولوجيا المعلومات و أبعاد الابتكار
44	المطلب الثاني : اختبار الفرضيات
47	المطلب الثالث : مناقشة نتائج الدراسة
49	خلاصة الفصل
53-51	خاتمة
56-55	قائمة المراجع
73-58	الملاحق

قائمة الأشكال والجداول

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
32	ألفا كرونباخ للمتغيرين التابع و المستقل	1_2
33	التكرارات و النسب المئوية لمتغير الجنس	2_2
34	التكرارات و النسب المئوية لمتغير العمر	3_2
35	التكرارات و النسب المئوية لمتغير المستوى التعليمي	4_2
35	التكرارات و النسب المئوية لمتغير سنوات الخبرة في المؤسسة	5_2
37	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية واختبار T لبعد توفر وسائل التكنولوجيا	6_2
38	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعرفية و اختبار T لإجابات العينة حول بعد استخدام وسائل التكنولوجيا	7_2
40	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية واختبار T لبعد نظام المعلومات في المؤسسة	8_2
41	المتوسطات الحسابية و الانحرافات المعيارية واختبار T لبعد الابتكار	9_2
44	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الأولى	10_2
45	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية	11_2
46	نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة	12_2
46	نتائج اختبار الفرضية الرئيسية	13_2

قائمة الأشكال

قائمة الأشكال

الرقم	العنوان	الصفحة
01	تحديد مغيرات الدراسة	30

مقدمة

المقدمة العامة

مقدمة:

لقد شهدت الآونة الأخيرة تطورات سريعة وغير مسبوقه في كافة مناحي الحياة ابرزت هذه التطورات والتي ميزت وقتنا الحالي، هي الديناميكية التي عرفها المجال التكنولوجي خاصة تلك المتعلقة بمعالجة المعلومات وبنها أو بما اصبح يعرف بتكنولوجيا المعلومات والاتصال، والاعتماد المتزايد والمكثف نحو استعمالها وتوظيفها بقوة في كل الانشطة البشرية والتي من المتوقع ان تفرض سيطرتها لعقود لاحقة.

تلعب تكنولوجيا الاعلام والاتصال دورا مهما في حياة الافراد والمجتمعات لما شهدته من تطورات كبيرة وسريعة، الامر الذي سمح لها بالدخول ضمن البني التحتية للعديد من المؤسسات لا سيما منها المؤسسات ذات الطابع الاقتصادي التي باتت تكنولوجيا الاعلام والاتصال من اولويات هذه المؤسسات في تسيير كافة شؤونها الداخلية والخارجية. ولذلك فان تكييف الافراد مع مثل هذه التكنولوجيات هو امر ضروري من اجل تحقيق سهولة التعامل وقد كانت الدول المتقدمة السباقة لتعامل مع مثل هذه التكنولوجيات واستخدمتها ضمن استراتيجيات العمل داخل المؤسسات، كما ان المؤسسة الجزائرية ادخلت هذه التكنولوجيا الى نشاطاتها.

ويعتبر الابتكار اداة اساسية لتطوير المؤسسات وبقائها، وايمانها بأهمية تأصيل التوجه الابتكاري في جهود الاصلاح والتطوير الاداري والانتاجي الهادف الى تحسين كفاءة وفعالية المؤسسات.

فالابتكار هو وسيلة لإيجاد حلول جديدة للتحديات التي تواجهها المؤسسات، وهو ايضا القدرة على ايجاد افكار جديدة قابلة للتطبيق، وبالتالي فان استخدام تكنولوجيا المعلومات يمكن ان تلعب دورا مهما في ابراز الملكيات الابتكارية لدى الافراد وتعمل على تعزيزها.

على اعتبار ان هذه التكنولوجيا ستوفر لهؤلاء الافراد كل ما يحتاجونه من الوسائل، والادوات والامكانات اللازمة لتجربة وتطبيق افكارهم على ارض الواقع.

من خلال هذا يبرز مدى اهمية تقييم الوضعية الراهنة لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على مستوى المؤسسات في مجال الابتكار وهذا في ظل عولمة التكنولوجيا.

وعلى ضوء هذا سوف نقوم بطرح التساؤل الرئيسي كالتالي:

- ما هو واقع تكنولوجيا الاعلام والاتصال على السلوك الابتكاري في المؤسسة؟

ولمعالجة هذه الاشكالية والعمل على الاحاطة بالجوانب التي تشكل محاور هذا الموضوع عملنا على تحليلها من خلال الاسئلة الفرعية التالية:

✓ ماذا نقصد بتكنولوجيا الاعلام والاتصال واين تكمن اهميتها واستعمالاتها في المؤسسة؟

المقدمة العامة

- ✓ فيما تكمن البنية التحتية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال؟
- ✓ ما مفهوم الابتكار وماهي العوامل المؤثرة فيه؟

للإجابة على هذه الاشكالية سوف نقوم بدراسة تحليلية لوضعية تكنولوجيا المعلومات والاتصال ومدى تبنيتها في المؤسسات، واثرها على السلوك الابتكاري وذلك بعد التعرض لمختلف هذه التكنولوجيات .

أولاً: الفرضيات:

للإجابة على هذه التساؤلات قمنا بصياغة عدة فرضيات وسنحاول الاجابة عليها والتأكد من صحتها ضمن هذه الدراسة، وهي :

- ✓ وجود علاقة بين تكنولوجيا الاعلام والاتصال والابتكار؛
- ✓ توجد علاقة بين توفر وسائل التكنولوجيا والابتكار؛
- ✓ توجد علاقة بين استخدام وسائل التكنولوجيا والابتكار؛
- ✓ توجد علاقة بين نظام المعلومات في المؤسسة والابتكار.

ثانياً: اسباب اختيار الموضوع :

هناك عدة اعتبارات دفعتنا الى اختيار هذا البحث ويمكن تقسيمها الى :

- اعتبارات موضوعية: ان اختيارنا لموضوع واقع تكنولوجيا الاعلام والاتصال على السلوك الابتكاري في المؤسسة، وذلك نظرا لأهميته في الوقت الراهن خصوصا وان محيط المؤسسات يشهد تحولات جد قوية وسريعة، فان الموضوع الذي نحن بصدد دراسته يمكن ان يكون اداة مساعدة لإظهار مدى الترابط بين التكنولوجيا والابتكار.

- اعتبارات ذاتية : الرغبة الشخصية في معالجة موضوع يمس مجال تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسات وذلك بسبب التطورات الحاصلة والتي نشهدها باستمرار، بالإضافة الى القناعة الشخصية بأهمية الابتكار في القيام بالأعمال وخاصة الادارية منها.

ثالثاً : أهمية الدراسة

تتجلى أهمية الدراسة من خلال الوضعية التي يعيش فيها العالم والتي تتميز بالتغيرات المتعاقبة والمتسارعة، واهمية تكنولوجيا الاعلام والاتصال ومدى استخدامها من قبل المؤسسات، وذلك من خلال تزويد صناع القرار بمعلومات دقيقة وادوات مناسبة لتحليل البيانات، والاستفادة منها في مجال الابتكار .

المقدمة العامة

رابعاً: اهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى لقاء الضوء على الدور الذي تلعبه تكنولوجيا الاعلام والاتصال ومدى مساهمتها وتأثيرها على السلوك الابتكاري من خلال :

- ✓ ابراز اهمية تكنولوجيا الاعلام والاتصال على السلوك الابتكاري .
- ✓ التعريف بطبيعة العلاقة بين تكنولوجيا الاعلام والاتصال والسلوك الابتكاري.
- ✓ التوعية بأهمية الموضوع وضرورة تكثيف الجهود البحثية فيه.
- ✓ النطقن الى مدى اهمية استعمال التكنولوجيا في المؤسسات.

خامساً: المنهج المتبع:

قصد الاجابة على الاشكالية المطروحة في هذه الدراسة، وكذا اختبار فرضياتها المتبناة تم اختيار المنهج الوصفي التحليلي، في الفصل الاول، كما استخدمنا اسلوب دراسة حالة في شقه التطبيقي.

سادساً: هيكل الدراسة:

قمنا بتقسيم هذا البحث الى فصلين: حيث تناولنا في الفصل الاول الجانب النظري وفي الفصل الثاني الجانب التطبيقي.

فيما يخص الجانب النظري قسم كالتالي:

- المبحث الاول: والذي عنون بتكنولوجيا الاعلام والاتصال وقسم الى ثلاث مطالب تطرقنا في المطلب الاول الى مدخل نظري لتكنولوجيا الاعلام والاتصال، والمطلب الثاني تناولنا فيه اهمية تكنولوجيا الاعلام والاتصال واستعمالاتها في المؤسسة، اما المطلب الثالث خصائص تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتأثيرها.

- أما المبحث الثاني: فكان موضوعه البنية التحتية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال وقسم ايضا الى ثلاث مطالب، المطلب الاول تعرفنا فيه على الحاسب الالي، والمطلب الثاني قمنا فيه بدراسة قواعد البيانات، اما المطلب الثالث كان حول شبكات الاتصال.

- المبحث الثالث: عنوانه الابتكار في المؤسسة وقسم الى ثلاث مطالب، المطلب الاول تعرفنا فيه على الابتكار، والمطلب الثاني قمنا بدراسة انواع الابتكار والعوامل المؤثرة فيه، اما المطلب الثالث كان حول تكنولوجيا الاعلام والاتصال كعامل اساسي لتطوير الابتكار.

- فيما تم تخصيص الفصل الثاني لدراسة حالة عينة من المؤسسات الاقتصادية حيث كان المبحث الاول للتعرف على الطريقة والاجراءات، المبحث الثاني دراسة تحليلية للاستبيان، اما المبحث الثالث لتحليل النتائج واختبار الفرضيات.

الفصل الأول: الإطار النظري لتكنولوجيا الاعلام والاتصال والابتكار

تمهيد:

في ظل التغيرات العالمية الجديدة، التي افرزتها المعطيات الاقتصادية والثورة المعلوماتية والتكنولوجية، اصبح الابداع الاداري والابتكار والتنوع سمة اساسية من سمات المنظمات المعاصرة، كما ان تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال وازدياد المعرفة وانتقال الاقتصاد من النمط التقليدي الى اقتصاد رقمي قائم على المعرفة مما ساهم في ازدياد دور الافكار الابداعية ولقد استفادت منظمات الاعمال المعاصرة كثيرا من تكنولوجيا المعلومات والاتصال والياتها في تحسين ادائها ونتاجيتها . مما جعلها تنتهج عدة اساليب واستراتيجيات للابتكار والابداع وبغية الاحاطة التامة بالموضوع قمنا بتقسيم البحث الى ثلاثة مباحث:

- المبحث الاول: تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

- المبحث الثاني: البنية التحتية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

- المبحث الثالث: الابتكار في المؤسسة.

المبحث الاول: تكنولوجيا الاعلام والاتصال.

المطلب الاول: مدخل نظري لتكنولوجيا الاعلام والاتصال.

إن التكنولوجيا الحديثة للمعلومات والاتصال هي تلك التكنولوجيا التي تستفيد من الابتكارات في ميدان العلم والتقنية ، لهذا فان التطور من الهاتف كرمز لوظيفة التأطير الى الانترنت، مروراً بالحاسوب الشخصي يعبر عن نمو السوق وانخفاض تكاليف الشراء والاستخدام . فالعالم المرجعي للتكنولوجيا في ميدان المعلومات والاتصال هو عالم البيانات والمعطيات التي يمكن الاطلاع عليها اليا. وهي عبارة عن كل التكنولوجيا المتطورة التي تستخدم في تحويل البيانات بمختلف اشكالها الى معلومات بمختلف انواعها والتي تستخدم من قبل المستفيدين منها في كافة المجالات .وهي كافة العناصر اجهزة ، معدات ، حواسيب ، برامج اساسية ، نظم افراد ، تنظيم وكذا المناخ العام للمجتمع الذي يتعامل معها.

والصفة الرقمية للمعلومة هي التي تصنعها في اطار التكنولوجيا الحديثة ،وهذه المعلومة يمكن ان تخزن، تعالج ترسل وتستعاد من طرف اجهزة معلوماتية اخرى من اجل اعادة استعمالها عند الحاجة وتوزيعها على اشكال مختلفة ولمجموعة من الاشخاص دفعة واحدة والقدرة على ارسال والبت عن بعد تعتبر من بين الصفات الاكثر تميزا في تكنولوجيا المعلومات والاتصال، وتشمل الانترنت وانواع اخرى من الشبكات مثل الانترنت .

و يعرف البنك الدولي تكنولوجيا المعلومات والاتصال بانها: مجموعة من الانشطة تسهل، بالوسائل الالكترونية، تجهيز المعلومات وارسالها وعرضها . فهي تحسن الاتصال وتعزز تبادل المعلومات وتراكم المعرفة وبذلك تصبح اساسية في تنظيم اساليب العمل واعادة هيكلتها . كما يمكن تعريفها بانها تلك الادوات التي تستخدم لبناء نظم المعلومات التي تساعد الادارة على استخدام المعلومات التي تدعم احتياجاتها في اتخاذ القرارات للقيام بمختلف العمليات التشغيلية في المؤسسة.(صدقاوي صورية، 2015/2014، ص 13 14)

المطلب الثاني: اهمية تكنولوجيا الاعلام والاتصال واستعمالاتها في المؤسسة .

تعتبر تكنولوجيا المعلومات والاتصال عاملا اساسيا في نجاح وفشل اي مؤسسة وتتبع هذه الاهمية من كون المعلومات تستخدم كأداة من اجل تنسيق ودعم العملية الادارية واتخاذ القرارات من جانب، وكأداة اتصال داخل المؤسسة ومع البيئة المحيطة بها من جانب اخر .حيث ان استخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال يسمح للمؤسسة بالاستفادة من جميع الموارد المتاحة لديها بكفاءة وفعالية، اضافة الى تعديل وضبط عملياتها الداخلية وفقا لظروف السوق .

و تستخدم المؤسسة اليوم تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة للمعلومات والاتصال كعصب اساسي في عملياتها المختلفة، بشكل اعطى لها بعدا ومفهوما جديدا في قوة اتخاذ القرار، عن طريق البيانات والاحصائيات التي تعالج المعلومات بدقة وسرعة، لتحقيق مرونة اتخاذ القرار الناتجة عن توفر هذه التقنيات الفعالة. و يمكننا ان نلخص اهمية تكنولوجيا الاعلام والاتصال بالنسبة للمؤسسة في النقاط التالية:

- **التأثير على الانتاجية:** اكدت العديد من الدراسات ان تكنولوجيا الاعلام والاتصال تؤثر تأثيرا اساسيا في نمو المؤسسة، خاصة عندما يكون ادماج هذه التكنولوجيا مصاحبا بتغيرات تنظيمية وادارية . كما ان الاستثمار في المعلوماتية دون ان يرافقه اعادة توزيع وتحسين في الادارة والتنظيم لن يؤدي الى زيادة محسوسة في الانتاج وبالتالي فان الاستفادة القصوى من تكنولوجيا المعلومات تتحقق فقط عندما يرافقه استثمار في استراتيجيات جديدة.

- **التأثير على القوى العاملة:** لتكنولوجيا المعلومات والاتصال تأثير اخر هو ادخال متطلبات جديدة بخصوص القوى العاملة ومن هذه التغيرات: ارتفاع في نسبة الاجور، اضافة الى ان ادخال تكنولوجيا المعلومات في القطاعات الاخرى يجعل هذه القطاعات بحاجة الى عمالة اعلى خبرة وتأهيلا، كما نحتاج الى تدريب مستمر لهذه القوى العاملة يتناسب مع تطور التجهيزات والبرمجيات.

- **التأثير على المنتج:** ادت التغيرات السريعة في تكنولوجيا الاعلام والاتصال والاستخدامات المتعددة له في خطوط الانتاج الى التوجه نحو استخدام وحدات انتاج اصغر واكثر مرونة. (صدقاوي صورية، 2015/2014، ص 13 14)

المطلب الثالث: خصائص ومميزات تكنولوجيا الاعلام والاتصال وتأثيرها على المؤسسة

اولا: خصائص ومميزات تكنولوجيا الاعلام والاتصال:

التفاعلية: وهي القدرة على تبادل الادوار بين مرسل الرسائل ومستقبلها فالمرسل هو ناقل للرسالة ومتلقي في ان واحد وكذلك الامر بالنسبة للمستقبل، اي ان المستقبل يتحول الى متلقي بل الى متفاعل ايجابي في العمليات الاتصالية.

- **التنوع:** فمع تطور تكنولوجيات ووسائل الاتصال ادى ذلك الى التنوع من ناحيتين، الاولى متعلقة بالتنوع في اشكال الاتصال المتاحة من خلال وسيلة رقمية واحدة وهي الحاسوب والذي يستخدم غالبا بربطه مع شبكة الانترنت، والثانية تتعلق بتنوع المحتوى الذي يختاره على شبكة الانترنت ومواقعها المنتشرة بكثرة وذلك سواء في وظائف هذا المحتوى او مجالاته او المواقع الجغرافية للنشر او الوسائل المتعددة التي يتم ترميز المحتوى الاتصالي من خلالها.

- **الافئاع:** مقارنة بوسائل الاتصال التقليدية تعتبر خاصية الافئاع من اهم ما يميز وسائل الاتصال الجديدة، وذلك لأنها تتيح فرصة مشاركة الافكار واعطاء المشورة وتبادل النصائح بين المستخدمين بطرق تتجاوز الحدود الجغرافية والرقابة الامنية.
- **سهولة الوصول الى الشبكات:** وهذا لكونها متاحة للجميع ومجانية الرسوم والانضمام والاكساب والترخيص وسهلة الاستخدام، فهي تحتاج لجهد بسيط ومعرفة سطحية لاملاكها واستخدامها .
- **اللاجماهيرية:** ما يأخذ على وسائل الاتصال الحديثة تحولها من توزيع رسائل جماهيرية الى الميل الى تحديد هذه الرسائل وتصنيفها لتلائم جماعات نوعية اكثر تخصص.
- **كسر الحواجز:** لقد استطاعت تكنولوجيا الاعلام والاتصال بفضل التكنولوجيا والاساليب المتطورة التي تعتمد عليها كسر الحواجز التي تعيق ارسال الرسائل الدعائية والتسويقية واستقبالها.
- **الفورية:** فقد تمكنت تكنولوجيا الاعلام والاتصال من الغاء الحواجز الزمنية واختصار الحواجز المكانية، فصار الاتصال بها وعبرها يتم بشكل فوري غير مكترث بصعوبات وعوائق الوقت والمسافات.
- **الاحتكارية:** فصناعة هذه التكنولوجيات الحديثة والوسائط تتركز في مجموعة من الدول الصناعية الكبرى دون غيرها وتملكها بعض الشركات والمنظمات والمؤسسات العالمية وما يؤثر على عملية نقلها وتسويقها ومن ثم اكتسابها واستخدامها .
- **الاقتصادية:** فتكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة تساهم في الكثير من الاحيان من النشاطات وباقتصاد في التكلفة والجهد والزمن لهذا صارت من اهم الوسائل المستخدمة في المؤسسة المختلفة وذلك لنشاطات مختلفة كالالاتصال والعلاقات العامة والتسويق والاشهار . (ديدوش الهاشمي، 2017/2016، ص 74.79)

ثانيا: تأثيرها على المؤسسة الاقتصادية.

- **الهيكل التنظيمية:** تشير بعض الدراسات ان هناك تأثيرا واضحا لاستخدام تكنولوجيا الاعلام والاتصال الحديثة على الهيكل التنظيمية .
- **تغيرات في تنقلية العمل:** اذ ادت تكنولوجيا الاتصال الحديثة الى تغيرات جذرية في مفهوم تنقلية العمل، فلم يعد مفهوم التنقلية مرتبط بالتنقلية الجغرافية، بل اصبح هناك تنقلية مجازية للعمل على الصعيد العالمي من خلال فضاء الاتصال الالكتروني، وبالتالي لم يعد المقع الجغرافي سجنا للمواهب والقدرات التي تستطيع المساهمة في التقسيم الدولي للعمل.
- **تغيرات في التركيب المهني لقوة العمل .**

- تغيير نمط العلاقة بين العامل ورب العمل: مما اثر في اسلوب اداء سوق العمل، حيث اصبح هناك مزيد من الاعتماد على العمالة التي تعمل في منازلها لحساب المؤسسات الصناعية والخدمية الحديثة .

- عملية اتخاذ القرار: تبين القرارات الادارية قدرة المؤسسة الاقتصادية في تسيير شؤونها ومستقبلها، وقد عرفت عملية اتخاذ القرار بانها: عملية الاختيار الامثل بين بدائل متاحة لحل مشكلة ما، او لتحقيق هدف معين، وتحتاج عملية اتخاذ القرارات الى عنصر مهم وهو المعلومات الصحيحة والتي توفرها تكنولوجيا الاتصال الحديثة بشكل هائل خاصة ما تلعبه شبكة الانترنت في توفير المعلومات نتيجة انفتاحها على العديد من الافراد والمؤسسات. (ديدوش الهاشمي، 2016/2017، ص74_79)

المبحث الثاني: البنية التحتية لتكنولوجيا الاعلام والاتصال .

المطلب الاول: الحاسب الالي:

أولاً: تعريفه: يعرف الحاسوب بانه وسيلة لتجهيز البيانات بمعنى انه يستلم البيانات كمدخلات ويجهزها في صورة معلومات كمخرجات، اي انه مصمم على اساس احتواء قدر كبير من البيانات الداخلة وتخزينها، ثم انجاز العمليات الحسابية واجراء المقارنات المنطقية المتعلقة بها، واخيرا الامداد بالمعلومات المطلوبة وذلك كله بمعدل سرعة كبيرة.

ثانياً: أنواع الحاسب الالي: توجد عدة تقسيمات للحاسبات الالكترونية، فالبعض يقسمها حسب طريقة التشغيل الداخلي الى:

- حاسبات رقمية: اي ان البيانات تخزن في ذاكرتها في شكل ارقام واذا طلب منه استرجاعها فانه سيعيدها في الشكل المقروء وليس كما هو مسجل في ذاكرته، وهذا النوع الاكثر استخداما حالياً.
- حاسبات تناظرية: قياسية كعداد السرعة والحرارة فلا يقوم بمهمة التخزين.
- الحاسب المختلط: وهو يجمع بين الرقمي والقياسي ويجمع بين خاصية التخزين والقياس.

ثالثاً: استخدام الحاسب الالي في اتصال المؤسسة:

تتنوع وتختلف استخدامات الحاسب الالي من فرد الى اخر، وهذا راجع الى اشباكات واحتياجات كل فرد، وهذا الاختلاف ناتج عن اختلاف مجال العمل او الدراسة او البحث العملي ومن بين الاستخدامات نجد: معالجة الكلمات، النشر المكتبي، تصميم الرسوم، الاتصال المباشر بشبكات المعلومات... الخ.

- معالجة الكلمات: تتيح معالجة الكلمات طباعة اكثر تقدماً وسرعة.
- النشر المكتبي: تستخدم اجهزة الحاسوب في انتاج صفحات كاملة من الصحف مزودة بالعناوين والنصوص والرسوم.
- تصميم الرسوم: غيرت الحاسبات الالكترونية من طريقة اداء الناس للرسوم التقنية .
- الاتصال المباشر بشبكات المعلومات: يتيح هذا الاتصال توفير خدمات عديدة من المعلومات مثل الاخبار الطقس، خدمات السياحة، السفر وممارسة الاعمال المصرفية... الخ. (وهيبة فلاق، 2014،

ص61-63)

المطلب الثاني: قواعد البيانات

تعريفها: هي مجموعة من البرامج الجاهزة التي تساعد على تنظيم البيانات بطريقة تسمح بالوصول اليها بسرعة وسهولة وتعديلها واسترجاعها بطرق شتى وهي المسؤولة ايضا عن تنفيذ جميع الوظائف المطلوبة من قاعدة البيانات.

وظائف نظم قواعد البيانات:

- إضافة معلومة أو بيان جديد الى الملف؛
- حذف البيانات القديمة والتي لم تعد هناك حاجة اليها؛
- تغيير بيانات موجودة تبعا لمعلومات استحدثت؛
- البحث والاستعلام عن معلومة او معلومات محددة؛
- ترتيب وتنظيم البيانات داخل الملفات؛
- عرض البيانات في شكل تقارير او نماذج منظمة.

مزبا قواعد البيانات:

- * زيادة انتاجية المستخدمين؛
 - * زيادة امن المعلومات؛
 - * زيادة سرعة الاسترجاع؛
 - * مراقبة قاعدة البيانات.
- **زيادة انتاجية المستخدمين:** تتميز نظم ادارة قواعد البيانات بسهولة الاستخدام، وبالتالي يستطيع المستخدمون الحصول على المعلومات التي يحتاجونها بدون تكبد عناء التفاصيل الفنية.
- **زيادة امن المعلومات:** على الرغم من ان اقسام مختلفة قد تشارك البيانات معا، فانه يمكن تقييد الوصول لمعلومات معينة لمجموعة مختارة من المستخدمين .
- **زيادة سرعة الاسترجاع:** حيث يتم تخزين جميع البيانات بكافة الانشطة لجهة ما بطريقة متكاملة ودقيقة، وتصنيف وتنظيم هذه البيانات بحيث يمكن استرجاعها في المستقبل.
- **مراقبة قاعدة البيانات:** من اهم مميزات قواعد البيانات متابعة التغيرات التي تحدث في البيانات المخزنة، وادخال التعديلات اللازمة عليها حتى تكون دائما في الصورة الملائمة لاستخدامها فور طلبها. (<http://www.mdrscenter.com>، 2022/4/23)

المطلب الثالث: شبكات الاتصال

المتتبع لحال التكنولوجيا الحديثة في الوقت الراهن يلاحظ تداخل وتزواج كل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال مع مختلف الشبكات الاتصالية وكذا برامج المعلومات والتطبيقات المختلفة التي تعمل تحت أنظمة تشغيل معينة، عن طريق أجهزة تقنية حديثة مثل الأقمار الصناعية الألياف الضوئية وتقنية الأجيال الحديثة الاتصالات عن بعد، وفي هذه الجزئية من دراستنا سنحاول تعريف كل التكنولوجيا المستخدمة في دراستنا ومعرفة مكوناتها واستخداماتها، فظهور الشبكات المحلية والإقليمية داخل المؤسسات من الانترنت والإكسترنات، وظهور البريد الإلكتروني الذي يعمل تحت شبكة الانترنت، ومواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيسبوك، والتويتر، ومختلف تطبيقات ومواقع البيع والشراء التجارة الإلكترونية وكل هذا التزاحم والتداخل أحدث ثورة في مجال تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة والتي تم توظيفها في مختلف نشاطات المؤسسات، وفي مختلف أنشطة الأفراد والمجتمعات الراهنة، والتي يطلق عليها بعض الباحثين المجتمعات الرقمية، الاقتصاد الرقمي، العولمة، لما لها من آثار اجتماعية واقتصادية وسياسية وتعليمية في حياتنا اليومية، وحياة المؤسسات، وغيرت من نشاطها التقليدي القديم، فيا ترى ما هي هذه التقنيات وما هي مكوناتها؟

1- الحاسوب:

1-1- تعريفه: يعرف الحاسوب بأنه: وسيلة لتجهيز البيانات بمعنى أنه مصمم على أساس احتواء قدر كبير من البيانات الداخلة وتخزينها، ثم إنجاز العمليات الحسابية وإجراء المقارنات المنطقية المتعلقة بها، وأخيرا الإمداد بالمعلومات المطلوبة وذلك كله بمعدل سرعة كبيرة.

كما يعرف أيضا على أنه مجموعة من الأجهزة تشكل معا نظاما تقنيا وظيفته حل المسائل المختلفة التي يمكن صياغتها رياضيا، أو باستخدام قواعد المنطق الشكلي الصوري، وتشمل هذه الأجهزة:

وحدة المعالجة المركزية وفيها تتم تنفيذ العمليات الحسابية والمنطقية على البيانات الموجودة في جهاز آخر وهو وحدة التخزين أو ذاكرة الحاسب والذاكرة بدورها تتألف من قسمين: ذاكرة عامة وذاكرة ثانوية تتصف الذاكرة العامة بكونها ذات سعة تخزينية محدودة وتكلفتها عالية نسبيا ولكنها تستطيع تناول البيانات مع وحدة الحساب والمنطق بسرعة هائلة لأنها تتصل معها مباشرة.

أما الذاكرة الثانوية، كالأشرطة والأقراص والأسطوانات وغيرها فهي ذات سعة تخزينية ورخيصة التكاليف إلا أن سرعة تبادل البيانات بينها وبين وحدة المعالجة المركزية بطيئة نسبيا، ويضم الحاسب الإلكتروني كذلك أجهزة الإدخال والإخراج وتسمى أيضا بالأجهزة المحيطة ووظيفة هذه الأجهزة تأمين التعامل والاتصال بين وحدة المعالجة المركزية ووحدة تخزين والعالم الخارجي. (محمد الفاتح وآخرون، 2009/2008، ص16)

2- شبكة الانترنت:

تعد الانترنت إحدى أهم إنجازات تكنولوجيا شبكات الكمبيوتر في عالمنا المعاصر، بل هي الأكثر انتشارا وشيوعا في مجالات الاتصالات والمعلومات، بل ربما هي أكثرها قوة فقد بات بإمكان أي شخص استخدام الانترنت التي لا تحتاج إلى شفرات أو أجهزة كمبيوتر خاصة، إضافة إلى الولوج إليها من أي مكان في العالم الذي وصلت الانترنت إلى أقطابها كلها، شيوعها وانتشارها، آنيته، وخدماتها، هذه الشبكة التي أتاحت للمستخدم العديد والعديد من المزايا والخصائص والتي أثرت على جميع أنشطة الحياة الإنسانية، بل أكثر من ذلك تعدت الأزمنة والأمكنة وحولت العالم إلى قرية صغيرة، حيث أن كل مستخدم لديه هاتف ذكي، أو حاسوب محمول، أو مكتبي أو عامل في مؤسسة، أو مؤسسة، أو منظمة، يمكنها أن تلجأ إلى هذا العالم الديناميكي المتسارع المعالم، مما نتج عنها ظهور مفاهيم كثيرة على غرار التجارة الإلكترونية، العولمة الاقتصادية والثقافية والاجتماعية والسياسية والعلمية.....الخ.

لعل هذه التطورات التكنولوجية الحديثة التي أتاحتها هذه الشبكة أحدثت فجوة معرفية في جميع مجالات الحياة، فالفرد الذي يكسب التكنولوجيا ليس كغيره وكذلك الحال بالنسبة للمؤسسات، المؤسسة التي تملك مختلف التكنولوجيات ليست كغيرها، ومن يريد مواكبة هذا التطور السريع ما عليه إلا التقدم وتطور البحث العلمي وتشجيع العلماء والمفكرين على الإبداع وإلا فإن الركب لن ينتظرنا على حد قول: "فرانك كيلش" بإمكاننا أن نواجه الفجر منتظرين شروق الشمس حتى ننال نصيبنا من دفء أشعتها وقد ننام النهار بطوله".

2-1- تعريفها:

كلمة انترنت وفي النصف الثاني من عقد الثمانينات، قدمت المؤسسة الوطنية للعلوم بالولايات المتحدة والمؤسسات البحثية والتعليمية في بلدان أخرى، التمويل لبناء شبكات غير عسكرية ، وفي عام 1986، أنشئت أول شبكة رئيسية للمؤسسة الوطنية للعلوم بالولايات المتحدة. وفي مطلع عقد التسعينات بدأ عدد من الشركات الإقليمية الممولة أساسا من المؤسسة الوطنية للعلوم ببيع تراخيص النفاذ التجاري إلى الانترنت.

وفي أوائل عام 1991، أنشئ عدد من خدمات شبكة الويب في أنحاء أوروبا، وفي ديسمبر 1991 أنشئ أول خدم لهذه الشبكة في الولايات المتحدة الأمريكية وكان مقره جامعة ستانفورد، لم تكن معروفة في اللغة الإنجليزية من قبل بل نشأت نتيجة إدخال السابقة التي تشير إلى العلاقة بين شيئين أو أكثر.

وأصل كلمة انترنت هي كلمة لاتينية وبشكل أدق هي كلمة إنجليزية، وبالفعل فالشبكة هذه تشمل عددا كبيرا من الشبكات المترابطة فيما بينها في جميع أنحاء العالم.

والانترنت هي مجموعة ضخمة من شبكات الاتصال المرتبطة ببعضها البعض، وهذه المجموعة تنمو ذاتيا بقدر ما يضاف إليها من شبكات وحاسبات، وقد أدى تغلغلها واتساع مداها إلى وصفها بشبكة الشبكات، وخاصة أنها تضم ثلاثة مستويات: في القمة تتربع شبكات الأساس أو العمود الفقري المتمركزة في الولايات المتحدة الأمريكية، تليها الشبكات المتوسطة بالجامعات والمؤسسات الكبرى، ثم الشبكات الصغرى كالشبكات المحلية والحاسبات بالشركات وحتى لدى الأفراد. (فيصل علي الفرحان المخلاقي، 2005، ص 17).

2-2- خدماتها:

أولاً: خدمات المؤتمرات المفتوحة: تعتبر خدمات المؤتمرات المفتوحة عبر شبكة الانترنت من الخدمات المبتكرة والجديدة التي توفر لها العديد من البرامج التي تساعد المؤسسات والأفراد على استخدامها.

وخدمة المؤتمرات المفتوحة هي ببساطة عبارة عن إمكانية عقد المؤتمرات من بعد بين ممثلي المؤسسات عبر العالم، عن طريق نقل الصوت والصورة عبر الانترنت إلى كل أعضاء المؤتمر في الوقت نفسه، وبذلك فمن مزايا هذه الخدمة:

- تقليل مصاريف الانتقال لمندوبي المؤسسات والأفراد للاجتماع في مكان ما لعقد المؤتمرات؛
- سهولة عقد الصفقات والاتفاقات بين المنظمات التي تتواجد في أماكن متباعدة؛
- سهولة نشر نتائج المؤتمرات من خلال استخدام الانترنت.

ثانياً: بروتوكول نقل الملفات: يوفر هذا البروتوكول مكتبة عملاقة من ملفات الكمبيوتر، كما لنا استعراض الملفات المخزنة في الأجهزة المضيفة البعيدة عبر الانترنت ونقل ما نشاء منها، وخدمة نقل الملفات تتيح لنا الاتصال بأي جهاز كمبيوتر على الانترنت باستخدام هذا البرنامج.

ثالثاً خدمة البحث: معظم حاسبات الانترنت تقدم خدمة مجانية تسمح لك بالسؤال عن المعلومات، وهذه الخدمة تسمى بخدمة البحث والتقصي.

رابعاً: نظام الفهرسة: وهو نظام يرشدك إلى الملف المطلوب ومكان حفظه في البروتوكول، وهو وسيلة لإرسال واستلام الملفات بين أجهزة الكمبيوتر عن طريق الانترنت دو الحاجة إلى إرسالها بالبريد العادي أو الفاكس، مما يقلص وبشكل ملحوظ فواتير التليفونات والبريد.

خامساً: خدمات الانترنت للصحافة والإعلام: لقد أدت الثورة المعلوماتية والتكنولوجية إلى وضع الصحافة المعاصرة أمام تحديات جديدة أتاحت لها فرصاً لم يسبق لها مثيل سواء كان ذلك في غزارة مصادر المعلومات أو في سرعة نقلها أو في استخدامها، وانعكست هذه التطورات على أساليب جمع وإنتاج وتوزيع المعلومات في أجهزة الإعلام الرئيسية الثلاث المطبوعة والمسموعة والمرئية، وكذلك

خلقت هذه التطورات جمهورا جديدا متميزا يعتمد على الانترنت وشبكات نقل المعلومات الالكترونية في تلقي المعلومات، وفيما يلي بعض خدماتها على الصحافة المكتوبة والسمعي البصري (الإعلام على العموم):

- الصحافة الالكترونية والسمعي البصري: لقد تعددت الخدمات التي تقدمها الانترنت للإعلام، ويمكن نوجزها فيما يلي:

الحصول على فيض متدفق ومتجدد من الأخبار الصحفية من مصادر متعددة وبلغات متباينة ومجالات متنوعة، الحصول على كم كبير من المعلومات والبيانات والأرقام والإحصائيات المتوفرة على الانترنت من العديد من الجبهات والمنظمات والدول والأفراد، كما تتيح خدمة استكمال معلومات الموضوعات الصحفية وخلفياتها من بيانات وأرقام وإحصائيات، واستطلاع وجهات نظر المصادر الصحفية والتعرف على آرائهم وأفكارهم وردود أفعالهم حول القضايا التي يطرحها عليهم الصحفي، والاتصال بقواعد المعلومات ومحركات البحث وأرشيفات العديد من المنظمات والشركات ووسائل الإعلام والمكتبات والجامعات والمنظمات والاستفادة منها في نواحي صحفية عديدة، وتطور مهارات الصحفيين وكسر حاجز المهارات الصحفية التقليدية والانطلاق بها إلى آفاق رحبة من التغطية والتحليل وجمع المعلومات وصياغتها وتطويرها أساليب الكتابة الصحفية، واستخدام تقنيات حديثة في المعالجة الصحفية، وتقديم منتجهم الصحفي بأشكال وصور متعددة ومتنوعة، استخدام الانترنت كأرشيف خاص للصحفي موضوعاته الصحفية ومواعيده، وعناوينه الخاصة واهتماماته وكتبه وقراءاته وهو ما جعل البعض يطلق عليه التلفزيون الجاسوسي واستخدام المعرفة لمعالجة ما يعرفونه أو يشعرون به وأخيرا ماذا يفعلون. (عاطف السيد، 2002، ص49).

سادسا_استخدامات شبكة الانترنت في المؤسسات: في الوقت الراهن أصبحت معظم مؤسسات بجميع أنواعها خاصة أو عمومية، إعلامية أو اقتصادية أو سياسية أو ثقافية أو تعليمية، وفي جميع أنشطتها وأعمالها تستخدم الحاسبات الآلية المرتبطة بشبكة الانترنت في أداء أعمالها المتنوعة والمختلفة، لتأثيرها الإيجابي على الأداء ومحيط العمل والإنتاجية في العمل، حيث أن المؤسسات تعمل ضمن بيئة تحتوي على متغيرات عديدة تتصل بالسياسة والاقتصاد والاجتماع والتكنولوجيا، مما يحتم دراسة هذه المتغيرات دراسة متأنية وواقية والعمل على عدم الاكتفاء بإدراكها فحسب بل التنبؤ أيضا بما سوف يحدث في المستقبل القريب أو البعيد على حد سواء، من أجل مسايرة التطورات التي تحدث في العالم، والاستفادة من خدمات كل التكنولوجيات الحديثة وخاصة الشبكة العالمية للانترنت فيما يخدم مصالحها، وفي ظل هذه المتغيرات أتاحت الانترنت العديد من الخدمات للمؤسسات والتي نوجزها في النقاط التالية:

- خدمة الاتصال: الانترنت لعل أبرز شيء بعد ظهورها في جميع الحياة الاجتماعية أنها فعلت الاتصال بكل أنواعه سواء اتصال الأفراد أو المجتمعات أو المؤسسات والمنظمات، حيث حولت بعض المؤسسات من مؤسسات مغمورة إلى مؤسسات عالمية عن طريق استخدام الانترنت وإدخالها في نشاطاتها وأعمالها، وقد ساهمت أيضا الانترنت في:
- الوصول إلى العميل في كل موقع وأينما وجد، ونقل المعلومات إليه سواء كانت وثائق نصية أو جداول إلكترونية....إلخ .
- توفير الوقت حيث عن طريق البريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي والمدونات ومختلف الوسائط التكنولوجية الأخرى التي تعمل تحت شبكة الانترنت، من خلال وصول كل الرسائل إلى المرسل إليه في أي مكان من العالم في ثوان معدودة.
- سهولة البيع والشراء والتعامل وإمكانية إجراء عمليات الشراء عن طريق الانترنت.
- دراسة السوق والتأثير على التسويق: ساهمت الانترنت بشكل كبير في زيادة زبائن المؤسسات بالإضافة إلى الموردين والبائعين والموزعين وغيرهم، وكذا الزبائن.
- خدمات المؤتمرات المفتوحة: تعتبر خدمات المؤتمرات المفتوحة عبر شبكة الانترنت من الخدمات المبتكرة والجديدة التي توافر لها العديد من البرامج التي تساعد المؤسسات والأفراد على استخدامها. وخدمة المؤتمرات المفتوحة هي ببساطة عبارة عن إمكانية عقد المؤتمرات من بعد بين ممثلي المؤسسات عبر العالم عن طريق نقل الصوت والصورة عبر الانترنت إلى كل أعضاء المؤتمر في الوقت نفسه، وبذلك فمن مزايا هذه الخدمة:
- تقليل مصاريف الانتقال لمندوبي المؤسسات والأفراد للاجتماع في مكان ما لعقد المؤتمرات.
- توفير مكان عقد المؤتمرات حيث يشترك كل شخص في المؤتمر المعين وهو في مكانه جالس على مكتبه.

2- شبكة الإكسترانت:

حيث ظهرت هذه الشبكة نظرا للانتقادات التي وجهت لشبكة الانترنت والعيوب والسلبيات الموجودة فيها، ومن بين هذه الانتقادات حول الاستقلالية والبعد عن الأطراف الخارجية، حيث يرى الكثير من المنتقدين والمتبعين لاتصال المؤسسة والشبكات الاتصالية في ظل السوق الاقتصادي العالمي الراهن، أن نجاح أي مشروع أو مؤسسة تجارية أو خدمتية أو اقتصادية، لن يأتي إلا بالعلاقات المتواصلة في ظل واتصال دائم مع موزعيه وعملائه ونقاط بيعه وشركائه، وكذا مع المؤسسات الأخرى التي تربطها معها علاقات وخدمات وشراكات وتعاقبات، والذي يؤدي في النهاية إلى علاقة متشابكة وفي اتصال دائم في ظل شبكة الاكسترانت فما هو تعريفها؟ وما هي أنواعها؟ وما هي خدمات بالنسبة للمؤسسة؟

3-1- تعريفها:

الإكسترنانت هي شبكة المؤسسة التي تصمم لتلبية احتياجات الناس من المعلومات، ومتطلبات المؤسسات الأخرى الموجودة في بيئة الأعمال، وتستخدم في هذه الشبكة أيضا تقنيات الحماية ويتطلب الدخول إليها استخدام كلمة مرور، ذلك أن الشبكة أيضا غير موجهة إلى الجمهور العام ونستطيع أن نجد شبكة الإكسترنانت في المجالات الآتية:

نظم تدريب وتعليم العملاء، وكذا نظم إدارة شؤون الموظفين والموارد للشركات العالمية المتعددة المراكز والفروع، شبكات مؤسسات الخدمات المالية والمصرفية.

3-2- أنواعها: تقسم هذه الشبكة على حسب قطاع الأعمال إلى ثلاث أنواع وهي:

- **شبكات اكسترنانت التزويد:** ترتبط هذه الشبكات مستودع البضائع الرئيسية مع المستودعات الفرعية بغرض تسيير العمل فيها آليا للمحافظة على كمية ثابتة من البضائع في المستودعات، قاعدة نقطة الطلب، وبالتالي تقليل احتمال رفض الطلبات بسبب عجز في المستودع، إضافة إلى العديد من الخدمات الأخرى المتعلقة بالتحكم في المخزون.

- **شبكة الإكسترنانت التوزيع:** تمنح هذه الشبكة صلاحيات للمتعاملين مستندة إلى حجم تعاملاتهم وتقدم لهم خدمة الطلب الإلكتروني وتسوية الحسابات آليا، مع التزويد الدائم بقوائم المنتجات الجديدة والمواصفات التقنية وما إلى ذلك من خدمات أخرى.

- **شبكة الإكسترنانت التنافسية:** تعزز هذه الشبكات التنافس في القطاعات الصناعية، إذ تمنح المؤسسات الكبيرة والصغيرة فرصة متكافئة في مجال البيع والشراء وعن طريق ربط الشركات الصغيرة والكبيرة كي تنتقل فيما بينهما الأسعار والمواصفات التقنية الدقيقة مما يرفع مستوى الخدمة في ذلك القطاع ويعزز جودة المنتجات ويقضي على الاحتكار.

3-3- خدمات الاكسترنانت في المؤسسات:

وهنا يمكن القول أن خدمات شبكة الإكسترنانت هي نفسها خدمات الانترنت تقريبا، إلا انه يمكن القول أن الاختلاف الوحيد من حيث أنها موجهة إلى أكبر عدد من الجمهور، ويمكن حصر خدماتها وفوائدها فيما يلي:

- **تسهيل عمليات الشراء:** إذ يمكن أن تقوم المؤسسة من الشرق بإرسال طلب شراء إلى مؤسسة من الغرب عبر الإكسترنانت التي تربط بينهما وتلغي الحاجة إلى المراسلات بكل أنواعها.

- **متابعة الفواتير:** إذ تسهل هذه الخدمة عملية توقيع الفواتير من مديري الفروع المنتشرين في مناطق مختلفة، كما تسمح لهم بمتابعة إجراء الصرف والقبض ووضع العلامات التي تشير إلى كل عملية تجري على الفواتير أثناء تناقلها بين الفروع والأقسام.

- خدمات التوظيف: تستخدم هذه الشبكة لربط مصادر الموارد البشرية المؤهلة (الجامعات والمعاهد ومراكز التدريب...الخ)، مع سوق العمل المتخصصة بغرض تقديم خدمة متعددة المنافع لكلا الطرفين، إذ تجد الموارد البشرية المؤهلة فرصة العمل المناسبة في الوقت المناسب كما أن السوق يؤمن احتياجاته عن طريق الشبكة نفسها.

- تواصل شبكات توزيع البضائع: يمكن بناء شبكة الإكسترنانت تربط الموزعين المحليين بالمزود الرئيسي لتسريع عمليات الطلب والشحن وتسوية الحسابات، كما يمكن أن تبنى التطبيقات المستندة إلى مفهوم نقطة الطلب، لأتمته كامل عمليات التوزيع وتسوية الحسابات المتعلقة بها.

إن استخدام هذه الشبكة سيدعم أكثر للاستفادة منها خصوصا وأن هذه الشبكة تعرف تطورا ملحوظا، حيث بدأت تظهر تطبيقاتها بصفة هائلة ككتيبات العرض الإلكتروني والتي تزود العملاء ساعة بساعة بالعروض والأسعار وأزمة الشحن والتوصيل. (حورية بولعويدات، 2008/2007، ص155-156)

4- البريد الإلكتروني:

يعتبر البريد الإلكتروني إحدى أهم الخدمات على شبكة الانترنت، إذ تحسنا ضخما على خدمات البريد التقليدية سواء من ناحية الشكل أو من ناحية المضمون، فهو يوفر الجودة ويختزل المجهود البدني والذهني والزمني للمستعمل كان مرسلا أو مستقبلا، ومن خلاله بالإمكان إرسال أو استقبال أي رسالة من أي مستخدم للانترنت وممتلك لبريد الكتروني عبرها.

ويعتبر الجزء الأول هو اسم مستخدم البريد الإلكتروني، والجزء الثاني هو الرمز المتعارف عليه وهي إشارة تفصل بين اسم المستخدم وعنوان المستخدم، أما الجزء الثالث فهو عنوان مزود الخدمة، فيما يعتبر الجزء الرابع رمزا للبلد الذي ينتمي إليه مستخدم وممتلك البريد الإلكتروني.

ولإرسال رسالة بريد الكتروني يجب إدخال عنوان مستلم البريد الإلكتروني واختياره في دفتر العناوين ثم إدخال الرسالة والنقر على زر الإرسال، أما فيما يتعلق باستقبال الرسائل وتلقيها فهي وظيفة مزود الخدمة الذي يدقق صندوق البريد آليا وفي فترات منتظمة وموجزة ويقوم بالإعلام عند كل جديد أو مستجد، إضافة إلى خدمات أخرى كالتسجيل والاسترجاع والاحتفاظ بالرسائل من عدمه وطباعتها وربطها ببيانات أخرى هامة، وتختلف هذه الخدمات والامتيازات من مزود خدمة إلى آخر.

ويجب الإشارة إلى أن هناك نوعين من البريد الإلكتروني، فأما النوع الأول فيتطلب إنشاؤه امتلاك واستخدام برنامج خاص من أجل الإرسال والاستقبال، وأما النوع الثاني فيسمى بريد الويب وهو مجاني ويمكن استخدامه دون الحاجة إلى امتلاك وتفعيل برنامج خاص سوى الارتباط بالانترنت، وهذا هو السبب الفاعل في انتشاره الواسع مقارنة بالنوع الأول، ويمكن الحصول عليه بدخول إحدى المواقع

التي تقدم هذه الخدمة والتسجيل لديها بإتباع مجموعة من الخطوات والضروري فيها تقديم بعض المعلومات والبيانات الخاصة والتقييد بمجموعة من الشروط.

لقد أصبح البريد الالكتروني من أكثر الوسائط الاتصالية بين المؤسسات و جماهيرها، وذلك لما يتميز به من خصائص ومميزات أهمها سهولة امتلاكه واستخدامه وقدرته العالية على الانتشار وتوفير الاتصال المباشر مع شتى أرجاء المعمورة.

لكن إيجابيات ومميزات البريد الالكتروني لا تنفي وجود سلبيات وعيوب على استخدامه كوسيط اتصالي بين المؤسسات و جماهيرها، وفي ذلك يؤكد " هيربرت كيمنسكي" إن البريد الالكتروني يشكل خطرا على المؤسسات في القطاعين العام والخاص إذ تتحول رسائله إلى عامل خطر على المؤسسة في اللحظة التي تغادر فيها كمبيوتر الشخص المرسل وتتجه إلى المستقبل عبر مائة كبيرة لا متناهية وهي الانترنت.

فبسبب التعقيد الكبير في التقنيات الجديدة للاتصال ووسائلها المتطورة صار بإمكان من يمتلك بعض المعلومات التقنية والبرمجيات المتطورة أن يقتحم هذه المواقع ويطلع على محتويات البريد الالكتروني في إطار ما يسمى "بالقرصنة الالكترونية"، فيعبث بمحتواها أو يوجهه توجيها معيناً قبل الوصول إلى المستقبل محدثا ضررا جسيما لكل من المرسل والمستقبل ينشأ بسببه سوء الفهم والاتصال، لذلك يشكل البريد الالكتروني العديد من النزاعات القانونية والقضائية إذا لم يأخذ مستخدموه مبدأ الحماية وتوخي الحيطة والحذر التقني بعين الاعتبار والجدية اللازمة، وهذا ما يغيب عن الكثير من أصحاب الشركات ومدراء المؤسسات خاصة في الدول التي لم تبلغ درجة عالية من الرقي التقني والاتصالي، ويلخص "هيربرت كيمنسكي" ذلك في سببين رئيسي:

الأول هو أن المؤسسات في الدول المتخلفة لا تدرك بل ترفض الاقتناع بمدى خطورة البريد الالكتروني فترفض الاستثمار في أنظمة الوقاية وكذلك ترفض وتقلل من أهمية مراقبة موظفيها الموكل إليهم مهمة التحكم في التقنيات الإعلامية والاتصالية.

وكنتيجة حتمية لذلك، تضع تلك المؤسسات بياناتها الهامة وأسرارها وخططها العلمية والاستراتيجية وكلماتها السرية الخاصة بالحماية للنفاد إلى البنية الالكترونية التحتية للمؤسسة وغيرها من الاعتبارات، فيتم استغلالها ضدها وتدخل المؤسسة في دوامة من النزاعات.

- بعض خدماته في المؤسسة: يقدم البريد الالكتروني العديد من الخدمات للمؤسسات، حيث يمكن أن نوجز البعض منها في النقاط التالية:

- إرسال الرسائل والتقارير، ومختلف الملفات بين العمال في المؤسسة الواحدة؛

- اتصال الموظفين فيما بينهم اتصال رسمي داخل المؤسسة؛

- اتصال الموظفين فيما بينهم في مختلف فروع المؤسسة ونقاط بيعها، من موردين ومستثمرين، ومع مؤسسات أخرى؛
- الحصول على المعلومات وتلقيها من طرف المسؤولين إلى العمال على شكل تقارير، إعلانات تنظيمية، أوامر، أعمال... إلخ؛
- عملية التسيير والتي يقوم بها المسؤولين والمسيرين في المؤسسة من خلال إرسال الملفات والتوجيهات، والتوصيات،... إلخ. (نبيل محمد مرسي، 2005، ص105)

5- مواقع التواصل الاجتماعي -الفيسبوك:-

تعتبر مواقع التواصل الاجتماعي شبكات الكترونية عبر شبكة الانترنت، تتيح لمستخدميها إنشاء مواقع خاصة بهم مع إمكانية ربطها بالمواقع الأخرى من أجل تحقيق أغراض مختلفة باختلاف الممتلك والمستخدم لموقع التواصل الاجتماعي أكان فردا أو جماعة أو مؤسسة أو غير ذلك. وتتعدد مواقع التواصل الاجتماعي في وقتنا الراهن وكذلك يتعدد زوارها ومستخدموها ويزيد عددهم يوما بعد يوم، ولعل من أهم مواقع التواصل الاجتماعي إذا أخذنا بعين الاعتبار مجموعة من المعطيات كالانتشار الواسع والاستخدام الشائع وسرعة تزايد المستخدمين ما يلي:

- الفايسبوك FACEBOOK؛

- التويتز TWITER؛

- اليوتيوب YOUTUBE.

وهناك الكثير من مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن استخدامها يختلف من مؤسسة إلى أخرى لذا سنتطرق إلى الفيسبوك فقط لأنه لاقى انتشار في الأوطان العربية عامة وفي الجزائر على وجه الخصوص في استخدامه من طرف الأفراد والمجتمعات والمؤسسات الإعلامية من أجل جمع الأخبار ونشرها، سياسيا الاستماع إلى انشغالات المواطن ومشاكله الاجتماعية، اقتصاديا بالنسبة للمؤسسة للتعريف بها والتواصل مع الزبائن والإشهار لمنتجاتها، وكذا التسويق والبيع والشراء عن طريق هذا الموقع، كما يمكن التبرير لذلك من خلال أنه الموقع الوحيد الذي تم إدخاله في دراستنا هذه.

5-1- تعريفه:

فيسبوك موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجانا وتديره شركة فيسبوك محدودة المسؤولية كملكية خاصة لها وسمي الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى به "كتب الوجوه" التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، فكان الهدف تأسيس موقع إلكتروني ليقوم بعمل كتب الوجوه بطريقة أسهل وأوسع انتشارا وفعالية.

ومصطلح فيسبوك كما هو معروف في أوروبا وهو يسير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد في جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع وتعتبر هذه الطريقة شائعة للتعرف على الأشخاص خصوصاً في الجامعات الأجنبية ببعضهم حيث يتصفح المنتسبون في الجامعة هذه الدفاتر لمعرفة المزيد عن الطلبة المتواجدين في نفس الكلية.

الفيسبوك من أشهر مواقع التواصل الاجتماعي حيث يمكن للعضو بإعداد نبذة شخصية عن حياته تكون بمثابة بطاقة هوية وتعارف لمن يريد أن يتعرف عليه ويتواصل معه.

ويستطيع كل عضو فيه أن يقف على آخر أخبار أصدقائه عن طريق ما يعرضه حائط العضو من رسائل أو نبذة من الأخبار لإبلاغ أصدقائه بأخباره، وقد حقق هذا الموقع نجاحاً وانتشاراً واسعاً قل نظيره على مواقع التواصل الاجتماعي الأخرى، وهو أحد أهم مواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية، تم إنشاؤه يتيح لمستخدميه إمكانية التسجيل وامتلاك موقع خاص بالإمكان ربطه مع مواقع أخرى بغرض التواصل والتفاعل و الدردشة.

ويقدم الموقع خدمات تعارف وتحميل ملفات وصور وفيديوهات وإمكانية التكنل في مجموعات تحت مواضيع مشتركة أو باسم أفكار موحدة، كما يقدم خدمات في مجالات مختلفة كالاقتصاد والتسويق والشغل والتعليم وغير ذلك، أي بالإمكان استخدامه في مختلف المجالات ولمختلف الأغراض الأخرى. (علي خليل شفرة، 2014، ص64)

5-2-خدمات الفيسبوك:

يوفر موقع الفيسبوك الكثير من الخدمات ويتميز بخصائص مميزة جعلت منه الأكثر اختياراً وانتشاراً وهي:

- **لوحة الحائط:** وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء فرصة إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

- **النكزة:** وهي عبارة عن إشهار المستخدم بترحيب أحد الأصدقاء أو رغبة في الانضمام أو التعارف.

- **الصور:** تمكن المستخدمين من تحميل ألبوماتهم وصورهم من أجهزتهم إلى الموقع لتتشر على نطاق واسع.

- **الحالة:** وتتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ الأصدقاء بأماكنهم ونشاطاتهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

- **التغذية الإخبارية:** والتي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي وكذلك الأحداث المرتقبة وغيرها.

- الهدايا: تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية ويمكن إرفاقها برسالة شخصية.

- التسوق: وهي إتاحة الفرصة لنشر الإعلانات المبوبة مجاناً للمستخدمين، وقد تم استغلال هذه الخدمة أحسن استغلال من طرف الأشخاص والمؤسسات التي وجدت في موقع فيسبوك منفذاً آمناً واستراتيجياً ومجانياً في التسويق والإشهار لمختلف الأفكار والسلع والخدمات.

- نقل الملفات: نقل جميع الملفات بمختلف أنواعها، مقروءة، مسموعة، مسموعة مرئية، كتب رقمية، ومصورة.

- الإشهار للمؤسسة: حيث أن المؤسسات اليوم تضع صفحات لها على موقع التواصل الاجتماعي الفيسبوك للإشهار لمختلف منتجاتها التي تنتجها، من أجل الوصول إلى الزبون في أسرع وقت.

- إحصائيات موقع الفيسبوك في الجزائر:

سجلت الجزائر نسبة ارتفاع دخول الفيسبوك قدرت ب 8.20 بالمئة مقارنة بعدد السكان في الجزائر 60.32 بالمئة بالنظر إلى مستخدمى الانترنت، حيث بلغ عدد مستخدمى الفيسبوك مليونين و835000.

3-5- خدماته في المؤسسة:

- الاتصال الداخلي بين الموظفين وهذا الاتصال قد يكون بالرسائل أو الاتصال الصوتي، أو الاتصال السمي البصري، من أجل القيام بالمهام الداخلية والأنشطة للمؤسسة من طرف العاملين ومختلف تعاملاتهم الإدارية.

- الحصول على المعلومات وتفصي أخبار السوق، الأخبار عن طريق موقع التواصل الاجتماعي ومختلف التعاملات الخارجية في ظل الأسواق عن طريق الفيسبوك.

- الاتصال الخارجي مع مختلف زبائن المؤسسة والاستماع إلى آراءهم وانشغالاتهم حول المؤسسة ومختلف هياكلها، ومنتجاتها. (محمد الفاتح حمدي وآخرون، 2009/2008، ص2)

المبحث الثالث: الابتكار في المؤسسة

المطلب الأول: ماهية الابتكار

تعد التحولات السريعة التي تفرضها مجموعة من المتغيرات كعولمة الأسواق، اشتداد المنافسة، سرعة تغير أذواق المستهلكين، التطورات التكنولوجية المتسارعة، الزيادة الهائلة في حجم المعرفة، عاملا لجعل المؤسسة أكثر حاجة للابتكار والاهتمام به وبأشكاله المختلفة، حيث أخذ مكانة معتبرة في استراتيجيات المؤسسة كونه أصبح يمثل ميزة تنافسية بالنسبة لها، وقد عبر بيتر دراكر بوضوح على أهمية الابتكار بقوله: " للمؤسسة وظيفتان أساسيتان لا غير: التسويق والابتكار هذا ما هو واضح في المؤسسات التي كانت تنتظر فترات طويلة للإتيان بفكرة جديدة وتطبيقها، والتي أصبحت اليوم تملك المخابر وألمع الباحثين وتخصص ميزانيات ضخمة من أجل أن يكون الابتكار عملية منظمة.

1- تعريف الابتكار:

يُعتبر الابتكار من العمليات المعقدة لذلك تعددت التعاريف المقدمة من طرف الباحثين والمتخصصين ومن بينها تعرف منظمة التعاون والتطوير الاقتصادي الابتكار بأنه تقديم منتج سلعة أو خدمة، أو عملية جديدة أو محسنة، كما يعتبر طريقة تجارية أو تنظيمية جديدة لممارسات المؤسسة، أو تنظيم مكان العمل أو العلاقات الخارجية. (وهيبة مربعي، 2011/2012، ص2).

- التمييز بين الابتكار والمفاهيم المتقاطعة معه:

عادة ما يتم الخلط بين الابتكار وبعض المفاهيم المقاربة له مثل: الإبداع، الاختراع، البحث والتطوير لذلك وجب التمييز بينها:

أولا - الابتكار والإبداع: قد تم استخدام الإبداع والابتكار في كثير من الأبحاث كمترادفين، إلا أن البعض ميز بين المصطلحين حيث أن الإبداع عملية توليد واكتشاف أفكار جديدة أما الابتكار فهو وضع هذه الأفكار قيد التنفيذ أي على شكل خدمة أو سلعة جديدة يتم تقديمها للسوق.

ثانيا - الابتكار والبحث والتطوير: عادة ما يتم الخلط بين نشاط البحث والتطوير والابتكار، حيث أن البحث هو حلقة من سلسلة تؤدي إلى الابتكار ويساهم في التطوير الاقتصادي عندما تنتقل المهارات للمستعملين الذين يقومون بدورهم بإدماجها في طريقة عملهم، حيث أن تقوية الابتكار يمر ضروريا برفع قوة البحث.

المطلب الثاني: أنواع الابتكار والعوامل المؤثرة فيه

لقد قدمت أشكال عديدة لابتكار، حسب خصائص أو طبيعة أو مجال الابتكار، وهذا ينسجم مع تعريف الابتكار الذي يركز على عنصر الشمولية، فجوهر الابتكار هو أن يأتي على شكل تطبيق المعرفة داخل المنظمة، وعرضنا في هذا المطلب أنواع وأشكال الابتكار حسب تصنيفين رئيسيين:

التصنيف الأول: على أساس طبيعته

أولاً - الابتكار الإداري: يعرف الابتكار الإداري على أنه مجال من المجالات التي يغطيها الابتكار، وهو يهتم بالعلاقات التفاعلية لإنجاز المهام، وأهداف العمل، وتلك القواعد والإجراءات التي عمل بالاتصال والتبادل بين العاملين والبيئة المحيطة بالمنظمة.

ثانياً- الابتكار التقني: الابتكار التقني أو الابتكار التكنولوجي ويمكن أن يعرف بعدة طرق تشير في مضمونها إلى الخطوات التجارية والصناعية والفنية التي تقود التسويق السلع الجديدة والمصنعة، والاستعمال التجاري للتجهيزات والعمليات الفنية الجديدة.

كما يمكن تعريف الابتكار التكنولوجي على أنه التغيير أو المنشأ أو الضروري والذي يمثل في خمسة صور كما يلي:

- إدخال فنون وأساليب جديدة؛
- استخدام مدخلات ومواد أولية جديدة؛
- إنتاج واستحداث سلع جديدة؛
- فتح أسواق جديدة.

ثالثاً - الابتكار الإضافي: يعرف الابتكار الإضافي بأنه: الابتكار الذي يذهب إلى ما وراء الوظائف التقليدية، كأن يقوم محترفو التسويق بتطوير برنامج تسويقي بمساعدة الزبائن، وتعزيز برنامج خدمة عامة فريدة، بعد هذان ابتكارا إضافيا، ويعرف الابتكار الإضافي أو المساعد بأنه " الابتكارات التي تشكل حدود البيئة التنظيمية، والتي تذهب إلى أبعد من الوظائف الابتدائية للعمل بالمؤسسة"، وفي نفس السياق يشار إلى أن الابتكار الإضافي هو "ابتكارات مساعدة وإنها تمتد عبر حدود البيئة التنظيمية وتتجاوز وظائف العمل الأساسية للمؤسسة".

التصنيف الثاني: حسب درجة التغيير.

أما بالنسبة إلى التصنيف الأكثر شيوعا فيصنف الابتكار إلى نوعين:

أولاً: الابتكار الجزئي: ويسمى أيضا الابتكار التدريجي، وهو ما يقوم على إدخال تحسينات صغيرة نسبياً، في المنتجات والعمليات والإجراءات، وإن بعض التحسينات قد تكون جوهرية وإن تراكمها يحقق ابتكاراً جذرياً.

إن الخاصية الأساسية لهذا النوع هو اعتماده على مجهودات بسيطة غير مكلفة، كما أنه يمكن للقائم بها أن يكون عاملاً، أو مهندساً ويمكن أن تكون الوسائل المتوفرة ويمكن الحصول عليها دون عناء كبير، كما أنه يبدأ من فكرة صغيرة تتحول بعد الدراسة إلى منبع للريعية والأرباح.

ويمكن حصر آثار الابتكار الجزئي في ما يلي:

- الابتكار الجزئي ليس الوحيد له آثار على التنافسية.
- الابتكارات التدريجية منفردة لها تأثير ضعيف لكن تراكمها له تأثير مهم.

التصنيف الثالث: حسب منبع الابتكار:

أولاً - الابتكار التكنولوجي: يقصد بالابتكار التكنولوجي وضع المعارف العلمية موضعاً أمثل للحصول على نتيجة أمثل وهو تطبيق للعلم وسائر المعارف الأخرى التي يترتب على استخدامها نتائج جديدة في زمان ومكان معين.

ثانياً - الابتكار التسويقي: يعني الابتكار في جميع أوجه النشاط التسويقي، وبالتالي فهو غير مقتصر على مجال معين في التسويق ك:

- وضع أفكار جديدة أو غير تقليدية في الممارسات التسويقية؛
- الاستغلال الجيد للأفكار الجديدة؛
- اكتشاف الحاجات الكامنة للزبون وتلبيتها، أي العرض هو الذي يخلق الطلب؛
- الابتكار قد ينصب على أحد المتغيرات التسويقية الأربعة أو على كلها في مجالات تسويقية أخرى كالبحوث التسويقية. (عبد الحكيم بن نكاع، 2020، ص29)

المطلب الثالث: تكنولوجيا المعلومات والاتصال كعامل أساسي لتطوير الابتكار

مما سبق يمكننا القول أن قيمة تكنولوجيا المعلومات والاتصال تكمن في قدرتها على توليد قاعدة كبيرة من المعلومات والمعرفة التفاعلية التي يمكن الوصول إليها بسهولة ، وتمثل تكنولوجيا المعلومات والاتصال حالياً مصدر للميزة التنافسية وعاملاً يوسع نطاق الفرص المتاحة أمام المؤسسات، التي يمكنها الاستفادة من عائدات آثار الشبكة. لذلك يمكن النظر إليها كأداة للوصول إلى كم هائل من المعلومات المتعلقة ببيئة المؤسسة، خاصة بعد تطوير استخدام شبكة الشبكات، التي تمثل منصة للابتكارات وتشجيع أنواع جديدة من الأفكار الخلافة، مما يسرع وتيرة الأنشطة الاقتصادية ويعطي التفاعل الاجتماعي بعداً جديداً. إن الاعتماد على العمليات الإبتكارية يعد من العوامل الحيوية في تعزيز

القدرة التنافسية والفاعلية التنظيمية في المؤسسة، لذا يجب دعمها على نحو فعال، مما يستدعي توفر أساليب عمل أكثر مرونة وقدرة على التكيف مع احتياجات المؤسسة الداخلية والخارجية. ويرى الباحثون أن الابتكار عبارة عن عملية متعددة المراحل تقوم بموجبها المؤسسات بتحويل الأفكار إلى منتوجات أو خدمات أو عمليات جديدة، بغية إحراز التقدم والتميز في السوق، ويؤكد هذا التعريف أن نشاط الابتكار لا يتعلق فقط بعملية التجديد ولكن أيضا يمتد إلى فكرة استغلالها تجاريا.

ويمكن تعزيز عمليات الابتكار من خلال خلق بيئة عمل إبداعية وخلاقة والاستثمار في أنشطة البحث والتطوير وتسهيل عملية الوصول تبادل المعرفة عن طريق الربط الشبكي وتكنولوجيا المعلومات وأبعاد متعددة من الاتصالات، وتعتبر هذه التكنولوجيا القوة الدافعة للنمو الاقتصادي غير المسبوق، حيث وفرت بنية تحتية للتنمية الاقتصادية ساعدت على خلق مجتمع المعرفة، وساهمت في تعزيز الابتكار وخلق قيمة للاقتصاد، والأهم من ذلك، أنها جعلت العالم أكثر تقاربا من خلال تحسين نشر المعرفة، وتسريع البحوث، وتحفيز الابتكار وتسهيل التعاون.

ولقد ساعد نمو وانتشار الانترنت بين كل من الأفراد، المؤسسات والحكومات على بدء عهد جديد من المكاسب، خاصة تلك المتعلقة بالإنتاجية باعتبار أن الأسواق تبقى مفتوحة على طول الخط، ففي بداية انتشار التجارة الالكترونية استطاعت المؤسسات الوصول إلى زبائن جدد متواجدين في نقاط متباعدة ومختلفة، وعلى الرغم من الاعتراف بأهميتها فقد كان من الصعب النقاط آثارها قياسية، لاسيما على مستوى الاقتصاد الكلي وقد بذلت الكثير من الجهود لتفسير مفارقة لفهم أفضل لدور هذه التكنولوجيا في الاقتصاد.

ومع زيادة كمية المعلومات والبيانات وإمكانية ربطها، تمكنت العديد من التحليلات الاقتصادية القياسية من تسليط الضوء على دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال بوصفها محركا هاما في عملية النمو والابتكار إضافة إلى مساهمتها في زيادة الإنتاجية. ومن الأبحاث الحديثة التي قدمت دليلا على أهميتها، نجد مشروع تأثير تكنولوجيا المعلومات والاتصال الذي قامت به إيروسات في 2008، والذي كشف عن تأثيراته على أداء المؤسسات الكبيرة باعتبارها تتوفر على كفاءات ومهارات بشرية هائلة، والتي لعبت دورا هاما في انتشار الأنشطة التجارية الالكترونية.

خاتمة:

يعد تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصال من أبرز مظاهر نهاية القرن الماضي وبدايات القرن الحالي، ويرى العلماء المختصين في هذا المجال أن تطور صناعة تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعد أهم انجاز تكنولوجي تحقق، حيث استطاع الإنسان أن يلغي المسافات ويختصر الزمن ويجعل من العالم أشبه بالقرية الصغيرة.

حيث غزت تكنولوجيا المعلومات والاتصال كل نواحي الحياة اليومية لكثير من البلدان وخاصة المتقدمة منها، وأصبح الاقتصاد الرقمي سمة العصر في هذه البلدان وتأثر أصحاب المال والأعمال بهذه الموجة الجديدة،

تكنولوجيا الإعلام والاتصال هي واحدة من أهم عوامل نجاح المؤسسات، فهي تساهم في تحسين المستوى الابتكاري للعاملين خاصة فيما يتعلق بالوقت المستغرق في المهام ونوعية الأحكام، والتوصيات الواردة في التقارير، لكن هذا النجاح مرهون بجملة من الظروف الملائمة مثل التكوين في مجال الإعلام الآلي والدعم من طرف الإدارة العليا.

وبالمقابل فإن السعي نحو التوسع المستمر والتسابق في مجال اكتساب تكنولوجيا المعلومات والاتصال يعد أمرا مكلفا وله تبعياته الاقتصادية، فقد يفقد بعض العمال في قطاعات اقتصادية معينة وظائفهم بسبب الابتكارات المتطورة التي تتطلب كفاءات ومهارات ملمة أكثر بالتكنولوجيا الحديثة التي تتجاوز مؤهلاتهم العلمية وخبراتهم العملية، ومن ثم فإنه يتوجب على الدولة ومؤسساتها تبني وتوخي سياسات حذرة، حتى تتمكن من مواجهة المخاطر التي تصاحب استعمال تكنولوجيا المعلومات والاتصال بكفاءة وفعالية، ودون النقص من أهمية الآثار الإيجابية التي توفرها هذه الأخيرة.

الفصل الثاني: دراسة حالة عينه من موظفي المؤسسات الاقتصادية

تمهيد:

بعد التطرق إلى الجوانب النظرية والمتعلقة بمتغيرات الدراسة ومحاولة توضيح العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات، والابتكار في المؤسسة، وتحليل جميع الدراسات التي تناولت تفسير علاقة التأثير والتأثر، ولغرض التأكد من صحة الكلام النظري سوف نحاول القيام بدراسة أبعاد الابتكار وتكنولوجيا المعلومات المحددة لقيمة المؤسسة الجزائرية، وآثار ذلك في الفترة القصيرة والطويلة على حد سواء، ولهذا فقد قمنا بتقسيم الدراسة إلى متغير مستقل وآخر تابع، من أجل تسهيل عملية التحليل، وفهم أثر تبني أبعاد تكنولوجيا المعلومات والابتكار على التوجهات المالية وقيمة المؤسسة، وهذا من أجل محاولة التوفيق والربط بين النتائج النظرية المتوصل إليها وواقع المؤسسات الجزائرية في مجال الابتكار وتكنولوجيا المعلومات، ومدى تأثير الجوانب المالية بمثل هذه القرارات الحديثة في البيئة التسويقية الجزائرية التي تعرف زيادة حدة المنافسة يوما بعد يوم.

وبهدف تحليل البيانات واستخراج النتائج المساعدة في إثبات ونفي الفرضيات الخاصة بالبحث، ثم الاعتماد على مناهج وطرق إحصائية معروفة في جمع وتحليل النتائج المتوصل إليها، ومنها الاستبيان الذي يعتبر الأداة الرئيسية المعتمدة في هذه الدراسة، بغية التعرف على واقع المؤسسات الجزائرية محل الدراسة.

وانطلاقا من هنا وبغية الإحاطة الجيدة بجوانب الموضوع تم تقسيم هذا الفصل إلى المباحث التالية:

- المبحث الأول: الطريقة والإجراءات؛
- المبحث الثاني: تحليل الاستبيان.؛
- المبحث الثالث: اختبار الفرضيات ومناقشة النتائج.

المبحث الأول: الطريقة والإجراءات

يهدف هذا المبحث إلى توضيح ووصف العمليات التي قام بها الباحث من أجل التحكم الجيد في الدراسة، انطلاقاً من تحديد مجتمع الدراسة الذي سحبت منه العينة وطريقة اختيارها، ثم التطرق إلى المنهج المتبع وكذلك وصف أداة الدراسة والإجراءات التي اتبعت من أجل التأكد من صدق وثبات الاستبيان، وكيفية توزيعه، ووصف طريقة جمع البيانات، والتطرق إلى الإحصائيات التي تم تطبيقها من أجل تحليل هذه الاستمارة بطرق علمية تضمن الوصول إلى نتائج صحيحة.

المطلب الأول: أدوات ومصادر جمع المعلومات

أولاً: مجتمع الدراسة وعينته

1- مجتمع الدراسة: يتكون مجتمع الدراسة من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية العاملة في السوق الوطنية، وقد تم اختيار عدد من المؤسسات الاقتصادية مثل مؤسسة القرض الوطني الشعبي، والبنك، والصندوق الوطني للضمان الاجتماعي للعمال الغير أجراء.

2- عينة الدراسة: تمثلت عينة الدراسة في العمال والموظفين ورؤساء الأقسام والمدراء من جميع المستويات، وقد تم اختيار العينة من 60 موظف ومدير ومسؤول لمؤسسات اقتصادية جزائرية بطريقة العينة العشوائية المقصودة، خدمة لأغراض البحث، حيث بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 60 استبيان، تم توزيعهم على الموظفين والعمال والمدراء في أماكن عملهم، وبعد استرجاع الاستبيانات تم الاستقرار على 60 استمارة كعينة نهائية يتم إخضاعها للدراسة والتحليل.

ثانياً: الإطار ومن أجل جمع البيانات الضرورية للدراسة، اعتمد الباحث على الاستبيان المصمم لأغراض البحث أدوات جمع البيانات

في هذا العلمي، وذلك بالاعتماد على الدراسات السابقة ذات الصلة والتي تتفق مع هذه الدراسة في بعض الجوانب، حيث حاولنا الأخذ من كل دراسة بعض الأمور التي تفيدنا في عملية التحليل، بالرغم من قلة المراجع التي نتحدث عن تكنولوجيا المعلومات والابتكار في المؤسسات، وعلى العموم تستند هذه الدراسة على مجموعة من الدراسات السابقة منها دراسة خولة كواشي بعنوان "دور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في تحقيق الإبداع الإداري" بجامعة أم البواقي، وكذلك دراسة عابدي محمد السعيد بعنوان "الابتكار واستراتيجيات الاستثمار في رأس المال البشري حالة المؤسسات الجزائرية" بجامعة باجي مختار عنابة.

وقد تم تحكيم هذا الاستبيان من قبل مجموعة من الأساتذة الجامعيين المختصين في إدارة الأعمال من أجل تعديل الاستمارة والاستفادة من ملاحظاتهم، والملحق رقم 2 يبين قائمة الأساتذة المحكمين. وكما

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

سبق الإشارة إليه وبعد الإحاطة النظرية بمفاهيم الدراسة والاطلاع على الدراسات السابقة، وبهدف تكاملها مع الدراسة الحالية تم وضع نموذج فرضي للبحث يضبط أبعاد المتغير المستقل والمتمثل في تكنولوجيا المعلومات، كما تم تحديد أبعاد المتغير التابع وهو الابتكار، مع محاولة الباحث الاختصار قدر الإمكان في عبارات الاستبيان لكي لا يؤدي ذلك إلى ملل المستجوب، وربما يقدم لك بيانات وإجابات غير موضوعية، والتي من شأنها التأثير بصورة سلبية على التحليل ونتائج الدراسة.

ثالثا: مصادر الحصول على البيانات

أعتمد الباحث بصورة أولى ورئيسية للحصول على المعلومات على الاستبيان، مع استعمال المقابلة وطرح الأسئلة للتوضيح والاستفسار من خلال حوارات هامشية، بهدف تحليل واستنباط النتائج، وإثراء تلك البيانات التي تم تحصيلها من الاستبيان.

كما تم اعتماد مصادر ثانوية شملت المراجع ذات الصلة بتكنولوجيا المعلومات والابتكار باعتبارهما متغيري الدراسة الأساسيين.

أما المصدر الرئيسي فتمثل في الاستبيان كما سبق وأن تم التطرق إليه، حيث تم تصميمه خصيصا لجمع البيانات الهادفة لخدمة أغراض البحث تحديدا.

رابعا: وصف محاور الاستبيان

لقد تضمنت الاستمارة ثلاثة محاور رئيسية يمكن تلخيصها وفق ما يلي:

- 1- المحور الأول: وتضمن الخصائص العامة لعينة الدراسة: مثل معلومات عامة حول الأفراد المستجوبون: مثل العمر، الجنس، المستوى التعليمي، سنوات الخبرة، والمركز الوظيفي.
- 2- المحور الثاني: والذي تضمن أسئلة خاصة بالمتغير المستقل وجميعها متعلقة بواقع تكنولوجيا المعلومات والاتصال داخل هذه المؤسسات وقد تم تقسيم هذه الأبعاد وفق ما يلي:
 - البعد الأول: والمتعلق بتوفر وسائل التكنولوجيا ويتضمن 7 فقرات.
 - البعد الثاني: والمتعلق باستخدام وسائل التكنولوجيا ويتضمن 5 فقرات.
 - البعد الثالث: والمتعلق ب نظام المعلومات في المؤسسة ويتضمن 3 فقرات.
- 2- المحور الثالث: والذي تضمن أسئلة خاصة بالمتغير التابع للدراسة وهو الابتكار وقد تم تقسيمه إلى الأبعاد التالية:
 - البعد الأول: والمتعلق بالابتكار في المؤسسة ويتضمن 10 فقرات.
 - البعد الثاني: والمتعلق بالابتكار لدى الأفراد ويتضمن 6 فقرات.
 - البعد الثالث: والمتعلق بالابتكار في العمليات الإدارية ويتضمن 7 فقرات.

- البعد الرابع: والمتعلق بالابتكار في أساليب العمل ويتضمن 7 فقرات.

المطلب الثاني: منهج الدراسة وأساليب التحليل

أولاً: منهج الدراسة

تقوم هذه الدراسة على استخدام المنهج الوصفي التحليلي، ولخدمة أغراض هذا المنهج تم استخدام أهم الأدبيات ذات العلاقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال والابتكار، حيث يقوم هذا المنهج على أساس تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها ونوع العلاقة بين المتغيرات وأسبابها واتجاهاتها. كما يعتمد على تفسير الوضع القائم وتحديد الظروف والعلاقات الموجودة بين المتغيرات، وتحليل وربط وتفسير واستخلاص النتائج.

ثانياً: تحديد متغيرات الدراسة

اشتملت هذه الدراسة على العديد من المتغيرات هي:

1- المتغير المستقل: تكنولوجيا المعلومات والاتصال في المؤسسة ويشمل المتغيرات الفرعية التالية:

1.1_ توفر وسائل التكنولوجيا.

1.2_ استخدام وسائل التكنولوجيا.

1.3_ نظام المعلومات في المؤسسة.

2_ المتغير التابع: الابتكار ويشمل المتغيرات الفرعية التالية:

2.1_ الابتكار في المؤسسة.

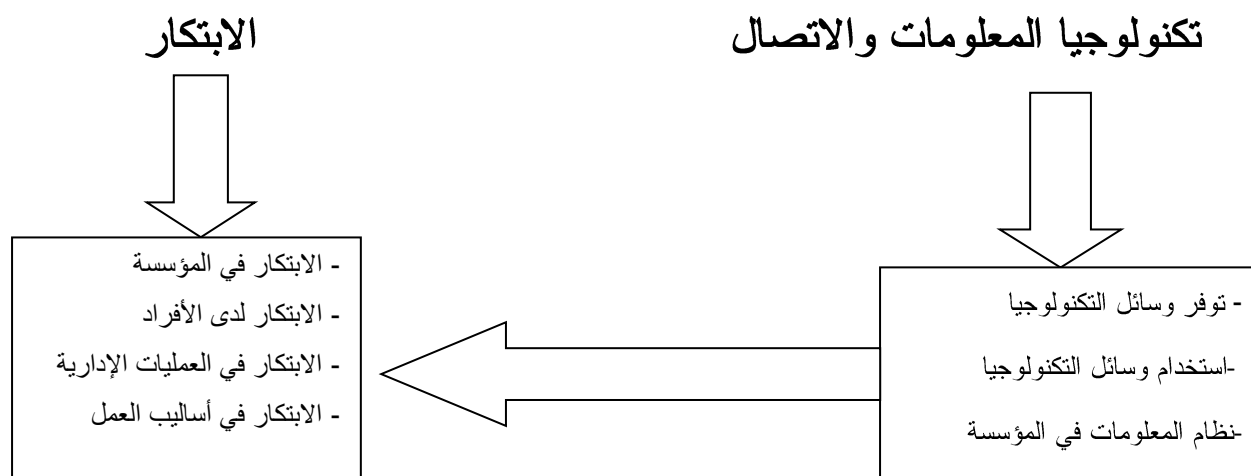
2.2_ الابتكار لدى الأفراد.

2.3_ الابتكار في العمليات الإدارية.

2.4_ الابتكار في أساليب العمل.

والشكل التالي يوضح ذلك:

الشكل: رقم (2-1): نموذج الدراسة



المتغير التابع

المتغير المستقل

المصدر: من إعداد الطالبتين.

ثالثا: الأساليب الإحصائية المستخدمة

ونظرا لكون الدراسة وصفية تحليلية وعلى أساس تحليل البيانات الدالة على متغيري الدراسة واختبار صحة الفرضيات تم اعتماد الأساليب الإحصائية المناسبة من خلال مؤشرات الإحصاء الوصفي و الاستدلالي اعتمادا على برنامج spss نسخة 22 لتأكيد أو نفي الفرضيات عند درجة معنوية تقدر ب 0.05 أي مستوى ثقة 95 وذلك كما يلي:

- 1- دراسة مدى إتباع بيانات العينة للتوزيع الطبيعي؛
- 2- التكرارات والنسب المئوية لإظهار نسب إجابات العينة؛
- 3- المتوسطات الحسابية لمعرفة درجة موافقة المستجوبين على أسئلة الاستبيان؛
- 4- الانحراف المعياري: يستخدم لقياس درجة تشتت قيم إجابات العينة عن وسطها الحسابي؛
- 5- اختبار ألفا كرونباخ، وهي الطريقة الأكثر استخداما لمعرفة الانسجام الداخلي للمقياس ؛
- 6- معامل بيرسون لمعرفة مدى ارتباط درجة كل عبارة من عبارات المحور بالدرجة الكلية للمحور الذي تنتمي إليه؛
- 7- معامل الارتباط للتعرف على قوة وطبيعة العلاقة بين أبعاد متغيرات الدراسة؛
- 8- معامل التحديد من أجل التعرف على دلالة التأثير ودرجة تفسير أبعاد عناصر المزيج التسويقي لقيمة المؤسسة الاقتصادية.

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

9_ اختبار لعينة واحدة للتحقق من معنوية الفقرة أو العبارة

10_ الانحدار المتعدد: وذلك من أجل تحليل العلاقة بين عناصر تكنولوجيا المعلومات والاتصال كمتغيرات مستقلة، مع مرتكزات الابتكار كمتغيرات تابعة.

رابعاً: اختبار التوزيع الطبيعي لبيانات العينة

تم التأكد من إتباع البيانات للتوزيع الطبيعي، بالاستناد لنظرية النزعة المركزية، والتي تنص إذا كان حجم العينة أكبر من 30 وله وسط حسابي والتباين، فإن توزيع المعاينة للوسط الحسابي يقترب من التوزيع الطبيعي. (صلاح الدين الحسن إلهيتي، 2004، ص 223)

خامساً: مفتاح تصحيح المقياس

تم مراعاة تدرج مقياس ليكرت المستخدم في الدراسة تبعاً لقواعد وخصائص المقياس كما يلي:

موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
5	4	3	2	1

واعتماداً على ما تقدم فإن قيم المتوسطات الحسابية التي توصلت إليها الدراسة تم التعامل معها وفق المعادلة التالية:

القيمة العليا - القيمة الدنيا لبدائل الإجابة مقسومة على عدد المستويات

أي: $3/(5-1) = 3/4 = 1.33$ وهذه القيمة تساوي طول الفئة

وبذلك يكون المنخفض من 1 إلى $1.00 + 1.33 = 2.33$

ويكون المستوى المتوسط من 2.34 إلى $1.33 + 2.34 = 3.67$

ويكون المستوى المرتفع من 3.68 إلى $3 + 3.68 = 5$

المطلب الثالث: اختبار صدق أداة الدراسة وثباتها

أولاً: صدق أداة الدراسة

وللتأكد من صدق الاستبيان تم عرضه على بعض الأساتذة المختصين في التسويق والمالية وبناء على آراء المحكمين تم تعديل بعض الفقرات من ناحية الصياغة من أجل زيادة وضوحها، وتم حذف بعض الفقرات بسبب التشابه، وقرب مدلولها مع فقرات أخرى، والنتيجة أصبح المقياس يتألف من 96 فقرة موزعة على بعدين رئيسيين هما تكنولوجيا المعلومات والاتصال، والابتكار.

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

كما تم توزيع الاستبيان أداة البحث استطلاعية تجريبية من المؤسسات محل الدراسة بلغت 5 مؤسسات وأخذت ملاحظاتهم بعين الاعتبار في الصياغة النهائية للاستبيان. وبذلك أصبح الاستبيان بصورته النهائية وجاهز لعملية التوزيع.

ثانياً: ثبات أداة الدراسة

يتم اجراء هذا النوع من الاختبارات من أجل تحديد مدى الاعتماد على هذه الأداة لجمع البيانات، أي معرفة درجة صدقها وإعطاء نفس النتائج في حالة تم إعادة إجراء الدراسة في نفس الظروف التي تمت فيها. حيث يتم التأكد من درجة ثبات الاستبيان وفق قيمة ألفا كرونباخ ألفا والتي تدل على مدى تناسق وارتباط عبارات الاستبيان والجدول التالي يوضح ذلك:

الجدول رقم 1-2 ألفا كرونباخ للمتغيرين التابع والمستقل.

المتغير	عدد المؤشرات	ألفا كرونباخ
عبارات تكنولوجيا المعلومات والاتصال مجتمعة	44	0.943
عبارات الابتكار	27	0.974
عبارات الاستبيان ككل	89	0.981

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمة ألفا كرونباخ للمتغير المستقل هي 0.943 وهي نسبة مرتفعة جداً، كما أن قيمة ألفا كرونباخ للمتغير التابع هي 0.974 وهي أيضاً مرتفعة، لنخلص في النهاية إلى أن قيمة ألفا كرونباخ للمتغيرين معا هي 0.981 حيث تدل هي الأخرى على ثبات أداة البحث بشكل كبير، علماً أن القيمة المرجعية للثبات هي 0.6.

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

المبحث الثاني: دراسة تحليلية للاستبيان

يتضمن هذا المبحث الإحصاء الوصفي لإجابات عينة الدراسة، وذلك باستخراج المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية، والنسب والتكرارات، وذلك في ضوء البيانات المجمعة عن العينة، والتي تضمنت مؤسسات اقتصادية ممثلة في المدراء وممثليهم.

المطلب الأول: التحليل الإحصائي لخصائص العينة

بهدف الإحاطة الجيدة بجوانب الدراسة، والاستفادة من المعطيات التي تم الحصول عليها، كان لزاما علينا التعمق في الدراسة، وتحليل الجزئيات التي تتطوي عليها أداة البحث، ولهذا حاولنا من خلال هذا المطلب استخدام الإحصاء الوصفي لتحليل خصائص العينة سواء بما يتعلق بالجوانب الشخصية لأفرادها، أو الجوانب الخاصة بالمؤسسات محل الدراسة.

في هذا النوع من الدراسات يكون من المهم وصف العينة المدروسة، وذلك من خلال الخصائص الديموغرافية للأفراد هذه الأخيرة حيث يمكن توضيحها كما يلي:

أولاً: الجنس

يعتبر مؤشر الجنس من أكثر المؤشرات استخداماً في دراسة الفروقات التي تظهر لدى أفراد العينة، ويتضح مؤشر الجنس لدى أفراد عينة الدراسة في الجدول 2-2

الجدول رقم 2-2 التكرارات والنسب المئوية لمتغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسب المئوية
ذكر	25	41.0
انثى	36	59.0
المجموع	61	100.0

المصدر: من إعداد الباحث اعتماداً على مخرجات spss

تشير البيانات الواردة في الجدول أعلاه أن نسبة الإناث تفوق نسبة الذكور بصورة كبيرة، وهذا يمكن تفسيره من خلال العوامل المحددة للعينة، والتي كان لها الأثر الكبير في تفوق الإناث على الذكور، حيث أن استهداف المسؤولين والإطارات وصناع القرار في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية يرجح كفة العنصر الأنثوي على الذكري وذلك لاعتبارات مختلفة، وهذا ما أكدته دراسة أجريت

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

بفرنسا، حيث خلصت تلك الدراسة إلى أن النساء يشغلن مناصب عليا في الإدارات الخاصة بالمؤسسات الاقتصادية الفرنسية الكبرى. (فاروق براهيم، 2016/2015، ص 363)

ثانيا: العمر

يعتبر العمر عامل مهم لدى المؤسسات المعاصرة، حيث أن امتلاك طاقم إداري شاب ولديهم مستوى خبرة مقبول يؤدي في غالب الأحيان إلى النجاح لأن الطاقم الإداري الشاب يضمن الحيوية والنشاط داخل المؤسسة من جهة، والتحكم في التطورات التكنولوجية الحديثة من جهة أخرى، والجدول التالي يوضح توزيع أفراد العينة حسب مؤشر العمر:

الجدول رقم 2-3 التكرارات والنسب المئوية لمتغير العمر.

العمر	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 30 سنة	19	31.1
من 30 سنة إلى 39 سنة	23	37.7
من 40 سنة إلى 49 سنة	11	18.0
50 سنة فأكثر	8	13.1
المجموع	61	100.0

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على برنامج SPSS

نلاحظ من خلال الجدول أن الفئات العمرية الممثلة لأفراد العينة متقاربة نسبيا، حيث تعتبر الفئة العمرية ما بين 30 إلى 39 سنة الأكثر تمثيلا بنسبة بلغت 37.7، ثم تأتي الفئة العمرية أقل من 30 سنة بنسبة بلغت 31.1، ثم تأتي الفئة العمرية من 40 إلى 49 سنة بنسبة بلغت 18، وفي المرتبة الأخير الفئة العمرية 50 سنة فأكثر بنسبة بلغت 13.1. وهذا الترتيب يتوافق بصفة عامة مع متطلبات سوق العمل. كما أن تقلد مراتب عليا في الهرم الإداري يتطلب التدرج الوظيفي، وهذا ما يؤدي إلى تركيز السلطة العليا في يد الموظفين من الفئات العمرية 30 إلى 40 سنة.

ثالثا: المستوى التعليمي

سننظر هنا للمستوى التعليمي لأفراد العينة التي شملتهم الدراسة كما هو موضح في الجدول أدناه:

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

الجدول رقم 2-4 التكرارات والنسب المئوية لمتغير المستوى التعليمي.

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
11.5	7	مستوى ثانوي أو أقل
24.6	15	تقني سامي
60.7	37	شهادة دراسات عليا متخصصة
3.3	2	مهندس
100.0	61	المجموع

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

يمكن القول من خلال الجدول السابق بأن المستوى التعليمي مرتفع بالنسبة لأفراد العينة المدروسة، بحيث أن نسبة أفراد العينة الحاملين لشهادات جامعية قد وصلت إلى 60.7 وهي نسبة مرتفعة، وهذا أمر منطقي لأن شغل مناصب عليا في الهرم الإداري يتطلب مؤهلات علمية كبيرة من أجل إدارة المؤسسة ومواكبة التطورات العلمية الحاصلة في مجال الإدارة والتسيير، أما نسبة 24.6 فهي تخص أفراد حاملي تقني سامي، ونسبة 11.5 تخص أفراد مستوى ثانوي أو أقل، وأخيرا 3.3 تخص المهندسين.

رابعاً: سنوات الخبرة في المؤسسة

سنقوم بتحليل العنصر الرابع من عناصر البيانات الشخصية لأفراد العينة والمتمثل في سنوات الخبرة التي يتمتع بها الأفراد في المؤسسات المعنية بالدراسة، حيث تساعد هذه الخبرة على ترسيخ المفاهيم الإدارية الحديثة في المؤسسة، والجدول التالي يوضح توزيع أفراد العينة حسب مؤشر سنوات الخبرة:

الجدول رقم 2-5 التكرارات والنسب المئوية لمتغير سنوات الخبرة في المؤسسة.

النسبة المئوية	التكرار	سنوات الخبرة بالمؤسسة
29.5	18	أقل من 5 سنوات
27.9	17	من 5 إلى أقل من 10 سنوات
14.8	9	من 10 إلى أقل من 15 سنوات

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

سنة		
15 سنة فأكثر	17	27.9
المجموع	61	100.0

المصدر: من إعداد الباحث بالاعتماد على مخرجات برنامج SPSS

نلاحظ من خلا الجدول السابق أن أفراد العينة الذين ينتمون إلى فئة أقل من 5 سنوات الأكثر تمثيل في عينة الدراسة بنسبة قدرت ب 29.5، ثم في المرتبة الثانية هناك فئتين متساويتين فئة من 5 إلى أقل من 10 سنوات وفئة 15 سنة فأكثر بنسبة تقدر ب 27.9، وفي المرتبة الأخيرة فئة من 10 إلى أقل من 15 سنة بنسبة تقدر ب 14.8.

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

المبحث الثالث: تحليل النتائج واختبار الفرضيات

نقوم في هذا المبحث بدراسة وتحليل تمركز وتشتت البيانات على مستوى المتغيرين المستقل والتابع وهما على التوالي، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، الابتكار وذلك وفق سلم ليكرت الخماسي الذي تم التطرق اليه سابقا، بالإضافة الى اختبار فرضيات الدراسة وتحليل ومناقشة النتائج المتوصل اليها.

المطلب الاول: تحليل ابعاد تكنولوجيا المعلومات وابعاد الابتكار

اولا: تحليل ابعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال (المتغير المستقل)

من اجل وصف وتحليل متوسطات اجابة عينة الدراسة حول المتغير المستقل تكنولوجيا المعلومات والاتصال فقد تم استخدام المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية لفقرات الاستبيان واختبار t للعينة الواحدة وترتيبها حسب اهميتها ومن وجهة نظر الافراد المستجوبين، كما هو موضح فيما سيأتي:

1- وصف متوسطات اجابات عينة الدراسة فيما يخص عبارات توفر وسائل التكنولوجيا

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واختبار t لإجابات العينة حول بعد توفر وسائل التكنولوجيا

الجدول رقم (2-6): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار t لبعده توفر وسائل التكنولوجيا.

الرقم	عبارات بعد توفر وسائل التكنولوجيا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	ترتيب أهمية العبارة
1	تتوفر المؤسسة على اجهزة تكنولوجية بشكل كافي للقيام بالمهام	4.0164	1.11791	.000	2
2	تعمل المؤسسة على تحديث وتطوير الاجهزة والبرمجيات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات باستمرار	4.0000	1.00000	.000	3
3	تقوم المؤسسة وبشكل مستمر بتجديد الاحتياجات من التكنولوجيا.	3.7541	1.05918	.000	5

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

4	تواكب المؤسسة التطور التكنولوجي المرتبط بأعمالها.	3.7049	97201	.000	7
5	يتوفر داخل المؤسسة قاعدة متكاملة ومتاحة للوحدات والفروع والأقسام المختلفة.	3.9180	69029	.000	4
6	تتوفر لدى المؤسسة شبكة داخلية.	4.1148	81850	.000	1
7	تتوفر المؤسسة على شبكة خارجية.	3.7377	1.03121	.000	6
	المجموع	3.8923	64873	.000	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) اجابات افراد العينة لبعد توفر وسائل التكنولوجيا محل الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ما بين 3.7049 و4.1148 بمتوسط كلي مقداره 3.8923 على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير الى المستوى المتوسط لإجابات افراد العينة حول بعد توفر وسائل التكنولوجيا.

كما بلغ الانحراف المعياري الكلي 0,64873 وقد جاءت عبارة " تتوفر لدى المؤسسة شبكة داخلية "بمتوسط حسابي قدره 4.1148 وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام المذكور سابقا، وانحراف معياري قدر بـ 0,81850، فيما حصلت العبارة " تواكب المؤسسة التطور التكنولوجي المرتبط بأعمالها" على المرتبة السابعة والاخيرة بمتوسط حسابي بلغ 3.7049 وانحراف معياري قدره 0,97201.

2- وصف متوسطات اجابات عينة الدراسة فيما يخص عبارات استخدام وسائل التكنولوجيا

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واختبار T لإجابات العينة حول بعد استخدام وسائل التكنولوجيا.

الجدول رقم (2-7): المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واختبار T لإجابات العينة حول بعد استخدام وسائل التكنولوجيا.

الرقم	عبارات بعد استخدام وسائل التكنولوجيا	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	ترتيب اهمية العبارة
-------	--------------------------------------	-----------------	-------------------	---	---------------------

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

8	تساعد اجهزة الحاسوب المادية المستخدمة على جمع المعلومات وتحليلها بشكل جيد.	4.0820	.55663	.000	2
9	تستخدم في المؤسسة تكنولوجيا المعلومات كوسيلة للاتصال.	4.0984	.72353	.000	1
10	تحفز المؤسسة العمال على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة.	3.7377	1.10908	.000	4
11	تساهم التكنولوجيا المستخدمة في مواجهة التغيرات الفجائية.	3.6557	.94667	.000	5
12	يتم التحكم في وسائل العمل بصفة الية	3.7705	.92003	.000	3
	المجموع	3.8689	.59204	.000	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

يظهر الجدول الذي بين ايدينا اجابات افراد العينة فيما يخص عبارات استخدام وسائل التكنولوجيا، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير بين 3.6557 و 4.0984 بمتوسط حسابي كلي قدر ب 3.8689 على مقياس ليكرت الخماسي، والذي يشير الى المستوى المتوسط لإجابات افراد العينة حول استخدام وسائل التكنولوجيا، وبانحراف معياري قدره 0,59204 اذ جاءت في المرتبة الاولى عبارة " تستخدم في المؤسسة تكنولوجيا المعلومات كوسيلة للاتصال" بمتوسط حسابي قدر ب 4.0984 وانحراف معياري قدره 0,72353، فيما حصلت عبارة " تساهم التكنولوجيا المستخدمة في مواجهة التغيرات الفجائية" على المرتبة الخامسة والاخيرة في هذا البعد بمتوسط حسابي قدره 3.6557 وهو ادنى من المتوسط الحسابي الكلي، وبانحراف معياري قدره 0,94667.

3- وصف متوسطات اجابات عينة الدراسة فيما يخص عبارات نظام المعلومات في المؤسسة.

يوضح الجدول التالي المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري واختبار T لإجابات العينة حول بعد نظام المعلومات في المؤسسة.

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

الجدول رقم (2-8): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار t لبعء نظام المعلومات في المؤسسة.

الرقم	عبارات بعد نظام المعلومات في المؤسسة	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	ترتيب اهمية العبارة
13	نظام المعلومات في المؤسسة يعمل فعلا على وصول المعلومات المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب.	3.9836	.74144	,000	2
14	تضع نظام معلومات لتقييم الاداء يعتمد على سلامة المعلومات ودقتها.	4.1311	.56200	,000	1
15	تقدم المؤسسة حماية لنظام معلوماتها من الحوادث	3.8852	.73254	,000	3
	المجموع	4.0000	.50185	,000	

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول الذي بين ايدينا اجابات افراد العينة لبعء نظام المعلومات في المؤسسات محل الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ما بين 3.8852 و 4.1311 بمتوسط حسابي كلي مقداره 4.0000 على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير الى المستوى المتوسط لإجابات افراد العينة حول بعد نظام المعلومات في المؤسسة.

كما بلغ الانحراف المعياري الكلي 50185 وقد جاءت عبارة " تضع نظام معلومات لتقييم الاداء يعتمد على سلامة المعلومات ودقتها" بمتوسط حسابي قدره 4.1311 وهو اعلى من المتوسط الحسابي العام المذكور سابقا، وانحراف معياري قدر ب 56200.فيما حصلت العبارة " تقدم المؤسسة حماية لنظام معلوماتها من الحوادث " على المرتبة الثالثة والاخيرة بمتوسط حسابي بلغ 3.8852 وانحراف معياري قدره 0,73254.

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

ثانيا: تحليل بعد الابتكار (المتغير التابع).

نقوم الان بدراسة المتوسطات الحسابية والانحراف المعياري للابتكار كما هو موضح في الجدول التالي:

الجدول رقم (2-9): المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية واختبار T لبعء الابتكار

الرقم	عبارات بعد الابتكار	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	T	ترتيب اهمية العبارة
1	تنفذ المؤسسة العديد من مشاريع البحث والتطوير الهادفة الى ابتكار منتجات او خدمات جديدة.	3.6557	.85411	,000	20
2	يعتبر تحسين طرق تنظيم العمل واتخاذ القرارات احدى اوليات المؤسسة.	3.8361	.85985	,000	13
3	تلقى الافكار الجديدة بخصوص العمل والمنتجات والخدمات الاهتمام والدعم الكافي من طرف المؤسسة.	3.6721	.85091	,000	19
4	تهتم المؤسسة بالحلول الابداعية التي يقترحها العمال المتميزون لحل مشكلات العمل	3.5246	1.02643	.000,	26
5	تقوم المؤسسة بإدخال تحسينات مستمرة على منتجاتها وخدماتها.	3.8525	.85315	,000	10
6	تجري المؤسسة ابحاث للتعرف على زبائنها.	3.6066	.84219	,000	24
7	تقدم المؤسسة من وقت الى اخر تشكيلة جديدة او محسنة من الخدمات.	3.9180	.73700	.000	5
8	تربط المؤسسة علاقات تعاون متعددة مع مؤسسات ومنظمات اخرى.	3.7869	.81884	.000	14
9	تقوم المؤسسة بتوثيق اقتراحات الزبائن وتلبية متطلباتهم.	3.8852	.91466	.000	8

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

28	.000	.98790	3.3934	اعتقد ان المؤسسة اهل للإبداع والابتكار.	10
1	.000	.71861	4.0164	لدى الافراد العاملين بالمؤسسة القدرة على تحمل المسؤولية.	11
2	.000	.65828	4.0000	يحرص العمال على معرفة اوجه القصور او الضعف فيما يقومون بالعمل.	12
3	.000	76358	3.9836	يتمتع العمال بالمهارة في النقاش والحوار ويمتلكون الحجة القدرة على الاقناع	13
22	.000	.81984	3.6230	نتنبأ في بعض الاحيان بمشكلات العمل قبل حدوثها.	14
21	.000	.81717	3.6393	نبتعد عن تقليد الاخرين في حل المشكلات التي تعترض سير العمل.	15
7	.000	.70012	3.9016	ينجز العمال ما يسند اليهم من عمل بأسلوب متجدد.	16
18	.000	1.08844	3.6885	يتمتع المسؤولون في المؤسسة بدرجة من الاستقلالية والحرية في اتخاذ القرارات.	17
11	.000	1.01384	3.8525	تنظم اجتماعات دورية لشرح بعض التعليمات ومناقشتها.	18
15	.000	.72240	3.7541	لدى المسؤولون الرغبة في التطوير.	19
27	.000	1.00762	3.4262	يتميز مناخ العمل بالحرية التي تسمح بطرح افكار جديدة.	20
23	.000	.83992	3.6230	تستخدم المؤسسة فرق العمل لتعزيز التكامل بين الاقسام المختلفة.	21
30	.000	.98901	3.2951	طبيعة الوظيفة التي يشغلها العمال تساعد على تقديم افكار ابداعية.	22
29	.000	.98790	3.3934	اتاحة الفرصة امام العاملين في الاستقلالية	23

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

				بالعمل المراد انجازه وتقديم الآراء.	
24	نستخدم ادوات متنوعة لتحديد الحاجات.	3.7541	.82977	.000	16
25	نكون في مقدمة الذين يحاولون تجربة فكرة او طريقة عمل جديدة.	3.7049	.93709	.000	17
26	لدى المؤسسة القدرة على تقديم افكار جديدة لأساليب العمل.	3.9344	.77177	.000	4
27	تحرص المؤسسة بإدخال تغييرات في العمل.	3.9180	.75928	.000	6
28	يوجد قواعد وتعليمات مناسبة للعمل.	3.8361	.84024	.000	12
29	تتجنب الادارة الافكار المثيرة للخلاف والجدل المتعلق بالعمل.	3.8689	.80572	.000	9
30	لدى العمال القدرة على تقديم افكار جديدة لأساليب العمل.	3.5738	.97398	.000	25
31	المجموع	3.7306	.51576		

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (2-9) اجابات أفراد العينة لبعد الابتكار في المؤسسات محل الدراسة، حيث تراوحت المتوسطات الحسابية لهذا المتغير ما بين 3.2951 و4.0164 بمتوسط حسابي كلي مقداره 3.7306 على مقياس ليكرت الخماسي الذي يشير الى المستوى المتوسط لإجابات افراد العينة حول بعد نظام المعلومات في المؤسسة.

كما بلغ الانحراف المعياري الكلي 0.50185 وقد جاءت عبارة "لدى الافراد العاملين بالمؤسسة القدرة على تحمل المسؤولية" بمتوسط حسابي قدره 4.0164 وهو أعلى من المتوسط الحسابي العام المذكور سابقا، وانحراف معياري قدر بـ 0,71861. فيما حصلت العبارة "طبيعة الوظيفة التي يشغلها العمال تساعد على تقديم افكار ابداعية " على المرتبة الثالثة والاخيرة بمتوسط حسابي بلغ 3.2951 وانحراف معياري قدره 0.98901.

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

المطلب الثاني: اختبار الفرضيات.

في هذا الجزء من الدراسة التطبيقية نقوم باختبار الفرضيات الرئيسية والفرعية التي يتم صياغتها وذلك بالاعتماد على الانحدار الخطي البسيط لاختبار صحة الفرضيات الفرعية، بينما اعتمدنا على الانحدار المتعدد لاختبار الفرضية الرئيسية، وبناء على نتائج هذه الاختبارات، ونتائج الدراسة النظرية ومجمل المعارف المتحصل عليها، يتم بناء نموذج فرضي للدراسة، مع العلم ان التحليل الاحصائي واختبار فرضيات الدراسة سوف يعتمد على قاعدة رضا مفادها: ترفض الفرضية الصفرية اذا كانت قيمة $\alpha \leq 0.05$ وتقبل البديلة، بينما تقبل الفرضية الصفرية اذا كانت قيمة $\alpha \geq 0.05$ وترفض الفرضية البديلة.

اختبار الفرضية الفرعية الاولى: والتي تنص على أنها " يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لتوفر وسائل التكنولوجيا على الابتكار " ومن أجل تقييم هذه الفرضية يعاد صياغتها كما يلي:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لتوفر وسائل التكنولوجيا على الابتكار.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لتوفر وسائل التكنولوجيا على الابتكار.

ولاختبار صحة هذه الفرضية الفرعية الاولى استخدمنا تحليل الانحدار الخطي البسيط. والجدول التالي يوضح مختلف النتائج المتوصل اليها:

الجدول رقم(2-10):نتائج اختبار الفرضية الفرعية الاولى

القرار الاحصائي	مستوى المعنوية sig	قيمة T	B		R- deux ajust	R معامل التحديد	R	النموذج
دال احصائيا	.000	5.023	0.547	0.435	0.288	0.300	0.547	توفر الوسائل التكنولوجية

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول رقم (2-10) وجود علاقة ارتباط موجبة ومتوسطة القوة بين المتغير المستقل والمتغير التابع حيث بلغت $R=547$ وأن قيمة معامل التحديد $R\text{ deux}=300$ ويستدل من

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

ذلك على ان توفر وسائل التكنولوجيا تفسر ما مقداره 30% من الابتكار داخل المؤسسة. أي أنه كلما تغير توفر وسائل التكنولوجيا بوحدة واحدة يقابله تغيير بقيمة 0.547 في الابتكار.

أما بالنسبة لقيمة T والتي بلغت 5.023، وهذا عند مستوى دلالة $\text{sig}=0,000$ ، وبما أنه أقل من مستوى الدلالة 0,05، هذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لتوفر وسائل التكنولوجيا على الابتكار.

2- اختبار الفرضية الفرعية الثانية: والتي تنص على انه "يوجد اثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لاستخدام وسائل التكنولوجيا على الابتكار.

ولاختبار وتقييم هذه الفرضية نقوم بصياغتها على النحو التالي:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لاستخدام وسائل التكنولوجيا على الابتكار.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لاستخدام وسائل التكنولوجيا على الابتكار.

ولاختبار صحة هذه الفرضية الفرعية الثانية استخدمنا تحليل الانحدار الخطي البسيط (simple

regression linear)، والجدول التالي يوضح مختلف النتائج المتوصل اليها:

الجدول رقم (2-11): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثانية.

النموذج	R	R	R-	B	قيمة T	مستوى المعنوية Sig	القرار الاحصائي
استخدام التكنولوجيا	0.729	0.532	0.524	0.635	0.729	0.000	دال احصائيا

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول رقم (2-11) وجود علاقة ارتباط موجبة ومتوسطة القوة بين المتغير المستقل والمتغير التابع حيث بلغت $R= 0.729$ ، وأن قيمة معامل التحديد $R \text{ deux}=0.532$ ويستدل من ذلك على أن استخدام وسائل التكنولوجيا تفسر ما مقداره 53.2% من الابتكار. أي أنه كلما تغير استخدام وسائل التكنولوجيا بوحدة واحدة يقابله تغيير بقيمة 0.729 في الابتكار.

الفصل الثاني:..... دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية

أما بالنسبة لقيمة T والتي بلغت 8,183، وهذا عند مستوى دلالة sig=0,000، وبما أنه أقل من مستوى الدلالة 0,05، هذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لاستخدام وسائل التكنولوجيا على الابتكار.

3- اختبار الفرضية الفرعية الثالثة: والتي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لنظام المعلومات في المؤسسة على الابتكار.

ولاختبار وتقييم هذه الفرضية نقوم بصياغتها على النحو التالي:

الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لنظام المعلومات في المؤسسة على الابتكار.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لنظام المعلومات في المؤسسة على الابتكار.

ولاختبار صحة هذه الفرضية الفرعية الثالثة استخدمنا تحليل الانحدار الخطي البسيط.

(simple linear regression)، والجدول التالية توضح مختلف النتائج المتوصل إليها:

الجدول رقم (2-12): نتائج اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

النموذج	R	R- deux	R- deux ajust	B	قيمة T	Sig	القرار الاحصائي
نظام المعلومات	0.608	0.370	0.359	0.625	0.608	0,000	دال إحصائياً

المصدر: من اعداد الطالبتين بالاعتماد على مخرجات spss

يتضح من خلال الجدول رقم (2-12) وجود علاقة ارتباط موجبة ومتوسطة القوة بين المتغير المستقل والمتغير التابع حيث بلغت $R=0,608$ ، وأن قيمة معامل التحديد $R\text{ deux}=0.370$ ويستدل من ذلك على ان استخدام وسائل التكنولوجيا تفسر ما مقداره 53.2% من الابتكار. أي أنه كلما تغير استخدام وسائل التكنولوجيا بوحدة واحدة يقابله تغيير بقيمة 0.729 في الابتكار.

أما بالنسبة لقيمة T والتي بلغت 5.884، وهذا عند مستوى دلالة sig=0,000، وبما أنه أقل من مستوى الدلالة 0,05، هذا يعني رفض الفرضية الصفرية وقبول الفرضية البديلة التي تنص على أنه يوجد أثر ذو دلالة احصائية عند مستوى معنوية $\alpha \leq 0.05$ لنظام المعلومات في المؤسسة على الابتكار.

اختبار الفرضية الرئيسية الأولى: على ضوء ما سبق نقوم باختبار الفرضية الرئيسية الأولى والتي نصها " يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الابتكار للمؤسسات "

وبناء على هذه الفرضية تصاغ كل من فرضية العدم والفرضية البديلة على النحو التالي:
الفرضية الصفرية: لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الابتكار للمؤسسات.

الفرضية البديلة: يوجد أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية (0.05) لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الابتكار للمؤسسات.

و لاختبار صحة هذه الفرضية الرئيسية الأولى استخدمنا تحليل الانحدار الخطي المتعدد، (نظرا لاحتواء المتغير المستقل أكثر من بعد)والجداول التالية توضح مختلف النتائج المتوصل إليها
الجدول رقم (2-13): نتائج اختبار الفرضية الرئيسية

النموذج	R	معامل التحديد R2	R-deux ajuste	قيمة F	مستوى المعنوية sig	القرار الإحصائي
تكنولوجيا المعلومات	0.765	0.585	0.563	26.740	0.000	دال إحصائيا

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

النموذج	معامل الانحدار		الخطأ المعياري r	قيمة T	مستوى المعنوية SIG
	المستقل	B			
الابتكار	توفر وسائل التكنولوجيا	104	098	1.056	0,295
	استخدام التكنولوجيا	402	129	3.128	0,003
	نظام المعلومات	298	112	2.649	0,010

المصدر: من إعداد الطالبين بالاعتماد على مخرجات spss

من خلال الجدولين السابقين نجد أن هناك علاقة إيجابية متوسطة بين كلا من المتغيرين المستقل والتابع حيث بلغت قيمة $R=0.765$ وبلغت قيمة $R^2 = 0.585$ وذلك يعني أن المتغيرات المستقلة مجتمعة لها قدرة تفسيرية على المتغير التابع قيمتها 41 وتبقى ما نسبته 59 تفسرها عوامل أخرى لم تؤخذ بعين الاعتبار في هذه الدراسة. كما أن قيمة F المحسوبة والبالغة 26.740 هي أكبر من قيمة F الجدولية، وقيمة الدلالة الإحصائية البالغة 0.000 هي أقل من مستوى المعنوية 0.05 وبناء على ذلك نرفض الفرضية الصفرية ونقبل الفرضية البديلة والتي تنص على أن هناك أثر ذو دلالة إحصائية عند مستوى معنوية 0.05 لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الابتكار للمؤسسات.

كما يتضح أن استخدام وسائل التكنولوجيا ونظام المعلومات في المؤسسة له تأثير ذو دلالة إحصائية على الابتكار، وذلك من خلال قيمة اختبار T حيث بلغت قيمة T (3.128)، (2.649) وهي ذات دلالة إحصائية معنوية عند مستوى 0.003 و0.01 على الترتيب. وهذا ما يدل على المتغيرين لهما قدرة أكبر على تفسير النموذج.

المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة التطبيقية

أظهرت نتائج تحليل توفر وسائل التكنولوجيا للمؤسسات أن نظرة الموظفين هي نظرة حسنة، حيث بلغ التوسط الحسابي 3.56 من مقياس ليكارت حيث تعتبر هذه القيمة مؤشر يدل على توفر تكنولوجيا معلومات عالية في المؤسسة مما يسهل عملية الاتصال بين الموظفين داخل المؤسسة. من جهة أخرى البعد الثاني ضمن أبعاد تكنولوجيا المعلومات والاتصال هو استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصال، يعتبر هو كذلك متوسط، حيث جاءت عبارة تحفز العمال على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة أكبر العبارات في هذا البعد، لكن في المقابل يبقى الابتكار بحاجة إلى اهتمام أكبر خاصة في ما يخص الجوانب المتعلقة بتكنولوجيا المعلومات والاتصال. من جهة أخرى البعد الثالث هو نظام المعلومات في المؤسسة، هو أيضا متوسط حيث تعتبر عبارة تقدم المؤسسة حماية لنظام معلوماتها من الحوادث أكبر العبارات في هذا البعد ولهذا البعد أهمية كبيرة في توفر تكنولوجيا معلومات في المؤسسة للشخص المناسب في الوقت المناسب.

أما نتائج الدراسة فيما يخص المتغير التابع فقد خصت إلى وجود اتجاه متوسط لهذا المتغير، وعلى الرغم من إجابات العينة حول الابتكار كانت إيجابية واحتلت المراتب الأولى، إلا أن توفر الابتكار في المؤسسات يبقى منخفض، وهذا يبقى من واجب المؤسسة الاهتمام أكثر بالجانب الابتكاري وتطويره.

أما بالنسبة لاختبار فرضيات الدراسة فقد تم صياغة هذه الفرضيات وفق منظور متكامل ومتسلسل وكانت النتائج المتوصل إليها كالتالي:

بالنسبة للفرضية الرئيسية الأولى فقد أكدت الدراسة على وجود علاقة ارتباط متوسطة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والابتكار حيث بلغت قيمة هذا الارتباط 0.765 الموظف دائما ما يبحث عن طرق جديدة مبتكرة وحديثة في نفس الوقت لاستمرارية عمله في المؤسسة، وهذا ما يعزز مكانة هذا العنصر في المؤسسة.

بالنسبة للفرضية الفرعية الأولى والتي تنص على العلاقة بين توفر وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسات محل الدراسة مع الابتكار لأنها تساعد على خلق جو للابتكار من توفر المعلومات وتزويد الموظفين بالمعلومات اللازمة لأي فكرة، فقد أكدت هذه الدراسة على وجود علاقة ارتباط متوسطة وموجبة كما جاءت عملية الاختبار معنوية لمعامل الانحدار الخطي البسيط ولهذا يمكن القول أن سرعة تدفق المعلومات وسرعة الأنترنت وتوفر الحواسيب والبرمجيات والبنية التحتية وغيرها كلها عوامل محددة بصورة مباشرة لمناخ الابتكار في المؤسسة.

أما بالنسبة للفرضية الفرعية الثانية والتي تنص على العلاقة بين استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات والاتصال للمؤسسات محل الدراسة مع الابتكار لأنها تلعب دور كبير في توفر المعلومات عند معرفة استخدام وسائل التكنولوجيا بالطريقة الصحيحة والمفيدة وتوفير المعلومات اللازمة للموظفين، من خلال هذه الدراسة تأكدت وجود علاقة متوسطة وموجبة كما جاءت عملية الاختبار معنوية لمعامل الانحدار الخطي البسيط ولهذا يمكن القول أن معرفة استخدام وسائل التكنولوجيا كالبرمجيات والتطبيقات الحديثة التي تحتاج إلى مؤهلات علمية معينة كلها عوامل تساعد على الابتكار في المؤسسة.

أما بالنسبة للفرضية الفرعية الثالثة والتي تنص على العلاقة بين نظام المعلومات في المؤسسة مع الابتكار فنظام المعلومات هو المتحكم في نوع المعلومات المقدمة للموظفين وتنظيمها وتزويدهم بها بالطريقة الصحيحة، فمن خلال هذه الدراسة وجود علاقة موجبة كما جاءت عملية الاختبار معنوية لمعامل الانحدار الخطي البسيط ولهذا يمكن القول أن التحكم في نظام المعلومات وتسييره بطريقة صحيحة يساعد على عملية الابتكار في المؤسسة

كما يتضح أن كل من بعد استخدام وسائل تكنولوجيا المعلومات ونظام المعلومات في المؤسسة له تأثير ودلالة إحصائية على المتغير التابع الابتكار، وذلك من خلال اختيار قيمة حيث بلغت لكل منهما على التوالي 1.056 و3.128 عند مستوى دلالة 0.03 و0.010 على الترتيب، أما متغير توفر وسائل التكنولوجيا فهو غير دال إحصائياً لأن قيمة المعنوية أكبر من 0.05 المعتمدة في دراستنا.

خلاصة الفصل

من الواضح أن توفر وسائل التكنولوجيا في المؤسسة هو محدد رئيسي في علاقة الموظف بأي مؤسسة، فهو يمثل بذلك تحدي إداري معاصر ذو أثر إيجابي على استراتيجية المؤسسة، فمن الواجب على المديرين إعطاء مكانة مهمة لمثل هذه العناصر في المؤسسة.

ويما يخص الدراسة التطبيقية في هذا الفصل فقد تم الاعتماد على الاستبيان كأداة دراسة من أجل التعرف على واقع العلاقة بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال والابتكار للمؤسسات بصفة عامة والمؤسسات الاقتصادية بصفة خاصة، وعلى أساس إجابات تلك الأفراد والتحليلات الإحصائية المطبقة تؤكد هذه الدراسة بأن مفهوم تكنولوجيا المعلومات والاتصال يمثل العنصر الذي يبني عليه الموظف قراراته داخل المؤسسة.

وقد خلصت الدراسة إلى وجود تأثير موجب لتكنولوجيا المعلومات والاتصال على الابتكار، وقد جاءت نتائج الدراسة لتؤكد على غرار الدراسات السابقة على أهمية هذا العنصر داخل المؤسسة ، مع الإشارة إلى أن نتائج هذه الدراسة تشير إلى ضعف جانب التفاعل الموظفين مع الابتكار.

الخصائص

خاتمة

من خلال دراستنا النظرية لموضوع واقع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال و أثرها على السلوك الابتكاري في المؤسسة تبين لنا أن تكنولوجيا الإعلام و الاتصال مهمة جدا لأي مؤسسة اقتصادية باعتبارها من أهم العوامل التي يتم من خلالها تحقيق الأهداف المسطرة حيث أن استخدامها بطريقة مناسبة يساعد على خلق وكسب ميزات تنافسية، و يترجم ذلك من خلال تحقيق الابتكار من طرف الموظفين لكون الموظف مصدر ربح المؤسسة، لهذا وجب على المؤسسات و المنظمات الاهتمام بتوفير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال لأنها أصبحت عاملا محوريا في عملها، واستخدام وانتهاج مختلف الطرق و الأساليب الفعالة من أجل تعزيز قيمتها ، و عليه فقد تم التطرق في هذه الدراسة إلى مفهوم تكنولوجيا الإعلام و الاتصال حيث يعتبر هذا العنصر خيارا استراتيجيا يساعد المؤسسات على دعم و تسهيل و ربح الوقت في مسارها التنافسي والوفاء بالتزاماتها اتجاه زبائنها وباقي الأطراف المكونة لها.

إن أهمية هذا العنصر في المؤسسات الاقتصادية لم يعد مجرد توصيات تقدمها مختلف الدراسات الأكاديمية و الباحثين في مجال إدارة الأعمال ، بل أصبح حقيقة وواقع يجب على المؤسسات مواكبة التطورات المعاصرة في هذا المجال من أجل مسايرة التنافسية المبنية على الدقة و السرعة، وبصورة عامة خلصت الدراسة إلى تأثير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على السلوك الابتكاري في المؤسسة، في جميع المستويات والمجالات الإدارية .

نتائج الدراسة

أولا : النتائج النظرية

- تتمثل قيمة تكنولوجيا المعلومات في و الاتصال في قدرتها على توليد قاعدة كبيرة من المعلومات و المعرفة التفاعلية التي يمكن الوصول إليها بسهولة.
- تعد العمليات الابتكارية من العوامل الحيوية في تعزيز القدرة التنافسية والفاعلية التنظيمية في المؤسسة.
- يمكن تعزيز عملية الابتكار من خلال خلق بيئة عمل إبداعية و خلاقية والاستثمار في أنشطة البحث والتطوير.
- تكنولوجيا المعلومات و الاتصال من أهم عوامل نجاح المؤسسات لمساهمتها في تحسين المستوى الابتكاري للعاملين.

ثانيا : النتائج التطبيقية

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج التطبيقية يمكن تلخيصها فيما يلي:

- تتميز تكنولوجيا المعلومات والاتصال بسهولة ودقة استعمالها في جميع مجالات ومستويات الإدارات في المؤسسات.
- يوجد هناك تأثير ايجابي لأبعاد تكنولوجيا المعلومات و الاتصال مثل توفر وسائل التكنولوجيا، استخدام وسائل التكنولوجيا وغيرها.
- يوجد هناك تأثير ايجابي لأبعاد الابتكار في المؤسسة مثل الابتكار في المؤسسة، الابتكار لدى الأفراد، الابتكار في العمليات الإدارية.
- هناك اثر ايجابي لعوامل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الابتكار تجاه المؤسسات.
- كانت إجابات عينة الدراسة متقاربة حيث تؤثر بنفس الدرجة تقريبا.

توصيات الدراسة

- انطلاقا من النتائج المتوصل إليها في الجانبين النظري و التطبيقي يمكن تقديم مجموعة من التوصيات أهمها :
- تكنولوجيا المعلومات و الاتصال هي البنية التحتية و المكونات التي تشكل الحوسبة الحديثة هدفها مساعدة الأعمال في المؤسسات الاقتصادية على أن تكون أعمالها أكثر كفاءة و إنتاجية .
 - ضرورة زيادة مرافق التكنولوجيا في المؤسسات لأنها تعتبر عامل مهم في رضا الموظفين لتسهيل عملهم.
 - توجي الدراسة بالاهتمام أكثر فأكثر بعوامل تكنولوجيا المعلومات و الاتصال خاصة منها المتعلقة بزيادة الرضا تجاه المؤسسة.
 - ضرورة تطوير شبكة اتصالات وتحسين خدمات الأنترنت في المؤسسة.
 - الاهتمام بعنصر الابتكار ومحاولة تطويره و استخراج أفضل ما بالموظفين عند توفر تكنولوجيا جيدة وسريعة.

آفاق الدراسة

يمكن من خلال دراستنا السابقة وأهمية موضوع تكنولوجيا المعلومات والاتصال اقتراح مواضيع البحث والتعمق في هذه المفاهيم:

- أثر استخدام تكنولوجيا المعلومات و الاتصال على الاداء المالي للمؤسسة الاقتصادية.
- تطبيقات تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في مجتمع المعلومات.
- تكنولوجيا المعلومات والاتصال وإدارة الأزمات.
- دور تكنولوجيا المعلومات والاتصال في تنمية العلاقات الإنسانية في التنظيم الإداري.

قائمة المراجع

باللغة العربية:

أولاً: الكتب

1. فيصل علي الفرحان المخلاقي، المؤسسات الإعلامية في عصر تكنولوجيا المعلومات مع دراسة لواقع المؤسسات الصحفية اليمنية، المكتب الجامعي الحديث، اليمن، 2005.
 2. عاطف السيد، العولمة في ميزان الفكر، 2002، إيتراك للنشر و التوزيع.
 3. علي خليل شفرة، الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي)، دار أسامة، 2014.
 4. نبيل محمد مرسي، التقنيات الحديثة للمعلومات، الدار الجامعية الجديدة، مصر، 2005.
- ثانياً: المذكرات، الرسائل و الأطروحات
1. صدقاوي صورية، "أهمية تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في تعزيز القدرات الابتكارية في المؤسسة و تأثيرها على إدارة الجودة الشاملة"، دراسة ميدانية على بعض مؤسسات قطاع الصناعة التحويلية في الجزائر، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، 2014/2015.
 2. ديدوش الهاشمي، "استخدام تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية " دراسة ميدانية بمؤسسة كوندور الكترونيكس برج بوعريريج، أطروحة دكتوراه، جامعة مستغانم، 2016/2017.
 3. وهيبة فلاق، "مدى تأثير استعمال تكنولوجيات الإعلام و الاتصال على اداء موظفي الإدارات الجامعية"، دراسة استكشافية لآراء موظفي جامعة الجزائر2 و جامعة هواري بومدين، شهادة ماجستير، جامعة الجزائر، 2014.
 4. محمد الفاتح حمدي: "استخدامات تكنولوجيا الاتصال و الإعلام الحديثة و انعكاساتها على قيم الشباب الجامعي"، مذكرة ماجستير في الدعوة و الإعلام، جامعة الحاج لخضر-باتنة، 2008/2009.
 5. حورية بولعويدات، "استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير، جامعة منتوري، 2007/2008.
 6. وهيبة مربعي، "دور التسويق الابتكاري في المحافظة على الميزة التنافسية، مذكرة ماجستير، جامعة الحاج لخضر، 2011/2012.

ثالثا: المجلات والدوريات

1. عبد الحكيم بن نكاع، "متطلبات النهوض بالإبداع و الابتكار"، مجلة معهد الإدارة، العدد، 56،

2004.

رابعا: المواقع الالكترونية

1. ://www.mdrscenter.com.

الملاحق

الملحق رقم (01): الاستثمار

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي
المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميله
معهد العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
قسم علوم التسيير

تخصص: إدارة أعمال

السنة الثانية ماستر

استثمار حول :
واقع تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على السلوك الابتكاري في
المؤسسة
دراسة حالة : مؤسسة اقتصادية

لي عظيم الشرف أن أضع بين أيديكم الكريمة هذه الاستثمار ، والتي صممت لجمع المعلومات اللازمة للدراسة التي أقوم بها استكمالا للحصول على شهادة الماستر، تكنولوجيا افعلام و الإتصال ودورها في ترقية السلوك الابتكاري في المؤسسة دراسة حالة عينة من موظفي المؤسسات الاقتصادية"، راجيينا الإجابة عليها بتمعن وذلك لأجل الحصول على إجابات دقيقة و الخروج بالنتائج والاقتراحات المرجوة ، علما أن إجاباتكم ستعامل بشكل سري و لأغراض البحث العلمي فقط .

القسم الأول : البيانات الشخصية و الوظيفية

يهدف هذا القسم إلى التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية و الوظيفية في مؤسسات اقتصادية بميلة ، لذا نرجو منكم التكرم بوضع علامة () أمام العبارة المناسبة .

الجنس : ذكر أنثى

العمر : أقل من 30 سنة من 30 سنة إلى أقل من 40 سنة

من 40 سنة إلى أقل من 50 سنة 50 سنة - فأكثر

المؤهل العلمي : مستوى ثانوي أو أقل تقني سامي

شهادة دراسات عليا متخصصة مهندس

عدد سنوات الخبرة: أقل من 5 سنوات من 5 إلى أقل من 10 سنوات

من 10 إلى أقل من 15 سنة 15 سنة - فأكثر

الملاحق

القسم الثاني : محاور الدراسة

المحور الأول : تكنولوجيا المعلومات و الاتصال في المؤسسة

الرقم	العبرة	درجات سلم القياس				
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
توفر وسائل التكنولوجيا						
1	تتوفر المؤسسة على أجهزة تكنولوجية بشكل كافي للقيام بالمهام.					
2	تعمل المؤسسة على تحديث و تطوير الاجهزة و البرمجيات الخاصة بتكنولوجيا المعلومات باستمرار.					
3	تقوم المؤسسة و بشكل مستمر بتجديد الاحتياجات من التكنولوجيا .					
4	تواكب المؤسسة التطور التكنولوجي المرتبط بأعمالها.					
5	يتوفر داخل المؤسسة قاعدة متكاملة و متاحة للوحدات و الفروع و الاقسام المختلفة.					
6	تتوفر لدى المؤسسة شبكة داخلية					
7	تتوفر المؤسسة على شبكة خارجية .					
إستخدام وسائل التكنولوجيا						
1	تساعد أجهزة الحاسوب المادية المستخدمة على جمع المعلومات و تحليلها بشكل جيد.					
2	تستخدم في المؤسسة تكنولوجيا المعلومات كوسيلة الاتصال.					
3	تحفز المؤسسة العمال على استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة.					
4	تساهم التكنولوجيا المستخدمة في مواجهة التغيرات الفجائية					
5	يتم التحكم في وسائل العمل بصفة الية.					
نظام المعلومات في المؤسسة						

الملاحق

					1	لدى الافراد العاملين بالمؤسسة القدرة على تحمل المسؤولية.
					3	يحرص العمال على معرفة أوجه القصور او الضعف فيما يقومون بالعمل.
					4	يتمتع العمال بالمهارة في النقاش و الحوار و يمتلكون الحجة و القدرة على الاقناع.
					5	نتبأ في بعض الاحيان بمشكلات العمل قبل حدوثها.
					6	نبتعد عن تقليد الاخرين في حل المشكلات التي تعترض سير العمل .
					7	ينجز العمال ما يسند اليهم من عمل بأسلوب متجدد.
الابتكار في العمليات الإدارية						
					1	يتمتع المسؤولون في المؤسسة بدرجة من الاستقلالية و الحرية في اتخاذ القرارات .
					2	تنظم اجتماعات دورية لشرح بعض التعليمات و مناقشتها .
					3	لدى المسؤولون الرغبة في التطوير
					4	يتميز مناخ العمل بالحرية التي تسمح بطرح افكار جديدة.
					5	تستخدم المؤسسة فرق العمل لتعزيز التكامل بين الاقسام المختلفة.
					6	طبيعة الوظيفة التي يشغلها العمال تساعد على تقديم أفكار ابداعية.
					7	إتاحة الفرصة أمام العاملين في الاستقلالية بالعمل المراد انجازه و تقديم الآراء.
الابتكار في أساليب العمل						
					1	نستخدم أدوات متنوعة لتحديد الحاجات .

الملاحق

1	نظام المعلومات في المؤسسة يعمل فعلا على وصول المعلومات المناسبة للشخص المناسب في الوقت المناسب .				
2	تضع نظام معلومات لتقييم الاداء يعتمد على سلامة المعلومات و دقتها.				
3	تقدم المؤسسة حماية لنظام معلوماتها من الحوادث				

المحور الثاني : الابتكار

الرقم	العبارة	درجات سلم القياس				
		موافق تماما	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق تماما
1	تنفذ المؤسسة العديد من مشاريع البحث و التطوير الهادفة الى ابتكار منتجات او خدمات جديدة.					
2	يعتبر تحسين طرق تنظيم العمل و اتخاذ القرارات احدى أوليات المؤسسة.					
3	تلقى الافكار الجديدة بخصوص العمل و المنتجات و المنتجات و الخدمات الاهتمام و الدعم الكافي من طرف المؤسسة.					
4	تهتم المؤسسة بالحلول الابداعية التي يقترحها العمال المتميزون لحل مشكلات العمل.					
5	تقوم المؤسسة بإدخال تحسينات مستمرة على منتجاتها وخدماتها					
6	تجري المؤسسة أبحاث للتعرف على زبائننا.					
7	تقدم المؤسسة من وقت الى اخر تشكيلة جديدة أو محسنة من الخدمات.					
8	تربط المؤسسة علاقات تعاون متعددة مع مؤسسات و منظمات اخرى.					
9	تقوم المؤسسة بتوثيق اقتراحات الزبائن و تلبية متطلباتهم.					
10	أعتقد ان المؤسسة اهل للإبداع والابتكار .					
الابتكار لدى الأفراد						

الملاحق

					2	نكون في مقدمة الذين يحاولون تجربة فكرة أو طريقة عمل جديدة.
					3	لدى المؤسسة القدرة على تقديم أفكار جديدة لأساليب العمل.
					4	تحرص المؤسسة بإدخال تغييرات في العمل.
					5	يوجد قواعد وتعليمات مناسبة للعمل.
					6	تتجنب الإدارة الأفكار المثيرة للخلاف والجدل المتعلق بالعمل.
					7	لدى العمال القدرة على تقديم أفكار جديدة لأساليب العمل

شكرا على حسن تعاونكم

الملاحق

الملحق رقم (02): قائمة الأساتذة المحكمين

العدد	الأساتذة	بعض الملاحظات
01		
02		

الملحق رقم (03): الجنس

الجنس				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
		e	e valide	e cumulé
ذكر	25	41.0	41.0	41.0
انثى	36	59.0	59.0	100.0
Total	61	100.0	100.0	

الملحق الرابع (04): العمر

العمر				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
		e	e valide	e cumulé
سنة.30.من اقل	19	31.1	31.1	31.1
40.من اقل.الى سنة.30.من سنة	23	37.7	37.7	68.9
50.من اقل.الى سنة.40.من سنة	11	18.0	18.0	86.9
فاكثر سنة.50	8	13.1	13.1	100.0
Total	61	100.0	100.0	

الملاحق

الملحق رقم (05): المؤهل العلمي

العلمي. المؤهل				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
		e	e valide	e cumulé
Validé	اقل. او ثانوي. مستوى	7	11.5	11.5
	سامي. تقني	15	24.6	36.1
	عليا. دراسات. شهادة	37	60.7	96.7
	متخصصة			
	مهندس	2	3.3	100.0
	Total	61	100.0	100.0

الملحق رقم (06): سنوات الخبرة

الخبرة. سنوات. عدد				
	Fréquence	Pourcentage	Pourcentage	Pourcentage
		e	e valide	e cumulé
Validé	سنوات. 5. من. اقل	18	29.5	29.5
	سنوات. 10. من. اقل. الى. 5. من	17	27.9	57.4
	سنة. 15. من. اقل. الى. 10. من	9	14.8	72.1
	فاكثر. سنة. 15.	17	27.9	100.0
	Total	61	100.0	100.0

الملحق رقم (07): اختبار الفرضية الرئيسية

ANOVA ^a						
Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.	
1	Régression	9.331	3	3.110	26.740	.000 ^b
	Résidus	6.630	57	.116		
	Total	15.961	60			

الملاحق

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
(Constante)	.578	.391		1.478	.141
المعلومات نظام	.298	.112	.290	2.649	.011
التكنولوجيا وسائل توفر	.104	.098	.131	1.056	.291
التكنولوجيا وسائل استخدام	.402	.129	.462	3.128	.001

a. Variable dépendante : الابتكار

الملحق رقم (08): اختبار الفرضية الفرعية الأولى

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	4.780	1	4.780	25.227	.000 ^b
1 Résidus	11.180	59	.189		
Total	15.961	60			

a. Variable dépendante : الابتكار

b. Prédicteurs : (Constante), التكنولوجيا وسائل توفر

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	2.037	.342		5.961	.000
1 التكنولوجيا وسائل توفر	.435	.087	.547	5.023	.000

a. Variable dépendante : الابتكار

الملاحق

الملحق رقم (09): اختبار الفرضية الفرعية الثانية

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	8.485	1	8.485	66.961	.000 ^b
1 Résidus	7.476	59	.127		
Total	15.961	60			

a. Variable dépendante : الابتكار

b. Prédicteurs : (Constante), التكنولوجيا. استخدام وسائل

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés		Coefficients standardisés	t	Sig.
	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	1.273	.304		4.192	.000
1 التكنولوجيا. استخدام وسائل	.635	.078	.729	8.183	.000

a. Variable dépendante : الابتكار

الملحق رقم (10): اختبار الفرضية الفرعية الثالثة

ANOVA^a

Modèle	Somme des carrés	ddl	Carré moyen	F	Sig.
1 Régression	5.903	1	5.903	34.626	.000 ^b
1 Résidus	10.058	59	.170		
Total	15.961	60			

a. Variable dépendante : الابتكار

b. Prédicteurs : (Constante), المعلومات. نظام

Coefficients^a

Modèle	Coefficients non standardisés	Coefficients standardisés	T	Sig.
		s		

الملاحق

	B	Ecart standard	Bêta		
1 (Constante)	1.231	.428		2.874	.006
المعلومات.نظام	.625	.106	.608	5.884	.000

a. Variable dépendante : الابتكار

الملحق رقم (11): ألفا كرونباخ لتكنولوجيا الاتصال

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	61	100.0
Observations Exclue ^a	0	.0
Total	61	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

الملحق رقم (12): ألفا كرونباخ للدراسة ككل

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	61	100.0
Observations Exclue ^a	0	.0
Total	61	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

الملحق رقم (13): ألفا كرونباخ للابتكار

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Observations Valide	61	100.0
Observations Exclue ^a	0	.0
Total	61	100.0

الملاحق

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

الملحق رقم (14): ألفا كرونباخ لتكنولوجيا المعلومات

Récapitulatif de traitement des observations

	N	%
Valide	61	100.0
Observations Exclue ^a	0	.0
Total	61	100.0

a. Suppression par liste basée sur toutes les variables de la procédure.

الملحق رقم (15): متوسطات بعد استخدام التكنولوجيا

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
1. التكنولوجيا وسائل استخدام	61	4.0820	.55663	.07127
2. التكنولوجيا وسائل استخدام	61	4.0984	.72353	.09264
3. التكنولوجيا وسائل استخدام	61	3.7377	1.10908	.14200
4. التكنولوجيا وسائل استخدام	61	3.6557	.94667	.12121
5. التكنولوجيا وسائل استخدام	61	3.7705	.92003	.11780
التكنولوجيا وسائل استخدام	61	3.8689	.59204	.07580

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
1. التكنولوجيا وسائل استخدام	57.275	60	.000	4.08197	3.9394	4.2245
2. التكنولوجيا وسائل استخدام	44.240	60	.000	4.09836	3.9131	4.2837
3. التكنولوجيا وسائل استخدام	26.321	60	.000	3.73770	3.4537	4.0218
4. التكنولوجيا وسائل استخدام	30.161	60	.000	3.65574	3.4133	3.8982
5. التكنولوجيا وسائل استخدام	32.008	60	.000	3.77049	3.5349	4.0061
التكنولوجيا وسائل استخدام	51.038	60	.000	3.86885	3.7172	4.0205

الملحق رقم (16): متوسطات بعد الابتكار

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
1. المؤسسة في الابتكار	33.429	60	.000	3.65574	3.4370	3.8745
2. المؤسسة في الابتكار	34.844	60	.000	3.83607	3.6158	4.0563
3. المؤسسة في الابتكار	33.705	60	.000	3.67213	3.4542	3.8901
4. المؤسسة في الابتكار	26.819	60	.000	3.52459	3.2617	3.7875
5. المؤسسة في الابتكار	35.268	60	.000	3.85246	3.6340	4.0710
6. المؤسسة في الابتكار	33.446	60	.000	3.60656	3.3909	3.8223
7. المؤسسة في الابتكار	41.521	60	.000	3.91803	3.7293	4.1068
8. المؤسسة في الابتكار	36.120	60	.000	3.78689	3.5772	3.9966
9. المؤسسة في الابتكار	33.176	60	.000	3.88525	3.6510	4.1195
10. المؤسسة في الابتكار	26.828	60	.000	3.39344	3.1404	3.6465
1. الافراد لدى الابتكار	43.653	60	.000	4.01639	3.8324	4.2004
2. الافراد لدى الابتكار	47.458	60	.000	4.00000	3.8314	4.1686
3. الافراد لدى الابتكار	40.746	60	.000	3.98361	3.7880	4.1792
4. الافراد لدى الابتكار	34.514	60	.000	3.62295	3.4130	3.8329
5. الافراد لدى الابتكار	34.784	60	.000	3.63934	3.4301	3.8486
6. الافراد لدى الابتكار	43.525	60	.000	3.90164	3.7223	4.0809
الادارية العمليات في الابتكار	26.468	60	.000	3.68852	3.4098	3.9673
1.						
الادارية العمليات في الابتكار	29.678	60	.000	3.85246	3.5928	4.1121
2.						

الملاحق

الادارية.العمليات.في.الابتكار .3	40.588	60	.000	3.75410	3.5691	3.9391
الادارية.العمليات.في.الابتكار .4	26.557	60	.000	3.42623	3.1682	3.6843
الادارية.العمليات.في.الابتكار .5	33.689	60	.000	3.62295	3.4078	3.8381
الادارية.العمليات.في.الابتكار .6	26.021	60	.000	3.29508	3.0418	3.5484
الادارية.العمليات.في.الابتكار .7	26.828	60	.000	3.39344	3.1404	3.6465
1.العمل.اساليب.في.الابتكار	35.335	60	.000	3.75410	3.5416	3.9666
2.العمل.اساليب.في.الابتكار	30.879	60	.000	3.70492	3.4649	3.9449
3.العمل.اساليب.في.الابتكار	39.816	60	.000	3.93443	3.7368	4.1321
4.العمل.اساليب.في.الابتكار	40.303	60	.000	3.91803	3.7236	4.1125
5.العمل.اساليب.في.الابتكار	35.657	60	.000	3.83607	3.6209	4.0513
6.العمل.اساليب.في.الابتكار	37.503	60	.000	3.86885	3.6625	4.0752
7.العمل.اساليب.في.الابتكار	28.658	60	.000	3.57377	3.3243	3.8232
الابتكار	56.493	60	.000	3.73060	3.5985	3.8627

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
1. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.6557	.85411	.10936
2. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.8361	.85985	.11009
3. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.6721	.85091	.10895
4. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.5246	1.02643	.13142
5. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.8525	.85315	.10923
6. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.6066	.84219	.10783
7. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.9180	.73700	.09436
8. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.7869	.81884	.10484
9. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.8852	.91466	.11711
10. المؤسسة.في.الابتكار	61	3.3934	.98790	.12649
1. الافراد.لدى.الابتكار	61	4.0164	.71861	.09201
2. الافراد.لدى.الابتكار	61	4.0000	.65828	.08428
3. الافراد.لدى.الابتكار	61	3.9836	.76358	.09777
4. الافراد.لدى.الابتكار	61	3.6230	.81984	.10497
5. الافراد.لدى.الابتكار	61	3.6393	.81717	.10463
6. الافراد.لدى.الابتكار	61	3.9016	.70012	.08964
الادارية.العمليات.في.الابتكار .1	61	3.6885	1.08844	.13936

الملاحق

الادارية.العمليات.في.الابتكار	61	3.8525	1.01384	.12981
.2				
الادارية.العمليات.في.الابتكار	61	3.7541	.72240	.09249
.3				
الادارية.العمليات.في.الابتكار	61	3.4262	1.00762	.12901
.4				
الادارية.العمليات.في.الابتكار	61	3.6230	.83992	.10754
.5				
الادارية.العمليات.في.الابتكار	61	3.2951	.98901	.12663
.6				
الادارية.العمليات.في.الابتكار	61	3.3934	.98790	.12649
.7				
1.العمل.اساليب.في.الابتكار	61	3.7541	.82977	.10624
2.العمل.اساليب.في.الابتكار	61	3.7049	.93709	.11998
3.العمل.اساليب.في.الابتكار	61	3.9344	.77177	.09881
4.العمل.اساليب.في.الابتكار	61	3.9180	.75928	.09722
5.العمل.اساليب.في.الابتكار	61	3.8361	.84024	.10758
6.العمل.اساليب.في.الابتكار	61	3.8689	.80572	.10316
7.العمل.اساليب.في.الابتكار	61	3.5738	.97398	.12471
الابتكار	61	3.7306	.51576	.06604

الملحق رقم (17): متوسطات بعد توفر التكنولوجيا

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
1.التكنولوجيا.وسائل.توفر	61	4.0164	1.11791	.14313
2.التكنولوجيا.وسائل.توفر	61	4.0000	1.00000	.12804
3.التكنولوجيا.وسائل.توفر	61	3.7541	1.05918	.13561
4.التكنولوجيا.وسائل.توفر	61	3.7049	.97201	.12445
5.التكنولوجيا.وسائل.توفر	61	3.9180	.69029	.08838
6.التكنولوجيا.وسائل.توفر	61	4.1148	.81850	.10480
7.التكنولوجيا.وسائل.توفر	61	3.7377	1.03121	.13203
التكنولوجيا.وسائل.توفر	61	3.8923	.64873	.08306

Test sur échantillon unique

الملاحق

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
1. التكنولوجيا وسائل.توفر	28.060	60	.000	4.01639	3.7301	4.3027
2. التكنولوجيا وسائل.توفر	31.241	60	.000	4.00000	3.7439	4.2561
3. التكنولوجيا وسائل.توفر	27.682	60	.000	3.75410	3.4828	4.0254
4. التكنولوجيا وسائل.توفر	29.770	60	.000	3.70492	3.4560	3.9539
5. التكنولوجيا وسائل.توفر	44.330	60	.000	3.91803	3.7412	4.0948
6. التكنولوجيا وسائل.توفر	39.264	60	.000	4.11475	3.9051	4.3244
7. التكنولوجيا وسائل.توفر	28.309	60	.000	3.73770	3.4736	4.0018
التكنولوجيا وسائل.توفر	46.860	60	.000	3.89227	3.7261	4.0584

الملحق رقم (18): متوسطات بعد نظم المعلومات

Statistiques sur échantillon uniques

	N	Moyenne	Ecart type	Moyenne erreur standard
1. المؤسسة.في.المعلومات.نظام	61	3.9836	.74144	.09493
2. المؤسسة.في.المعلومات.نظام	61	4.1311	.56200	.07196
3. المؤسسة.في.المعلومات.نظام	61	3.8852	.73254	.09379
المعلومات.نظام	61	4.0000	.50185	.06426

Test sur échantillon unique

	Valeur de test = 0					
	t	ddl	Sig. (bilatéral)	Différence moyenne	Intervalle de confiance de la différence à 95 %	
					Inférieur	Supérieur
المؤسسة.في.المعلومات.نظام 1	41.963	60	.000	3.98361	3.7937	4.1735
المؤسسة.في.المعلومات.نظام 2	57.411	60	.000	4.13115	3.9872	4.2751
المؤسسة.في.المعلومات.نظام 3	41.424	60	.000	3.88525	3.6976	4.0729
المعلومات.نظام	62.252	60	.000	4.00000	3.8715	4.1285

الملخص

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على واقع تأثير تكنولوجيا الإعلام و الاتصال على السلوك الابتكاري في المؤسسات، خاصة في ظل البيئة التنافسية المضطربة. فإن تكيف المؤسسات مع مثل هذه التكنولوجيات هو أمر ضروري من أجل أهدافها.

ولتحقيق أهداف هذه الدراسة تم الاعتماد على الاستبيان كأداة للدراسة حيث تم توزيعها على عدد من المؤسسات الاقتصادية الجزائرية، وتم اللجوء إلى الأساليب الإحصائية لتحليل وتفسير النتائج المسجلة.

وقد توصلنا إلى عدة نتائج من أهمها أن تبني المفاهيم الحديثة لتكنولوجيا الاعلام والاتصال يساهم في تنمية القدرات الابتكارية في المؤسسة. ومن خلال هذه النتائج يمكن القول أن المؤسسات الجزائرية مطالبة بتحسين وتشجيع التوجهات التكنولوجية في جميع القطاعات وفي القطاع الاقتصادي بصفة خاصة.

الكلمات المفتاحية: تكنولوجيا الإعلام والاتصال، الابتكار، المؤسسات الاقتصادية.

Abstract

This study aims to identify the reality of the impact of information and communication technology on the innovative behavior of firms, especially that the adaptation of companies to such technologies is necessary in light of the turbulent competitive environment in order to achieve its goals. The study reached several results, the most important of which is that adopting modern concepts of information and communication technology contributes to developing innovative capabilities in the company.

Through these results, it can be said that the Algerian companies are required to improve and encourage technology trends in all sectors and the economic sector in particular.

Keywords: information and communication technology, innovation, economic firms.