وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
Ministry of higher education and scientific research
جامعة الشهيد الشيخ العربي التبسي - تبسة
Echahid Cheikh Larbi Tebessi University- Te'essa
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
faculty of humanities and social sciences

قسم: علوم الاعلام و الاتصال

تخصص: اتصال تنظيمي

مذكرة ماسترتحت عنوان

العلاقات العامة الرقمية وتأثيرها على الأداء الوظيفي
دراسة ميدانية بمديرية الضرائب بولاية تبسة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر L.M.D

من إعداد الطالبة:
- حازرلي ريم

- إشراف الأستاذ
- طبي منير

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عبد الغني بوزيان	أستاذ تعليم العالي	رئيسا
طبي منير	أستاذ تعليم العالي	مشرفا ومقررا
سيفي نسرين	أستاذ محاضر -أ-	عضوا ممتحنا

السنة الجامعية 2025/2024


بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

الحمد والشكر لله تعالى على نعمه وعلى توفيقه ومنحه لنا القدرة والعزيمة الإتمام إنجاز هذا البحث

أتقدم بمنتها التقدير والاحترام إلى الأستاذ **طيبي منير** الذي تفضل بالإشراف على هذا البحث، ووجدنا لديه كل الدعم والتوجيه والنصح وسعة الصدر والحلم، للمضي قدماً في انجاز هذه البحث فجزاه الله عن ذلك كل خير.

كما نتقدم بجزيل الشكر والاحترام إلى الشخصيات العلمية الأساتذة الأفاضل أعضاء لجنة المناقشة على تفضلهم لقبول مناقشة هذا البحث المتواضع، وعلى إثرائه وتقويمه وأصر على تسميتهم.

كما نوجه لهما خالص التشكرات على قبول رئاسة لجنة المناقشة.بوزيان عبد الغني . سيفي نسرين أستاذ ممتحن

تشكراتنا وعميق امتنانا لها بصفتها عضواً مناقشا

وليجدو منا في هذا المقام كل التقدير والتبجيل.

كما أود أن أشكر مديرة جامعة تبسة والسيد عميد كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية والسيد رئيس قسم الاتصال وجميع اساتذتنا الكرام.

ولا ننسى تقديم الشكر لكل من ساهم في مساعدتنا من قريب أو من بعيد على إتمام هذا العمل.

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

مقدمة .....أ
الفصل الأول 4
الإطار المنهجي للدراس ..... .Error! Bookmark not defined
1.إشكالية الدراسة:..... 4
2.تساؤلات الدراسة: 5
3.أسباب موضوعية:..... 5
4.أهمية الدراسة: 5
5.اهداف الدراسة:..... 6
6مصطلحات الدراسة: 6
7.الدراسات السابقة: 8
8.المقاربة النظرية: 19
خلاصة الفصل الأول: 21
الفصل الثاني 22
الإطار النظري للدراسة..... 22
تمهيد: 23
المبحث الأول : ماهيةالعلاقات العامة الرقمية..... 24
المطلب الأول : مفهوم العلاقات العامة الرقمية: 24
المطلب الثاني :العلاقات العامة في ظل التحول الرقمي: 24
المطلب الثالث : وظائف العلاقات العامة الرقمية:..... 25
المطلب الرابع : أهمية العلاقات العامة الرقمية:..... 25
المطلب الخامس : أهداف العلاقات العامة الرقمية: 26
المطلب السادس : أدوات العلاقات العامة الرقمية:..... 27
تمهيد: 33

المبحث الثاني: الأداء الوظيفي. 34
المطلب الأول : مفهوم الأداء الوظيفي..... 34
المطلب الثاني : أهمية الأداء الوظيفي: 34
المطلب الثالث : أهداف الأداء الوظيفي:..... 35
المطلب الرابع مكونات الأداء الوظيفي: 36
المطلب الخامس أنواع الأداء الوظيفي:..... 36
المطلب السادس محددات الأداء الوظيفي:..... 37
المطلب السابع العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي:..... 39
خلاصة الفصل الثاني:..... 41
الفصل الثالث 42
الإطار الميداني 42
1.منهج الدراسة: 43
2.مجتمع الدراسة:..... 43
3.عينة الدراسة:..... 44
4.أداة الدراسة: 44
5.مجالات الدراسة: 45
6.تحليل البيانات وعرضها: 46
7.نتائج الدراسة:..... 70
خاتمة:..... 76
قائمة المراجع 78
الملاحق 82

فهرس

الجداول

فهرس الجداول

العنوان	الصفحة
جدول 01: جدول يمثل نوع العينة	46
جدول 02: جدول يمثل سن العينة	46
جدول 03: جدول يمثل المستوى التعليمي للعينة	47
جدول 04: جدول يمثل المستوى التعليمي للعينة	47
جدول 5: ما هي تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية الأكثر استخداما من وجهة نظرك في انجاز مهام المديرية؟	48
جدول 6: هل ساهمت تقنيات ووسائل العلاقات العمة الرقمية في زيادة مرونة أداء الأعمال؟	49
جدول 7: هل تعمل تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على ضمان مصداقية الأعمال؟	50
جدول 8: في رأيك هل عملت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على تطوير أعمال المؤسسة وتوسيعها؟	50
جدول 9: : هل قللت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية من الوقت والجهد المطلوب للعمل؟	51
جدول 10: ما هو التأثير الذي تتركه تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في العاملين بالمديرية؟	52
جدول 11:هل الاتزام بالمواعيد المحددة يزيد من كفاءة العاملين وقدرتهم ؟	53
جدول 12: هل عملت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على تنمية قدراتكم الوظيفية؟	54
جدول 13: عند استخدامك لتقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية، كيف ساهمت:	54
جدول 14: هل ساعدت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على انجاز الأعمال بالكفاءة والأداء المطلوب؟	55
جدول 15: هل تشعر بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية أثرت على مستوى أدائك المهني؟	56

جدول 16: هل تميلون للمداومة على أداء مهمكم حتى في غياب الإشراف والتوجيه الإداري؟	57
جدول 17: هل تشعر بأنك راض على التقنيات والتطورات الحاصلة في المديرية؟	57
جدول 18: هل تقوم المديرية بوضع برامج حديثة ومتطورة لتقييم أداء العاملين بالمديرية؟	58
جدول 19: ما الهدف من وراء استخدامك لتقنيات العلاقات العامة الرقمية؟	60
جدول 20: هل عملت تقنيات العلاقات العامة الرقمية على تغيير أنماط الاتصال بين جماعات العمل والموظفين؟	61
جدول 21: هل تلبي تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية حاجاتك المادية؟	62
جدول 22: هل تنظم المديرية دورات تدريبية للموظفين في المجال الرقمي	63
جدول 23: هل سبق وأن شاركت في هذه الدورات؟	63
جدول 24: ماهي أهم النقاط التي تسعى المديرية إلى تحقيقها بواسطة تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية؟	64
جدول 25: هل تجد صعوبة في التعامل رقميا داخل وخارج المديرية؟	66
جدول26: هل تؤثر تقنيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة أعمال المؤسسة؟	66
جدول 27: هل تؤثر تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في قدرات وكفاءة العاملين داخل المديرية؟	67
جدول 28: هل تشعر بأنك راض عن التطورات الحاصلة في مجال الرقمنة بالمديرية؟	68
جدول 29: هل تعاني المواقع الالكترونية الخاصة بالمديرية عادة من اختراقات وتهديدات أمنية؟	68
جدول 30 : هل تشعر بأنك راض عن التطورات الحاصلة في مجال الرقمنة بالمديرية؟	69
جدول 31 : هل تعاني المواقع الالكترونية الخاصة بالمديرية عادة من اختراقات وتهديدات أمنية؟	70

فهرس الملاحق

فهرس الملاحق

العنوان	الصفحة
الملحق رقم 01 : استمارة الاستبيان .	83
الملحق رقم 02 : الهيكل التنظيمي لمديرية الضرائب .	90
الملحق رقم 03 : المنصة الرقمية لدفع حقوق الطابع عبر الانترنيت.	91
الملحق رقم 04 : المديرية العامة للضرائب ترافقكم في تطهير ديونكم الجبائية.	93

مقدمـــة

مقدمة:

تعد العلاقات العامة من أهم الأدوات الاستراتيجية التي تعتمد عليها المؤسسات والمنظمات في العصر الحديث، مما دفع بذلك إلى تدريسها في العديد من التخصصات التي رأت أنه من الضروري إعداد الخرجين لميدان العمل، و تزويدهم بكافة المساعدات التي تحقق لهم مطالب النجاح، وظهورها و تطورها قائم منذ القدم فالبشر على اختلاف أجناسهم وأعمارهم ومستوياتهم يتحتم عليهم تحسين مستوى العلاقات بينهم و بين غيرهم سواء أكانوا أفراد أم مؤسسات، فالعلاقات العامة تعتبر الشبكة التي تربط المؤسسة بالعديد من الأطراف، وربما تظهر معقدة التصميم والمهام من الداخل لكنها مع ذلك تبدو الصورة البسيط والسهلة والمحببة للعوام، فهي تعمل على اكتساب وتعزيز التواصل القوي مع الجمهور سواء مع الفئة المستهدفة أو مع غيرها، وذلك يرمي إلى بناء سمعة طيبة بحيث تجعلها مطلوبة داخل كافة المنظمات والمؤسسات وخاصة مع التطور الملحوظ في مجال الاعلام والاتصال ومع التطور التكنولوجي الذي أعادا إحياء الجانب الوظيفي للعلاقات العامة داخل المؤسسات المختلفة بحيث جعلها المرآة العاكسة لصورة المنظمة وسمعتها أمام جميع الأطراف المتعاونة معها خارجيا، وذلك يخلق هالة إيجابية حول صورة المؤسسة التجارية وخدماتها بحيث تنجح الإدارة في كسب التأييد الإيجابي والفعال من الجمهور المستهدف، وتعمل كحصن منيع لصد جميع الهجمات والحملات الإعلامية المضادة من خلال وضع خطط قصيرة وطويلة المدى فيما يخص رسم وتطوير الصورة الاعتبارية للمؤسسة.

ولنجاح ذلك لابد من العودة إلى توفير عوامل الجذب وإبعاد عوامل الطرد بتحسين جودة الخدمة من خلال تحسين الأداء الوظيفي للعمال الذين لهم دور بارز في تحسين الخدمة وتحقيق حاجيات الزبائن والربح، ولابد من التركيز على القيم الإنسانية أكثر من المال والقوة نظرا لحاجة المؤسسة للتماسك والالتزام والتعاون الجماعي وكذا الرقابة المستمرة لأداء العمال.

فالأداء الوظيفي يعتبر من المواضيع التي لاقت اهتماما كبيرا من طرف الباحثين في العديد من المجالات سواء الاقتصادية أو السياسية وغيرها نظرا لاعتمادها الكبير على فعالية الأفراد في المؤسسات من خلال قياس الجهد المبذول للموظف في العمل، وغالبا ما يحدث تداخل بين الجهد والأداء، فالجهد يشير إلى الطاقة المبذولة، أما الأداء فيقاس على أساس النتائج التي حققها الفرد.

والأداء الوظيفي في المؤسسة محل الدراسة بأبعاده المختلفة إذ أنه يمثل في نظرها إحدى الأسلحة الاستراتيجية في صراع المؤسسات من أجل الاستمرارية، كونه العنصر التنظيمي الوحيد القادر على استيعاب المفاهيم والأفكار الجديدة لمواجهة التحديات التي فرضتها الظروف البيئية المعاصرة لكل أنشطة المؤسسة، وخاصة لمواكبة التطورات الحاصلة في مجال التكنولوجيا المعلوماتية، فالتمكين الإداري الذي يعتبر مفتاح الطاقات الكامنة للمؤسسات لابد من تأثير الأداء الوظيفي لقياس مدى تقدمها.

انطلاقا من هذا الطرح بدأت الدراسة بتحديد تأثير تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على الأداء الوظيفي للعاملين بمديرية الضرائب بولاية تبسة، وسعيا لتحقيق هذا الهدف قسم البحث إلى ثلاث فصول رئيسية، وهي كالتالي:

الفصل الأول: وهو الإطار المنهجي الذي يحتوي على إشكالية الدراسة التي تضم مشكلة وتساؤلات الدراسة، أسباب اختيار موضوع الدراسة، أهمية الدراسة وأهدافها، تعريف مصطلحات الدراسة، عرض أهم الدراسات السابقة، وأخيرا عرض المدخل النظري للدراسة.

الفصل الثاني: الذي هو بدوره ينقسم إلى مبحثين أساسيين، الأول تحت عنوان " العلاقات العامة الرقمية "، حيث تم فيه عرض مفهوم العلاقات العامة الرقمية، العلاقات العامة في ظل التحول الرقمي، وظائف العلاقات العامة، أهمية العلاقات العامة الرقمية، أهداف العلاقات العامة الرقمية، أدوات العلاقات العامة الرقمية، أما بالنسبة للمبحث الثاني فقد جاء تحت عنوان " الأداء الوظيفي " .

والذي تناولنا فيه: مفهوم الأداء الوظيفي، أهمية الأداء الوظيفي، أهداف الأداء الوظيفي، مكونات الأداء الوظيفي، أنواع الأداء الوظيفي، محددات الأداء الوظيفي والعوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي.

أما الفصل الثالث: فهو مرتبط بالإطار الميداني للدراسة تناولنا فيه المنهج ومجتمع الدراسة وأدوات جمع البيانات ومجالات الدراسة، إضافة إلى تحليل بيانات الدراسة وعرضها، مع عرض نتائج الدراسة الميدانية والنتائج في ضوء التساؤلات، لنجيب في الأخير على الإشكالية التي تم طرحها في بداية الدارسة. موضوع بحثنا.

الفصل الأول

إشكالية الدراسة والجانب المفاهيمي

خطة الفصل الأول إشكالية الدراسة والجانب المفاهيمي:

- **1 -إشكالية الدراسة.**
- **2- تساؤلات الدراسة.**
- **3- أسباب الدراسة.**
- **4- أهمية الدراسة.**
- **3 -أهمية الدراسة.**
- **5 -اهداف الدراسة.**
- **6 -مصطلحات الدراسة.**
- **7 -الدراسات السابقة.**
- **8 -المقاربة النظرية.**
- **خلاصة الفصل الأول.**

1. إشكالية الدراسة:

نظرا للتطورات الحاصلة في مجال الاتصال و المعلوماتية و ما أدت بظهور الثورة الصناعية و ما عرف بعصر العولمة ،زاد اهتمام المؤسسات بالبحث عن طرق و أساليب تتميز بها و تضمن استمراريتها في عالم الاعمال ،و لتأمين مستقبلها كان لابد من أن تولي اهتماما كبيرا للفكر الإداري ،حيث تعتمد الإدارات على اختلاف أنظمتها و اساليبها المتنوعة على العلاقات العامة ،فيما بينها خاصة و التي كان لها دورا في نجاح المؤسسة من خلال اهتمامها بالمهام و بالوظائف ،فكان سعيها بارزا في التعريف بالمؤسسة و نشاطها و منتوجاتها ،و مدى تأثير ذلك على الجماهير ،حيث يكون ذلك داخل المؤسسة قبل خارجها ،و يتم خلالها بناء علاقات متينة مليئة بالثقة و الأمانة لكي تنعكس كل تلك المشاعر على الجمهور الخارجي ،و لمواكبة التغييرات الحاصة في مجال الاتصال و المعلوماتية نتيجة الاهتمام بالتكنولوجيا ،كان لابد من العلاقات العامة ان تتخذ نهجا و مسارا جديدا للتأثير و الاقناع من خلال توظيف التقنيات الحديثة الموجهة نحو بناء ما يعرف بالهوية الرقمية و الذي يعتبر امتيازا تنافسيا للمؤسسات.

في سياق اعتماد المؤسسات على التقنيات الحديثة الخاصة بالمعلومات والاتصالات برزت دراسات حول المئات من المؤسسات التي لاقت القبول لمثل هذا التحديث في مجال الإدارة واتخذتها أساسا لها خاصة فيما تعلق بالمؤسسات العمومية.

فالعلاقات العامة كنشاط في حاجة ماسة الى التقنيات والتكنولوجيات الحديثة من أجل استمرارها استمرار اعمال المؤسسة، وذلك لكسب ثقة أكبر عدد ممكن من المجتمع من خلال تطوير التقنيات الأساليب الاقناعية، وتدريب العمال حول كيفية التعامل معها من اجل انجاز الاعمال في اقل وقت وجهد ممكن، لتحقيق اهداف التنظيم وكسب رضا الموظفين لخلق انطباع وصورة إيجابية حول المنظمة وما تديره من اعمال.

ومن هنا يمكننا طرح التساؤل الرئيسي والمتمثل أساسا في: كيف تسهم ممارسة العلاقات العامة الرقمية في الأداء الوظيفي للعاملين بمديرية الضرائب بولاية تبسة؟

2. تساؤلات الدراسة:

- ماهي أهم وسائل وتقنيات العلاقات العامة الرقمية المستخدمة في مديرية الضرائب؟
- ما طبيعة الأداء المتوقع من العاملين في مديرية الضرائب نتيجة اعتمادهم على تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية؟
- ما هي الآثار المترتبة على توظيف العلاقات العامة الرقمية داخل مديرية الضرائب من حيث تحسن الأداء المؤسسي؟
- ما أبرز التحديات التي تواجه العاملين بمديرية الضرائب في استخدام تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية؟

3. أسباب اختيار الدراسة:

-الميل والرغبة في دراسة موضوع العلاقات العامة ومدى الاعتماد عليها ونظرا لارتباطه بطبيعة تخصصنا.

-الرغبة في التعرف على مدى استخدام العلاقات العامة للتقنيات والوسائل الرقمية.

-التعرف على الأنشطة والوظائف التي يمارسها جهاز العلاقات العامة ضمن المؤسسة.

-التعرف على الأساليب والتقنيات التي تعتمدها العلاقات العامة للتأثير على الافراد ولتحسين أداء العاملين في مديرية الضرائب بولاية تبسة.

4. أهمية الدراسة:

-التعرف على جانب جديد للعلاقات العامة من خلال توظيفها للتقنيات الحديثة في أداء الاعمال بدلا من التقليدية، ومدى قدرتها على التأثير في أداء العاملين، وكذلك التعرف على النتائج المتوقعة جراء توظيف هذه التقنيات بالمؤسسة.

-الكشف على جانب لم يتم دراسته من قبل يدور حول مدى قدرة العاملين على قبول وتأييد التجديد في الأنشطة والوظائف وكذا في التقنيات الحديثة.

-تقديم مساهمة فريدة في حقل علوم الاعلام والاتصال من خلال اكتساب معرفة جديدة حول كيفية استخدام التقنيات الحديثة داخل المؤسسات ومدى تأثيرها على أداء العاملين.

-التعرف على كيفية الاستفادة من التقنيات الحديثة والوسائل المتطورة لتكوين صورة ذهنية طيبة وحسنة لدى جماهير المؤسسة، وتعزيز التواصل الداخلي من خلال هذه التقنيات المتطورة لبناء ثقافة تنظيمية قوية ومتينة.

5. اهداف الدراسة:

- الكشف عن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية الأكثر استخداما من طرف الإدارات بمديرية.

الضرائب.

-محاولة تقيم أداء العاملين بعد دمج تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في مختلف الأنشطة والوظائف بمديرية الضرائب.

-التعرف على الاثار المترتبة على توظيف تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية داخل مديرية الضرائب من حيث تحسين الأداء المؤسسي.

-الكشف عن أبرز التحديات التي تواجه مستخدمي تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية بمديرية الضرائب.

6. مفاهيم الدراسة:

- **العلاقات العامة:** وهي نشر المعلومات والأفكار والحقائق مشروحة ومفسرة للجماهير وكذلك نقل المعلومات والآراء والحقائق من الجماهير إلى المؤسسة، وذلك بغية الوصول إلى الانسجام والتكيف الاجتماعي بين المؤسسة والجماهير.[1]
- **تعرف جمعية العلاقات العامة الدولية للمعهد البريطاني:** هي قيام الإدارة المعنية بتوظيف وتسخير تقنيات الاتصال الحديثة وقنوات الإعلام الرقمي لتنفيذ أنشطتها وذلك للإسهام في تحقيق أهداف المؤسسة مع الجمهور أو المجتمع.[2]
- **العلاقات العامة الرقمية: هي** جهود انشطة العلاقات العامة المخططة والمقصودة، وممارستها عبر الوسائل والنظم الرقمية الحديثة.

اجرائيا: العلاقات العامة هي: "فن وعلم التعامل مع جمهور المؤسسة، وذلك بالاعتماد على الوسائل والتقنيات المختلفة لتحقيق الأهداف المسطرة، وبناء علاقات متينة داخل وخارج المؤسسة ".

[1] بسام عبد الرحمان المشاقبة، معجم مصطلحات العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن/ عمان، 2014م، ص233.

[2] بن جلالي هناء، زوالي فاطمة، كريف خولة، واقع إدارة العلاقات العامة الرقمية بالمؤسسة الخدماتية الجزائرية "دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر -تيارت-"، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون -تيارت-، 2023.

- **التأثير:** هي العملية التي تسعى إلى إحداث تغيير في سلوك الناس عن طريق دفعهم لتبني آراء وسلوكيات معينة أو التخلي عن بعض الأفكار، أو اكتساب مهارات وأفكار جديدة، من شأنها أن تخدم الهدف الذي يسعى إليه مصدر التأثير. [1]

إجرائيا: والمقصود بالتأثير هو مقدار التغيير أو التحسين الذي تحدثه العلاقات العامة الرقمية في الأداء الوظيفي للعاملين داخل المؤسسة.

- **الأداء:** هي الدرجة التي يصل إليها النشاط الإنمائي أو الشريك الإنمائي في العمل وفقا لمعايير أو مواصفات أو مبادئ توجيه معينة أو في تحقيق النتائج وفقا للأهداف أو الخطط المعلنة.[2]

إجرائيا: وهو مستوى قيام الموظف بمهامه الوظيفية وفق المعايير المطلوبة، ويقاس من خلال مؤشرات مثل جودة العمل، سرعة الإنجاز، والتعاون، باستخدام أدوات مثل: الاستبيانات أو تقارير التقييم.

- **الأداء الوظيفي:**
- **لغة:** يشير المعنى اللغوي للأداء إلى مصدر الفعل، ويقال أدى الشيء أي أوصله والاسم الأداء: أدى الأمانة وأدى الشيء الذي قام به.[3]
- **اصطلاحا:** هو مطابقة العمليات الإنتاجية التي يتم إنجازها في فترة زمنية محددة للخطط الموضوعة سابقا والتعرف على أوجه القصور ونقاط الضعف، والانحراف عن الخطط الموضوعة، ووضع الحلول العلمية والعملية التي تكفل تجاوز القصور، وتجنب الانحراف في الإنتاج مستقبلا. [4]

اجرائيا: هو ذلك النشاط والسلوك الذي يؤديه الافراد داخل المنظمات والمؤسسات من أجل تحقيق الأهداف المسطرة، عن طريق مجموعة المهارات والقدرات الفكرية والجسدية.

---

[1] مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال "المشروع العربي لتوحيد المصطلحات"، ط1، دار النهضة العربية، بيروت/لبنان، 2015/2014.

[2] بسام عبد الرحمان المشاقبة، نفس المرجع السابق ، ص 41.

[3] [4] -مهدي براهمية، كريم جدي، تأثير الرقمنة على الأداء الوظيفي "دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز (امتياز لتوزيع الكهرباء والغاز)"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص تنظيم وعمل، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشيخ العربي التبسي _تبسة_، 2023/2022.

[4] فتحي محمود طلبه، تأثير استخدام التكنولوجيا الرقمية على الأداء الوظيفي للعاملين في الجامعات الحكومية "دراسة تطبيقية على جامعة الفيوم"، مجلة الإسكندرية للبحوث ونظم المعلومات، مصر، المجلد 2، العدد2، 2023.

7. الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: «مدى فعالية استخدام العلاقات العامة الرقمية على متابعة جمهور الإذاعات الفلسطينية (إذاعة راية نموذجا)".[1]

إشكالية الدراسة: تناولت هذه الدراسة إشكالية تتمثل في اعتبار ان المؤسسات الإعلامية أصبحت تهتم أكثر بالتقنيات والوسائل الرقمية لكي توطد علاقتها مع الجمهور الخارجي، والعمل على تلبية حاجياته ورغباته، وبالتالي عملت على ادخال الرقمنة للعلاقات العامة بهدف الإعلان ومشاركة المعلومات مع أكبر عدد من الافراد في العالم.

اهداف الدراسة:

-بيان مدى فعالية أدوات العلاقات العامة الرقمية التي تستخدمها الإذاعات وخاصة إذاعة راية لترويج محتواها الإعلامي.

-التعرف على استخدام أدوات العلاقات العامة الرقمية في إذاعة راية التي تهدف الى تحسين جودة محتواها الإعلامي من وجهة نظر الجمهور.

-التعرف على الدور الذي تلعبه أدوات العلاقات العامة الرقمية في إذاعة راية، وفي زيادة عدد المتابعين.

التعرف على نظرة القائم بالاتصال في الإذاعة على فعالية استخدام ادواتها.

إدراك الإشكاليات التي تواجه إذاعة راية لترويج محتواها الإعلامي من وجهة نظر الجمهور.

-التعرف على الفروق ذات الدلالة الإحصائية عند مستوى دلالة لفعالية استخدام أدوات العلاقات العامة الرقمية على متابعة جمهور إذاعة راية تعزى للمتغيرات الديموغرافية النوع العمر والمستوى التعليمي.

منهج الدراسة:

استخدمت الدراسة المدخل المختلط او المزجي، الذي يقوم على المنهج الوصفي بمدخليه الكمي والنوعي، التصميم الاستكشافي التتابعي.

أداة الدراسة:

الاستمارة: وهي موجهة للجمهور عينة الدراسة (الجمهور الخارجي المتابع لإذاعة راية)

[1] شادي سعيد زعماره، مدى فعالية استخدام العلاقات العامة الرقمية على متابعة جمهور الإذاعات الفلسطينية "إذاعة راية FM نموذجا"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، كلية الدراسات العليا، الجامعة العربية الأمريكية، فلسطين، 2020

المقابلة: وهي مع القائمين بالاتصال في إذاعة راية (من الصحفيين وممارسي العلاقات العامة الرقمية)

مجالات الدراسة:

الحدود المكانية: تتمثل في البحث في الوسائل الرقمية التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في إذاعة راية عبر الهواتف النقالة، راية تي في، وعبر مواقع الاعلام الاجتماعي الموقع الالكتروني.

الحدود البشرية: اختار الباحث الجمهور الذي يستمع لإذاعة راية عبر الأدوات الرقمية في محافظة رام الله البيرة، كما أجرى مقابلات معمقة مع القائمين بالاتصال في الإذاعة.

الحدود الزمانية: فترة ستة أشهر، تمتد من تاريخ 2019/5/1 لغاية 2019/11/30

وهي الفترة التي تبعت تطوير الإذاعة محل الدراسة لاستخدام أدوات العلاقات العامة الرقمية فيها.

مجتمع وعينة الدراسة:

اختار الباحث ان يكون مجتمع الدراسة من متابعي إذاعة راية في محافظة رام الله والبيرة، وتم تحديد عينة متمثلة وفق الإحصائية ب 400 مفردة.

نتائج الدراسة: من اهم النتائج المستخلصة من الدراسة كالاتي:

-تم التوصل الى ان أدوات العلاقات العامة الرقمية لها دور كبير في نشر الاخبار بعدة اشكال، وكذا الترويج للمحتوى الإعلامي الخاص بالإذاعة، ومحافظتها على سمعتها في اذهان الجمهور،

كما اشارت الدراسة الى ميزة مهمة وهي مدى قدرة أدوات العلاقات العامة الرقمية على توفير المعلومات بشكل دائم، مما يجعل من السهل العودة اليها في أي وقت وزمان كان، إضافة الى متابعة ردود أفعال المتابعين على مضامين إذاعة راية، لتلبية احتياجاتهم وتجاوز كل العقبات التي كانت تعرقل هذه الإذاعة وخاصة مع جمهورها.

-مدى دقة المعلومات والتحديث المتسمر الذي يعمل على جذب الجمهور لمتابعة اخبارها، إضافة الى سهولة الوصول اليه.

-كما بينت بان هناك إشكاليات عديدة تؤدي الى تشويه سمعة إذاعة راية نتيجة الممارسات اللاأخلاقية في ترويج المحتويات الإعلامية، وكذا ما يتعلق بالجمهور والتغذية العكسية، والاهتمام إثر بتوظيف مختصين للتعرف على آرائهم، ووجهات نظرهم لتلبية رغباتهم وكسب ثقتهم وبناء علاقات متينة.

التعليق على الدراسة:

أوجه التشابه:

-تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية من حيث اعتمادها على المتغير الأساسي ة هو العلاقات العامة الرقمية.

-تشابه دراستنا مع هذه الدراسة في اهتمامهم بالقائمين بالاتصال وكذا ممارسي العلاقات العامة، مع محاولة التعرف على الدو الذي تلعبه أدوات العلاقات العام الرقمية في المؤسسة.

أوجه الاختلاف:

-اختلفت هذه الدراسة مع دراستنا الحالية في المجال الزماني والمكاني، وفي الإطار الميداني للدراسة.

-واختلفت كذلك هذه الدراسة مع دراستنا في اهتمامها بالجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة، في حين ان دراستنا تهتم فقط بالجمهور الداخلي للمؤسسة والأداء المتوقع من هؤلاء الموظفين.

تختلف أيضا في الأدوات المستخدمة فهي اعتمدت على المقابلة والاستمارة معا، في حين الدراسة الحالية تعتمد فقط على الاستبيان.

الدراسة الثانية: "الاتصال الرقمي والثقافة التنظيمية لموظفي العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية".[1]

إشكالية الدراسة: في هذا التوجه فإن العلاقات العامة وفي خضم التطورات المتسارعة في عالم الرقمنة، فإن المؤسسات تعمل جاهدة لاستغلال هذه الوسائل الحديثة لعزيز مكانتها، وللتواصل مع الجماهير المختلفة لتحقيق أهدافها ة لمعرفة الاستراتيجيات المعتمدة، التي تأثر على الثقافة التنظيمية وعلى ممارسي العلاقات العام في الوزارات الفلسطينية.

اهداف الدراسة:

التعرف على أدوات الاتصال الرقمي الحديثة التي توظفها العلاقات العامة في عملها.

-التعرف على الاستراتيجيات التي تتبعها العلاقات العامة في اتصالها الرقمي والتي تنعكس بدورها على الثقافة التنظيمية.

-التعرف على أثر الاتصال الرقمي للعلاقات العامة على الأداء المتوقع والجهد المتوقع والتأثيرات الاجتماعية للموظفين.

[1] دعاء إسماعيل، عبد الرحمان شراكة، الاتصال الرقمي والثقافة التنظيمية لموظفي العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية لعام 2023، دراسة لنيل شهادة الماجستير، تخصص العلاقات العامة المعاصرة، كلية الدراسات العليا، الجامعة العربية الأمريكية، 2023.

-التعرف على أثر الاتصال الرقمي للعلاقات العامة على قيم ومعتقدات الثقافة التنظيمية لدى الموظفين.

التعرف على أثر الاتصال الرقمي للعلاقات العامة على الرأس المال الاجتماعي في الوزارة،

منهج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي فقد استخدمت هذا المنهج لأنه يعمل على تحقيق اهداف البحث، فهو يصف موضوع الدراسة وذلك بالاعتماد على الادبيات السابقة.

أداة الدراسة:

تم استخدام أداة الاستبيان والمقابلات، وذلك لجمع البيانات الميدانية من العينة المستهدفة والتي تتمثل بموظفي العلاقات العامة.

حدود الدراسة:

الحدد المكانية: تتمثل في مقرات الوزارات الفلسطينية التي تم اجراء الدراسة عليها وهي (التربية والتعليم، المالية، التعليم العالي والبحث العلمي، الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، المواصلات، العدل والعمل، الاقتصاد، الأوقاف)

الحدود الزمانية: عام 2023

مجتمع وعينة الدراسة:

يتكون مجتمع الدراسة من جميع موظفي دوائر العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية هي (التربية والتعليم، المالية، التعليم العالي والبحث العلمي، الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، المواصلات، العدل والعمل، الاقتصاد، الأوقاف)، وعددهم 64 , وفقا لما تم الحصول عليه من احصائيات من الجهات ذات الاختصاص، ينبغي في حالة عدم تجاوز مفردة 500.

وجب اجراء حصر شامل لمجتمع البحث لتكون النتائج أكثر دقة وموضوعية.

نتائج الدراسة:

-أكثر وسائل الاتصال الرقمي تطبيقا من قبل دوائر العلاقات العامة بالوزارات الفلسطينية هو تطبيق الانستغرام، وذلك بالنسبة للجمهور الخارجي فقط وليس الداخلي.

-كما تم الاشرة الى الاستراتيجيات التي تتبعها العلاقات العامة بالوزارات الفلسطينية، ومدى تحقيقها لأهداف الوزارة.

-اشارت نتائج الدراسة الى ان المهارات الرقمية مطلوبة لدى العاملين بالقطاع الإداري بالمؤسسة الجامعية ' تتبلور في القدرة على استيعاب كيفية تأثير التكنولوجيا الرقمية الجديدة في عمليات المؤسسة الجامعية.

-جاءت نتائج الدراسة واضحة حول الرؤية المستقبلية لإدارات العلاقات العامة الرقمية ذو ميزة تنافسية داخل المؤسسة الجامعية، والتي بدت واضحة في تقديم الاعمال، وكذا علاقات عامة قادرة على مواكبة التطورات الحديثة.

التعليق على الدراسة:

أوجه التشابه:

-تتشابه هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في تناولها لموضوع العلاقات العامة، وكذا في الاعتماد على نفس أداة الدراسة الاستبيان.

تتشابه كذلك في المقاربة النظرية نظرا لكونها تخدم موضوع دراستنا.

-تتشابه من ناحية الاهتمام بالجانب البشري، وكذا قياس الأداء الوظيفي لممارسي الاتصال والعلاقات العامة من خلال استخدام التقنيات الحديثة بالمؤسسة.

أوجه الاختلاف:

اختلفت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في طريقة تناول الموضوع فالدراسة السابقة اهتمت وركزت على الثقافة التنظيمية والاتصال الرقمي لموظفي العلاقات العامة، في حين الدراسة حالية تهتم بمدى قدرة العلاقات العامة الرقمية على دفع العاملين لرفع مستوى أدائهم لتحقيقي الربح وراء استخدام التقنيات الحديثة.

الدراسة الثالثة: "استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العر اقية ".[1]

إشكالية الدراسة: من خلال هذه الدراسة يمكن تحديد الإشكالية، وذلك بالتعرف على العلاقات العامة الرقمية بصفتها مفهوما حديثا يستخدم في الجامعات العراقية لما له دور فعال في تحقيق التفاعل والتواصل مع العاملين في العلاقات العامة واتصالها بجمهورها الداخلي والخارجي.

اهداف الدراسة:

-التعرف الى مدى استخدام العاملين في الجامعات العراقية للعلاقات العامة الرقمية في ضوء نظرية الاستخدامات والإشباعات المتمثلة في عينة البحث.

[1] صباح أنور محمد، استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية " دراسة مسحية للعاملين في العلاقات العامة"، مجلة الباحث الإعلامي، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، العراق، العدد 37، 2017.

-معرفة اعتماد العاملين في الجامعات العراقية على آلية تطبيق العلاقات العامة الرقمية.

-رصد درجة تراتبية العاملين للعلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية.

-الوصول الى الغايات الأساسية التي تسعى اليها العلاقات العامة الرقمية. -

-الوقوف الى الاستراتيجيات الاتصال المحققة للعلاقات العامة الرقمية.

-تحديد المعوقات التي تعيق عمل العاملين للعلاقات العامة الرقمية في لجامعات العراقية.

منهج الدراسة:

استخدم الباحث في هذا البحث منهج المسح، وذلك لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بمؤسسات إدارية أو علمية أو ثقافية أو اجتماعية أو اقتصادية بقصد التعرف على أنشطتها المختلفة وسلوك العاملين فيها، ومواقفهم من خلال مختلف القضايا وذلك خلا فترة زمنية معينة.

أداة الدراسة:

لقد اعتمد الباحث في هذه الدراسة على اداتين بهدف جمع البيانات والمعلومات المناسبة والمتعلقة بموضوع البحث، وهي كالاتي:

المقابلة العلمية وذلك بالاعتماد على استمارة تم توزيعها على كل الموظفين في العلاقات العامة بواسطة مدراء العلام والأقسام في الكليات التابعة للجامعات العراقية موضوع البحث.

استبانة مسح والتي تتكون من شقين كما يلي (المعلومات العامة، أسئلة الاستبانة).

مجالات الدراسة:

المجال المكاني: تمثل بالجامعات العراقية **(بغداد المستنصرية، العر اقية)** مجالا مكانيا لعينة البحث.

المجال الزماني: اختار الباحث المدة المحصورة من 2017/4/1 لغاية , 2017/4/30 وهي المدة التي تزامنه مع تنفيذ إجراءات البحث المتمثلة بتوزيع استمارة المسح على الجامعات العراقية، ومن ثم إعادة الاستمارات وتحليل بياناتها لغرض معالجتها احصائيا.

المجال البشري: يتمثل المجال البشري بالعاملين في مجال العلاقات العامة حصرا في الجامعات العراقية، والمتمثلة بأقسام ووحدات العلاقات العامة والاعلام.

مجتمع الدراسة: تمثل المجمع المستهدف في هذا البحث جميع العاملين في العلاقات العامة في أقسام ووحدات العلاقات العامة والاعلام التابعة للجامعات العراقية (بغداد المستنصرية، العراقية).

عينة دراسة: تم اختيار الباحث المفردات في هذا البحث بطريقة عمدية لما يراه من سمات أو خصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف هذا البحث، وقد تم اختيار تقريبا 64 مفردة من مجتمع الدراسة الجامعات العراقية (بغداد المستنصرية، العراقية).

نتائج الدراسة:

-كشفت الدراسات المسحية للعاملين في العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية نسب متقاربة حول استخدام تقنيات الانترنت.

-شكلت إجابات المبحوثين الحيادية في تطبيق العلاقات العامة الرقمية فيما تنافست على أبرز تطبيقاتها وهي قيام العلاقات العامة الرقمية في عرض اللوائح والقوانين، وإمكانية تبادل الآراء والتعليمات في الجامعات.

-أظهرت نتائج الدراسة توافقا مع مفهوم الاستخدامات والاشباعات في عمل العاملين للعلاقات العامة الرقمية، وان الحاجة والضرورة تتطلب استخدام التقنيات الحديثة في استخدام وعمل العلاقات العامة الرقمية في الجامعات العراقية عينة البحث.

-لم تكن هناك رؤية واضحة ودلالات علمية توفرت في إجابات المبحوثين إزاء استراتيجيات الاتصال للعلاقات العامة الرقمية، وذلك لوجود تخصصات أخرى تعمل ضمن مجال العلاقات العامة الرقمية.

التعليق على الدراسة:

أوجه التشابه:

تتشابه الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في المتغير المعتمد وهو العلاقات العامة الرقمية.

تتشابه كذلك الدراسة السابقة مع الحالية في كونها تهدف للتعرف على أبرز التقنيات والتطبيقات المستخدمة في المؤسسة.

أوجه الاختلاف:

تختلف الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في المنهج المستخدم، وكذلك في عينة الدراسة والمجال الزماني والمكاني والبشري للدراسة.

الدراسة الرابعة «استراتيجيات التحول الرقمي و أثره على كفاءة العاملين بإدارات العلاقات العامة نحو تعزيز الميزة التنافسية – دراسة ميدانية على العاملين بالقطاع الإداري بالجامعات المصرية –".[1]

إشكالية الدراسة: هذه الدراسة اهتمت بالبحث في كيفية تطبيق التحول الرقمي، وأثره على كفاءة العاملين مع رصد اهم الإشكاليات والقضايا البحثية المتصلة بدراسة العلاقات العامة الرقمية، مع الكشف عن أهم العوامل التي دفعت إلى توظيف تطبيقات وتقنيات الاعلام الجديد في أداء مختلف الوظائف الخاصة بالعلاقات العامة والحد من المعاملات التقليدية،

أهداف الدراسة:

-دراسة طبيع وأهمية التحول الرقمي كأحد ابتكارات تكنولوجيا المعلومات المستحدثة وتحليل أهم عوامل، ومحددات نجاح استراتيجيات التحول الرقمي في تعزيز ميزة التنافس بين العاملين بإدارات العلاقات العامة داخل الجامعات المصرية.

-دراسة انعكاسات تطبيق آليات، واستراتيجيات التحول الرقمي على العاملين بالعلاقات العامة داخل الجامعات المصرية، والكشف عن الخبرات التي اكتسبتها خلال تطبيق استراتيجيات التحول الرقمي، وأثره على تعزيز الميزة التنافسية.

-تحديد طبيعة التحديات التي تواجه تنفيذ آليات التحول الرقمي على العاملين بإدارات العلاقات العامة داخل الجامعات المصرية (الحكومية، الخاصة).

منهج الدراسة:

اعتمد الباحث على منهج المسح الإعلامي، والذي ينتمي إلى المناهج الوصفية، وذلك لتحليل البيانات والظواهر الإعلامية ومقارنتها مع الظواهر الأخرى.

أدوات الدراسة: لقد استخدم الباحث أداة الاستبيان لجمع بياناته ومعلوماته حول الجامعات الحكومية والجامعات الخاصة، وذلك في ظل استخدام استراتيجيات التحول الرقمي وأثرها على كفاءة العاملين بإدارات العلاقات العامة نحو تعزيز ميزة التنافسية.

مجالات الدراسة:

[1] حسين علي محمد أبو عامر، استراتيجيات التحول الرقمي وأثره على كفاءة العاملين بإدارات العلاقات العامة نحو تعزيز الميزة التنافسية " دراسة ميدانية على العاملين بالقطاع الإداري بالجامعات المصرية"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، جامعة فاروس بالإسكندرية، مصر، المجلد 22، العدد 4 (الجزء الثاني)، ديسمبر 2021.

المجال المكاني: اقتصرت الدراسة على إثنين من الجامعات الحكومية وإثنين من الجامعات الخاصة وهم جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا وهي جامعة خاصة، والجامعة البريطانية في مصر وهي جامعة خاصة، وجامعتين حكوميتين هما جامعة عين الشمس وجامعة القاهرة.

المجال البشري: اقتصرت على العاملين بإدارات ة فروع، وأقسام العلاقات العامة بالجامعات المصرية الخاصة والحكومية محل الدراسة.

المجال الزماني: لقد قسمها الباحث الى عدة مراحل

المرحلة الأولى: تبدأ من 2020/7 الى 2021/3 من اجل جمع البيانات والاطلاع على التراث النظري.

المرحلة الثانية: مرحلة التحليل والنقد، وذلك ابتداء من 2020/4 إلى 9/ 2021

المرحلة الثالثة: وهي المرحلة الميدانية، تبدأ من 2021/10 الى 2022/3.

المرحلة الرابعة: مرحلة استخلاص النتائج والوصول الى الشك لانهائي، وتبدأ من 2022/4 الى 2022/9

مجتمع الدراسة: ويتمثل هذا المجتمع من أربع جامعات مصرية جاءت أسماؤهم كالآتي جامعة القاهرة، جامعة عين شمس، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، الجامعة البريطانية.

عينة الدراسة تمثلت عينة الدراسة في 179 مفردة.

النتائج العامة للدراسة:

-أشارت النتائج الى أن التكنولوجيا الرقمية لعبت دورا كبيرا في تحسين كفاء العاملين بإدارات العلاقات العامة، وقد بدا ذلك واضحا أكثر من خلال القدرة على تسهيل الحصول على الملومات العليمة، والتواصل مع العالم الخارجي؛ والقدرة التفاعلية، والتي سمحت للعاملين بالعلاقات العامة بالانخراط والاسهام في أنشطة دفعت إلى المشاركة والابداع.

-أشارت نتائج الدراسة إلى أن موظفو الجامعة بإدارات العلاقات العامة لديهم مهارات وخبرات تمكنهم من تنفيذ استراتيجيات الجامعة الرقمية، مع تدريب العاملين جول كيفية التعامل مع الوسائل الرقمية.

- أشارت نتائج الدراسة إلى أن التحول الرقمي انعكس على الاعمال الإدارية، حيث أنه أدى إلى الارتقاء والنمو، إضافة على انه أصبح مستوى أداء الخدمة أكثر شفافية ونزاهة نتيجة لانتشار الواسع للأخبار والمعلومات حول الاعمال والارتقاء بمستوى الخدمة وحتى الارتقاء بمستوى الطالب.

جاءت نتائج الدراسة واضحة حول مدى تأثير التحول الرقمي على تكنولوجيا الاقتصاد البشري بإدارات العلاقات العامة داخل المؤسسة الجامعية، مع تقليل الجهد وكذا التكاليف، أما من حيث انعكاساته على كفاءة العاملين فقد بدا ذلك واضحا في سرعة انجاز الاعمال وتنظيم إدارة الموارد البشرية وغير البشرية.

التعليق على الدراسة:

أوجه التشابه:

-اتفقت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في كونها تتناول نفس المتغير العلاقات العامة الرقمية.

اتفقت كذلك في الاهتمام الكبير بالتقنيات والوسائل الحديثة والمتطور بالمؤسسة.

أوجه الاختلاف:

-اختلفت هذه الدراسة مع الدراسة الحالية في المجال الزماني والمكاني وكذلك البشري، حتى أنها اختلفت في المنهج المعتمد.

-اختلفت أيضا في الأداة المعتمدة فقد استخدمت هذه الدراسة الاستبيان لتوزيعه على عدة جامعات، في حين الدراسة الحالية تم الاعتماد على الاستبيان داخل المؤسسة فقط لمعرفة اراء العاملين حول التقنيات المستخدمة والآثار الناجمة عن ذلك.

الدراسة الخامسة: "العلاقات العامة وعلاقتها بالأداء الوظيفي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة -دراسة ميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر -ورقلة -".[1]

إشكالية الدراسة: تناولت هذه الدراسة إشكالية تدور حول العلاقات العامة وكيفية تأثيرها على الأداء الوظيفي، فالمؤسسات أصبحت تعمل جاهدة لربط جسور التواصل والانسجام بين العاملين، باعتبار أن الأداء مرتبط أساسا بطبيعة تلك العلاقات الموجودة بين العاملين والمسؤولين، والتي قد تعد مثالية وأساسية لنجاح أي مؤسسة مع تحسين جودة الخدمات المقدمة لتحقيق أهداف التنظيم.

أهداف الدراسة:

-التعرف على مكانة إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة وكيفية عملها، وكذا مختلف الأساليب والوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها في نشاطها.

[1] شريرات مسعودة، العلاقات العامة وعلاقتها بالأداء الوظيفي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر -ورقلة-، مذكرة لنيل شهادة الماستر لدفعة علم الاجتماع والديموغرافية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-، 2022/2021.

-محاولة تشخيص المعوقات التي تعرقل نشاط إدارة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي لهذه المؤسسة.

-إزالة الغموض وتوضيح الصورة، وذلك بإبراز دور العلاقات العامة ومكانتها ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

منهج الدراسة:

لقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على النهج الوصفي باعتباره المنهج المناسب لطبيعة هذه الدراسة.

أداة الدراسة:

لقد تم استخدام أداتين الملاحظة واستمارة الاستبيان.

الملاحظة: لملاحظة مختلف الظواهر والمواقف للوصول إلى المعلومات المتعلقة بموضوع الدسة.

استمارة الاستبيان: بهدف توزيعها على الأفراد العاملين داخل المؤسسة، والحصول على كافة المعلومات والحقائق المهمة ضمن موضوع الدراسة.

مجالات الدراسة:

المجال المكاني: مكان إجراء الدراسة والذي كان في مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة، والتي تقع في وسط مدينة ورقلة والتي تبعد عن الجزائر العاصمة حوالي 800 كلم تقريبا

المجال الزماني: وهي الفترة التي تم فيها إجراء الدراسة، وذلك منذ بداية شهر مارس.

المجال البشري: لقد تم تحديد مجموعة من عمال مديرية اتصالات الجزائر بمدينة ورقلة وفروعها البالغ عددهم حوالي 80 عامل.

عينة الدراسة:

لقد اختار الباحث أن يكون مجتمع الدراسة هم عمال مديرية اتصالات الجزائر بورقلة، وقام الباحث بأخذ مجموعة من العمال والذي يبلغ عدهم 80 عامل.

نتائج الدراسة:

- أهم الوظائف والأنشطة التي تقوم بها العلاقات العامة والتي ترفع من مستوى أداء العاملين، وهي التنسيق بين العمال والمؤسسة، وكذا التنسيق مع وسائل الاعلام مع زيادة الاتصال بين العاملين.

العلاقات العامة تساهم وبشكل كبير في تحقيق المردود الجيد لتحسين صورة المؤسسة.

- من أكثر الوسائل التي تعتمد عليها مؤسسة اتصالات الجزائر لتسهيل أداء الموظفين هي الاجتماعات والإعلانات.

- للعلاقات العامة دور كبير في زيادة الاتصال بالمؤسسة مع التركيز على المصداقية في الاتصال بنسبة كبيرة.

التعليق على الدراسة:

أوجه التشابه:

تتفق الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في تناولها للعلاقات العامة، وفي اعتمادها على نفس المنهج لوصف الظواهر والعلاقات والمواقف المختلفة داخل المؤسسة.

أوجه الاختلاف:

-اختلفت الدراسة السابقة مع الدراسة الحالية في كونها تتناول موضوع العلاقات العامة من الجانب التقليدي، الا ان الدراسة الحالية تهتم بتناول العلاقات العامة من الجانب الرقمي والتكنولوجي.

- اختلفت كذلك في كون الدراسة السابقة تهتم بمدى قدرة العلاقات العامة على تحقيق الانسجام بي العاملين، في حين أن الدراسة الحالية تهتم بمدى قدرة الوسائل على اشراك العاملين في وضع الأهداف والخطط وفي الأخير العمل على تحقيقها.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

لقد ساعدتني هذه الدراسات في تعلم كيفية صياغة التساؤلات ووضع الأهداف مع معرفة كيفية صياغة أسئلة استمارة الاستبيان، وكذلك المنهج والأداة المناسبين لموضوع الدراسة.

8. المقاربة النظرية:

" النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية " " the unified theory of acceptance "use of technology"

تم تطوير النظرية من قبل فينجا تش عام 2003، وتقوم على ثمانية نماذج أو نظريات، وهي نموذج قبول التقنية ونظرية التصرفات المسببة، ونموذج الدافعية، ونظرية السلوك المخطط، ونظرية انتشار المبتكرات، ونظرية استخدام أجهزة الحاسوب الشخصية، ونظرية المعرفة الاجتماعية، بحيث تم تطوير النظرية لقياس والتنبؤ بقبول التقنية واستخدامها من المستخدمين

في السياق التنظيمي ويحوي النموذج على أربعة عوامل رئيسية لها تأثير على النزعة السلوكية لقبول التقنية واستخدامها وهي:

أولا: الأداء المتوقع

المكاسب في الأداء التي يتوقع الأفراد تحقيقها من استخدام التقنية، ويتم قياس الأداء المتوقع من خلال خمس مرتكزات تم جمعها من الثمانية نماذج وهي: المنفعة **المدركة:** تعني درجة اعتقاد الأفراد بأن استخدامهم للتكنولوجيا سيعمل على تعزيز أو رفع الأداء الوظيفي. **الدافعية الخارجية:** وتعتبر رغبة الفرد التي تدفعه لإنجاز نشاط أو عمل تبعا لما سيحققه هذا النشاط من نتائج هامة مثل: زيادة دخله، تطوير أدائه الوظيفي. **مناسبة التكنولوجيا للوظيفة:** وتعني تعزيز الأداء الوظيفي، مثل: توفير الوقت لإنجاز الوظائف، رفع فعالية الوظائف. **الفائدة المرتبطة باستخدام التكنولوجيا:** يقصد بها درجة إدراك المستخدم لاستخدام المبتكرات الحديثة بأنها أفضل من استخدام التكنولوجيا الحديثة. **النتائج المتوقعة** هي: النتائج التي يتم توقعها من الفرد نتيجة لاستخدام التقنية).

ثانيا: الجهد المتوقع: ويعني درجة السهولة للتقنية المستخدمة بالنسبة للفرد.

ثالثا: التأثيرات الاجتماعية: والتي تعني مدى اعتقاد الآخرين بأهمية استخدام التقنية، وتتضمن هذه التأثيرات (العرف **الموضوعي:** ويعني الأشخاص المهمين بالنسبة للرفد ويؤثرون على سلوكه ويرغبون بقيامه باستخدام التقنية، **العوامل الاجتماعية:** وتعني الثقافة المرجعية للجماعات والتي يتوافق الفرد من خلالها مع الأفراد في مواقف محددة. **والصورة:**

صورته في النظام الاجتماعي. **التسهيلات المتاحة:** اعتقاد الأفراد بمدى توفر البنية التحتية والتقنية لدى الأفراد والمؤسسات، والتي تدعم استخدام التقنية.[1]

اسقاط النظرية على الدراسة الحالية:

انطلاقا من هذه الدراسة وأبرز المرتكزات القائمة عليها، فإن النظرية الموحدة لقبول واستخدام التقنية أكثر ملائمة وذلك نتيجة لاحتوائها على نماذج أساسية ومهمة تحدد موضوع الدراسة من ناحية تسليط الضوء على الجهد المبذول من طرف العاملين نتيجة تبني التقنية الحديثة، وكذلك طريقة التعامل معها وتطبيقها في الأعمال والأنشطة الإدارية وخاصة من طرف ممارسي العلاقات العامة الرقمية، الذين يعملون جاهدين باستخدام التكنولوجيا الحديثة داخل المؤسسات لنشر كافة المعلومات والاخبار والقوانين والتعليمات المتعلقة بالأعمال، وكيفية إنجازها في أقل وقت

[1] دعاء إسماعيل عبد الرحمان شراكة، الاتصال الرقمي والثقافة التنظيمية لموظفي العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية لعام 2023، دراسة ماجستير، تخصص العلاقات العامة المعاصرة، كلية الدراسات العليا، الجامعة العربية الأمريكية، 2023.

وجهد ممكن، مع التنسيق بين مختلف الإدارات والأقسام بهدف رفع الروح المعنوية وزيادة احساسهم بالانتماء إلى المؤسسة، من خلال اشراكهم في عمليات اتخاذ القرار، وهذا بدوره سيعمل على تحسين الظروف المادية والنفسية وحتى الاجتماعية إضافة إلى محاولة تدريب العاملين على كيفية استخدام تلك التكنولوجيات الحديثة في سبيل تحسين نوعية الخدمات، وتحسين الكفاءة الإنتاجية .

خلاصة الفصل الأول:

تبدأ أولى خطوات البحث العلمي بتحديد الإطار المفاهيمي الذي يمكن الباحث من تكوين رؤية واضحة حول الموضوع المدروس، مما ساعد في جعل الموضوع محل الدراسة أكثر ارتباطا بالواقع، ويتحقق من خلال صياغة وبلورة الإشكالية التي يسعى الباحث إلى تحليلها وصياغة الأهداف المرجوة من الدراسة مع تبيان أهميتها.

كما يتعين تحديد المفاهيم الأساسية المرتبطة بالظاهرة المدروسة بدقة، لما لها دور من محوري في فهم السياق العام للبحث، إلى جانب ذلك الاهتمام بالدراسات السابقة ذات الصلة لما لها أهمية ولما توفره من تراكم معرفي يساعد على تعزيز الطرح العلمي، وإثراء المحتوى النظري.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

خطة الفصل الثاني العلاقات العامة الرقمية:

.المبحث الأول: ما هيه العلاقات العامة

.المطلب 1: مفهوم العلاقات العامة

المطلب 2: العلاقات العامة في ظل التحول الرقمي.

.المطلب 3: وظائف العلاقات العامة الرقمية.

.المطلب 4: أهمية العلاقات العامة الرقمية

.المطلب 5: أهداف العلاقات العامة الرقمية.

.المطلب 6: أدوات العلاقات العامة الرقمية

تمهيد:

في العصر الحالي و في ظل التطورات الرقمية لم تعد وظيفة العلاقات العامة تقتصر على الأساليب و الطرق التقليدية كما في السابق , بل أصبحت تعتمد على مجموعة من الأسس و الأدوات التي تساعد على توصيل الرسائل إلى الجماهير المختلفة , و تعمل على بناء الصورة الذهنية إضافة إلى تعزيز التواصل و التفاهم الفعال , و تعد المؤسسات الحكومية من أكثر الجهات التي استفادة من العلاقات العامة الرقمية , و ذلك بزيادة الشفافية و الاستجابة السريعة لاستفسارات الجمهور , مع اتاحت الفرصة للمنظمات لتحقيق أهدافها في البيئة الرقمية الحديثة و للتوسع و التطور.

المبحث الأول: ماهية العلاقات العامة الرقمية

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة الرقمية:

هي " إدارة الاتصال بين المنظمة وجمهورها من خلال استخدام تطبيقات الانترنت بما تتضمنه هذه التطبيقات من الموقع الالكتروني والألعاب الالكترونية، وخدمات الرسائل النصية التي تقدم المعلومات عبر الانترنت، ودمج النصوص ز الجرافيك والصور".[13]

كما عرفها آخرون على أنها:" جهود وأنشطة العلاقات العامة المخططة والمقصودة ممارستها عبر الوسائل والنظم الرقمية".

وبالتالي فالعلاقات العامة الرقمية: "هي وظيفة حيوية تهدف لإدارة سمعة المؤسسة وبناء صورة ذهنية حسنة، وكل ذلك باستخدام التقنيات الحديثة والمتطورة للتعامل والتفاعل مع جمهورها الداخلي والخارجي ".

كما يمكن تعريفها أيضا بأنها عبارة عن حيز أو مكان تتم فيه مختلف العمليات الداخلية والخارجية بهدف توجيه أعمال المؤسسة وكسب ثقة جمهورها، وذلك من خلال شبكة منظمة من الأساليب والخطط التي تساعد على توفير المعلومات والحقائق بكل شفافية ومصداقية، لتعزز من هوية المؤسسة وتحسن من صورتها وتوطد علاقاتها بجمهورها المستهدف من الخدمات المقدمة.

المطلب الثاني: العلاقات العامة في ظل التحول الرقمي:

العلاقات العامة في ظل كل تلك التحولات والتطورات ظهرت أظهرت بأن التكنولوجيا والتقنيات الحديثة أصبحت جزءا أساسي ومهم في حياة مختلف المصالح الحكومية ومنشآت الأعمال، فهي دفعتهم إلى تغيير العديد من خططهم واستراتيجياتهم لمواكبة التطورات والتكيف شيئا فشيئا، حيث تعددت استخدامات العلاقات العامة الرقمية كالآتي:

-تجاوز قيود العزلة التي يفرضها الاتصال الرقمي، حيث يتعامل الفرد لفترات طويلة مع الحاسب الشخصي بعيدا عن الاتصال بالآخرين مما يشكل مجتمع افتراضي يتم الاتصال وجها لوجه من خلال المحادثات والحوارات الالكترونية.

[13] حسين علي محمد أبو عامر، نفس المرجع السابق، ص 453.

-تقديم الخدمة الإعلامية المتكاملة في بقاع مختلفة، ولعدد كبير من الجماهير في نفس اللحظة، وهو ما بدعم سهولة الاتصال.

-القدرة على القيام بالتعبئة وتأييد الأفكار التي يريدها ممارسو العلاقات العامة و، وهو ما يؤدي إلى تكوين رأي عام نحو المواقف، والأفراد والقضايا في وقت معين.

-وظيفة الإعلان ولها صدى كبي لدى المعلنين، فمواقع المنظمات على شبكة الانترنت تعتمد في تمويلها على الإعلانات المصاحبة.

اكتساب ممارسو العلاقات العامة لعدة مهارات تقنية، ومهنية وإبداعية لأنه في حاجة ماسة إلى أن يعرف كيفية التجول من خلال شبكة الانترنت، كما ستحتاج الشركات منه بذل أحسم ما لديهم في التعامل مع المعلومات. [14]

المطلب الثالث: وظائف العلاقات العامة الرقمية:

- نشر الكتروني وانتاج مواد إعلامية (بيانات ونشرات إخبارية).
- انتاج مطبوعات (نشرات، كتيبات وغيرها).
- تنظيم أحداث خاصة عبر الانترنت.
-اجراء البحوث التسويقية عبر الانترنت.
- خدمة العملاء وإدارة العلاقات العامة مع العملاء ومع الجمهور الداخلي.
- تصميم الإعلانات الالكترونية. [15]

المطلب الرابع: أهمية العلاقات العامة الرقمية:

- ساهمت العلاقات العام الرقمية في توزيع البيانات الصحفية وأخبار المنظمات والنشرات الالكترونية، بالإضافة إلى إمكانية إرسال الرسائل الاخبارية لعدد من الجماهير المستهدفة.
- تساعد العلاقات العامة الرقمية في تقديم المعلومات الكاملة والفورية.
- العلاقات العامة الرقمية أكثر شمولية وأكثر تنوعا، فبفضلها يمكن لممارسي الاتصال والعلاقات العامة الرقمية إبلاغ رسالتهم للجماهير بأحسن الطرق وأفضلها لحقيق أهدافها وكسب سمعة حسنة في المجتمع، وكل ذلك من خلال التقنيات الحديثة.

---

[14] حسين علي محمد أبو عمر، نفس المرجع السابق، ص 164.

[15] محمود فوزي رشاد، سمر أحمد حسانين مهران، أهداف ووظائف العلاقات العامة الرقمية عبر تطبيقات الاتصال الرقمية "رؤية نقدية ومستقبلية"، المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، كلية البنات، جامعة عين شمس، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، العدد 23، مصر، مارس 2019.

- كما تتيح العلاقات العامة الرقمية فرصة تخزين وجمع البيانات وارجاعها وكذا حفظ الملفات المهمة واسترجاعها في أي زمان ومكان كان.

- كما يمكن للعلاقات العامة الرقمية إتاحة التفاعل نع جماهير المؤسسة والتعرف على شكاويهم وإحداث رجع صدى لتحسين مستوى الخدمات المقدمة.[16]

المطلب الخامس: أهداف العلاقات العامة الرقمية:

-تسعى العلاقات العامة إلى زيادة شعبية اسم الشركة أو سلعتها وتفضيلها على غيرها، وذلك بالمساعدة على بناء سمعة الشركة التي تقف وراء السلعة أو الخدمة وترويج وأو بيع منجاتها أو خدماتها.

-تسعى إلى تنمية التفاهم المشترك والمتبادل بين المؤسسة والجمهور، حتى أنها تعمل كنظام تحذير مبكر يعمل ويساعد الإدارة في اتحاذ القرارات السليمة والمناسبة.

-نشر الصور الإيجابية عن الشركة ليرغب المستثمرين والافراد ان يكونوا جزءا منها، وذلك عبر وسائل الاعلام الالكتروني المؤثرة.

-مراقبة وإدارة حماية سمعة المؤسسة حيث تدير وجودها غبر منصات التواصل الاجتماعي وتجعل التركيز على صورة الهوية التي ترغب الشركة أو المؤسسة أو الفرد تنصيبها.

وكذلك نجد بأن العلاقات العامة الرقمية تسعى وتهدف إلى اكساب العاملين المعلومات اللازمة عن المؤسسات التي يعملون بها، والبيئة المحيطة بها، وإلى اكسابهم المعارف الخاصة بطبيعة العلاقات العامة والاعمال المرتبطة بها من اعمال التخطيط والتنسيق وتنظيم أنشطة الاتصال، واكسابهم المهارات التنفيذية الخاصة بالتحرير والكتابة والمهارات الفنية الخاصة بالإعداد، والتصميم والإنتاج، والمهارات التكنولوجية اللازمة للتعامل مه الانترنت أو الكمبيوتر.

وبالتالي فإن أهداف العلاقات العامة الرقمية متشابهة إلى حد كبير مع العلاقات العامة التقليدية، من حيث اهتمامها بإظهار المؤسسة في أحسن صورة ممكنة، مع العمل على إدارة العلامة التجارية، ونجد بأن هدفها الأول والأخير تحقيق اهداف المؤسسة وكل ذلك من خلال الخدمات المقدمة إلى جماهيرها المختلفة.[17]

---

[16] هويدا أحمد حسنين محمود، العلاقات العامة الرقمية وأثرها على تسويق الخدمات الفندقية بالفنادق المصرية، مجلة كلية السياحة والفنادق، معهد الألسن العالي للسياحة والفنادق والحاسب الآلي، عدد 10، ديسمبر 2021، ص 18,17.

[17] صالح خليل أبو صبع، العلاقات العمة والاتصال الإنساني، ط1، جامعة فيلاديلفيا، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان/الأردن، 1998، ص98,97.

المطلب السادس: أدوات العلاقات العامة الرقمية:

تعد الانترنت عنصر أساسي ومهم حيث تقوم عليه مختلف الأنشطة والوظائف. والتقنيات الحديثة المستخدمة عديدة ومتنوعة من هواتف نقالة وحواسيب وغيرها من الأجهزة.

ساعدت كثيرا في تسهيل عملية الاتصال والتواصل بكل سهولة حتى أنها قضت على الحواجز الجغرافية وأصبح بالإمكان التواجد في أي مكان وزمان كان بدون جهد أو تعب.

فممارسي العلاقات العامة الرقمية يعتمدون بدرجة كبيرة على التقنيات الحديثة التي عملت على تغيير أشكال التواصل وطبيعة العلاقات داخل وخارج المؤسسة فاكن هدفها الأول والأخير هو استبدال الأدوات التقليدية إلى حديثة لمواكبة التطورات حسب ما تتطلبه البيئة المحيطة.

ومن أهم هذه الوسائل والأدوات الحديثة المعتمدة بكثرة في العلاقات العامة الرقمية:

مو اقع الشركات:

مع دخول الانترنت وما تشهده المؤسسات حاليا من تطورات خاصة في التقنيات والتكنولوجيا، فقد ظهرت مواقع ومنصات تعمل على تخفيف العبء والجهد على الموظفين، وكذلك الجمهور الخارجي.

توفر مواقع الويب الخاصة بالشركات فرصة لممارسي العلاقات العامة لتقديم فكرة حول كيفية خدمة عملائهم، والدخول في حوار مع الجماهير المستهدفة المختلفة، ويمكن أيضا معرفة عدد الزوار الذين يدخلون إلى موقع الشركة الالكتروني من خلال الروابط التي تم انشاؤها بواسطة العلاقات العامة الرقمية.

أهم الأسباب التي تحث المؤسسات والشركات لإنشاء مواقع وصفحات على الانترنت هي كالآتي:

-لتبسيط الإجراءات، إنجاز المعاملات دون الحاجة للتنقل للمصالح والمؤسسات.

-توفير معلومات واضحة ومبسطة لكي يفهم الأفراد حقوقهم وواجباتهم، وذلك لزيادة كفاء وفعالية الخدمات.

فالموقع هدفه الأول والأخير هو تسهيل عمليات التسويق وتقديم الخدمات قدر المستطاع لترك انطباع إيجابي في أذهان الجماهير المتعاملين مع المؤسسة، وبالتالي فهذه المواقع أتاحت للأفراد الذين لا يقطنون في نفس مكان المؤسسة الوصول اليها وتلبية حاجاتهم ورغباتهم كاملة من خدمات كانت او منتجات.[18]

[18] شروق محمد العكل، العلاقات العامة في العالم الرقمي: المفهوم والأدوات، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة الأناضول -ايسكيشهير- تركيا، المجلد 5، العدد 1، جوان 2022، ص 129-132.

مو اقع التواصل الاجتماعي:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي أحد أهم الشبكات المتواجد على شبكة الانترنت، فهي تتيح لمستخدميها فرصة ارسال، نقل، ومشاركة الأخبار والمعلومات والأحداث المختلفة بهدف اختصار الوقت والجهد، وجعل العالم قرية صغيرة.

فشبكات التواصل الاجتماعي تعرف: " على أنها مكان يجتمع فيها الأفراد ذو الاهتمامات المشتركة وتبادل الأفكار والمعلومات، ويتصلون مع بعضهم ويدردشون وينشرون الأخبار التي تهم مجتمعاتهم.[19]

وفي تعريف آخر لمواقع التواصل الاجتماعي يعرفها الصادق:" بأنها مواقع الكترونية اجتماعيو على الانترنت تمثل الركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، والتي تتيح كل من الأفراد أو الجماعات بالتواصل فيما بينهم عبر الفضاء الرقمي.[20]

فالعلاقات العامة أصبحت في حاجة ماسة لتوظيف مثل هذه المواقع في المؤسسات لتحقيق أهدافها المختلفة من بناء سمعة وكسب ثقة جماهيرها المختلفة، فبفضل هذه المواقع أصبح بإمكان المؤسسات التواجد في كل زمان ومكان بهدف الترويج والإعلان عن خدماتها ومنتجاتها، وشكلت لنا فضاء أو رواق يجتمع فيه مختلف الجماهير داخل أو خارج المؤسسة.

أهم المو اقع والأكثر شعبية:

أولا: الفايسبوك: وهو موقع ويب للتواصل الاجتماعي، حيث يمكن للمستخدمين نشر التعليقات ومشاركة الصور ونشر الروابط للأخبار او أي محتوى آخر مثير للاهتمام على الويب والدردشة المباشرة، ومشاهدة الفيديوهات. [21]

فممارسي العلاقات العامة بالمؤسسات أصبحوا يعتمدون على الفايسبوك لنشر المعلومات والأخبار حول كل ما يدور في المؤسسة وما يقدمونه من عروض وخدمات متنوعة لجذب أنظار الجماهير المحيطة بها وكذا كسب ثقتهم وثقة وسائل الاعلام.

ثانيا: تويتر: أو كما يطلق عليه الآن موقع إكس والذي يعد هو الآخر موقع الكتروني

---

[19] بن يوب حنان، بوزيت كملية، عفايفية إيمان، صوطة أمينة، فعالية العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسات الخدماتية "دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية لولاية قالمة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945" قالمة"، 2020، ص36.

[20] هشام علي شنطاوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتوطين الموارد البشرية شباب الجامعات الأردنية إقليم الشمال (اليرموك والتكنولوجيا)، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة علجون الوطنية (الأردن)، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 5، العدد 2، جوان 2020، ص 60.

[21] أحمد البحيري، ما هو الفيسبوك؟، https//:ecomarab .com يوم 2025/04/08 على الساعة 16:59 مساءا.

للتواصل الاجتماعي انتشر وذاع صيته في جميع بلدان العالم، وكان له دورا كبيرا في تشكيل الأحداث السياسية والعالمية وخاصة في منطقة الرق الأوسط.[22]

فتويتر هو أحد مواقع التواصل الاجتماعي الشهيرة على الانترنت، حيث يتواصل الآخرون وينشرون من خلاله الأفكار والأخبار على شكل تغريدات.[23]

وبفضل هاشتاغ استطاع ممارسو العلاقات العامة التعرف على آراء ورغبات الجماهير المهتمة والمحيطة بالمؤسسة، وعملوا بذلك جاهدين على تحقيق ما يطمح اليه جماهيرها والعاملين بها على حد سوا.

ثالثا: المدونات: وهي عبارة عن تطبيقات على شبكة الانترنت تعمل من خلال نظام لإدارة المحتوى وهي عبارة عن صفحة على شبكة الانترنت، يتم فيها تدوين الأفكار والملاحظات، حتى أنها عبارة عن وعاء ملئ بالمعلومات المهمة والتي يتم تحديثها دوريا. [24]

فالمدونات مهمة بالنسبة للمؤسسات عامة ولممارسي العلاقات العامة خاصة، فهي تتيح لهم فرصة التعرف على آراء وأفكار الجمهور حول الخدمات المقدمة والعمل على السيطرة على المتغيرات التي من الممكن أن تأثر في سير الأعمال وتؤدي بهم إلى تدمير سمعة وصورة المؤسسة.

رابعا: الواتس أب: انتشر استخدام الواتس أب بين الشباب لسهولة التعامل مع هذه التقنية من خلال الهاتف المحمول مع إمكانية تشكيل مجموعات التواصل، وتحويل الرسائل النصية والصور وإمكانية الحفظ، بل أصبحت الوسيلة الشعبية للتواصل الاجتماعي المؤثر الفاعل على السلوك الفردي والجماعي.[25]

فهذا التطبيق ساعد ممارسي العلاقات العامة على تبادل المعلومات والاخبار، وساعد كذلك في اجراء الاجتماعات عن بعد في حالة التواجد خارج المؤسسة أو حتى خارج حدود الوطن.

---

[22] هشام علي شنطاوي، نفس الرجع السابق، ص 80.

[23] نبيل قرعان، ما هو تويتر وكيفية استخدامه؟، https//:mawdoo3 .com يوم 2025/04/08 على الساعة 17:06 مساءا.

[24] كحل السنان، غاوي وسام، دور وسائط الإعلام الجديد في نشر الشائعات وسط الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد الصديق بن يحي، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة مكتوبة وصحافة الكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي -جيجل-، 2020، ص 55.

[25] عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2015/ 1436، ص 65.

خامسا: الانستغرام: وهو يعزز الاتصالات السريعة عبر الصور والتعليقات عليها أو تسجيل الاعجاب، وهو من المواقع التي اكتسبت شعبية على المستوى الفري والمؤسسي، والانستغرام تطبيق متاح لتبادل الصور إضافة إلى أنها شبكة اجتماعية.[26]

لقد ساهمت هذه المنصة في تقريب الجماهير بالمؤسسة وكسب تقتهم بكل ما تقدمه من خدمات، حتى أنه باستطاعتهم التعبير وتقديم الاقتراحات بكل حرية وكذلك بالنسبة للمؤسسة أصبح بإمكانها الإعلان عن خدماتها المقدمة وخاصة الجديدة بكل سهولة وبدون جهد او حتى تكاليف عالية كالطريقة التقليدية، " فهذا الموقع متاح للجميع وليس حكرا على أصحاب المال، او حطرا على جماعة دون أخرى، وبالتالي فهي قضت على كل الفروقات الاجتماعية والإنسانية.

سادسا: اليوتيوب: وهو موقع الكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.[27]

يوتيوب هو موقع مخصص لمقاطع الفيديو على منصة جوجل أو حتى خارجه في تطبيق، ويقوم بزيارته الملاين بل الآلاف من الناس سواء لمشاهدة المقاطع أو انشاء محتويات مختلفة قد تكون تعليمية أو تثقيفية وحتى الترفيهية.

بفضل كل هذه المواقع أصبحت المؤسسات أكثر تقدما وتطورا عن ذي قبل فأصبح بإمكان الأفراد التعبير عن كل ما يجول في خاطرهم، والتجول والتعرف على كل ما هو جديد حول المؤسسة وما تتضمنه من خدمات وسلع.

البريد الالكتروني:

يقصد به نقل الرسائل أو الملفات في نظام أو بين الحواسيب وفي الغالب ما بتم استخدام مخزن وطريقة نقل معينة أو طريقة ارسال النصوص الكترونيا من حاسوب مركزي أو نهاية طرفيه إلى نهاية أخرى.[28]

فالبريد الالكتروني موقع يتم تبادل الملفات على اختلاف ما تحتويه من قرارات، تعليمات، استفسارات وغيرها، يتم استخدامها بكثرة داخل المؤسسة وخارجها، حتى أنه يعتبر أحد أهم

---

[26] إبراهيم بن داود، أشرف شعت، الاطلاع على البريد الالكتروني -بين متطلبات النظام العام والحق في سرية المراسلة- دفاتر السياسة والقانون، كلية القانون، جامعة الغرير دبي، الامارات العربية المتحدة، العدد 16، جانفي 2017، ص 25.

[27] عريق لطيفة، أشكال الخطاب الديني على اليوتيوب، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 5، العدد 2، ديسمبر 2021، ص 648.

[28] إبراهيم بن داود، نفس المرجع السابق، ص 25.

الأدوات المرتبطة بالعلاقات العامة الرقمية والذي يتميز بالسهولة والاتاحة في كل زمان، مع تجاوز الحدود الزمانية والمكانية وإمكانية ارسال مختلف الرسائل واستقبالها.[29]

[29] بن يوب حنان، بوزيت كملية، عفايفية إيمان، صوطة أمينة، فعالية العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسات الخدماتية "دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية لولاية قالمة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945" قالمة"، 2020، ص34.

المبحث الثاني: الأداء الوظيفي.

- تمهيد.
- المطلب الأول: مفهوم الأداء الوظيفي.
- المطلب الثاني: أهمية الأداء الوظيفي.
- المطلب الثالث: أهداف الأداء الوظيفي.
- المطلب الرابع: مكونات الأداء الوظيفي.
- المطلب الخامس: أنواع الأداء الوظيفي.
- المطلب السادس: محددات الأداء الوظيفي.
- المطلب السابع: العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي.
- خلاصة الفصل الثاني.

تمهيد:

الأداء الوظيفي يعد الركيزة الأساسية التي تضمن نجاح المؤسسة واستمرارها في بيئة العمل المتغيرة، وبالتالي فهي كانت ولازالت محور اهتمام العديد من المؤسسات التي تسعى دائما للتطور والنمو والتقدم، حيث أنها تعكس لنا قدرة وكفاءة العاملين في التخطيط والتنفيذ لتحقيق الأهداف التنظيمية، فمع كل هذه التغيرات أصبحت الإدارات والمصالح تسعى إلى تطوير آليات تقييم الأداء، وتحسينه بما يضمن له تحقيق أعلى درجات الإنتاجية والفعالية التنظيمية.

المبحث الثاني: الأداء الوظيفي.

المطلب الأول: مفهوم الأداء الوظيفي.

يعرف الأداء الوظيفي بأنه:" التفاعل بين السلوك والإنجاز، ودرجة تحقيق وإتمام الموظف للمهام المكونة للوظيفة التي يشغلها، وسلوك يسهم فيه الفرد في التعبير عن اسهاماته في تحقيق أهداف المنظمة". [30]

كما يعرف كذلك بأنه:" تلك المهارات والإمكانيات التي يتمتع بها الموظفون لإنجاز وظائفهم، بالاعتماد على التقنيات والوسائط المناسبة لرفع الإنتاج والإنتاجية ".

وفي تعريف آخر يعرف:" بأنه الجهد الذي يبذله الموظفون لإتمام المهام الوظيفية الموكلة إليهم، حيث يتسبب هذا السلوك في إحداث تغيير بكفاءة وفعالية يتم من خلاله تحقيق الأهداف التنظيمية".[31]

فالأداء الوظيفي هو مجموعة العمليات الجسدية والذهنية التي يؤديها الموظفون، بهدف رفع كفاءة العاملين وزيادة رضاهم لتحقيق أعلى مستوى ممكن من الأداء.

المطلب الثاني: أهمية الأداء الوظيفي.

يعد الأداء الوظيفي الركيزة الأساسية لنجاح أي مؤسسة، وله دور محوري في تحقيق أهدافها ومن هنا ظهرت أهمية هذا الأداء فيما يلي:

-للأداء الوظيفي أهمية كبيرة لأي منظمة تريد النجاح والتقدم، فإذا كان الأداء مرتفعا فإن ذلك يعد مؤشرا واضحا لنجاح المنظمة واستقرارها وفعاليتها، فالمنظمة تكون أكثر استقرارا وأطول بقاء حين يكون أداء عامليها كما هو مطلوب، ويمكن القول بأن الأداء الوظيفي للعاملين في أي منظمة لا يعد إلا انعكاسا لقدرات ودوافع المرؤوسين والقادة أيضا.

-ترجع أهمية الأداء الوظيفي بالنسبة للمنظمة إلى ارتباطه بدورة حياتها في مراحلها المختلفة المتمثلة في (مرحلة الظهور، مرحلة البقاء والاستمرارية، مرحلة الاستقرار ومرحلة السمعة

---

[30] ريهام زيد الحلبي، مهارات التواصل الاجتماعي وعلاقتها بالأداء الوظيفي لدى الإعلاميين السوريين "دراسة ميدانية على عينة من الإعلاميين السوريين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون"، دراسة لنيل شهادة الماجستير تخصص علم النفس، كلية التربية، جامعة دمشق، سوريا، 2015,2016، ص 72.

[31] فتحي محمد طلبه، نفس المرجع السابق، ص 36.

والفخر، مرحلة التميز، مرحلة الريادة) حيث أن تطور المنظمة من مرحلة نمو لأخرى إنما يعتمد أساسا على مستوى الأداء بها.[32]

ومن هنا يمكن القول بأن المنظمة هدفها الأول والأخير هو البقاء، التطور، النمو والاستمرارية، فهي تعمل جاهدة لجعل العاملين راضيين سواء من الناحية المادية أو المعنوية، والعمل على تحفيز العاملين لجعلهم يشعرون بالانتماء للمنظمة، وهذا بدوره سينمي فيهم حب العمل والولاء وهذا سيعود بالنفع على كلا الطرفين المنظمة والأفراد العاملين في الوقت ذاته.

وتتجلى كذلك أهمية الأداء الوظيفي في النقاط التالية:

-يعد الأداء مقياسا لقدرة الفرد على أداء عمله في الحاضر، وكذلك على أداء أعمال أخرى مختلفة في المستقبل، وبالتالي يساعد في اتحاذ قرارات النقل والترقية.

-غالبا ما يتم ربط الحافز بأداء الفرد، وهذا يؤدي إلى اهتمام الفرد بأدائه لعمله ومحاولة تحسينه.

-يرتبط الأداء بالحاجة إلى الاستقرار في العمل، فإذا حدثت أي تعديلات في أنظم الإدارة فإن العاملين ذوي الأداء المتدني يكونوا مهددين بالاستغناء عن خدماتهم.

المطلب الثالث: أهداف الأداء الوظيفي.

-التعرف على أداء العاملين بالمنظمة بشكل علمي ومدى تحقيق المنظمة لمهامها.

-تشجيع الموظفين على تحسين أدائهم في العمل من أجل تحقيق أهداف المنظمة.

-وضع حوافز مادية ومعنوية لفائدة العاملين من أجل تحسيت أدائهم وزيادة الإنتاجية.

-الكشف عن أسباب الأخر العمل على المقاييس المحددة له. عدم تجاهل المشاكل التي تواجه الموظفين والتي تعرقل العمل وإيجاد حلول مقترحة لها عن طريق مناقشتها.

-تحديد حركة التنقلات وترقية الموظفين بالمنظمة على أساس علمي وهذا من خلال تقييم أدائهم.[33]

[32] مريم فارس، الأداء الوظيفي للعاملين في المنظمة " دراسة نظرية"/ مجلة التغيير الاجتماعي، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد 6، 482.

[33] فتحي محمود طلبه، نفس المرجع السابق، ص 37.

المطلب الرابع: مكونات الأداء الوظيفي.

للأداء الوظيفي ثلاثة أبعاد لقياس الجهد المبذول كميته ونوعيته وهي كالآتي:

- **كمية الجهد:** تعبر عن مقدار الطاقة الجسمانية أو العقلية التي يبذلها الفرد في العمل خلا فترة زمنية معينة، وتعتبر المقاييس التي تقيس سرعة الأداء أو الكمية في خلال فترة زمنية معينة ومعبرة عن البعد الكمي للطاقة المبذولة.
- **نوعية الجهد:** تعني مستوى الدقة أو الجودة ودرجة مطابقة الجهد المبذول لمواصفات نوعية معينة، ففي بعض أنواع الاعمال قد لا يهم كثيرا سرعة الأداء أو كميته بقدر ما يهم نوعية وجودة الجهد المبذول ويندرج تحت المعيار النوعي للجهد الكثير من المقاييس التي تقيس درجة الابداع والابتكار في الأداء.
- **نمط الأداء:** فالمقصود به الأسلوب أو الطريقة التي تبذل به الجهد في العمل أي الطريقة التي تؤدي بها أنشطة العمل فعلى أساس نمط الأداء يمكن مثلا قياس الترتيب الذي يمارسه الفرد في أداء حركات أو أنشطة معينة أو مزيج هذه الحركات أو الأنشطة إذا كان العمل جسمانيا بالدرجة الأولى يمكن أيضا قياس الطريقة التي يتم الوصول بها إلى حل أو قرار لمشكلة معينة أو الأسلوب الذي يتبع في اجراء بحث أو دراسة أو ذلك المستخدم في كتابة تقرير أو مذكرة، وذلك إذا كان العمل ذهني.[34]

المطلب الخامس: أنواع الأداء الوظيفي.

ينقسم الأداء الوظيفي إلى نوعين من ناحية المصدر ومن ناحية الشمولية.

- **وفق معيار المصدر:** يمكن تقسيم هذا المعيار أيضا لنوعين حسب الأداء الداخلي والأداء الخارجي.

- **الأداء الداخلي:** الأداء الذي يتم داخل المنظمة، فهو ينتج أساسا مما يلي:

-**الأداء البشري:** وهو أداء أفراد المنظمة الذي يمكن اعتبارهم موردا استراتيجيا قادرا على صنع القيمة وتحقيق الأفضلية التنافسية من خلال تسيير مهاراتهم.

-**الأداء التقني:** ويتمثل في قدرة المؤسسة على استعمال استثمارها بشكل فعال.

-**الأداء المالي:** ويكمن في فعالية تهيئة واستخدام الوسائل المالية المتاحة.

[34] جباس خالد، فعالية نظام تقييم أداء العاملين في المؤسسات الاقتصادية "دراسة حالة المؤسسة الوطنية للأشغال في الآبار ENTP حاسي مسعود، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اقتصاد وتسيير بترولي، كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير، جامعة قاصدي مرباح -ورقلة-، 2013,2014، ص 3,4.

- **الأداء الخارجي:** وهو الناتج عن المتغيرات التي تحدث في المحيط الخارجي، وهذا النوع بصفة عامة يتمظهر في النتائج التي تتحصل عليها المنظمة كارتفاع سعر البيع مثلا وكل هذه التغيرات تنعكس

على الأداء سواء بالإيجاب أو بالسلب مما يفرض على المنظمة تحليل نتائجها، وهذا مهم إذا تعلق الأمر بمتغيرات كمية أين يمكن قياسها وتحديد أثرها.

- **وفق معيار الشمولية:** من خلال هذا المعيار يمكن تقسيم الأداء على نوعين هما:

-الأداء الكلي: وهو مجموع الإنجازات التي ساهمت فيها كل العناصر والوظائف أو الأنظمة الفرعية للمؤسسة، ولا يمكن نسب إنجازها إلى أي عنصر دون مساهمة باقي العناصر، في هذا النوع يمكن ابراز مدى قدرة المؤسسة على التنسيق بين مختلف العناصر الموجودة لتحقيق الربح والنمو وكذا الاستمرارية والبقاء.

-الأداء الجزئي: وهو الذي يتحقق على مستوى الأنظمة الفرعية للمؤسسة، وهو بدوره ينقسم إلى عدة معايير منها المعيار الوظيفي (أداء وظيفة مالية، أداء وظيفة الأفراد، أداء وظيفة التموين، أداء وظيفة الإنتاج وأداء وظيفة التسويق.[35]

المطلب السادس: محددات الأداء الوظيفي.

لقد تنوعت وتعددت المحددات الأساسية للأداء الوظيفي فهي لها دور فعال في تقييم وقياس أداء العاملين داخل المؤسسات والمنظمات، وبالتالي يمكن الإشارة إلى أحد أهم المحددات والمتمثلة في:

- **الضغوط الوظيفية:** هي الاحداث التي تكون داخل التنظيم والتي يكون لها دور سلبي على صحة العاملين جسديا ونفسيا، وكل هذا ينعكس على صحتهم النفسية والجسدية أو كليهما.

والضغوط هي المواقف الغير عادية التي تصيب الجو العام للتنظيم، وتؤدي إلى حدوث مشاكل جسدية ونفسية، فتولد لنا شيئا من الإرهاق والتعب والملل، وعدم المبالاة ف العمل.

- **التحفيز:** وهي عملية جذب انتباه الأفراد سواء بموارد مالية كالمال، حتى معنوية وذلك بهدف إشباع حاجاتهم ورغباتهم النفسية والاجتماعية على حد سواء، لزيادة التلاحم بين الأفراد والمنظمة، وكذا الأفراد مع بعضهم البعض، وزيادة الشعور بالولاء ة الوحدة.
- **الاتصال:** ويعرف هو كذلك بأنه عملية أو نشاط نقل وتبادل الأفكار والخبرات والقيم، العادات والتقاليد من فرد لآخر، وكذلك المنظمة تسعى لتعزيز الاتصال والتواصل مع

[35] مريم فارس، نفس المرجع السابق، ص 485.

موظفيها لبناء الثقةبينهم ولتنفيذ الخطط والأعمال التي أنشأه لأجلها، وهو بدوره يؤدي إلى التنسيق بين المصالح والأقسام المختلفة داخل المنظمة، والقضاء على الشائعات وسوء الفهم من خلال اشراك

العاملين في عمليات اتخاذ القرارات وتحديد الأهداف والخطط لبناء علاقة قوية ووطيدة بين الأفراد داخل المنظمة.[36]

ونجد بأن هنالك العديد من المحددات الأخرى التي يرى الباحثون في علم النفس الصناعي أن سلوك الفرد مرتبط بمجموعة شروط ومحددات عند قيامه بأداء وظائفه وهي كالآتي:

الكفاءة: يشير مصطلح كفاء الأداء الوظيفي إلى القدرة على إنجاز ما يجب القيام به، وعلى هذا النحو فهي عنصر من عناصر النمو والتقدم لكل من الأفراد والمنظمات من أجل التمكن من إتقان مهمتهم، فعنصري القدرة والرغبة هما محدد الكفاءة، ويمكن أيضا استخدام كلمة الإنتاجية للإشارة إلى استخدام عناصر الإنتاج لتقديم السلع أو الخدمات بأقل قدر ممكن من الجهد وأقل تكلفة وأقصر فترة زمنية.

فهذا المصطلح عمل على زيادة أداء الأعمال واتقان هذه المهام بهدف زيادة الإنتاجية في فترة زمنية قصيرة.

القدرة: يعتمد تحقيق مستويات عالية من الأداء على مدى التفاعل والاتساق ما بين الدافعية في العمل والقدرة على أدائه، فهي مجموعة الجهود والمهارات والإمكانيات الفكرية والجسدية لإنجاز المهام على أكمل وجه، في حالة غياب لأي عنصر من هذه العناصر سيؤدي إلى انخفاض الأداء والدافعية للقيام بهذه المهام.

وبالتالي فهي مجموعة الجهود والإمكانيات والمهارات الجسمية والفكرية المخصصة لأداء الأعمال والمهام المنوطة، فإن لم تتوفر كل هذه العناصر فمن المستحيل أن يكون هناك اتفاق وانسجام بين هذه العناصر، ولن يستطيع الفرد انجاز ما طلب منه في الوقت المناسب وبالجهد الملائم.

الفعالية: قدرة المؤسسة على تحقيق الأهداف من خلال زيادة حجم المبيعات وتحقيق رضا العملاء والعاملين داخل المؤسسة، فهي تعمل على تدريب العاملين وكذا التفاعل معهم من أجل تطوير مهاراتهم لزيادة الإنتاجية والأداء في الوقت ذاته.[37]

---

[36] علاوي حافز سليم الحداد، قياس دور الثقافة التنظيمية على الأداء الوظيفي "دراسة ميدانية على مؤسسات القطاع الصناعي، مجلة التطورات في البحوث الزراعية، سلطنة عمان، العدد 4، 2023.

[37] فتحي محمود طلبه، نفس المرجع السابق، ص 38,

فالمؤسسة دائما تسعى لكسب ثقة العملاء والعاملين لتحقيق الأهداف المخططة والمسطرة من خلال الاهتمام بأدق التفاصيل المتعلقة بالموظفين واهتمامات جماهير المؤسسة لتلبية هذه الحاجات والرغبات.

المطلب السابع: العوامل المؤثرة على الأداء الوظيفي.

تتعدد العوامل التي تؤثر على الأداء الوظيفي للعاملين، وبالتالي لا يمكن جمع كل هذه العوامل، ومن هنا يمكن الإشارة إلى العوامل الأكثر أهمية والتي يتأثر أداء الأفراد من خلالها:

العوامل الداخلية: أي كل ما تتضمنه وتشمله المنظمة من وظائف ووسائل متنوعة، وهي تحتوي عادة على عدة عوامل:

- **العنصر البشري:** ويعتبر هذا العنصر هو القلب النابض للمؤسسات على اختلافها والذي يدفعها بدوره لتحقيق أهدافها واستمرارها في عالم الأعمال، من خلال القدرات والمهارات التي يمتلكها ويكتسبها، فهو يعد مصدر الأفكار الجديدة والحلول المبتكرة التي تساعد المؤسسة على النمو والتكيف مع المتغيرات الخارجية ومع التحديات التي تواجهها، وبالتالي يجب الاستثمار في الموظفين، تطويرهم، تحفيزهم، تقديرهم، وتوفير بيئة عمل أخلاقية لضمان نجاح المؤسسة وازدهارها على المدى الطويل.
- **الإدارة:** وهي أيضا تعد بدورها الحجر الأساس والعمود الفقري لأي مؤسسة، فهي المكان الذي تتم فيه كافة العمليات الإدارية من توجيه، تخطيط تنسيق ورقابة لتحقيق أهدافها بكفاءة وفعالية، فالمؤسسات تسعى للاستفادة من هذه العمليات لرفع مستوى الأداء وكذلك الإنتاجية، مع اتحاذ كافة الإجراءات التصحيحية والاستعجالية لضمان تحقيق الأهداف في الوقت المحدد وبالجودة المطلوبة.

من هنا نرى بأن الإدارة ليست الوظائف والعمليات فقط بل تتعدى إلى كونها العقل المدبر للمؤسسة الذي يوجه حركتها ويضمن تحقيق أهدافها في الحاضر وفي المستقبل، فبدون إدارة فعالة تصبح المؤسسة عرضة للفشل والدمار والانحدار.

- **التنظيم: تعد** وظيفة التنظيم الإطار الهيكلي الذي يحدد كيفية سير العمل وتوزيع المهام والمسؤوليات والسلطات لتحقيق الأهداف المنشودة بكفاء وفعالية، فهو يضمن أن جميع أجزاء المؤسسة تعمل بتناغم وانسجام، ويساهم في تحقيق الكفاء والفالية والاستدامة في بيئة الأعمال التنافسية فالمؤسسات التي لا تحتوي على عنصر التنظيم لا يمكن لها أن تدوم

وتستمر فهي في معظم الأحيان تعاني من الفوضى وعدم القدرة على السيطرة على كل الموارد المتاحة في المنظمة.

- **بيئة العمل:** توجد عناصر عديدة تحيط بالعامل أثناء أدائه لعمله، وما يعرف بمكونات البيئة الداخلية من علاقات اجتماعية تنظيمية أفقية أو رأسية، نظام الحوافز، الاتصال ..... الخ، أو ما يسمى بالعوامل المنظمة التي لها تأثير بالغ الأهمية على السلوك الادائي للعنصر البشري، كما ان عدم انتظام في العمل والانسحاب والغيابات والحوادث ودوران العمل كثيرا يؤدي لسلبية بيئة العمل.

فهذه البيئة هي التي قد تؤثر في سلوك العاملين من ناحية أدائهم ورضاهم فبدونها لا يمكنهم الشعور بالانتماء للمؤسسة، ولا يمكنهم العمل على تحقيق أهدافها فمن خلالها يمكن أن تعزز من إنتاجية الموظفين وشعورهم بالرضا والولاء والانتماء للمؤسسة.

- **طبيعة العمل:** تشير إلى مدى أهمية الوظيفة التي يؤديها العامل، ومقدار فرص النمو والترقية المتاحة لشاغلها، ومستوى الاشباع المترتبة عن الوظيفة، حيث كلما زادت درجة التوافق بين العامل والعمل الذي يؤديه زادت دافعيته وولائه للمؤسسة وبالتبعية الإنتاجية.

وبالتالي فطبيعة العمل بالمؤسسة تعتبر عامل أساسي يؤثر على الجوانب المختلفة للمؤسسة بدءا من أداء الموظفين وثقافتهم وصولا إلى القدرات التنافسية واستدامتها.

العوامل الفنية: إن الماكينات والمعدات لها دور مركزي في التأثير على الأداء ومجال الصيانة، وظروف تشغيل المكائن والمعدات ومدى توفر قطع الغيار والمغرفة الادائية، كلها محددة لحجم ومستوى الطاقة الإنتاجية المستخدمة.

العوامل الخارجية: وهي الأخرى تحتوي على مجموعة عوامل وهي كالآتي:

البيئة الاجتماعية والثقافية: من العادات والتقاليد الموروثة، والنزاعات الفردية في المجتمع، نسبة الأمية، أنواع برامج التعليم المهني والفني.

البيئة السياسية والقانونية: وذلك من حيث طبيعة النظام السياسي، مرونة الأنظمة والتشريعات، السياسيات الخارجية.

البيئة الاقتصادية: وذلك من حيث الإطار الاقتصادي العام للدولة (اقتصاد حر أو موجه).[38]

[38] بلقايد إبراهيم، بوري شوقي، علاقة التحفيز بمستوى أداء العاملين "دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للدهن لوحدة وهران"، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، الجزائر، العدد 17، ص 262,261.

خلاصة الفصل الثاني:

في عصر التحول الرقمي لم تعد العلاقات العامة مجرد أداة لتنسيق التواصل بين المؤسسة وجمهورها، بل أصبحت الركيزة الأساسية التي تساعد على تطوير البنية التنظيمية الداخلية.

فقد أتاحت الوسائل الرقمية الحديثة إمكانيات عديدة ومتنوعة تساعد في تحسين عملية الاتصال والتواصل بين العاملين وكذلك بين الإدارة والمصالح فيما بينهم، والذي يلعب هو الآخر دورا كبيرا في خلق بيئة عمل أكثر مرونة وتكاملا، وهذا التغيير لا ينعكس فقط على صورة المؤسسة الخارجية، بل يمتد أثره بشكل مباشر إلى الأداء الوظيفي، حيث تسهم هذه التقنيات في تسريع الوصول إلى المعلومات مع إلغاء الحواجز الزمانية والمكانية، وتحسين التنسيق بين الفرق، وزيادة مستوى المشاركة في صنع القرارات.

الفصل الثالث

الإطار الميداني

خطة الفصل الثالث: الإطار الميداني

- **01-منهج الدراسة**
- **02-مجتمع الدراسة**
- **03-عينة الدراسة**
- **04-أداة الدراسة**
- **05-مجالات الدراسة**
- **06-تحليل البيانات وعرضها**
- **07 -نتائج الدراسة**

1. منهج الدراسة:

يقصد بالمنهج: القواعد والأنظمة التي يتم وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية.[1]

فالهدف الأول والأخير هو جمع كافة المعلومات والبيانات المتعلقة بموضوع الدراسة، ومحاولة إيجاد تفسير منطقي للأسئلة المطروحة مع القيام بدراستها بشكل متعمق للوصول إلى نتائج دقيقة والكشف عن حقيقة الظواهر المراد دراستها.

ولقد اعتمدنا في الدراسة الحالية على المنهج الوصفي، وذلك بغية للوصول إلى كشف الحقائق من خلال جمع معلومات وملاحظات دقيقة تصف الظاهرة كما هي موجودة في الواقع.

ففي دراستنا ركزنا على هذا المنهج للتعرف أكثر على تقنيات ووسائل العلاقات العامة المستخدمة في مديرية الضرائب، والمكانة التي تحتلها بين الموظفين، إضافة إلى الخطوات والأساليب المتبعة لضمان الاستخدام الجيد لمثل هذه الأدوات الحديثة في بيئة العمل وفي الخدمات المقدمة.

2. مجتمع الدراسة:

مجتمع الدراسة: يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.[2]

فقد قمنا بمسح كافة مجتمع الدارسة لأن طبيعة الموضوع تتطلب الإحاطة بكافة أفراد المجتمع، وذلك لجمع كافة المعلومات المهمة والدقيقة حتى تكون قابلة للتعميم، مع تفادي الانحياز الناتج عن إخذ عينة غير ممثلة للمجتمع بدقة.

واعتمدنا في هذه الدراسة على المجتمع بأكمله في حدود الوقت والجهد والامكانيات مما يجعل من الممكن تطبيق المسح الشامل دون التأثير سلبا على جودة البحث أو كفاءته.

ويتكون مجتمع البحث من جميع موظفي المديرية الفرعية للعمليات الجبائية، والذي يبلغ عددهم (40 موظف)، وفقا لما توصلنا إليه من معلومات من طرف المؤسسة محل إجراء التربص.

[1] محمد عبيدات، مجمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي " القواعد، المراحل والتطبيقات"، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص 35,

[2] ربحي مصطفى عليان، البحث العلمي " أسسه، مناهجه وأساليبه، إجراءاته"، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2011، ص 156.

3. عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها مجموعة من الوحدات المعاينة للدراسة التحليلية أو الميدانية، ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي، ويمكن تعميم نتائجها عليه.[1]

وفي تعريف آخر للعينة: تعرف بأنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي. [2]

وبالتالي فالعينة هي مجموعة فرعية يتم اختيارها من مجتمع الدراسة الكلي، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا دقيقا يتيح تعميم النتائج عليه.

وتستخدم العينة بهدف تسهيل اجراء البحث م تقليل الوقت والجهد اللازمين مع الحفاظ على دقة وموثوقية المعلومات والنتائج المتحصل عليها.

وبالتالي اعتمدنا في دراستنا على المسح الشامل، وهو أسلوب في جمع البيانات يتم فيه دراسة جميع أفراد مجتمع الدراسة دون استثناء، أي أنه لا يتم اختيار عينة بل يتم تضمين كل المفردات.

بما أن المديرية الجبائية تحتوي على عدد قليل من الموظفين فقد اعتمدنا في هذه الدراسة على أسلوب المسح الشامل لتكون النتائج دقيقة وقابلة للتعميم.

4. أداة الدراسة:

يعد الاستبيان أحد أهم وأحسن الأدوات التي يمكن الاستعانة بها للوصول إلى المعلومات المناسبة والمفيدة حول الظاهرة محل الدراسة.

والاستبانة هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين[3]، وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات او تصورات أو آراء الأفراد.

ولقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان بهدف جمع المعلومات الدقيقة من أفراد مجتمع الدراسة، ولقد وضعنا مجموعة من المحاور والأسئلة الدقيقة حول العلاقات العامة الرقمية وتأثيرها على الأداء الوظيفي، وذلك للإجابة بكل موضوعية وشفافية من طرف الموظفين الإداريين.

واعتمدنا في هذا الاستبيان على الأسئلة الغلقة والأسئلة المغلقة المفتوحة في نفس الوقت لمنح الفرصة للمبحوثين للإجابة، واستخلاص إجابات أخرى في حالة وجودها.

وقد جاءت الأسئلة في ستة محاور رئيسية:

---

[1] سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن/عمان، 2019، ص 85.

[2] محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتاب، صنعاء، 2019، ص 160.

[3] ربحي مصطفى عليان، نفس المرجع السابق، ص90.

محور البيانات الشخصية: يحتوي على البيانات الشخصية لأفراد مجتمع الدراسة (4 أسئلة).

محور الأول: تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقيمة المعتمدة في مديرية الضرائب. (6 أسئلة).

محور الثاني: مستوى أداء الأفراد داخل مديرية الضرائب نتيجة استخدام تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية. (7 أسئلة)

محور الثالث: أثر العلاقات العامة الرقمية على الأداء الوظيفي. (7 أسئلة)

محور الرابع: تحديات استخدام تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية بمديرية الضرائب.

(7 أسئلة) [1]

5. مجالات الدراسة:

المجال المكاني: لقد قمنا بهذه الدراسة الميدانية بمديرية الضرائب بولاية تبسة في شارع يحي بالتحديد في المديرية الفرعية للعمليات الجبائية.

المجال الزماني : بدأنا دراستنا في الموسم الجامعي 2025/2024 , وذلك مع بداية شهر سبتمبر , حيث بدأنا بالبحث وجمع المعلومات حول موضوع " العلاقات العامة الرقمية " ،ثم قمنا بدراسة العديد من الدراسات السابقة والمشابهة للإحاطة أكثر بكل حيثيات الدراسة، قمنا خلال هذه القراءات العديدة والمستمرة تمكنا من جمع العديد من المراجع التي لها علاقة وتعد مفيدة من كتب ومجلات علمية، مقالات وغيرها التي أفادتنا كثيرا في إرساء نعالم دراستنا وتحديد مفاهيمها وبناء تساؤلاتها , وبدأت عميلة البحث من أجل إرضاء فضولنا العلمي بمرحلة أخرى تمثلت في أهم الخطوات البحثية القيان بدراسات استطلاعية واستكشافية لمعرفة مدى مطابقة موضوع "العلاقات العامة الرقمية والأداء الوظيفي "مع المحيط المستهدف من الدراسة واسقاطها . مع إجراء مقابلات حول موضوعنا الذي يحمل عنوان " العلاقات العامة الرقمية وتأثيرها على الأداء الوظيفي – دراسة ميدانية على موظفي إدارة مديرية الضرائب بولاية تبسة»، فتم جمع البيانات الخام حول موضوعنا في الفتر الممتدة بين 2024/12/12 إلى غاية 2025 /01/15 , أما الدراسة الميدانية الفعلية فقد انطلقت يوم 2025/03/23 , وهو يوم توزيع الاستمارات، وذلك بتطبيق أداة جمع البيانات على مجتمع الدراسة وتم استرجاعها بشكل شخصي، ثم بعد ذلك الانطلاق في التفريغ والعرض مع التفسير.

المجال البشري: مجتمع بحثنا هو موظفي إدارة مديرية الضرائب بولاية تبسة، تحديدا في المديرية الفرعية للعمليات الجبائية.

[1] الدكاترة المحكمين: أ.د (لدمية عابدي)، أ. محاضر أ (عطوي نعيمة)، أ. محاضر ب (معمر ربوح).

6. تحليل البيانات وعرضها:

البيانات الشخصية لمفردات الدراسة:

1- النوع:

جدول 01: جدول يمثل نوع العينة

متغير النوع	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	**20**	50
أنثى	**20**	50
المجموع	**40**	100

نلاحظ بأن نسبة "الذكور" جاءت بنسبة (50 بالمئة)، وهي نسبة معادلة لنسبة "الإناث" التي جاءت هي الأخرى بنسبة (50 بالمئة) وهي نسب متعادلة وذلك بسبب عدم وجود تفضيل نوعي في مديرة الضرائب، مع الاهتمام بمبادئ تكافؤ الفرص بمعنى التوظيف على أساس الكفاءة والجدارة وعلى أساس الشهادة بغض النظر عن النوع، والأهم هو المؤهلات والخبرات التي يمتلكها كلا الطرفين.

2- متغير السن:

جدول 02: جدول يمثل سن العينة

متغير السن	**التكرار**	**النسبة المئوية**
30-20 سنة	**10**	**25**
40-31سنة	**10**	**25**
41 سنة فأكثر	**20**	**50**
المجموع	**40**	**100**

نجد بأن نسبة الأشخاص الذين في العمر" 41 سنة فأكثر" بنسبة (50 بالمئة)، وهي النسبة الأكبر في المديرة وهذا راجع إلى الاستقرار الوظيفي الذي يتيح لهم فرصة البقاء لسنوات طويلة، أما الموظفين في سن" 20 إلى 30 سنة" متساوية مع الموظفين في سن" 31 إلى 40 سنة "وذلك راجع إلى قلة التوظيف، وعند فتح مناصب من طرف الهيئات الأعلى يتاح لعدد صغير فقط الالتحاق بالعمل.

3- المستوى التعليمي:

جدول 03: جدول يمثل المستوى التعليمي للعينة

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة
متوسط	/	/
ثانوي	5	12,5
جامعي	23	57,5
دراسات عليا	4	10
تقني سامي	8	20
المجموع	40	100

نجد بأن المستوى التعليمي الجامعي هو الغالب بنسبة(57,5 بالمئة) , و ذلك بسبب طبيعة العمل المعقدة و التي تتطلب تخصصات جامعية أكثر من التعليم الثانوي , أما بالنسبة للمستوى الثانوي جاء بنسبة(12,5 بالمئة" لأن العاملين الذين في سن 41 فأكثر هم الذين يعملون بهذه الشهادة لصعوبة الدراسة سابقا و لامتلاكهم خبرات أكثر قيمة , في حين التقني سامي جاءت بنسبة(20 بالمئة)بسبب أن العاملين شاركوا في دورات أخرى خارج الشهادات المتحصل عليها لكي يطوروا من مهاراتهم و خبراتهم الوظيفية ,و المستوى الأخير هو الدراسات العليا الذي جاء بنسبة(10 بالمئة) بهدف رفع الموظفين من مكانتهم و مكانة المديرة.

4- الخبرة العملية:

جدول 04: جدول يمثل المستوى التعليمي للعينة

الخبرة العملية	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 5 سنوات	6	15
من5 إلى10 سنوات	15	37,5
من 11 سنة فما فوق	19	47,5
المجموع	40	100

النسبة الأكبر (47.5 بالمئة) وذلك راجع إلى خبرتهم الكبيرة في بيئة العمل والمؤهلات التي تجعلهم ذات أهمية عالية للمؤسسة وللأعمال والمهام، في حين النسبة المتوسطة للعاملين الذين لديهم خبرة من 5 إلى 10 سنوات وهي نسبة كبيرة أيضا فقد جاءت بنسبة (37,5 بالمئة)، مما يعكس لنا وجود أفراد يتمتعون بخبرات جيدة، وفي الأخير يوجد فقط (5 بالمئة) من المشاركين لهم أقل من 5 سنوات خبرة بسبب عملية التوظيف الأخيرة التي قم بها ريس الجمهورية، والتي تم فيها دمج عدد معتبر من الموظفين الجدد.

المحور الأول: تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية المعتمدة في مديرة الضرائب.

جدول 5: ما هي تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية الأكثر استخداما من وجهة نظرك في انجاز مهام المديرية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موقع المؤسسة	33	32,5 ر
البريد الالكتروني	20	20,5
الإكسترانت	/	
الأنترانت	15	14,7
شبكات التواصل الاجتماعي	12	11,8
الهاتف	20	19,6
الفاكس	1	0,95
المجموع	101	99,9

نلاحظ من خلال الجول بأن أعلى نسبة استخدام لتقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية، كانت بنسبة (33 بالمئة) للموقع الخاص بالمؤسسة الذي يساعدها على جلب أكبر عدد من الزوار للتعرف على الخدمات المقدمة والعروض، وكذلك كل التعليمات والقرارات الخاصة بالمهام المراد إنجازها، ثم بعد ذبك يأتي البريد الالكتروني بنسبة (20 بالمئة) الذي يساعد استلام الرسائل في

الوقت المناسب و ارسالها دون وجود أية قيود او حواجز بين المرسل و المستقبل، و بعد ذلك نجد الأنترانت بنسبة(14,5 بالمئة) كونها شبكة تتيح فرصة تبادل المعلومات والأفكار داخل محيط المؤسسة، وذلك لعدد جد محدود من الأفراد، ثم يليها شبكات التواصل الاجتماعي بنسبة(12 بالمئة)التي عملت على نشر المعلومات الخاصة بالمديرية والتوعية من خلال انشاء حملات، لقاءات ومؤتمرات لتوعية المكلفين بالضريبة وشرح القوانين واللوائح الموضوعة بطريق سهلة وبسيطة لكي يفهمها كل الناس وبالتالي يتم الاعتماد عليها لخدمة الجماهير عامة والمكلفين بالضريبة خاصة لتحقيق الأهداف المسطرة .

نستنتج من خلال هذه النسب أن مديرية الضرائب تعتمد على الانترنت بدرجة كبيرة لأنها تساعدها على تسريع المعاملات الضريبية دون الحاجة للتنقل إلى مكاتب الضرائب، مع الحفاظ على البيانات والمعلومات الضريبية وذلك بترتيبها وتخزينها واسترجاعها في كل زمان و مكان كان، كما ساعدت هذه التقنيات الوسائل الحديثة على التخفيف من ضغوط العمل والتقليل من الإجراءات الورقية والمقابلات المباشرة التي قد تعطلهم عن أداء أعمالهم، وبالتالي فقد ساهمت في إضفاء طابع الشفافية في الخدمات المقدمة لكي تحسن من صورتها وتكسبها سمعة حسنة في محيطها .

جدول 6: هل ساهمت تقنيات ووسائل العلاقات العمة الرقمية في زيادة مرونة أداء الأعمال؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	28	70
أحيانا	12	30
أبدا	0	0
المجموع	40	100

نجد بأن الغالبية العظمى من الموظفين (70 بالمئة) يرون بأن هذه التقنيات والوسائل الحديثة قد ساعدت وبشكل كبير في زيادة مرونة الأعمال، وهذا يرجع إلى قدرت المديرية على تبني الوسائل الحديثة والمتطورة في العلاقات العامة، وهذا يعتبر عاملا فعالا في تعزيز قدرة المديرية على التكيف مع المتغيرات المحيطة بها والاستجابة لها.

أما نسبة (30 بالمئة) فهي نسبة ضئيلة نوعا ما والتي ترى بأن هذه الوسائل لم تعزز مرونة أداء الأعمال، وهذا قد يعود إلى نقص التدريب أو عدم القدرة على التعامل مع هذه الوسائل، أو حتى قد يرجع إلى ضعف في البنية التحتية الرقمية.

نرى من خلال كل هذه المعطيات بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية عملت على زيادة مرونة أداء الأعمال، وذلك من خلال اتاحة الفرصة للتواصل الفوري عن طريق منصات التواصل الاجتماعي، الريد الالكتروني وحتى عن طريق المدونات، وبالتالي ساعدت في بناء استراتيجيات قوية ومتينة لضمان سير الأعمال وتنظيم الإجراءات والمعاملات الداخلية والخارجية.

جدول 7: هل تعمل تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على ضمان مصداقية الأعمال؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	28	70
أحيانا	12	30
أبدا	0	0
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن أغلب الموظفين أي بنسبة (70 بالمئة) أجابوا "بدائما" و يرون بأن تقنيات و وسائل العلاقات العامة الرقمية تعمل على ضمان مصداقية الأعمال، في حين نسبة(30 بالمئة) الذين أجابوا "بأحيانا" من الموظفين يرون بأن هذه الأدوات ليست دائما ذات مصداقية عالية، وهذا قد يكون مرتبطا بكيفية التعامل مع هذه الأدوات و الوسائل و كيفية توجيهها، أما بالنسبة لنسبة (0 بالمئة) قد يكون ذات أهمية عالية، أي أنه يشير إلى أنه لا يوجد أي موظف يعتقد بأن العلاقات العامة الرقمية لا تعمل على ضمان مصداقية الأعمال .

بناء على هذه النسب نستنتج بأن التقنيات والوسائل الحديثة للعلاقات العامة الرقمية لها تأثير قوي وملموس من ناحية قدرتها على الحفاظ على مصداقية الأعمال وتعزيز الشفافية والتواصل الفعال، وإدارة السمعة الجيدة وكل هذه العناصر تظهر من خلال الخدمات المقدمة من طرف المديرية.

جدول 8: في رأيك هل عملت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على تطوير أعمال المؤسسة وتوسيعها؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	39	79,5
لا	1	2,5
المجموع	40	100

نجد بأن النسبة المرتفعة "لنعم" (79,5 بالمئة) قد يعود إلى مدى قدرة هذه التقنيات والوسائل الحديثة والمتطورة على توسيع أعمال المديرية، من خلال دمجها في كافة المهام والعمليات الإدارية، وفتح قنوات اتصال عديدة ومتنوعة للوصول إلى أنواع مختلفة من الجماهير والمكلفين بالضريبة، وهذا يسير بدوره إلى أن المؤسسة استشعرت تقدما وتحسنا ملحوظا في أداء أعمالها من خلال تطوير أساليب جديدة تتيح للمديرية فرصة الحفاظ على سمعتها والتكيف مع المتغيرات الطارئة في بيئة العمل.

في حين توجد "لا" بنسبة (2,5بالمئة) وهي تعد قليلة نوعا ما التي لا ترى أية تطوير وهذا قد يكون راجع الى قصور في الموارد المادية أو البشرية، أو حتى من الناحية التقنية.

توضح لنا نتائج هذا الجدول بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية لها دور جد كبير وحاسم في تطوير أعمال المؤسسة وتوسعيها، وذلك وفقا للغالبية الساحقة من إجابات المبحوثين، أما النسبة الصغيرة لا تقلل من أهمية هذه الأدوات بل تستدعي ضرورة فهم الأسباب التي أدت إلى اختلاف هذه النظرة.

جدول 09 : هل قللت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية من الوقت والجهد المطلوب للعمل؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	23	57,5
أحيانا	15	37,5
أبدا	02	5
المجموع	40	100

نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة الإجابة "بدائما" بنسبة (57,5 بالمئة) وهي نسبة عالية تشير إلى أن العديد من المستخدمين يون بأن العلاقات العامة الرقمية ساعدت على تقليل الوقت والجهد المرتبط بأداء المهام من خلال تبسيط وتسريع المهام، وراجع كذلك إلى مدى سهولة الوصول إلى المعلومات وإدارة مختلف الصعوبات التي تواجه سير أعمال المديرية.

أما من ناحية الإجابة "بأحيانا" والتي جاءت بنسبة (37,5بالمئة) هي الأخرى تعد شريحة كبيرة نوعا ما ترى بأن توفير الوقت وتقليل الجهد ليس دائما ثابت أو مستقر، وذلك يعود إلى نوع المهمة أو مدى القدرة على اتقان استعمال تلك الأدوات الحديثة، وهذا قد يزيد من الوقت المراد انجاز فيه المهام أكثر من استعمال الطرق التقليدية الورقية.

في حين نسبة (5 بالمئة) التي أجابت "بأبدا" تمثل رأي الأقلية لكنها في الوقت ذاته مهمة جدا لفهم هذه القيود والتعقيدات التي منعتهم من دمج هذه التقنيات في مختلف الإدارات والمصالح.

يتضح لنا بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية تعد وسيلة فعالة ومهمة وأساسية في تقليل الجهد والوقت في بيئة العمل لمن يعرف كيفية استخدامها، لمكن هذه الإجابة لا تعبر عن الأغلبية العظمى وإنما جزء فقط من الموظفين، ولذلك وجب التركيز على الاستخدام الأمثل لهذه التقنيات ومحاولة التكيف معها لضمان الاستفادة القصوى منها.

جدول 10 : ما هو التأثير الذي تتركه تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في العاملين بالمديرية؟

الخيارات	التكرار	فرلالا
تأثير إيجابي	39	97,5
تأثير سلبي	1	2,5
المجموع	40	100

يظهر لنا من خلال النسبة الكبيرة "للتأثير الإيجابي" (97,5 بالمئة) أن هناك أجماعا شبه كامل على أن تقنيات و وسائل العلاقات العامة الرقمية لها تأثيرا إيجابي و يبرز لنا ذلك من خلال بيئة العمل دخل مديرية الضرائب , و يظهر كذلك من خلال التواصل الحسن و المتناسق بين الموظفين و جماعا العمل و المعلومات الدائمة و المستمرة , إضافة الى زيادة الشعور بالانتماء و الرضا نتيجة اشراكهم في كل أعمال المؤسسة و الاهتمام بآرائهم و احتياجاتهم المادية و المعنوية , و هذا بدوره يرفع من كفاءة أدائهم و يقلل من التعقيدات في انجاز المهام الموكلة اليهم .

أما من ناحية "التأثير السلبي" فهي نسبة قليلة جدا (2,5 بالمئة) وتمثل قدرة العاملين في التكيف على التطورات الحاصلة في ميدان العمل وإلى النقص في التدريب أو الدعم الفني، أو حتى من ناحية مقاومة التغيير، والخوف من الدوران الوظيفي.

من خلال هذه النتائج نلاحظ بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية لها تأثير إيجابي وقوي على العاملين بالمديرية، وهذا ما ينعكس بدوره على البيئة العملية وعلى العمليات التي تتم بين المصالح المختلفة، في حين النسبة الصغيرة قد تحتاج للدعم والتدريب لضمان الاستمرارية والمداومة في أداء الأعمال اليومية بكل كفاءة.

جدول 11 :هل الالتزام بالمواعيد المحددة يزيد من كفاءة العاملين وقدرتهم ؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
بناء وتعزيز العلاقات	15	21,13
تحسين التعامل مع جمهور المؤسسة	28	39,44
المساهمة في اتخاذ القرارات	10	14,08
الالتزام بالمواعيد	18	25,35
المجموع	71	100

نلاحظ من خلال هذه التأثيرات الإيجابية تنعكس كذلك على كفاءة العاملين وقدرتهم على الالتزام بالمواعيد المحددة لضمان سير العمل بشكل دقيق والذي جاء بنسبة (25,35 بالمئة) وكذلك إنشاء منصات وحسابات رسمية نشطة على وسائل التواصل الاجتماعي، والاهتمام أكثر بجماهير المؤسسة من خلال الاستماع لآرائهم وشكاويهم ومحاولة إيجاد حلول مرضية، مع تدريبهم بهدف اكتساب مهارات التواصل الفعال والتعامل اللطيف مع الجمهور لكسب سمعة حسنة في المحيط الداخلي والخارجي.

أما من ناحية بناء وتعزيز العلاقات مع الموظفين فقد جاء بنسبة (21,13)، ويكون ذلك من خلال تنظيم لقاءات دورية لمناقشة كل التحديات والإنجازات ومحاولة إقامة فعاليات داخلية مثل الأيام المفتوحة، مسابقات أو حتى ورشات عمل مشتركة لتحسن العلاقات فيما بينهم وتوطيدها، والذي سنعكس بدوره إيجابا على الأداء الوظيفي والمؤسسي وعلى جودة الخدمات المقدمة للمواطنين.

في حين جاءت تحسين التعامل مع جمهور المؤسسة بنسبة (39,44 بالمئة) لأن الجمهور هو العنصر المهم والأساسي والذي تؤدي المؤسسة كافة خدماتها وأنشطتها بواسطته، ولأجله أي الجمهور الداخلي المكون من الموظفين الذين يؤدون أعمالهم بكل صدق وثبات، والجمهور الخارجي من عملاء، مواطنين، المكلفين بالضريبة حتى المؤسسات والمنظمات المتعاملة مع المؤسسة.

أما من ناحية المساهمة في اتخاذ القرارات فقد جاءت بنسبة (14,08 بالمئة) والذي تساهم في تحقيق رضا العاملين من خلال إشراكهم في كل العمليات الإدارية من تخطيط وتنفيذ لكسبهم ولجعلهم يشعرون بأنهم جزء من المؤسسة، وأنهم عنصر أساسي وبالتالي هذا يؤدي إلى تحقيق الأهداف الموضوعة مسبقا.

المحور الثاني: مستوى أداء الأفراد العاملين داخل المديرية نتيجة استخدام تقنيات العلاقات العامة الرقمية.

جدول 12 : هل عملت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على تنمية قدراتكم الوظيفية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	37	92,5
لا	3	7,5
المجموع	40	100

نرى بأن النسبة المرتفعة "لنعم" جاءت بنسبة (92,5 بالمئة) من طرف الموظفين تشير إلى أن هذه التقنيات والوسائل ساهمت بشكل أو بآخر في تنمية قراتهم الوظيفية، وبالتالي فقد كان لها دورا بارزا وتأثيرا إيجابيا على مهارات العاملين وهذا ينعكس على بيئة العمل والمهام المنجزة.

أما من ناحية الإجابات ب "لا" فقد كانت منخفضة توعا ما بنسبة (7,5 بالمئة) ومن هنا يتضح لنا بأن هناك مجموعة صغيرة لأم تستفد بشكل كبير من هذه التقنيات والوسائل في تطوير قدراتهم المهنية، وكذلك قد يعود إلى ضعف التطبيق العملي لهذه الأدوات في مقر عملهم، ومن هنا وجب الاستفادة المطلقة من هذه الوسائل والتقنيات الحديثة عند القيام بدمجها في كل المصالح والإدارات.

من خلال النتائج المتحصل عليها نستنتج بأن الموظفين أكثر وعي وإدراك بمدى أهمية التحول الرقمي في مجال العلاقات العامة، في حيم قد نجد فجوة في الاستفادة من هذه التقنيات، وبالتالي وجب التدقيق في هذه الأسباب ومحاولة تعميم فائدة الاستفادة مناه على جميع العاملين.

جدول 13 : عند استخدامك لتقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية، كيف ساهمت:

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
زيادة رغبتك في العمل	17	20,24
زيادة قدراتك في العمل	19	22,62
زيادة انتظامك في العمل	20	23,81
زيادة ثقتك وولائك في العمل	7	8,33
مضاعفة حجم الأعمال المنجزة	21	24
المجموع	84	100

نلاحظ من خلال الجدول بأنه عند استخدام تقنيات ووسائل العلاقات العامة فإنها تعمل على مضاعفة حجم الأعمال والتي هي الأخرى تعد النسبة الأكبر(24 بالمئة) من اختيار الموظفين لأنها تشير إلى مدى قدرة هذه الوسائل والتقنيات في زيادة الإنتاجية والكفاءة في انجاز المهام المتعلقة بالعلاقات العامة وذلك في فترة زمنية قصيرة، وكذلك ساعدت على تحديث المعلومات والاخبار بسرعة في كل زمان ومكان كان، إضافة إلى زيادة الانتظام في العمل والذي سجل بنسبة(23,81 بالمئة) و التي ساهمت في زيادة الالتزام والانضباط والإحساس بأكبر قدر من المسؤولية نتيجة دمج هذه البرامج و الأنظمة الرقمية في العمليات الإدارية , و كذلك زيادة قدرة العاملين على أداء مهامهم عن طريق تنمية قدراتهم و مهاراتهم الوظيفية بواسطة البرامج التدريبية التي تحفز الموظفين على اكتساب مهارات وعادات جديدة , تلها زيادة الرغبة في العمل والتي جاءت بنسبة (20,24 بالمئة) هي الأخرى نسبة مرتفعة نوعا ما لأن ذلك راجع إلى الاعتراف والتقدير سواء المادي أو المعنوي والذي يشعر الموظف بأنه ذو قيمة ومكانة فكلما كان المرء يشعر بأنه معترف به تزداد رغبته في العمل بجدية , بالإضافة إلى وجود بيئة مريحة خالية من القلق والعدائية ترفع من مستوى الراحة النفسية والمعنوية ومن مستوى الانتماء والولاء .

أما بالنسبة لزيادة الثقة والولاء في العمل فهي أقل نسبة (8.33 بالمئة) مقارنة بالنتائج والخيارات الأخرى، إلا أنها لا تزال مهمة لأن التقنيات الرقمية لا تكفي وحدها بناء الولاء، وانما تحتاج إلى عوامل أخرى أوسع ثقافية كانت أو تنظيمية.

جدول 14 : هل ساعدت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على انجاز الأعمال بالكفاءة والأداء المطلوب؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	23	57,5
أحيانا	17	42,5
أبدا	0	0
المجموع	40	100

بالاعتماد على الجدول الآتي نستنتج بأن نسبة" دائما "(57,5 بالمئة) وهذا يشير إلى أن أغلبية المشاركين يون أن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية تساهم فعلا في انجاز الأعمال بالكفاءة والأداء المطلوبين، وهذا يعد مؤشر قوي على تكامل هذه التقنيات مع سير العمل اليومي، واحتمالية اعتماد المديرية عليها كأداة أساسية وليست ثانوية.

أما بالنسبة لتكرار" أحيانا "(42,5 بالمئة) تعد نسبة معتبرة ولا يمكن أن يستهان بها، والتي ترى بأن هذه التقنيات تساعد على انحاز الأعمال لكن ليس دائما، وذلك قد يعود على الفهم أو التوظيف الأمثل لها بين الأفراد والإدارات، أو ربما قد تكون هناك ظروف أخرى تقلل من فعالية هذه الأداة.

في حين الاجابة "بلا " فهي منعدمة (بالمئة 0) أي عدم وجود أي إجابات، وهذا يشير إلى أن جميع المشاركين يرون بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية لها دور في المساعدة على انجاز الأعمال، حتى وإن اختلف مستوى تأثيرها.

بشكل عام فإن هذه النتائج توضح بأن هذه التقنيات والوسائل الحديثة تساهم في تحسين الأداء وإنجاز الاعمال بالكفاء والأداء المطلوبين وفي أقل وقت ممكن بالمقارنة بالطريقة التقليدية.

جدول 15 : هل تشعر بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية أثرت على مستوى أدائك المهني؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	25	62,5
لا	15	37,5
المجموع	40	100

تشير النتيجة إلى أن أغلبية المشاركين (62,5 بالمئة) يرون بأن تقنيات ووسائل العلاقات العام الرقمية لها تأثير إيجابي وملحوظا على مستوى أدائهم المهني، وهذا يعني أنها عملت على توسيع نطاق الوصول إلى المعلومات والحقائق والأخبار، وأتاحت فرصة انجاز الأعمال بكل سهولة وبمهارة عالية عن طريق هذه الأدوات الحديثة، كما أعطت لأعمالهم قيمة جديدة وموثوقية نتيجة نشر المعلومات بكل شفافية والسماح للجميع للوصول اليها واستخدامها.

في المقابل فإن (37,5 بالمئة) من الموظفين لا يرون أي تأثير لهذه التقنيات على أعمال المديرية، لأن أغلب الإدارات لازالت قيد التغيير، وبالتالي فإنهم لازالوا يعتمدون على الأوراق في أداء مختلف المهام وعلى الأساليب الاستراتيجية القديمة في تحقيق أهداف المديرية.

بكل عام فإن هذا التحليل يشير إلى أن تبني وقبول تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية له تأثير محسوس وإيجابي خاصة في الإدارات والمصالح الموجود فيها فعلا، ويظهر كذلك من أداء معظم الموظفين الإداريين، رغم ذلك لا يزال معظمهم لا يرون هذا التأثير بنفس القدر.

جدول 16 : هل تميلون للمداومة على أداء مهمكم حتى في غياب الإشراف والتوجيه الإداري؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	22	55
أحيانا	17	42,5
أبدا	1	2,5
المجموع	40	100

نجد بأن غالبية الموظفين (55 بالمئة) الذين أجابوا" بنعم "لأنهم يميلون لأداء مهامهم دائما بدون إشراف، وذلك راجع إلى مدى قدرتهم على تحمل مسؤوليتهم اتجاه الأعمال الخاصة بالمديرية والانضباط الذاتي، وهو مؤشر إيجابي بالنسبة للمؤسسة وللعامل على حد سواء.

في حين الذين أجابوا" بأحيانا " وهي أيضا تمثل نسبة كبيرة وذلك يدل على أنهم في حاجة ماسة للمتابعة والتوجيه، وذلك قد يعود إلى وجود بعض الغموض في المهام الموكلة إليهم، ونسبة (2,5 بالمئة) الذين أجابوا "بأبدا " وهي نسبة ضئيلة جدا تلك التي تعتمد على الإشراف والتوجيه.

نرى من خلال الجدول بأن الموظفين في مديرية الضرائب يميلون إلى انجاز مهامهم حتى في غياب الإشراف والتوجيه في كافة الأعمال، وذلك راجع إلى حسهم بالمسؤولية اتجاه المؤسسة وإلى أخلاقيات المهنة والسياسات الداخلية والخارجية التي توجههم.

لكن على الرغم من إمكانية أداء المهام دون إشراف إلا أنه في حالات أخرى قد يحتاج الموظفون إلى توجيه خاصة في حالة انضمام أعضاء جدد للمؤسسة أو في حالة حدوق تغييرات في البيئة التنظيمية والثقافية للمديرية.

جدول 17 : هل تشعر بأنك راض على التقنيات والتطورات الحاصلة في المديرية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	82,5
لا	7	17,5
المجموع	40	100

نرى بأن أغلب الموظفين أجابوا "بنعم " بنسبة (82,5 بالمئة) أي أنهم يشعرون بالرضا ومقتنعين بالتطورات الحاصلة في مجال الرقمنة وفي أنظمة المعلومات، وذلك يرجع إلى دمج أدوات رقمية جديدة التي ساعدت في تحسين البنية التحتية للمؤسسة.

أما الأسباب المحتملة لعدم الرضا والتي جاءت بنسبة (17,5 بالمئة) ليست كبيرة جدا إلا أنه لا يمكن إهمالها، لأنه يمكن ان بشير إلى وجود تفاوت في الاستفادة أو الرضا بحسب طبيعة الأعمال أو الإدارات، أو لوجود تحديات تعيق التكيف مع هذه الأدوات الحديثة.

توضح لنا هذه النتائج بأن هناك رضا تجاه هذه التقنيات والتطورات وهذا ينعكس بدوره على نجاح أعمال المديرية، في المقابل فإن هناك فئة لم تبد نفس الرضا والاهتمام وهذا يشير إلى وجود بعض التحديات المرتبطة بمدى ملائمة هذه التقنيات لطبيعة عملهم، أو احتياجهم على دعم إضافي للتكيف معها.

جدول 18 : هل تقوم المديرية بوضع برامج حديثة ومتطورة لتقييم أداء العاملين بالمديرية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	**22**	**55**
لا	**18**	**45**
المجموع	**40**	**100**

نرى من خلال الجدول بأن الغالبية من الموظفين تعتقد بوجود برامج تقييم حديثة بنسبة (55 بالمئة) وهي تشير إلى أكثر من نصف المشاركين الذين يرون بأن مديرية الضرائب تعتمد حاليا مع التطورات الحاصلة في مجال الرقمنة وأنظمة المعلومات على العديد من الأدوات التي تساعدهم على تحديد نقاط القوة والضعف الخاصة بالموظفين والعمل على تطويرها، إضافة إلى تحديد المهارات والمجالات التي يبرع فيها الموظف ومحاولة استثمارها وتوظيفها بشكل فعال في المهام والمشاريع المناسبة.

إلا أن هناك نسبة معتبرة من الموظفين الذين يرون بأن المديرية لا تقوم بذلك، حيث جاءت نسبة الخيار "بلا" (45 بالمئة) وهي نسبة ليست قليلة هي الأخرى إلا أنه قد تكون هذه الشريحة من الموظفين ليست على علم بهذه البرامج بسبب عدم دمج هذه الأدوات في أعمالهم بعد وبالتالي لا يحتاجونها في الوقت الحالي وبالتالي فهي لا تمس جميع العاملين.

تشير نتائج الجدول أن مديرية الضرائب تعمل جاهدة في وضع برامج حديثة لتقييم أداء العاملين، وهو ما يعكس لنا توجه المديرية نحو التطوير والتغيير، لكن في الوقت نفسه هناك عدد كبير لا تتفق مع هذه الفكرة، وبالتالي وجب البحث أكثر والعمل على دمج هذه البرامج في المصالح المختلفة وتوعية العاملين بها.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التدرج على أساس السلوك	1	6,66
الملاحظة السلوكية	5	16,66
الإدارة بالأهداف	17	56,66
إدارة الجودة الشاملة	6	20
المجموع	30	99,98

نرى من خلال النتائج المتحصل عليها من الجدول الأول والثاني أن مديرية الضرائب تعمل جاهدة على

تبني البرامج الحديثة لتقييم أداء العاملين، وبالتالي فهي تعمل بكل جهد على وضع الأهداف و مشاركتها مع العاملين بهدف كسب رضاهم وثقتهم، و هو ما يدفعهم نحو الشعور بالولاء للمؤسسة والسهر على تحقيق كل أهدافها، وكذلك محاولة الرفع من مستوى الخدمات عن طريق الوسائل الحديثة لضمان تحسن نوعية الخدمات الموجهة نحو جماهيرها المختلفة، وبالتالي فإدارة الجودة الشاملة لا تهتم بكفاءة الخدمات المقدمة فقط بل بمقدم هذه الخدمات، وبالتالي تعمل المديرية جاهدة لتحفيزهم و كسب رضاهم لكي يقدموا أفضل ما لديهم، وكذلك تتم ملاحظة سلوك الأفراد ويبدأ الأمر بتحديد السلوكيات المستهدفة نتيجة التعامل والتعرض لهذه الأدوات والوسائل الحديثة، والتعامل معها بكل احترافية لتجنب حدوث مضاعفات غير مرغوب بها في ميدان العمل.

إضافة إلى الاعتماد على التدرج على أساس السلوك لكن بنسبة قليلة جدا، لأن طبيعة عملهم لا تستلزم التدرج الوظيفي، وإنما التركيز على المؤهلات والأقدمية للعمل فقط، وليس على الاستخدام الجيد والقدرة على التعامل مع هذه التقنيات الحديثة.

المحور الثالث: أثر العلاقات العامة الرقمية على الأداء الوظيفي.

جدول 19 : ما الهدف من وراء استخدامك لتقنيات العلاقات العامة الرقمية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
توفير للوقت والجهد	33	23,74
تجنب نشر الإشاعات	8	5,75
مواجهة المخاطر والأزمات	4	2,88
التنسيق بين الموظفين	21	15,11
زيادة الالتزام بأداء المهام	16	11,51
التأقلم مع التطورات الرقمية	24	17,27
معرفة كل ما يتعلق بالمؤسسة من مستجدات وقرارات	14	10,07
ضمان أعلى قدر من الشفافية	19	13,67
المجموع	139	100

نرى من خلال الجدول أن توفير الوقت والجهد يحتل المرتبة الأولى بنسبة (27,74 بالمئة)، من حيث الأهمية النسبة للموظفين، وهو يدل على إمكانية انجاز المزيد من الأعمال بموارد أقل، وبالتالي فهو الوسيلة الأساسية التي تعمل على زيادة كفاءة الأداء والتسريع في انجاز المهام.

تأتي بعد ذلك التأقلم مع التطورات الرقمية والتي جاءت بنسبة (17,27 بالمئة) والتي تشير إلى أهمية مواكبة التطورات الرقمية، والاعتراف بأن هذه التقنيات أصبحت ضرورية ولا مفر من الاعتماد عليها في بيئة العمل، وبالتالي يتضح بأنه لابد من تعزيز الوعي بأهمية التحديث والتطوير.

التنسيق بين جماعات العمل والموظفين جاءت بنسبة (15,11 بالمئة) وذلك يؤكد على ان الرقمنة تساهم في تعزيز التواصل الداخلي، والتنسيق الفعال لضمان سير العمل بكل سلاسة ومرونة والعمل على تحقيق هذه الأهداف المسطرة والاستراتيجية.

ضمان أعلى قدر من الشفافية جاءت بنسبة (13,67 بالمئة) تشير إلى أهمية بناء الثقة والمصداقية داخل المديرية عن طريق توفير كافة المعلومات بشكل بسيط ومفهوم واتاحتها في كل زمان ومكان لضمان بيئة عمل إيجابية.

مع زيادة الالتزام بأداء المهام جاءت هي الأخرى بنسبة (11,51 بالمئة) وهذا يعكس لنا درجة إيمان وثقة العاملين بأن الرقمنة تساهم في تحفيزهم وتعزيز مسؤوليتهم اتجاه المهام الموكلة إليهم، وبالتالي فهي تعمل على تحقيق الانضباط ومتابعة المهام بشكل أدق.

معرفة كل ما يتعلق بالمؤسسة من مستجدات وقرارات جاءت بنسبة (10,07 بالمئة) وهذا يؤكد لنا أن هذه التقنيات الحديثة ساعدت على إبقاء الموظفين على إطلاع دائم بكل ما يجري داخل المديرية وخارجها، مما يعزز الشعور بالانتماء والولاء عن طريق المشاركة في كل الأنشطة الخاصة بها.

تجنب نشر الشائعات جاءت بنسبة (5,75 بالمئة) تبرز لنا دور العلاقات العامة الرقمية في الجد من تداول المعلومات الغير موثوقة، من خلال توفير المعلومات والأخبار والحقائق الدقيقة والرسمية لمواجهة الأخبار الكاذبة والقضاء عليها.

مواجهة المخاطر جاءت هذه الأخيرة بنسبة (2,88 بالمئة) تشير إلى أنه أقل أولوية أو أقل استخداما بالنسبة للمديرية، وهذا قد يشير إلى نقص الوعي بأهمية التخطيط الرقمي لإدارة الازمات، أو ربما لا ينظر إليها على أنها أداة رئيسية لمواجهة الأزمات.

يوضح لنا الجدول بأن مديرية الضرائب تعتمد على تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية لتحقيق أهدافها وحاصة التي تتعلق بالكفاءة في الأداء والتواصل الفعال مع الجماهير المختلفة، وحتى التحديث بشكل دائم ومستمر للأخبار والمستجدات وهذا ما يؤدي إلى تجنب الوقوع بالأزمات أو انتشار الشائعات التي تؤثر على سير العمل وعلى سمعة المؤسسة.

جدول 20 : هل عملت تقنيات العلاقات العامة الرقمية على تغيير أنماط الاتصال بين جماعات العمل والموظفين؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	85
لا	6	15
المجموع	40	100

نظرا للنتائج الموضحة في الجدول فإن الغالبية من الموظفين أي (85 بالمئة) يرون بأن طبيعة الاتصال تغيرت خاصة في الإدارات والمصالح، فقد كانت الاجتماعات و الندوات و اللقاءات وجها لوجه أو في قاعات مخصصة لذلك، إلا أنه ومع التطورات الحاصلة في أنظمة المعلومات و في التقنيات الحديثة أصبحت وتيرة الاتصال فورية وغير مباشرة عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي، البريد الالكتروني، و حتى موقع المؤسسة الذي ساعد كثيرا على انتشار المعلومات على نطاق واسع وعبر قنوات رقمية متنوعة، إضافة لم يعد الاتصال مقتصرا على النصوص والمحادثات الصوتية، بل تعدى الآن للفيديوهات والصور والملفات المشتركة مما يثري عملية التواصل، كما أصبح الموظفون أكثر خبرة فهم يقومون بانتقاء القناة الأنسب لطبيعة الرسالة و لطبيعة الجمهور المستهدف.

أم من ناحية الموظفين الآخرين الذين يشكلون (15 بالمئة) يرون بأنه لم يحدث أي تغيير ملحوظ بسبب بطيء تبني التكنولوجيا في بعض المصالح، والاعتماد المفرط والدائم على طرق التواصل التقليدية وجها لوجه.

النتائج تظهر لنا بأن التحول الرقمي في العلاقات العامة لم يؤثر فقط على العلاقة الداخلية بين الموظفين، وبالتالي يعكس لنا ذلك أهمية الاستثمار في الوسائط الحدثة الرقمية لبناء العلاقات وتعزيز التعاون بين أعضاء المديرية وجعل بيئة العمل أكثر فعالية ونشاطا.

جدول 21 : هل تلبي تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية حاجاتك المادية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	28	70
لا	12	30
المجموع	40	100

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التأمين الصحي	8	40
الزيادات في الأجور	6	30
التعويضات	6	30
المجموع	20	100

نستنتج من خلال الجدول بأغن أغلبية الموظفين أجابوا "بنعم" بنسبة (70 بالمئة) يون بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية تساهم في تلبية حاجاتهم المادية، وهذا يدل بأنهم راضون عن الوسائل الحديثة،

وبالتالي ينعكس إيجابا على الأداء الوظيفي من خلال توفير التأمين الصحي لكل العاملين، والزيادات في الأجور وحتى التعويضات التي تضعها المديرية في حالة ارتفاع الأرباح.

أما بالنسبة للموظفين الآخرين وهي نسبة ليست ضئيلة (30 بالمئة) يرون بأن هذه التقنيات لا تلبي حاجاتهم المادية، وبالتالي قد تكون هذه الفئة في حاجة ماسة لمزيد من التدريب، أو توسيع درجة فهم كيفية ترجمة النشاطات الرقمية إلى مردود مادي يعود عليهم وعلى المؤسسة بالربح.

بشكل عام لا يمكن لهذه الوسائل والتقنيات الحديثة أن تلبي بشكل مباشر الحاجات المادية، لأنها تركز على إدارة سمعة المؤسسة والتواصل مع الجماهير، كما أنها قد تساهم في تلبية بعض الجوانب المتعلقة بالرفاهية المهنية للموظفين.

جدول 22 : هل تنظم المديرية دورات تدريبية للموظفين في المجال الرقمي؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	23	57,5
لا	17	42,5
المجموع	40	100

من خلال النتائج الموضحة في الجدول فإن نسبة (57,5 بالمئة) من الموظفين أقروا بأن المديرية تنظم دورات تدريبية رقمية، وهذه الدورات حسب تصريحاتهم قد بدأت منذ انطلاق المشروع الرقمي في المؤسسات والمديريات المختلفة، وهذا يعد مؤشرا إيجابيا على وجود وعي إداري بأهمية التحول الرقمي وبناء المهارات والقدرات الرقمية للموظفين.

أما بالنسبة للموظفين الذين أجابوا "بلا" بنسبة (42,5 بالمئة) من الموظفين يرون بأن المديرية على الرغم من توفيرها لهذه الدورات إلا أنها لا تشمل جميع العاملين.

تشير النتائج إلى أن هناك جهودا بارزة حول تنظيم الدورات التدريبية الرقمية، إلا أنه يوجد فجوة رقمية نوعا ما في جزء من مصالح المديرية بسبب كون هذه المصالح في طور التقدم وطور دمج هذه التقنيات والوسائل في الأعمال والمهام الخاصة بالمديرية.

جدول 23 : هل سبق وأن شاركت في هذه الدورات؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	52,5
لا	19	47,5
المجموع	40	100

نرى من خلال الجدول بأن (57,5 بالمئة) من الموظفين الذين شاركوا في الدورات التدريبية، وكان ذلك حسب احتياج كل فرد من التنظيم، فقد تم تنظيم هذه الدورات مرة كل شهر وكل شخص يشترك فيها حسب حاجته الفعلية لتلك الخبرة، وبالتالي توفر فرص تريب فعلية ووصولها على عدد معتبر من الموظفين.

إلا أن نسبة (42,5 بالمئة) أجابوا "بلا" وهي كذلك نسبة مرتفعة والذي يشير إلى عدم كفاية التغطية التدريبية أو من ناحية عدم ارتباط التدريب باحتياجات الموظفين.

تشير النتائج الموضحة في الجدول بأن هناك نسبة جيدة من الموظفين الذين استفادوا من هذه الدورات التدريبية، لكن أيضا هناك فرصة لتوسيع نطاق المشاركة ليشمل كل الموظفين.

جدول 24 : ماهي أهم النقاط التي تسعى المديرية إلى تحقيقها بواسطة تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
تعزيز الروح المعنوية	17	14,41
زيادة كفاءة الأداء	25	21,19
بناء علاقات جيدة ومتينة	16	13,56
نشر القواعد والتعليمات	24	20,34
بناء الثقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي	15	12,70
تحسين التواصل بين العاملين	21	17.80
المجموع	118	100

تقوم المديرية بالتركيز بشكل كبير على زيادة كفاءة الأداء، وذلك بنسبة (21,19) حسب رأي الموظفين من خلال التدريب والتطوير المستمر وربط الموظفين ذوي الخبرة بالموظفين الجدد أو الأقل خبرة لتبادل المعرفة ولتقديم الدعم والتوجيه، مع بناء ثقافة إيجابية تقوم على الاحترام والتقدير والتواصل المفتوح لتشيع الأفراد على تقديم أفضل ما لديهم.

بالنسبة لنشر القواعد والتعليمات فدق جاءت بنسبة (20,34المئة) وذلك راجع إل الاهتمام بتعزيز الشفافية والمساءلة، وكذلك العمل على نشر كافة القرارات والتعليمات عبر هذه الوسائل مع ضمان وصلها إلى جميع العاملين بنفس الشكل وبنفس الوقت مع ضمان التحديث الدائم والدوري ليقلل من حدوث الأخطاء أو التناقضات الناتجة عن استخدام نسخ قديمة من المستندات.

أما من ناحية تحسين التواصل بين العاملين فقد جاءت بنسبة (17,80 بالمئة)، والذي يعكس بدوره الاهتمام الكبير بهذه التقنيات والدور الذي تلعبه في تسهيل تدفق المعلومات الفعالة والرسمية داخل المديرية والاهتمام كذلك بهذه الوسائل واعتبارها أفضل وأحين تقنية لتحسين التفاعل اليومي بين الموظفين وجماعات العمل بالمؤسسة.

أما من ناحية تعزيز الروح المعنوية عن طريق استخدام التقنيات الحدثة و المتطورة للعلاقات العامة الرقمية فقد جاءت بنسبة (14,41 بالمئة) وذلك من خلال تسهيل الواصل و التعاون بين العاملين، واستخدام منصات رسمية مخصصة لتقدير إنجازات الموظفين ومكافأتهم بشكل علني مما يعزز الشعور بالاعتراف بالجهود، مع التشجيع على التوازن بين العمل و الحياة حتى في البيئات الرقمية، وتخصيص جليسات أو استمارات رقمية تتيح فرصة معرفة آرائهم حول التقنيات والوسائل الحديثة ومدى قدرتها على تطوير مهارات الموظفين وتعزيز شعورهم بالنمو والتقدم الوظيفي.

إضافة إلى بناء علاقات متينة والتي كانت أقل تركيزا بنسبة (13,56 بالمئة) وهذا يشير إلى وجوب اتباع أساليب وطرق لبناء تواصل فعال حقيقي عن طريق اتاحة قنوات للتغذية الراجعة وتكون رقمية وآمنة وسهلة الاستخدام في نفس الوقت لتقديم اقتراحاتهم وملاحظاتهم بشكل سري ومباشر وإظهار أن آرائهم محل تقدير.

وبناء الثقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي، فقد جاءت بنسبة (12,70 بالمئة) وهي نسبة منخفضة جدا وأدنى نسبة بين الخيارات، وهذه النتيجة تعكس لنا أن الجهود الرقمية تتركز أكثر على الأداء والكفاءة ونشر الأخبار والمعلومات وكذلك المستجدات.

تظهر لنا النتائج أن مديرية الضرائب تعتمد بكثرة على تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية بشكل أساسي لتحسين الأداء والتنظيم، أكثر من استخدامها لتعزيز الجوانب النفسية والاجتماعية داخل المؤسسة.

وبالتالي ينصح بالموازنة بين الكفاءة التنظيمية والروح المعنوية والثقة الداخلية حيث أن تحسين الحالة النفسية والاجتماعية تنعكس هي الأخرى على الأداء الوظيفي للعاملين.

المحور الرابع: تحديات استخدام تقنيات العلاقات العامة الرقمية بالمديرية.

جدول 25 : هل تجد صعوبة في التعامل رقميا داخل وخارج المديرية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	11	27,5
لا	29	72,5
المجموع	40	100

نرى من ناحية النسب أن نسبة الذين لا يواجهون أي صعوبة في التعامل رقميا هم أغلبية الموظفين (72,5 بالمئة) وهذا يشير إلى ان النسبة مرتفعة لأنهم يشعرون بالراحة عند استخدامهم تلك التقنيات الحديثة في عملهم نع بعضهم البعض وحتى مع كل ما يحيط بالمديرية من زبائن ومكلفين بالضرائب، وهذا يعكس لنا وجود وعي رقمي جيد بين الموظفين حول الأنظمة الرقمية المعتمدة، مع توفير المديرية دورات تدريبية مناسبة وفعالة.

في المقابل هناك نسبة أخرى من الموظفين الذين أجابوا "بنعم" (27,5 بالمئة) أي أنها تواجه صعوبة في العامل مع هذه التقنيات الحديثة بسبب عدم فهم الخطوات اللازمة لإنجاز مهام وأنشطة معينة رقميا، وقد يشعرون كذلك بالقلق وعدم الثقة في التعامل مع البيانات الحساسة عبر الانترنت.

تشير النتائج إلى أن معظم الموظفين لا يواجهون أية صعوبات أو مشاكل في التعامل معها عن طريق هذه التقنيات الحديثة مما يعزز لنا بيئة رقمية مناسبة وسهلة، مع ذلك فإن هناك نسبة من الموظفين يواجهون صعوبات وهذ يعكس لنا الحاجة إلى معالجة بعض الجوانب مثل تصميم برامج تدريبية أو ورش عمل تشجع الموظفين الذين يمتلكون مهارات تقنية على مشاركة خبراتهم مع زملائهم.

جدول 26 : هل نجحت المديرية في مواكبة التطورات التقنية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	34	85
لا	6	15
المجموع	40	100

نرى من خلال الجدول أن الغالبية الساحقة (85 بالمئة) ترى بأن المديرية نجحت وبجدارة في مواكبة هذه التطورات، وهذا ما يعكس لنا درجة رضا العاملين بالتقنيات والوسائل الرقمية التي تم دمجها في أعمال المديرية.

أما بالنسبة للذين أجابوا "بلا" جاءت بنسبة (15 بالمئة) وهي تشير إلى عدد قليل جدا، لكن أيضا لا يمكن تجاهله لأنها قد تشير إلى أن ليس كل الموظفين على علم واسع بهذه التطورات أو أنهم لازالوا في طور التقدم وبالتالي فهم غير محيطين كليا بكل هذه التطورات الرقمية.

تفيد النتائج إلى أن هناك انطباعا إيجابيا حول قدرة المديرية على مواكبة التطورات الرقمية من وجهة نظر جماهيرها المتعاملة معها، في المقابل هناك نسبة ضئيلة وجهة نظرها مختلفة حول التقدم والتطور في مجال الرقمنة وأنظمة المعلومات.

جدول 27 : ماهي الصعوبات التي تأثر على استخدام تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية بالمديرية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ضعف المهارات التقنية	26	35,61
الانقطاع المتكرر لشبكة الانترنت	15	20,55
أجهزة الحواسيب قديمة	16	21,92
التكاليف الباهظة لاقتناء الوسائل والتقنيات الحديثة	16	21,92
المجموع	73	100

نرى من خلال الدول الآتي بأن ضعف المهارات التقنية جاءت بنسبة (35,61 بالمئة) وهذه النسبة مرتفعة، وتشير إلى أن هناك ضعف في التعامل مع هذه التقنيات والمنصات الرقمية وهو بدوره يمثل عائقا يمنع المديرية من التبني الكلي لتقنيات العلاقات العامة الرقمية، وبالتالي تظهر لنا هذه النسبة الأهمية البالغة للتدريب على استخدام التقنيات والوسائل الحديثة في مجال العلاقات العامة.

أما بالنسبة أجهزة الحواسيب القديمة والتكاليف الباهظة لهذه التقنيات فقد جاء كل منهما بنسبة (21,92 بالمئة) وهما يمثلان تحديين كبيرين للمؤسسة، ومن الممكن أن تقلل من الكفاءة الإنتاجية وعلى جودة العمل.

والتكاليف الباهظة لاقتناء الوسائل الحديثة تمنع بدورها المؤسسات والإدارات من الحصول على التقنيات والأدوات الحديثة اللازمة لتنفيذ استراتيجيات العلاقات العامة.

كذلك نجد الانقطاع المتكرر لشبكة الانترنت جاء بنسبة (20,55 بالمئة) وهو يعكس لنا مشكلة تتعلق بالبنية التحتية الرقمية لأنه في كثير من الأحيان تؤدي هذه الصعوبات إلى انخفاض حاد في الإنتاجية والخدمات المقدمة، والتأخير المستمر يؤدي إلى احباط الموظفين ويؤثر على معنوياتهم، وينجر عن ذلك تأخير في انجاز المعاملات، بالتالي وجب توفير الدعم التقني الكافي لاكتشاف الصعوبات والعمل بجد لحلها.

جدول28 : هل تؤثر تقنيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة أعمال المؤسسة؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	**33**	**75**
لا	**7**	**25**
المجموع	**40**	**100**

توضح لنا نسبة (82,5 بالمئة) من الموظفين الذين أجابوا "بنعم" مؤشرا على مدى ادراكهم بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية تلعب دورا محوريا في إدارة أعمال المديرية، وبالتالي تحدث تأثيرا واضحا في أدائها من خلال التواصل مع الجمهور وأصحاب المصلحة أو حتى بتوفير قنوات تفاعلية جديدة.

أما من ناحية الذين أجابوا " بلا" هذه النسبة منخفضة نوعا ما (17,5 بالمئة) وهذا يشير إلى أن هناك عاملين لا يعتقدون بأن هنالك تأثير مبير سواء من الناحية العملية أو التنظيمية، ولأنهم يعتقدون بأن هذه التقنيات لها تأثير محدود ولا يمكن أن توقف أعمال الإدارية.

أظهرت النتائج وجود اتفاق عام بي الموظفين على أن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية تساهم وبشكل إيجابي وفعال في دعم إدارة أعمال المديرية، ويعكس لنا ذلك وعيا متزايدا بأهمية التغيير والتحول الرقمي، في حين تسير الآراء المخالفة إلى الحاجة لمزيد من التطوير والتوعية لضمان الاستفادة الشاملة من هذه الوسائل الحديثة والمتطورة في عالم الأعمال.

جدول 29 : هل تؤثر تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في قدرات وكفاءة العاملين داخل المديرية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	**33**	**75**
لا	**7**	**25**
المجموع	**40**	**100**

نرى من خلال الجدول أن الغالبية الساحقة التي أجابه "بنعم" بنسبة (82,5 بالمئة) وهي نسبة مرتفعة جدا، وهذا يوضح لنا الأهمية البالغة للأدوات والتكنولوجيات الحديثة في مجال العلاقات العامة داخل المؤسسة، وبالتالي يشير إلى أن هذه التقنيات لعبة دورا فعالا في تنمية قدراتهم ومهاراتهم الوظيفية والتواصلية حتى أنها دفعتهم للتأقلم مع التطورات وللتعامل معها بكل شفافية، إضافة إل قدرتها على التنسيق الخارجي بين جميع المعاملين والمستفيدين من المديرية.

أما من ناحية المعارضين الذين أجابوا "بلا" تعد النسبة الأقل (17,5 بالمئة) لا ترى وجود أي تأثير لهذه التقنيات، وقد يعود ذلك إلى نقص التدريب أو الدعم الكافي لاستخدام هذه التقنيات في بعض الأقسام والمصالح الإدارية، إضافة إلى رغبة بعض الموظفين في التعامل وإنجاز الاعمال والمهام الخاصة بالمديرية بالطرق التقليدية.

أغلبية المشاركين يؤمنون بأهمية تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في تعزيز قدرات وكفاءة العاملين داخل المديرية، مما يعكس لنا الوعي الواسع بفوائد هذه الوسائل الحديثة في تحسين الأداء الوظيفي.

جدول 30 : هل تشعر بأنك راض عن التطورات الحاصلة في مجال الرقمنة بالمديرية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	75
لا	7	25
المجموع	40	100

تشير النتائج بوضوح إلى أن معظم الموظفين الذين أجابوا "بنعم" بنسبة (82,5 بالمئة) يشعرون بالرضا عن كل التطورات الحاصلة في مجال الرقمنة وفي أنظمة المعلومات داخل المديرية وخارجها، وهو مؤشر قوي جدا يعكس لنا وجود تحسينات ملموسة وواضحة في بيئة العمل وفي الأدوات المستخدمة وحتى في الهيكل والإدارة، حتى أنه يظهر من خلال المشاريع المنجزة وهذا يعود بالإيجاب على مستوى أداء العاملين.

يشير الجدول عن وجود مستوى عال من الرضا عن كل هذه التطورات الرقمية في المديرية وهو مؤشر إيجابي، إلا أنه لا يمكن تجاهل الشريحة الغير راضية عن ذلك، وبالتالي وجب الانتباه أكثر إلى الأسباب المحتملة وراء عدم الرضا.

جدول 31 : هل تعاني المو اقع الالكترونية الخاصة بالمديرية عادة من اختر اقات وتهديدات أمنية؟

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	/	/
أحيانا	7	17,5
أبدا	33	82,5
المجموع	40	100

انطلاقا من النتائج المتحصل عليها من الجدول فإن نسبة(82,5 بالمئة) مرتفعة وهذا يشير إلى أن المديرية لم تسجل إي حالة اختراق أو تهديد سيبراني في حين وجود نسبة من الموظفين بنسبة (17,5 بالمئة) يشيرون إلى أن هذه التقنيات من الممكن أن تكون معرضة في أي وقت إلى مثل هذه التهديدات وحسب اجاباتهم واقتراحاتهم يرون بأنه من الأفضل استخدام أفضل الأنظمة التي توفر حماية لكافة المعلومات السرية، إضافة إلى وضع كلمات سرية قوية للأجهزة الخاصة بالمديرية، أو تأمين مواقع المديرية عن طريق الاشتراك في برامج الحماية ضد الفيروسات.

اما بالنسبة لخيار دائما فقد جاء بنسبة (0 بالمئة) وهذا يعني بأن المديرية لم تقع أبدا في مثل هذه الهجمات، وذلك راجع إلى حدوث اختراقات في مؤسسات أخرى تابعة للدولة، دفعت بالرئيس إلى وضع قرار رسمي يقر بضرورة تغيير كلمات المرور مرة كل أسبوع على الأقل لتجنب حدوث خلل أو هجمات غير مرغوب فيها.

بناء على التحليل لهذه البيانات يمكننا أ نخلص إلى أن المديرية لا تعاني عادة من اختراقات أو تهديدات أمنية، حيث يرى معظم الموظفين أن هذه الحالات لا تحدث وإن وجدت فهي نادرة جدا.

7.نتائج الدراسة:

7-1- النتائج العامة للدراسة:

- تعكس لنا اعتماد مديرية الضرائب على الانترنت والوسائل الحديثة مع حرصها على زيادة كفاءة أداء الأعمال، وتسهيل المعاملات الضريبية مع التقليل من الضغط والإجراءات التقليدية.
- العلاقات العامة الرقمية عززت من مرونة أداء الأعمال، وساهمت في تنظيم المعاملات والإجراءات بفضل التواصل الفوري.
- فعالية تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في بناء مصداقية الأعمال، والتي تتوقف على ثلاث عناصر رئيسية: الاستخدام الجيد، جودة المعلومات والتفاعل الدائم مع الجمهور.
- العلاقات العامة الرقمية تلعب دورا مهما في تطوير المؤسسات بالرغم من وجود شريحة ترى العكس تماما.

- تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية تعد أداة فعالة، لكن يجب استخدامها بطريقة أحسن لضمان الاستفادة القصوى منها.
- ساهمت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في تحسين أداء العاملين، وكذلك بيئات العمل مع توفير التدريب اللازم لضمان الأداء المثالي للعاملين مع تعزيز كفاءة العمل والإنتاجية والعلاقات مع الجماهير المختلفة.
- موظفي العلاقات العامة الرقمية مدركين تماما لقيمة التحول الرقمي، إلا أن هناك فجوة واضحة في مدى استخدامه، وهو ما يتطلب تحليل المعوقات وتوسيع نطاق الاستفادة من إمكانيات هذا التحول.
- مديرية الضرائب تركز وبشكل على تحسين تعاملها مع جمهورها والحرص على الالتزام بالمواعيد المحددة، وكذلك تركيزها على تقديم صورة إيجابية وفعالة للمواطنين، والتركيز على العمل الجماعي والمشاركة في اتخاذ القرارات.
- تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية تعمل على تعزيز جودة الأداء، وإنجاز الأعمال على أكمل وجه وبالطريقة المناسبة.
- تسعى مديرة الضرائب إلى تقييم إداء العاملين بطريقة حديثة ومتطورة بهدف رفع مستوى الخدمات المقدمة وفي الوقت المناسب.
- تهدف مديرية الضرائب من خلال استخدامها لتقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية إلى تعزيز الأداء الوظيفي، وضمان التواصل الدائم والتحديث الدوري والفوري للمعلومات للحد من الشائعات والمعلومات المزيفة.
- ساهم التحول الرقمي في تطوير العلاقات وتغييرها، مما يوضح لنا ضرورة تبني ودمج هذه التقنيات والوسائل الحديثة لتعزيز التواصل والتفاعل بين الموظفين.
- رغم أن الوسائل الرقمية لا تلبي الحاجات المادية إلا أنها تدعم بشكل غير مباشر جوانب الرفاهية والرضا الوظيفي للعاملين.
- تبذل المديرية جهودا في التدريب الرقمي إلا أنها لا زالت تواجه بعض التحديات في دمج التكنولوجيات والوسائل الحديثة ببعض مصالحها، لأنها لازالت في طور التقدم.
- أتاحت هذه الدورات التدريبية فرصة للاستفادة منها، مع وجود فرص دائمة ومستمرى لزيادة مشاركة الجميع فيها.
- استخدام تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية يساعد على تحسين الأداء وتنظيمه، لذا من المهم تحقيق التوازن بي الكفاءة التنظيمية وتعزيز الروح المعنوية والثقة الداخلية، لأنها العوامل الت تأثر على الأداء الوظيفي للعمال.

- سهولة التعامل مع الوسائل والتقنيات الحديثة للعلاقات العامة الرقمية الذي يعود بالنفع على الموظفين والمؤسسة، مع وجود بعض التحديات التي تواجه الموظفين وتدفعهم للاندماج في البرامج التدريبية وورش العمل.
- التوجه الإيجابي للعاملين اتجاه قدرة المديرية على مواكبة التحول الرقمي وتبني أنظمة المعلومات الحديثة، فيما أظهرت فئة أخرى منهم بعض التحفظات بشأن مستوى التقدم المحرز في هذا المجال.
- تتمثل التحديات في ضعف المهارات والقدرات التقنية مما يستدعي التدريب الدائم والمستمر، إضافة على الانقطاع المتكرر لشبكة الانترنت التي تستدعي تحديث البنية التحتية، إضافة إلى البحث عن حلول اقتصادية لتحديث الأجهزة والبرمجيات وتوفيرها.
- تسهم تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في تحسين إدارة أعمال المديرية، مع وجود حاجة لتعزيز الاعتماد عليها وتطوير الوعي بها لدى بعض الأفراد.
- إيمان الموظفين بأن تقنيات ووسائل العلاقات العانة الرقمية ستعمل على تعزيز قدرات وكفاءة العاملين داخل المديرية.
- الرض الكبير من طرف العاملين عن كل التطورات الرقمية، مع ضرورة الانتباه إلى الفئة الغير راضية وفهم الأسباب وراء ذلك.
- لا تعاني المديرية من أية تهديدات أو اختراقات أمنية وذلك راجع على استقرار الأمن السيبراني في المديرية.

2-7- النتائج في ضوء التساؤلات:

التساؤل الفرعي الأول: ماهي أهم تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية المستخدم في مديرية الضر ائب؟

بعدم قمنا بتحليل البيانات إحصائيا تبين لنا بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية الأكثر استخداما من طرف موظفي مديرية الضرائب هي الموقع الرسمي للمؤسسة، وذلك لأهميته البالغة ولدوره الأساسي في دعم العمليات الاتصالية و التنظيمية، فهي منصة لا تقتصر فقط على نشر المعلومات الرسمية و البيانات التنظيمية بل تستخدم كذلك كأداة للتواصل الداخلي والخراجي مع الجماهير ويتم الاعتماد عليها بكثرة لنشر القوانين والقرارات الضريبية، والنماذج الإدارية، والاعلانات وغيرها من المستجدات، وهذا ما يجعله مرجعا موثوقا لكلا الطرفين الجمهور الداخلي و الخارجي على جد سواء.

فمن خلال النتائج نجد بان المديرية على الرغم من أنها تعتمد على العديد من التقنيات والوسائل الرقمية من منصات التواصل الاجتماعي والبريد الالكتروني وغيرها من الصفحات عبر الانترنت، إلا أنها تعتبر الموسع الرسمي العمود الفقري للعلاقات العامة الرقمية إذ يحقق وظائف عديدة

ومتنوعة من نشر تواصل وتقديم للخدمات، وبالتالي يعكس لنا مدى إدراك المؤسسة لأهمية التحول الرقمي وقدرتها على تحقيق ذلك التحول ودمجها ضمن استراتيجيات الاتصال المؤسسي.

التساؤل الفرعي الثاني: ما هو الأداء المتوقع من العاملين نتيجة استخدامهم لتقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية بمديرية الضرائب؟

بعد تخليل البيانات احصائيا تبين لنا بأن الأداء المتوقع من العاملين عند استخدامهم لتقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في مديرية الضرائب يتمثل أساسا في تحقيق نتائج جد عالية إضافة إلى رفع مستوى العاملين ومن قدرتهم على أداء مهامهم بكل فعالية وبإتقان تام، مع العمل على تحيب نوعية التواصل مع الجماهير المتعددة لبناء صورة إيجابية.

كما ان المؤسسة تقوم بتبني أدوات العلاقات العامة الرقمية لتعطي الفرصة للموظفين لأداء مهامهم بكل جودة وفعالية وبشكل مستقل ومسؤول، وهذا بدوره يقلل من الحاجة إلى إشراف دائم ومستمر وبالتالي كل شخص يؤدي دوره على أكمل وجه.

لكن قد تعاني المؤسسة والموظفين في حالات تعد شاذة من بعض التحديات نتيجة صعوبة التكيف مع كل التغييرات سواء في البيئة التنظيمية أو حتى في التكنولوجيات الحديثة، وبالتالي وجب تعزيز البرامج التدريبية، وتحفيز الموظفين بكل الطرق والأساليب لضمان استفادة الإدارات من هذا التحول الرقمي.

التساؤل الفرعي الثالث: ما أثر تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على الأداء الوظيفي لموظفي مديرية الضرائب؟

يتبين لنا من خلال تحليل البيانات إحصائيا بأن تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية تؤثر على الأداء الوظيفي لموظفي مديرية الضرائب، كما أنها تعزز من جودة العلاقات الداخلية والخارجية، إضافة إلى تسهيل عملية تدفق المعلومات والأخبار والمستجدات بكل شفافية ومصداقية بين مختلف المستويات الإدارية، كما تعمل هذه الوسائل على خلق بيئة عمل تعاونية، وتعزز شعورهم بالرضا الوظيفي والانتماء المؤسسي، مما ينعكس إيجابا على كفاءة الموظفين وقدرتهم على أداء المهام الموكلة إليهم بجدارة.

إضافة إلى ذلك فإن هذه التقنيات عملت على تقليص فرص حدوث الأزمات الإدارية والشخصية، مع تحسين سرعة الاستجابة للتحديات التنظيمية بغرض تحقيق أهداف المؤسسة والحفاظ عليها من التدهور.

التساؤل الفرعي الرابع: ما هي التحديات التي تواجه مستخدمي تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية بمديرية الضرائب؟

تتمثل التحديات التي تواجه مستخدمي تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في مديرية الضرائب إلى عدة جوانب رئيسية، تشمل ضعف المهارات التقنية لبعض الموظفين بسبب كون

معظم المصالح لازالت في طور التقدم التكنولوجي أي أنهم يعتمدون في أعمالهم على الوسائل التقليدية مثل الورق والأرشيف و المطويات و الإعلانات، كذلك تبرز لنا مشكلات أخرى تتعلق بانقطاع شبكة الانترنت مع ارتفاع تكاليف التقنيات الحديثة، مما يؤثر سلبا على فعالية التواصل الرقمي سواء مع بعضهم البعض أو حتى مع الجماهير المحيطة بالمؤسسة، إضافة إلى ذلك البنية التحتية التقنية بحاجة إلى التحديث لجعلها تعمل بكفاءة و مرونة,

وكل هذه التحديات تتطلب توفير فريق متخصص لحماية البيانات الحساسة والمعلومات الهام الخاصة بالمؤسسة، أو العمل على تطوير قدرات ومهارات العاملين في مجالات عديدة مثل: مجال الأمن السيبراني أو إدارة قواعد البيانات أو في تطوير البرمجيات وإدارة الشبكات، لتعزيز الأداء والابتكار وتحقيق الأهداف المسطرة.

خاتمـــة

خاتمة:

وفي ختام هذا البحث حولنا تسليط الضوء على موضوع العلاقات العامة وتأثيرها المتزايد على الأداء الوظيفي خاصة في ظل التوسع المستمر في استخدام الوسائط الرقمية في بيئة العمل، لقد أصبح من الواضح أن العلاقات العامة لم تقتصر على الأنشطة التقليدية، بل تعدت ذلك لتشمل أدوات ومنصات جديدة تفرض على المؤسسات التكيف معها والاستفادة منها بشكل كامل، ومن خلال ما توصلنا إليه في موضوع الدراسة وفي الجانب النظري والممارسة التطبيقية أن العلاقات العامة الرقمية تلعب دورا أساسيا في تحسين جودة الأداء الوظيفي للعاملين بمديرية الضرائب، وذلك ليس فقط من خلال تعزيز صورة المؤسسة لدي جماهيرها، بل من خلال التأثير على بيئة العمل الداخلية، فالتواصل الفعال والسلس مع سرعة نقل المعلومات واشراك الموظفين في اتخاذ القرارات المؤسسية عبر هذه الأدوات الحديثة، كلها عوامل مهمة تساعد على خلق جو من الانتماء والتحفيز، كما أنها تدعم الاستقرار النفسي والمهني للعامل، كما وجدنا بأن العلاقات العامة الرقمية تساهم في بناء ثقافة تنظيمية ومؤسسية تقوم على الشفافية والانفتاح، وهذا الأمر ينعكس بدوره على أداء الموظفين، ويزيد من التزامهم الوظيفي، فإن تحقيق هذا التأثير الإيجابي يتطلب وجود أساليب وطرق واضحة، وكوادر بشرية مدربة ومتأهلة لتتمكن من التكيف مع كل هذه التغييرات التكنولوجية المستمرة.

قائمة

المصادر والمراجع

قائمة المراجع

أولا- الكتب:

1- إسماعيل محمد عامر، العلاقات العامة والتطور الرقمي، ط1، مكتبة ومطبعة الوسيم الحديثة، غزة/فلسطين، 2021.

2- بسام عبد الرحمان المشابقة، معجم مصطلحات العلاقات العامة، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن/ عمان، 2014.

3- ربحي محمد مصطفى عليان، البحث العلمي أسسه ومناهجه وأساليبه، وإجراءاته، بيت الأفكار الدولية، الأردن، 2012.

4- سعد سلمان المشهداني، منهجية البحث العلمي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن/عمان، 2019.

5- صالح خليل أبو صبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط1، جامعة فيلاديلفيا، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان /الأردن، 1998.

6- عبد الرحمان بن إبراهيم الشاعر، مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 1436/2015.

7- محمد سرحان علي المحمودي، مناهج البحث العلمي، ط3، دار الكتاب، صنعاء، 1441/2019.

8- محمد عبيدات، محمد أبو نصار، عقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي "القواعد المراحل والتطبيق"، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999.

ثانيا: المجلات:

1- إبراهيم بن داود، أشرف شعت، الاطلاع على البريد الالكتروني _ بين متطلبات النظام العام والحق في سرية المراسلة_، دفاتر السياسة والقانون، كلية القانون، جامعة الغرير "دبي"، الامارات العربية المتحدة، العدد 16، جانفي 2017.

2- بلقايد إبراهيم، بوري شوقي، علاقة التحفيز بمستوى أداء العاملين "دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للدهن لوحدة وهران"، مجلة اقتصاديات شمال افريقيا، جامعة الشلف، العدد 17، 2017.

3- حسن علي محمد أبو عامر، استراتيجيات التحول الرقمي وأثره على كفاءة العاملين بإدارات العلاقات العامة نحو تعزيز الميزة التنافسية "دراسة ميدانية على العاملين بالقطاع الإداري

بالجامعات المصرية، المجلة المصرية بحوث الرأي العام، جامعة فاروس بالإسكندرية، مصر، المجلد 22، العدد 4 (الجزء الثاني)، أكتوبر/ديسمبر، 2023.

4- سارة شعبان حسن زغلول، الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة الرقمية ودورها في تعزيز الثقافة التنظيمية في الشركات متعددة الجنسيات "دراسة تطبيقية"، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، جامعة بني يوسف، مصر، المجلد 2، العدد 1، 2021.

5- شروق محمد العكل، العلاقات العامة في العالم الرقمي: المفهوم والأدوات، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والرأي العام، جامعة الأناضول -ايسكيشهير- تركيا، المجلد 5، العدد1، جوان 2022.

6- صباح أنور محمد، استخدامات العلاقات العامة الرقمية في عمل الجامعات العراقية "دراسة مسحية للعاملين في العلاقات العامة"، مجلة البحث الإعلامي، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، العراق، 2017.

7- عريق لطيفة، أشكال الخطاب الديني على اليوتيوب، مجلة الإعلام والمجتمع، جامعة الوادي، الجزائر، المجلد 5، العدد 2، 2021.

8- علاوي حافز سليم الحداد، قياس دور الثقافة التنظيمية على الأداء الوظيفي "دراسة ميدانية على مؤسسات القطاع الصناعي، مجلة التطورات في البحوث الزراعية، سلطنة عمان، العدد 4، 2023.

9- فتحي محمود طلبه، تأثير استخدام التكنولوجيا الرقمية على الأداء الوظيفي للعاملين في الجامعات الحكومية "دراسة تطبيقية على جامعة الفيوم"، مجلة الإسكندرية للبحوث ونظم المعلومات، مصر، المجلد 2، العدد 2، 2023.

10- محمود فوزي رشاد، سمر أحمد حسانين مهران، أهداف ووظائف العلاقات العامة الرقمية عبر تطبيقات الاتصال الرقمية "رؤية نقدية ومستقبلية"، المجلة العربية لبحوث الاعلام والاتصال، كلية البنات، كلية الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة عين شمس، جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا، العدد 23، مارس 2019.

11- مريم فارس، الأداء الوظيفي للعاملين في المنظمة "دراسة نظرية"، مجلة التغيير الاجتماعي، جامعة بسكرة، الجزائر، العدد 6، 2021.

12- مهدي براهمية، كريم جدي، تأثير الرقمنة على الأداء الوظيفي "دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز (امتياز لتوزيع الكهرباء والغاز)، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعمل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشيخ العربي التبسي _تبسة_، 2023.

13- مي عبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال " المشروع العربي لتوحيد المصطلحات"، ط1، دار النهضة العربية، بيروت/لبنان، 2015.

14- هشام علي شنطاوي، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تنمية وتوطين الموارد البشرية شباب الجامعات الأردنية إقليم الشمال "اليرموك والتكنولوجيا"، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، جامعة علجون الوطنية (الأردن)، جامع الوادي، الجزائر، المجلد 5، العدد 2، 2020.

15- هويدا أحمد حسنين محمود، العلاقات العامة الرقمية وأثرها على تسويق الخدمات الفندقية بالفنادق المصرية، مجلة كلية السياحة والفنادق، معهد الألسن العالي للسياحة والفنادق والحساب الآلي، مصر، 2021.

ثالثا: الرسائل الجامعية:

1- بن يوب حنان، بوزيت كملية، عفايفية إيمان، صوطة أمينة، فعالية العلاقات العامة الالكترونية في تحسين الخدمة العمومية للمؤسسات الخدماتية "دراسة ميدانية بمديرية الحماية المدنية لولاية قالمة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945" قالمة"، 2020.

2- بن جلالي هناء، زوالي فاطمة، كريف خولة، واقع إدارة العلاقات العامة الرقمية بالمؤسسة الخدماتية الجزائرية "دراسة ميدانية لمؤسسة اتصالات الجزائر -تيارت-"، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة ابن خلدون -تيارت-، 2023.

3- دعاء إسماعيل عبد الرحمان شراكة، الاتصال الرقمي والثقافة التنظيمية لموظفي العلاقات العامة في الوزارات الفلسطينية، دراسة لنيل شهادة الماجستير، تخصص العلاقات العامة المعاصرة، كلية الدراسات العليا، الجامعة العربية الأمريكية، فلسطين، 2023.

4- ريهام زيد الحلبي، مهارات التواصل الاجتماعي وعلاقاتها بالأداء الوظيفي لدى الإعلاميين السوريين "دراسة ميدانية على هينة من الإعلاميين السوريين في الهيئة العامة للإذاعة والتلفزيون"، دراسة لنيل درجة الماجستير في علم النفس، تخصص علم النفس العام، كلية التربية، جامعة دمشق، 2016/2015.

5- شادي سعيد بدر زمارة، مدى فعالية استخدام العلاقات العامة الرقمية في متابعة جمهور الإذاعات الفلسطينية "إذاعة راية FM نموذجا"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في العلاقات العامة المعاصرة، كلية الدراسات العليا، الجامعة العربية الأمريكية، فلسطين، 2020.

6- شريرات مسعودة، العلاقات العامة وعلاقتها بالأداء الوظيفي داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بورقلة "دراسة ميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر ورقلة"، مذكرة لنيل شهادة الماستر لدفعة علم

اجتماع الاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح "ورقلة"، 2022/2021.

7- فتحي محمد أحمد سيف، أثر ممارسة إدارة الأداء الوظيفي على جودة الحياة الوظيفية "دراسة ميدانية على ديوان علم وزارة المالية في الجمهورية اليمنية"، بحث مقدم لنيل درجة الماجستير التنفيذي في الإدارة العامة، جامعة صنعاء، الجمهورية اليمنية، 2023.

8- عادل عشي، الأداء المالي للمؤسسة الاقتصادية قياس وتقييم "دارسة حالة مؤسسة صناعات الكوابل ببسكرة (2000-202)، رسالة ماجستير، تخصص تسيير المؤسسات الصناعية، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، جامعة محمد خيضر "بسكرة"، 2002/2001.

9- كحل سنان أمال، غاوي وسام، دور وسائط الإعلام الجديد في نشر الشائعات وسط الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة محمد الصديق بن يحي"، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص صحافة مكتوبة وصحافة الكترونية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحي "جيجل"، 2021.

رابعا: من الإنترنت (المو اقع الإلكترونية)

1. ما هو الهيكل المالي في المؤسسة؟ موقع إلكتروني ecomarab.com :
   تم الاطلاع يوم: 2025/04/08، على الساعة 16:59 مساءً.
2. ما هو تويتر وكيفية استخدامه؟ موقع إلكتروني mawdoo3.com :
   تم الاطلاع يوم: 2025/04/08، على الساعة 17:06 مساءً.

الملاحق

الملحق رقم 01 : استمارة الاستبيان

جامعـــة العربـــي التبســـي - تبســـــــة -

كليـــــة العلـــوم الإنسانيـة والاجتماعية

قســـــم علـــوم الاعـــــــلام والاتصـــال

تخصص: اتصال تنظيمي.

استمارة استبيان حول موضوع:

العلاقات العامة الرقمية وتأثيرها على الأداء الوظيفي.

-دراسة ميدانية بمديرية الضرائب بولاية تبسة-

مذكرة لنيل شهادة الماستر

اعداد الطالبة:

- **حازرلي ريم.**

تحت اشراف الدكتور:

- **طبي منير.**

ملاحظة: معلومات الاستمارة سرية، ولن تستخدم الا لغرض البحث العلمي لذا نرجو منكم الإجابة بكل نزاهة.

ضع علامة (X) في خانة الإجابة التي تعبر عن اجابتكم، وشكرا لكم على مساهمتكم القيمة.

السنة الجامعية:2025/2024

محور البيانات الشخصية

1-النوع: ذكر ☐ أنثى ☐

2-العمر: من 20 إلى 30 سنة ☐

من 31 إلى 40 سنة ☐

من 41 سنة فأكثر ☐

3-المستوى التعليمي: متوسط ☐

ثانوي ☐

جامعي ☐

دراسات عليا ☐

تقني سامي ☐

أخرى تذكر: .....

4-الخبرة العملية: أقل من 5 سنوات ☐

من 5 سنوات إلى 10 سنوات ☐

من 11 سنة فما فوق ☐

المحور الأول: تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية المعتمدة في مديرية الضرائب.

1-ماهي تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية الأكثر استخداما من وجهة نظرك في انجاز مهام المديرية؟

-موقع المؤسسة. ☐

-البريد الالكتروني. ☐

-الإكسترانت. ☐

-الانترانت. ☐

-شبكات التواصل الاجتماعي. ☐

-الهاتف النقال. ☐

وسائط أخرى تذكر: .....

2-هل ساهمت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في زيادة مرونة أداء الاعمال؟

نعم ☐ **لا** ☐

3-هل تعمل تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على ضمان مصداقية الاعمال؟

دائما ☐ **أحيانا** ☐ **أبدا** ☐

4-في رأيك هل عملت تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على تطوير أعمال المؤسسة وتوسيعها؟

نعم ☐ **لا** ☐

5- هل قللت تقنيات العلاقات العامة الرقمية من الوقت والجهد المطلوب للعمل؟

دائما ☐ **أحيانا** ☐ **أبدا** ☐

6-ما هو التأثير الذي تتركه تقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية في العاملين بالمديرية؟

تأثير إيجابي ☐ **تأثير سلبي** ☐

إذا كانت الإجابة إيجابية، كيف ذلك؟

-بناء وتعزيز العلاقات بين الموظفين. ☐

-تحسين التعامل والتواصل مع جمهور المؤسسة. ☐

-المساهمة في اتخاذ القرارات. ☐

-الالتزام بالمواعيد. ☐

المحور الثاني: مستوى أداء الأفراد العاملين داخل المديرية نتيجة استخدام تقنيات العلاقات العامة الرقمية.

1-هل عملت تقنيات العلاقات العامة الرقمية على تنمية قدراتكم الوظيفية؟

نعم ☐ **لا** ☐

2-عند استخدامك لتقنيات العلاقات العامة الرقمية، هل ساهمت في:

زيادة رغبتك في العمل ☐ **زيادة قدراتك في العمل** ☐ **زيادة انتظامك في العمل** ☐

زيادة ثقتك وولائك في العمل ☐ **مضاعفة حجم الاعمال المنجزة** ☐

أخرى تذكر:.....

3-هل ساعدت تقنيات العلاقات العامة الرقمية على انجاز الاعمال بالكفاءة والأداء المطلوب؟

دائما ☐ **أحيانا** ☐ **أبدا** ☐

4-هل تشعر بأن تقنيات العلاقات العامة الرقمية أثرت على مستوى أدائك المهني؟

نعم ☐ **لا** ☐

5-هل تميلون للمداومة على أداء مهامكم حتى في غياب الاشراف والتوجيه الإداري؟

دائما ☐ **أحيانا** ☐ **أبدا** ☐

6-هل تشعر بأنك راض على التقنيات والتطورات الحاصلة في المديرية؟

نعم ☐ **لا** ☐

7-هل تقوم المديرية بوضع برامج حديثة ومتطورة لتقييم أداء العاملين بالمديرية؟

نعم ☐ **لا** ☐

إذا كانت الإجابة بنعم، عل أساس ماذا؟

-التدرج على أساس السلوك.

-الملاحظة السلوكية.

-الإدارة بالأهداف.

-إدارة الجودة الشاملة.

المحور الثالث: أثر العلاقات العامة على الأداء الوظيفي.

1-ما الهدف من وراء استخدامك لتقنيات العلاقات العامة الرقمية بالمؤسسة؟

-توفير للوقت والجهد. ☐

-تجنب نشر الاشاعات. ☐

-لمواجهة المخاطر والأزمات. ☐

-التنسيق بين جماعات العمل والموظفين. ☐

-زيادة الالتزام بأداء المهام. ☐

-للتأقلم مع التطورات الرقمية. ☐

-معرفة كل ما يتعلق بالمؤسسة من أخبار ومستجدات وقرارات. ☐

_ لضمان أعلى قدر من الشفافية. ☐

2- هل عملت تقنيات العلاقات العامة الرقمية على تغيير أنماط الاتصال بي جماعات العمل والموظفين؟

نعم ☐ **لا** ☐

3-هل تلبي تقنيات العلاقات العامة الرقمية حاجاتك ورغباتك المادية؟

نعم ☐ **لا** ☐

إذا كانت الإجابة بنعم، من ناحية ماذا؟

-التأمين الصحي. ☐

-الزيادات في الأجور. ☐

-التعويضات. ☐

4-هل تنظم المديرية دورات تدريبية للموظفين في المجال الرقمي؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت الإجابة «بنعم" , كم مرة في السنة؟

.....

5-هل سبق وأن شاركت في هذه الدورات؟

نعم ☐ لا ☐

6-ما هي أهم النقاط التي تسعى المديرية إلى تحقيقها بواسطة تقنيات العلاقات العامة الرقمية؟

-تعزيز الروح المعنوية. ☐

-زيادة كفاء الأداء. ☐

-بناء علاقات جيدة ومتينة. ☐

-نشر القواعد والتعليمات. ☐

-بناء الثقة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي. ☐

-تحسين التواصل بين العاملين بها. ☐

المحور الرابع: تحديات استخدام تقنيات العلاقات العامة الرقمية بالمديرية.

1-هل تجد صعوبة في التعامل رقميا داخل المديرية وخارجها؟

نعم ☐ لا ☐

2-هل نجحت المديرية في مواكبة التطورات التقنية؟

نعم ☐ لا ☐

3-ماهي الصعوبات التي تؤثر على استخدام تقنيات العلاقات العامة الرقمية بالمديرية؟

-ضعف المهارات التقنية. ☐

-الانقطاع المتكرر لشبكة الانترنت. ☐

-أجهزة الحواسيب قديمة. ☐

-التكاليف الباهظة لاقتناء الوسائل والتقنيات الحديثة. ☐

أخرى إن وجدت: ....

....

4-هل تؤثر عدم القدرة على استخدام تقنيات العلاقات العامة الرقمية في إدارة أعمال المؤسسة؟

نعم ☐ **لا** ☐

5-هل تؤثر تقنيات العلاقات العامة الرقمية في قدرات وكفاء العاملين داخل المديرية؟

نعم ☐ **لا** ☐

6-هل تشعر بأنك راض على التطورات الحاصلة في المجال الرقمي بالمديرية؟

نعم ☐ **لا** ☐

6-هل تعاني المواقع الالكترونية الخاصة بالمؤسسة عادة من اختراقات وتهديدات أمنية؟

دائما ☐ **أحيانا** ☐ **أبدا** ☐

إذا كانت حقا تعاني هذه المواقع من تهديدات، كيف يمكن مواجهتاها والقضاء عليها من وجهة نظرك؟

....

....

الملحق رقم 02 : الهيكل التنظيمي لمديرية الضرائب

الشكل الهيكل التنظيمي لمديرية الضّرائب لولاية تبسة.





الملحق رقم 03 : المنصة الرقمية لدفع حقوق الطابع عبر الانترنيت



كيفية الولوج الى طابعكم

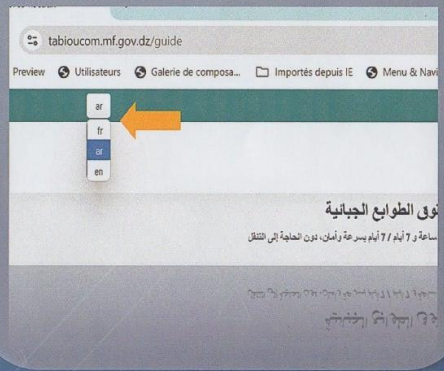


أطلقت المديرية العامة للضرائب المنصة الرقمية "طابعكم"، التي تتيح دفع حقوق الطابع عن بعد و تحميلها، عبر :

tabioucom.mf.gov.dz

المنصة متوفرة بثلاث لغات :

العربية ، الفرنسية و الإنجليزية



الخدمات المقدمة

تتيح المنصة في مرحلة أولى، دفع حقوق الطوابع الجبائية ، تحميلها و طباعتها . يتعلق الأمر بالوثائق الإدارية التالية :

- ✓ جواز السفر (28ص 48ص ،مستعجل)، المسلم داخل التراب الوطني
- ✓ بطاقة التعريف الوطنية
- ✓ رخصة السياقة

و سيتم توسيع نطاقها تدريجيا لتشمل الطوابع الجبائية لكافة الوثائق الإدارية التالية:

- ✓ تأشيرات السفر
- ✓ السجلات التجارية
- ✓ عقود النقل
- ✓ بطاقة الإقامة المؤقتة
- ✓ الشهادات القنصلية

الدفع عن بعد



منصة " طابعكم " تتيح الدفع الإلكتروني لحقوق الطابع باستخدام:

- ✓ البطاقة الذهبية
- ✓ بطاقة الدفع بين البنوك



الملحق رقم 04 : استمارة الاستبيان المديرية العامة للضرائب ترافقكم في تطهير ديونكم الجبائية




المديرية العامة للضرائب ترافقكم في تطهير ديونكم الجبائية
إستفيدوا من إلغاء غرامات التحصيل المتعلقة
بديونكم الجبائية التي تفوق مدتها 4 سنوات
آخر أجل للإستفادة من هذا الإجراء
31 ديسمبر 2024
المديرية العامة للضرائب
mfdgi.gov.dz
(+213) 59 51 51
المديرية العامة للضرائب - الجزائر
contact_dgi@mf.gov.dz
وزارة المالية مبنى أحمد فرانسيس، حي مالكي بن عكنون، الجزائر 16306
نصت أحكام المادة 15 من قانون المالية التصحيحي لسنة 2023 على اعفاء
من دفع غرامات التحصيل الخاصة بالديون الجبائية التي تعدى تاريخ استحقاقها
أربع (04) سنوات أي التي يرجع تاريخ تحصيلها الى ما قبل 01 جانفي 2020
ماهي الديون المعنية؟
• الضرائب والرسوم المتأتية من الجباية العادية
و المنجمية والبيئية بما في ذلك المصرح بها
بواسطة سلسلة ج رقم 50 بدون تسديد
مبالغها.
• الرسوم شبه الجبائية والحقوق غير الضريبية
• الغرامات القضائية.
أين تسدد الديون وكيف؟
• عليكم التقرب من قباضة الضرائب التابعين لها و
تقديم طلب وفق النموذج المتوفر على الموقع
الإلكتروني للمديرية العامة للضرائب أو تقومون
بتحرير طلب كتابي ورقي .
من هم الأشخاص المعنيين؟
الأشخاص الطبيعيين و المعنويين الذين
تقع على عاتقهم ديون جبائية تعدى تاريخ
استحقاقها أربع سنوات.

ملخص

تتمحور هذه الدراسة حول فهم تأثير العلاقات العامة الرقمية على الأداء الوظيفي داخل مديرية الضرائب على موظفي إدارة المديرية الفرعية للعمليات الجبائية، والتعرف على أبرز التقنيات والوسائل الحديثة المعتمدة بكثرة في إنجاز أعمال المديرية، ومحاولة تسليط الضوء على التحديات التي تواجه ممارسي العلاقات العامة الرقمية والتي تحد من كفاءتهم وأنم معلوماتهم، واستخدمنا في دراستنا المنهج الوصفي لارتباطه الوثيق بموضوع الدراسة، كما اعتمدنا على أداة الاستبيان لجمع كل المعلومات المهمة والمتعلقة بالدراسة من موظفي مديرية الضرائب الذين يعملون داخل الإدارات ويستخدمون التقنيات والوسائل الحديثة بكثرة في اتصالاتهم وخدماتهم، حيث يبلغ عدد الموظفين الإداريين (40) موظف.

عند تجميع المعطيات وتحليلها ومناقشتها توصلنا إلى مجموعة من النتائج الرئيسية، ألا وهي:

- الاستخدام الواسع والفعلي لتقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية وخاصة موقع المؤسسة والفايسبوك، الذي ينظم الأعمال وينشر القرارات ويعزز من الشفافية، ويساهم في تحسين صورة المؤسسة.

- التأثير الإيجابي لتقنيات ووسائل العلاقات العامة الرقمية على الموظفين، مع إدراكهم مدى أهمية هذه الوسائط الحديثة في تسهيل إنجاز أعمال المديرية، وفي تحسين التعامل والتواصل مع جمهور المؤسسة الداخلي والخارجي على حد سواء.

الكلمات المفتاحية: التأثير، العلاقات العامة الرقمية، الأداء الوظيفي.

Abstract

This study aims to understand the impact of digital public relations on job performance within the Tax Directorate, focusing specifically on employees of the Sub-Directorate for Tax Operations. It also seeks to identify the most widely adopted modern technologies and tools used in carrying out the Directorate's tasks, while shedding light on the challenges faced by digital public relations practitioners that may limit their efficiency and informational output.

The study employed the descriptive method due to its relevance to the nature of the topic. A questionnaire was used to collect the necessary data from 40 administrative employees of the Tax Directorate, who frequently use digital tools and technologies in their communications and daily operations.

The analysis and discussion of the collected data led to several key findings, most notably:

- The widespread and effective use of digital public relations tools and techniques, particularly the institution's official website and Facebook page, which help organize work, disseminate decisions, enhance transparency, and improve the institution's image.
- A clear positive impact of these technologies on employees' performance, along with a strong awareness of their importance in facilitating tasks and improving communication with both internal and external audiences of the institution.

Keywords: impact, digital public relations, job performance.