

الفصل الثالث

دراسة حالة مجمع صيدال

فرع المضادات الحيوية

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

المبحث الأول: التعريف بحالات البحث وتنظيم الإتصال بها.

يقوم بحثنا بالإقتراب من واقع الإتصال مروراً بتنظيم الإتصال في المؤسسة محل البحث. وكان لزاماً علينا وفقاً لمقتضيات البحث العلمي تقديم تعريف عن الحالة وهذا ما يسعى إليه هذا المبحث، نتعرض في هذا المبحث لتقديم صورة وافية عن المؤسسة من حيث النشأة المهام، الأهداف، التنظيم العام للمؤسسة ونقدم في هذا الشأن الهيكل التنظيمي الذي تعتمده، ضف إلى ذلك المحيط والسياسة العامة للمؤسسة ونظراً لأهمية تنظيم عملية الإتصال بالمؤسسة والتي نرى بأنها إحدى المظاهر الهامة لتأكيد مدى الإهتمام ببناء إستراتيجية الإتصال وسوف نتطرق لكيفية تنظيم الإتصال بها وموقعه في الهيكل التنظيمي والإستراتيجية العامة للمؤسسة.

المطلب الأول: تقديم وتنظيم مجمع صيدال

يعد مجمع صيدال من أهم وأكبر المؤسسات العمومية التي يقف عليها الإقتصاد الجزائري والنشاط في مجال الصناعة الصيدلانية، هيكله الواسع يتوزع عبر مختلف أنحاء الوطن ومنتجاته تجاوزت السوق المحلية لتخترق السوق العالمية ألا انه مر بعدة مراحل قبل وصوله إلى الوضع الذي هو عليه الآن.

كما يعتبر فرع المضادات الحيوية « Antibiotical » أكبر هذه الفروع وأهم مؤسسة منتجة للمضادات الحيوية والأدوية الجنسية البنيسيلينية وغير البنيسيلينية على المستوى الوطني.

لقد مر مجمع صيدال بمرحلتين حسب النظام الإقتصادي الذي كان سائد في الجزائر ففي مرحلة الإقتصاد المخطط تميز بوضعية الإحتكاك واهتم أساساً بالجانب الكمي، أما مرحلة اقتصاد السوق فقد تبنى مجمع صيدال عدة إستراتيجيات جديدة تهدف على الرفع من مستوى نوعية وجودة منتجاته، والعمل على تنمية حصته في السوق.

يعتبر مجمع صيدال شركة ذات أسهم، يقدر رأسماله الإجمالي 2.500.000.000 دج¹

ويقع مقره الإجتماعي في 01 شارع يحي لعياشي _حسين داي_الجزار العاصمة يأخذ شكل مجمع صناعي يقوم بتطوير الإنتاج وتسويق المنتجات الصيدلانية للطب البشري والبيطري. ثم تم إدراج مجمع صيدال في بورصة الجزائر بتاريخ 1999.07.17 بتأشيرة خاصة منحت له من طرف لجنة تنظيم عمليات البورصة ومراقبتها « COSOB » رقم 98/04 وعرضت أسهمها للبيع مابين 15 فيفري و15 مارس 1999 وقدر عددها ب 2000000 سهم ، وقد كان البيع بسعر ثابت قدر ب 20% من رأسمال المؤسسة وقدرت القيمة الإسمية للسهم الواحد ب 250 دج. أما القيمة الحقيقية للسهم الواحد فقد قدرت ب 800 دج، وكانت تلك أول تسعيرة لأسهم المجمع.

يقدر عدد المساهمين في البورصة ب 19288 مساهم، ويعد مجمع الصناعة الصيدلانية الكيماوية المساهم الرئيسي والذي قام بشراء 80% من مجموع الأسهم التي عرضت للبيع ويبيع الحصة المتبقية البالغة 20% إلى المستثمرين من المؤسسات والأفراد.²

¹ Historique du groupe saidal: disponible sur: <http://www.saidalgroupe.dz/historique.asq>, consulté le : 24-03-2016

² Groupe Saidal /rapport de Gestion.[saidal.au seuil d'une nouvelle étape. 2009.p61](#)

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

تحصل المجمع في 2005.02.05 على شهادة الجودة ISO9001 نسخة 2000، منحتة إياها الجمعية الفرنسية للتدقيق والجودة (A.F.A.Q)

عرف الهيكل التنظيمي لمجمع صيدال تغييرين خلال عام 2009، الأول يخص منصب المدير العام الذي أصبح رئيساً مدير عام، والاني يتمثل في إضافة فرع رابع إلى الفروع الثلاثة السابقة وهو فرع صوميدال somidial.

نجد أن المجمع يتكون من المديريات والفروع على المستوى الوطني، التي تتكامل وتتناسق فيما بينها من اجل تحقيق الأهداف العامة للمجمع، كما يتميز هذا الهيكل التنظيمي أيضا بالإدارة المركزية لجميع الفروع والوحدات التي يتوفر عليها المجمع، وتوفر متخصصين في كل المديريات المكونة له.

1. الشركة الأم: تضم الشركة الأم المديريات والوحدات التالية:

- ❖ **الرئيس المدير العام:** يمثل أعلى سلطة في مجمع صيدال، يشرف على مجلس إدارة المجمع والجمعية العامة وتتمثل مهمته في إصدار الأوامر والتوجيهات واتخاذ القرارات اللازمة لتطوير المجمع وفق الأهداف المسطرة، والسهر على السير الحسن لمختلف المديريات والوظائف والهيكل والتنسيق فيما بينها.
- ❖ **المديرية المركزية:** وتشمل ما يلي:

1. **مديرية الإدارة العامة:** مهمتها تصميم إستراتيجية المجمع وسياسات التسيير وقيادة مختلف عمليات التصميم.
2. **المديرية المركزية للموارد البشرية:** تتمثل مهمتها في التخطيط للتوظيف، التدريب وضع سياسة للأجور وتقييم الموارد البشرية طيلة مسارها الوظيفي.
3. **المديرية المركزية للتنظيم والأعلام الألي:** تتابع تكيف الهياكل التنظيمية والبرامج ونظم المعلومات مع السياسة التنظيمية للمجمع ككل.
4. **المديرية المركزية للمحفظة والإستراتيجية المالية:** تقوم بالبحث عن الفرص المالية على المدى المتوسط والطويل وذلك بتحليل الأنشطة المالية وفق الأهداف المسطرة، كما تهتم بوضع الإستراتيجيات المالية، إضافة إلى بحث ومتابعة العمليات التمويلية على المدى القصير.
5. **المديرية المركزية للشراكة:** تم انشاؤها للعمل على تحقيق مشاريع الإستثمار في الشراكة الأجنبية، من خلال تطوير أساليب الإنتاج بالإعتماد على التكنولوجيات الحديثة لدعم النشاط وترقية المنتجات بغرض اقتحام الأسواق العالمية، والبحث عن الخبرات في شتى المجالات، ووضع المؤسسة في حالة تعلم من خلال عقود الشراكة المبرمة.
6. **المديرية المركزية لنظام إدارة الجودة والأعمال الصيدلانية:** تضم هذه المديرية العمل بالتوجيهات اللازمة لتحسين المنتجات الصيدلانية، وهي على علاقة مباشرة بمركز البحث والتطوير قصد تكوين منتجات جديدة ذات جودة عالية وتقوم المديرية بتنظيم دورات لتدريب العمال في مجال تسيير الجودة.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

7. المديرية المركزية للمراجعة والتحليل: تهدف هذه المديرية إلى تحليل ومراقبة وتدقيق حسابات المجمع، مع الحرص الدائم على المراجعة الداخلية والقيام بالتحليل وتصحيح الإنحرافات في الوقت المناسب.

8. المديرية المركزية للتسويق والإعلام: تهدف هذه المديرية إلى دراسة السوق قصد تقديم تحسينات على منتجات المجمع، مع ضمان التوزيع الجيد لها وتكفل ببناء إستراتيجية في مجال تسويق منتجات الفروع، وهي 80 مندوبا طبيا موزعين على خمسة أفواج لتغطية كافة مناطق القطر الجزائري حيث يكمن دورهم في الترويج لأكثر من 250 صنف دوائي لصيدال، كما تهدف هذه المديرية إلى إعطاء صورة جيدة للمجمع في السوق المحلي والأجنبي.

9. المديرية المركزية للأمن: مهمتها توفير الأمن الداخلي والخارجي والحفاظ على سلامة ممتلكات وعمال المجمع.

❖ **الوحدات التجارية:** يتوفر المجمع على ثلاث وحدات تجارية تهدف للتقرب أكثر من الزبائن وهي:

. الوحدة التجارية المركزية: يقع مقرها الإجتماعي الحمدي بالحرش، أنشئت في 12.08.1995 تعمل على تسويق وتوزيع الأدوية والمواد الصيدلانية المنتجة من طرف المجمع أو شركائه، وتشغل هذه الوحدة 160 عاملا، وتملك فريقا حيويا مختص في البيع وتقدر قيمتها الإستثمارية ب 70900000 دج، ولها قدرة تخزين تصل الى 4000000 وحدة بيع، وتصل مساحة التخزين بها إلى 1800 متر مكعب

. الوحدة التجارية للشرق: دشنت هذه الوحدة بباتنة في 11.11.1999، وتهدف إلى ضمان تغطية احتياجات أكثر من 19 ولاية من ولايات الشرق الجزائري وهي تشغل 50 عاملا.

. الوحدة التجارية للغرب: تم تدشينها عام 2000 مقرها وهران وتهدف الى توزيع المنتجات النهائية في الجهة الغربية والجنوبية للوطن وهي تشغل 42 عاملا.

ومن أجل تعزيز اقترابه من الزبائن قام المجمع بإعداد مشروع إنشاء وحدة تجارية رابعة بولاية ورقلة وهي في طور الإنجاز وهذه من أجل تغطية الولايات الجنوبية للجزائر.

❖ **مركز البحث والتطوير:** أنشئ هذا المركز بتاريخ 27.05.1998 وهو مكلف بالتصميم والتخطيط والبحث والدراسة لتطوير

منتجات المجمع والإبداع الصيدلاني، حيث يعمل المركز سنويا على تطوير 06 إلى 08 منتجات جنسية، لتدريج في قائمة المنتجات لمختلف فروع المجمع، كما يقوم بمساعدة مصانع الإنتاج بالإستمرار في النوعية وتحديث سلم المنتجات الجديدة التي هي قيد التصنيع، وقد تحصل المركز سنة 2006 على 5 براءات اختراع من المعهد الوطني الجزائري للملكية الصناعية (I.N.A.P.I).

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

• فروع مجمع صيدال:

يتكون مجمع صيدال من أربع فروع وهي: أنيبوتيكال، فارمال، بيوتيك وصوميدال.

1. فرع المضادات الحيوية (ANTIBIOTOCOL)

يقع الفرع في ولاية المدية ببعده حوالي 100 كلم على العاصمة، مختص في إنتاج المضادات الحيوية البنيليسينية، تصل القدرة التخمرية في الفرع 1200 لإنتاج 750 طن من المواد الأولية.

يتكون من وحدتين للتجميع النصف النهائي للمنتجات المعقدة والحقن ووحدة للتخصصات الصيدلانية وبنائيتين للمنتجات البنيسيلينية وأخرى لغير البنيسيلينية طاقة إنتاج تقدر ب 60 مليون وحدة³.

2. فرع فارمال (PHARMAL)

يقع مقره على الطريق الولائي رقم 11 ص.ب 141 الدار البيضاء 16000 الجزائر العاصمة، وهو أحد الفروع الثلاثة التي أنشئت بعد هيكلة مؤسسة صيدال وتحويلها إلى مجمع صناعي في 1998.02.02، ويتكون الفرع من ثلاث مصانع للإنتاج هي⁴

✓ مصنع الدار البيضاء: يقع في المنطقة الصناعية بالدار البيضاء، وهو أقدم مصانع الفرع والذي تعود نشأته إلى سنة 1958 حيث كان تابعا للمخبر الفرنسي LABAZ قبل تأميمه، وهو يقدم حاليا صناعة تشكيلة متنوعة من الأدوية وذات صيغ مختلفة، قدرة إنتاجها تفوق 40 مليون وحدة بيع في السنة.

✓ مصنع قسنطينة: تم تحويله إلى فرع فارمال بعد حل مؤسسة ECOPHARM بتاريخ 1997.12.31 وهو يقع في المنطقة الصناعية بقسنطينة، متخصص في صناعة الصيغ السائلة، يحتوي على مخبر لمراقبة الجودة كما يحتوي على قسمي إنتاج:

. ورشة لإنتاج الأشكال الصيدلانية الجافة (الأقراص، الحبوب، أكياس المساحيق والكبسولات)

. ورشة لإنتاج تنقية الدم على ثلاث أشكال (حمض، قاعدي، أسيتاتي) ورشة باتنة أنشئت بغرض تغطية الجهة الشرقية للوطن، يقدر إنتاجها ب 14 مليون وحدة بيع سنويا وتتكون من أربع ورشات لإنتاج الشراب، الأقراص، المراهم، والأنابيب.

قسم الصيغ السائلة: ويتكون بدوره من ورشتين للمشروبات بقدرة إنتاج 10 ملايين وحدة بيع.

قسم الأنسولين: متخصص في صناعة الأنسولين البشري لثلاث أنواع (مزيج، سريع، وأساسي)

³ Présentation du antibiotoc/filiale du groupe saidal .disponible sur : <http://www.saidalgroup.dz/present-antibiotic.asp> consulté le 11-03-2016

⁴ présentation du pharml. <http://www.saidalgroup.dz/present.pharml>

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

✓ مصنع عنابة: يقع في ولاية عنابة وهو مختص في صناعة الصيغ الجافة (أقراص وحبيبات) بقدرة إنتاج تفوق 5000000 وحدة بيع في السنة.

3 فرع بيوتيك (BIOTIC)

يتواجد مقره في نيج بن يوسف كتاب ص.ب:109 المحمدية بالحراش بالجزائر العاصمة وهو أحد الفروع التي أنشئت بعد إعادة هيكلة مؤسسة صيدال في فيفري 1998 حيث يتمتع الفرع بخبرة ومعرفة كبيرتين في الصناعة الصيدلانية، وهو يتوفر على معدات حديثة مما يسمح له بتقديم تشكيلة واسعة من الأدوية. يحتوي الفرع على ثلاث مصانع وورشة للإنتاج وهي⁵

✓ مصنع جسر قسنطينة: يتمتع بقدرة إنتاج تفوق 18 مليون وحدة بيع، وهو المنتج الجزائري الوحيد للمحاليل الكثيفة يتكون من قسمين مختلفين:

. قسم لصناعة الصيغ التالية: الجرعات، الفتائل، الأنابيب والأقراص.

. قسم متخصص في صناعة المحاليل المكثفة (أكياس وقرورات) وهو مجهز بتكنولوجيا جد متطورة.

✓ مصنع الحراش: يقدر إنتاجه ب: 20 مليون وحدة بيع سنويا، ويتكون من أربع ورشات لإنتاج المشروبات، المحاليل، الأقراص، الكبسولات، والمرام.

✓ مصنع شرشال: يعتبر المنتج الجزائري الوحيد لمركز غسل الكلى، ويتكون من ورشة المحاليل القابلة للبيع (المشروبات)

4 فرع صوميدال (Somedial)

فرع صوميدال هو نتيجة الشراكة بين مجمع صيدال والمجمع الصيدلاني الأروبي (GPE) و(FINALEP) يقع في المنطقة الصناعية بواد السمار. الجزائر العاصمة على مساحة 17000 متر مربع، أنشئ سنة 1994 تسمح تجهيزاته الحديثة بانتاجية تقدر ب 18 مليون وحدة مقسمة على 3 أقسام⁶.

. قسم خاص بالمنتجات الهرمونية بطاقة انتاج 14 مليون وحدة سنويا.

. قسم خاص بإنتاج الدواء في أشكاله السائلة بطاقة إنتاج 6 مليون وحدة سنويا.

. قسم خاص بإنتاج الدواء في شكله الجاف بطاقة إنتاج 8 مليون وحدة.

⁵ présentation du somedial/ filiale du groupe saidal disponible sur : <http://www.saidal group.dz/present-somedial.asp>

⁶ مقابلة مع السيد نصر الدين عوني: مسؤول الإتصال بفرع المضادات الحيوية بالمدينة. بتاريخ 2016.05.19

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

المطلب الثاني: تقديم وتنظيم فرع المضادات الحيوية «ANTIBIOTICOL»

يعتبر فرع المضادات الحيوية أكبر وأضخم فروع صيدال ومن أكبر المؤسسات الجزائرية وقد مر بعدة مراحل حتى وصل إلى ما هو عليه الآن يمثل فرع المضادات الحيوية مشروعاً ضخماً أسند انجازه إلى المؤسسة الإيطالية C.T.I.P لما تملكه هذه الأخيرة من خبرة وتكنولوجيا دقيقة فيما يخص بناء المنشآت الصيدلانية، وما تتميز به من خصوصيات وقد تم إنشائه عبر عدة خطوات اتخذتها الدولة الجزائرية. وتم تسليم المشروع في 12.04.1982، وتم وضعه تحت تصرف المؤسسة الوطنية للصناعات الكيماوية من أجل استغلاله في إنتاج مختلف المواد الكيماوية. وفي سنة 1987 بدأ تشغيله من طرف مؤسسة صيدال حيث خصص لإنتاج المضادات الحيوية تحت الرخصة الإيطالية.

في يوم 1988.10.04 دشّن المركب من طرف رئيس الجمهورية (الشاذلي بن جديد يعد فرع المضادات الحيوية شركة عمومية اقتصادية ذات أسهم. برأسمال اجتماعي يقدر ب 1.187.500.000 دج، يقع مقره في ولاية المدية ص.ب 33 ويبعد عن الجزائر العاصمة حوالي 100 كلم جنوب الجزائر العاصمة، تصل مساحته إلى 33 هكتار بعدما كانت في حدود 25 هكتار منها 19 هكتار مبنية.

بعد هيكلة المؤسسة العمومية الاقتصادية صيدال تحول اسمه من مركب إلى فرع المضادات الحيوية التابع لمجمع صيدال ودخل بصفة رسمية في استقلالية التسيير يوم 1998.02.02.

تحصل على شهادة الجودة 9002 نسخة 1994 وشهادة الجودة 9001 نسخة 2000 من الجمعية الفرنسية للتدقيق والجودة A.F.A.Q.

عرف الهيكل التنظيمي لفرع المضادات الحيوية هو الآخر تغييراً يخص منصب المدير العام الذي أصبح رئيساً مديراً عاماً، وهو يضم مجموعة من الخلايا والعديد من المديريات

- الرئيس المدير العام: ينوب عن الرئيس المدير العام في كل المهام.
- السكرتارية: تقوم بالأعمال الموكلة إليها من قبل المدير.
- المساعد القانوني: يتكفل بالدفاع عن المصالح الخاصة بالفرع ومتابعة القضايا القانونية والقضايا الخاصة به.
- المساعد المكلف بالبيئة: مكلف بتطبيق السياسة البيئية المتبعة من طرف الفرع على جميع المستويات حسب القانون رقم 10/03 المؤرخ في 2003/07/19 والذي يخص حماية البيئة في إطار التنمية المستدامة.
- مساعد العلاقات الخارجية: مكلف بتحضير الملفات المرتبطة بالمهام الخارجية وتقديم المعلومات عن المؤسسات المنافسة والمتعاقدة معها وكذا العلاقات مع الزبائن والموردين والشركاء.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

- خلية التدقيق والتحليل: مهمتها الرقابة الداخلية وتدقيق الحسابات، ووضع لوحات قيادة خاصة بتسيير الفرع.
- خلية التنظيم والإعلام الألي: تتابع تكيف الهياكل التنظيمية ونظم المعلومات مع السياسة التنظيمية للفرع والمجمع.
- خلية المشاريع: متابعة إنجاز المشاريع الجديدة داخل الفرع، خاصة المشاريع الخاصة بالشراكة.
- خلية الإعلام والاتصال: تضع خطط الإتصال الداخلية للفرع بالتناسب مع السياسة الإتصالية العامة للمجمع.

أما بالنسبة للمديريات الخاصة بالفرع فهي:

- مديريات التقنيات الصيدلانية: مهمتها ضمان تطبيق مجموع القواعد التقنية والإدارية بمحذف حماية الصحة العمومية، تحت تعليمة الأمر المطبق رقم 285/92 المؤرخ في 1992/07/06.
- مديرية الإختصاصات الصيدلانية. هدفها إنتاج مختلف الأنواع من الأدوية بالجودة والكمية المحددتين سابقا.
- مديرية إنتاج المواد الأولية: مهمتها السهر على إنتاج المادة النشطة أو الفاعلة عن طريق استعمال التكنولوجيا الحيوية (البيوتكنولوجيا) لتحويلها إلى مضادات حيوية بنيسيلينية أو غير بنيسيلينية نصف مصنعة.
- مديرية مراقبة النوعية: مهمتها ضمان الرقابة على إنتاج المواد الأولية (شروط التخزين ومحيط العمل) ومراقبة نوعية إنتاج المنتجات التامة الصنع.
- مديرية الأمن الصناعي والبيئي: هي مسؤولة عن التجهيزات التقنية لمعالجة المياه والنفايات وحماية العمال والحفاظ على الممتلكات المادية للفرع وتطبيق القواعد الأمنية الوقائية.
- مديرية الوسائل العامة: مهمتها إنتاج وتوزيع المعدات ومختلف المواد (الهواء المضغوط، المياه، البخار...) وتحليل المواد الكيميائية المذابة والتي تعتبر كمدخلات لأقسام الإنتاج.
- مديرية الموارد البشرية: هي المسؤولة عن تطبيق الإستراتيجيات الخاصة بالموارد البشرية والتعليمات العامة المتعلقة بالفروع وتلك الصادرة عن المجمع.
- مديرية المحاسبة والمالية: مسؤوليتها تطبيق الإستراتيجية المالية، مراجعة الحسابات الخاصة بالفرع.
- مديرية التموين والتجارة: مهمتها شراء المواد الأولية ووسائل التخزين، وقطع الغيار طبقا للمواصفات المحددة وتسيير المخزون من المنتجات التامة الصنع وذلك بالتنسيق مع الوحدة التجارية للوسط.
- مديرية ضمان ومراقبة الجودة: مهمتها متابعة ومراقبة نظام تسيير الجودة داخل الفرع.
- مديرية الصيانة: تطبيق سياسة صيانة المعدات والتجهيزات من أجل ضمان الشروط المثلى في عملية الإستغلال وعمليات التفتيش الدورية الخاصة بمراقبة التقنية.
- مديرية الطباعة: تعمل على إنتاج مواد التغليف والتعبئة الصيدلانية، اضافة إلى إنتاج بعض المنشورات كالمجلات والجرائد الكتيبات الترويجية وتقدر طاقتها الإنتاجية ب 80 مليون علبه تغليف و 140 مليون منشورة دواء سنويا.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

. السياسة والإستراتيجية العامة للفرع:

1. السياسة العامة للفرع: هي مشتقة من السياسة العامة لمجمع صيدال ككل وتعتمد على المحاور والإستراتيجيات التالية:

- السعي وراء وصول الفرع إلى وحدة أعمال ناجحة في إطار تبني المجمع للفكر الإستراتيجي الحديث.
- تلبية الحاجات والوفاء بكل الإلتزامات اتجاه الزبائن والمستخدمين المساهمين، وكذا احترام المتطلبات القانونية قصد كسب ولاء وثقة هؤلاء المتعاملين.
- اشتراك العمال في المساهمة بصورة دائمة من خلال تقييم الكفاءات.
- ضمان تطوير وتنمية الطاقات والقدرات وكذا الوسائل والإمكانات الضرورية من أجل توفير منتجات ذات جودة ونوعية وبأسعار معقولة.
- العمل على استمرار تحسين الجودة والنوعية من خلال التحكم والتطوير في طرق وأساليب الإنتاج قصد رفع الكفاءات والفعالية الإنتاجية.
- تحسين صورة الفرع بتطوير المنتجات والخدمات التي يقدمها.

2 الإستراتيجية العامة للفرع: وهي بدورها مشتقة من الإستراتيجية العامة للمجمع وتتضمن استراتيجيات فرعية على المدى القصير والطويل نوجزها فيما يلي:

- إعادة النظر في الهياكل التنظيمية لمختلف المديرات والوحدات وبالتالي تصميم هيكل تنظيمي جديد لفرع المضادات الحيوية، يتماشى مع الأهداف من جهة ومن جهة ثانية قدرات الفرع وإفرازات البيئة الخارجية.
- وضع وتسطير قانون داخلي جديد.
- توقيع اتفاقية جماعية جديدة بين إدارة الفرع والشريك الإجتماعي(النقابة)
- نيل شهادة الجودة العالمية ISO 9002 تمنح من قبل منظمة كندية.
- جلب تجهيزات إنتاجية جديدة.
- دخول الفرع المجال البيطري.
- تطوير الإتصال الداخلي والخارجي.
- تلبية الإحتياجات والوفاء بكل الإلتزامات اتجاه الزبائن، المستخدمين والمساهمين.
- إشراك العمال في المساهمة بصورة دائمة من خلال تقييم الكفاءات.
- تطبيق مفهوم إدارة الجودة الشاملة بالعمل على استمرار التحسين والتطوير في كافة المستويات قصد رفع الكفاءات والفعالية الإنتاجية، وبالتالي توفير منتجات ذات جودة ونوعية وبأسعار معقولة.

المطلب الثالث: تنظيم الإتصال بفرع المضادات الحيوية ANTIBIOTICAL.

I. تنظيم الإتصال بفرع المضادات الحيوية ANTIBIOTICAL.

إن الحديث عن حالة الإتصال بفرع المضادات الحيوية بالمدينة يفرض علينا الإشارة الى ما كانت عليه من قبل بما سمح لنا بعقد مقارنة للوضعيات التي مر بها مجال الإتصال خاصة من حيث التنظيم والتخطيط له.

أدرك مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية أهمية الإتصال فأنشأ خلية الإعلام و الإتصال بصورة رسمية سنة 2002 وتندرج ضمن الهيكل التنظيمي للفرع والمتكفلة بالإتصال والإعلام والعلاقات العامة على الصعيد الداخلي والخارجي للفرع، إذا تعتبر هذه الخلية العنصر الحيوي في المؤسسة وقد تم اعتماد هذه الخلية من قبل الفرع من قبل مختصين في الإتصال والعلاقات العامة وتقوم بإعداد مخطط اتصالي سنوي وهذه الخلية توجد على مستوى الإدارة العامة للفرع تحت رئاسة المدير العام، وسنقوم هنا بتسليط الضوء على بعض الجوانب المتعلقة بهذه الخلية كونها تعكس بحق حالة الإتصال بفرع المضادات الحيوية ومن بينها تنظيم الخلية والمهام الأساسية لها.

1. تنظيم خلية الإتصال بمجمع صيدال « أنتيبوتيكال »

تعتبر الإتصالات في الفرع العمل الملتحم والمشاركة في المشروع وبصفة عامة هي تعبئة التآزر وخلق الإحساس بالإعتبار والثقة والتحفيز والمعرفة لدى الموارد البشرية.

كما أن الإتصال هو الوسيلة التي تربط المستويات المختلفة في الفرع، فالفرع يعتمد سياسة ايجابية اتجاه الإتصال وهذا ما لاحظناه من خلال المقابلات والزيارات الميدانية، فهي مقسمة كالتالي:

✓ الملف الصحفي: PRESSE BOOK.

يشرف على إعداده مركز الإعلام والإتصال قسم التوثيق، التابع للخلية وذلك عن طريق فرز المقالات الصحفية اليومية التي تعالج المواضيع التي لها علاقة بالصحة والبيئة أو الطب والأدوية والقيام بقص هذه المقالات يتم تثبيتها في ملف وتقديم الملف الصحفي شهريا للمدير.

✓ إعداد جريدة أخبار صيدال « saidal »

تصدر هذه الجريدة مرة في كل شهرين باللغة العربية والفرنسية، بالأسلوب السهل والبسيط في تناول جميع عمال الفرع من الموظفين إلى الإطارات والمسؤولين وتعالج المواضيع التي تتعلق بجميع أخبار صيدال مثل الحالات الإجتماعية للعمال كالتعزية الزواج، أعياد الميلاد...

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

✓ تصميم علب المنتجات:

من خلال تربصنا الميداني يتضح أن خلية الإعلام والإتصال تقوم بتصميم وترقية علب الأدوية والدعائم الإشهارية بما يواكب التقدم التكنولوجي وتتم هذه العملية بالتنسيق مع المديرية التقنية الصيدلانية التي تراقب كل المعلومات الخاصة عن الأدوية من مقاييس وكميات... وبالتنسيق أيضا مع مديرية الطباعة التي تدرس الألوان وأساليب ونمط الكتابة⁷. ومن أمثلة الدعائم الإشهارية للأدوية التي قامت الخلية بإعدادها وتصميمها: ³ - AMPILINE - AMOXYEN²

CLOPRAMID- CLOFINAL- PRIXAM

وتقوم بتوزيع هذه الدعائم على مختلف الصيدليات وفي المناسبات والمعارض وذلك للتعريف بالمنتجات وكذا توزيعها في الأيام الدراسية التي تقوم برعايتها. وهي عبارة عن ملصقات، منشورات خاصة بمحتوى الأدوية وأخرى تنشر عن طريق المجالات مثل أخبار صيدال، مجلة علم وصحة...

✓ مجموعة العلاقات العامة:

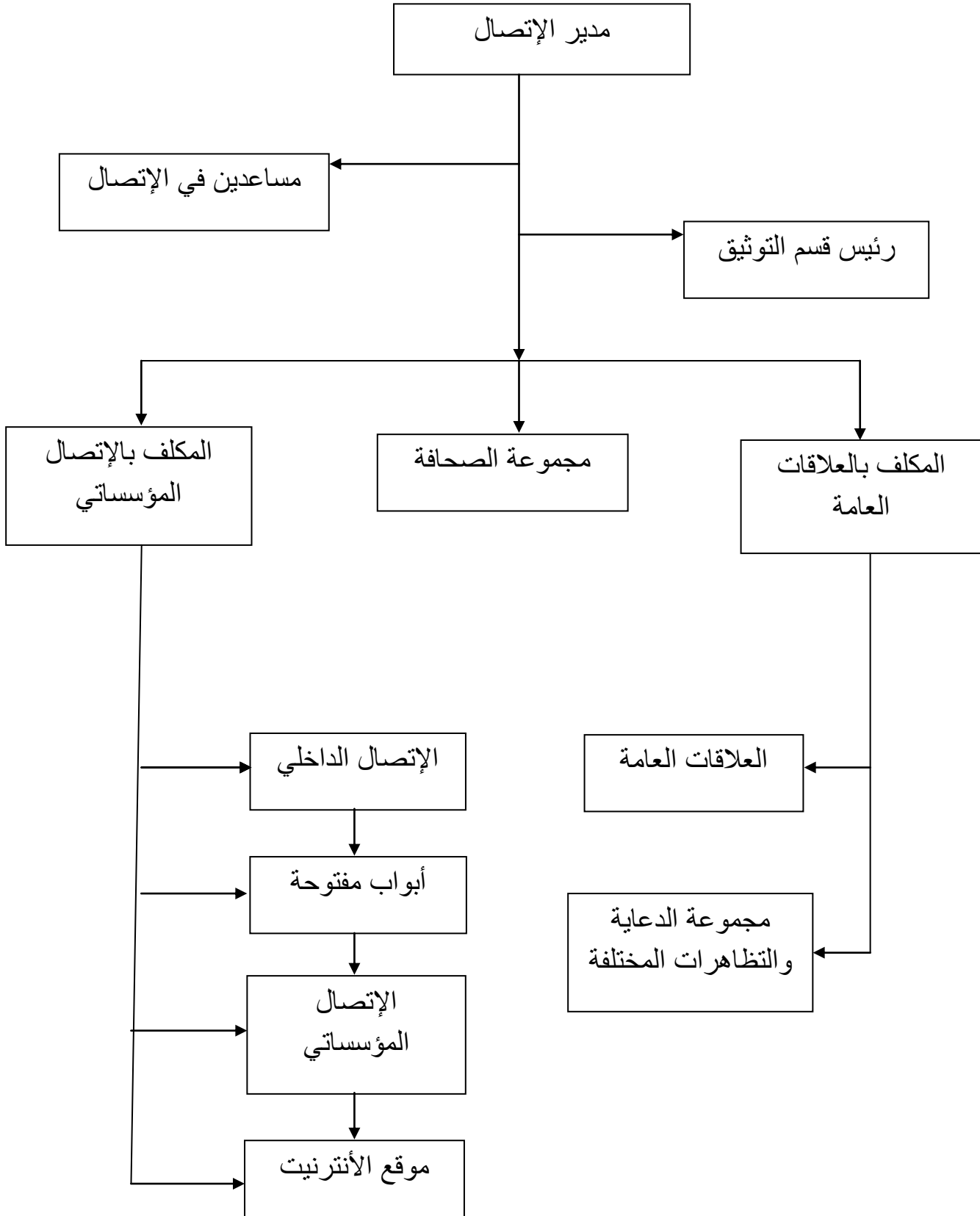
ويشرف على هذه المهمة خلية الإتصال في حد ذاتها بحيث تعمل هذه الأنشطة الإتصالية على خلق علاقات جيدة وسليمة لكسب ثقة ورضا المستخدمين والجماهير الخارجية المختلفة عن طريق وسائل الإتصال من أجل تسويق وتحسين صورة الفرع⁸.

وسنوضح من خلال الهيكل التنظيمي لخلية الإتصال موقع الإتصال في المؤسسة انطلاقا من وظيفة الإتصال فيها.

⁷ مجلة علم وصحة: انجازاتنا للتعريف بمجمع صيدال 2009، ص 10

⁸ مقابلة مع السيد نصر الدين عوي: مرجع سابق

الشكل رقم (3): الهيكل التنظيمي لخلية الإتصال في فرع المضادات الحيوية (انتيبيوتيكال)⁹



الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

2. المهام الرئيسية لخلية الإتصال:

تقوم خلية الإتصال بعدة مهام في تنشيط الإتصال سواء داخل المؤسسة أو خارجها وتتمثل هذه المهام في:

. الإعلام: ونقصد به إعلام الموظفين بكل ما سيتجدد داخل الفرع وتزويدهم بالمعلومات الكافية عن الوسائل المختلفة، وذلك لضبط الأمور وتوضيح المهام والسير الحسن ورفع الروح المعنوية وتحسين الأداء المهني.

. التوجيه: تعمل خلية الإتصال على توجيه الموظفين من خلال إعلامهم بوضعية الفرع وأهدافه المسطرة ونشاطاته من خلال التوجيهات والتعليمات بغرض الإنضباط، وخلق الثقة والصرامة وتوضيح بعض النقاط والتكوين والحوار والتفاهم الذي يساهم في تحسين وتطوير الصورة الذهنية عن المؤسسة.

. التنسيق: تعمل خلية الإعلام و الإتصال على التنسيق بين مختلف مديريات الفرع ويتجلى ذلك في الإجتماعات من أجل توحيد المهام والخروج بخطة مشتركة.

. التخطيط: تقوم هذه الخلية بتخطيط البرامج الخاصة بالعلاقات العامة. وتحسين الصورة الذهنية داخل الفرع من جهة والجمهور الخارجي من جهة ثانية. خاصة ما تعلق بالرعاية.

3. موقع وظيفة الإتصال من خلال الهيكل التنظيمي للمؤسسة:

حسب التحليل الذي قدمه السيد مدير الإتصال « نصر الدين عوني » من خلال المقابلة الشخصية أن الإتصال يعتبر العمل الملتمح والمشاركة في المشروع وهو بصفة عامة تعبئة للتأزر وخلق إحساس بالإعتبار والثقة والتحفيز والمعرفة لدى الموارد البشرية وأن الإتصال الذي يعتمده الفرع هو نوع الإتصال الهرمي، من أسفل إلى أعلى، ومن أعلى إلى أسفل، حيث تذهب الحركة الإتصالية من جميع مكاتب الوحدات والمديريات مباشرة إلى مكتب مدير الدراسات أي المدير المساعد في المجلس الخاص بالإدارة، والذي بدوره يدرس التقارير والشكاوي والإحتياجات وردود الأفعال لينقلها ويرد عليها في الحين عن طريق الممثلين والمكلفين بالإتصال اتجاه العمال والمستخدمين، فخلية الإتصال تابعة مباشرة للمدير العام في الفرع لمتابعة مختلف الأنشطة الإتصالية.

. يأتي دور الإتصال كما تم التطرق إليه سابقا مما يقدمه للمؤسسة من دعم في مختلف المواقف خاصة ما تعلق بالتسيير وتوجيه الموارد البشرية فيها والتي تعتبر المحرك الأساسي والضروري لإستمرارها وبقائها.

. يتميز الهيكل التنظيمي للفرع بالطابع الهرمي أو ما نسميه بالتنظيم التايلوري أي هيكل تنظيمي وظيفي، حيث نجد في قمة الهرم المديريات العامة ثم تليها بعد ذلك المديريات الأخرى مع مستويات عديدة من المسؤولية كما أن هذا النوع من التنظيم يؤكد في أغلب على وحدة الأوامر. وهذا النوع من التنظيم وما يفرضه من احترام لخطط السلطة والإتجاه الواحد للمعلومات من أعلى إلى أسفل.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

من خلال تحليلنا للهيكل التنظيمي للفرع تبين لنا أن سيورة الإتصال تلعب دورا كبيرا في التعريف بمجمع صيدال وإعطاءه صورة حية له داخل الوطن ودوليا ووصل دور خلية الإتصال والتنظيم، إلى العالم عبر مشروع الإدلاء والتعبير عن مشاريع الشراكة مع المجمع مما أعطى نتائج معتبرة للإتصال المؤسسي للفرع، وهو يؤدي الدور التقني والتنفيذ في نفس الوقت من خلال تزويد العمال بكافة المعلومات والنظم الواجب اقتناؤها داخل الفرع فكانت عملية التأهيل ورفع مستوى العمال والإطارات وتعريضهم لدورات تدريبية، تكسبهم مهارات وخبرات تكوينية في بعض التقنيات والتي تسمح بزيادة الإنتاج وهذه تعد ثمرة ونتيجة من نتائج الإتصال في الفرع.

المبحث الثاني: تحليل وضعية الإتصال لفرع المضادات الحيوية.

لا يبرز الوضع القائم تم اللجوء الى المقابلة العلمية والملاحظة بالمشاركة لجمع المعلومات اللازمة فتم استجواب "السيد فتحي عصماني" رئيس خلية الإتصال بفرع المضادات الحيوية

المطلب الاول: تحليل وضعية الإتصال الداخلي والخارجي لفرع المضادات الحيوية.

1. تحليل وضعية الإتصال الخارجي لفرع المضادات الحيوية.

❖ تحديد نقاط القوة:

- تنوع وسائل الإتصال: تلكس، الفاكس، الهاتف، الموقع الالكتروني وتوزيع كذلك المنشورات والكتيبات في الإتصال مع جمهورها الخارجي بالإضافة الى المجلة الشهرية والسنوية .
- تعدد قنوات الإتصال: المعارض، الايام الدراسية .

❖ تحديد نقاط الضعف:

- غياب اللغة العربية عند استخدام الموقع الالكتروني .
- عدم وجود التنسيق والتعاون ما بين المديرية المختلفة بالشكل المطلوب .
- نقص الهياكل المكلفة بالإتصال .
- عدم التراسل الالكتروني بالشكل المطلوب .

❖ تحديد الفرص:

- محاولة تفعيل وتطوير التجارة والادارة الالكترونية .
- استقطاب خبرات وكفاءات في مجال الإتصال .
- تحفيز كل موظف يبدع في وسيلة الإتصال .
- محاولة تطوير وتفعيل "web site"

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

❖ التهديدات:

- الاعطال الكثيرة لاجهزة الاتصال وهذا دليل على ردايتها .
- عدم وجود المرونة المالية الكافية .

2. تحديد وضعية الاتصال الداخلي لفرع المضادات الحيوية:

❖ تحديد نقاط القوة:

- تخصيص قيمة مالية من قبل الشركة الام بالحراش لميزانية خاصة بالاتصال على مستوى كل فرع .
- تخصيص وسائل وقنوات للاتصال غير الرسمي لشرح بعض التعليمات وتعتمد الاتصال الشفهي: النشرة اليومية، لوحة الاعلانات، الهاتف، المناشر العامة ، الاعلان .

❖ تحديد نقاط الضعف:

- لا توجد سياسة اتصالية واضحة .
- نقص الكفاءات المدربة المتعلقة بالاتصال .
- عدم وجود منهجية واضحة لتقييم فعالية الاتصال .
- قلة الوعي لسياسة الاتصال وأهميتها .

❖ تحديد الفرص:

- توفير تدريب لخلق وعي بسياسات الاتصال .
- توفير وسائل للاتصال تتعلق بتكنولوجيات الاتصال " البريد الالكتروني " .
- استقطاب كفاءات وخبرات في مجال الاتصال .

❖ التهديدات:

- تعطيل أجهزة الاتصال وشبكة الربط الالكتروني .
- عدم وجود أجهزة للاتصال على كافة المستويات .

المطلب الثاني: تحديد فئات الجمهور الخاصة بالاتصال في المؤسسة

يتم وضع إستراتيجية الإتصال وفق منظورين « وظائف الإتصال » فيما يتعلق بتحديد الأهداف الإستراتيجية والإجرائية، والمراد تحقيقها ضمن كل وظيفة من خلال الوظائف ومنظور « الرسائل الموجهة » فيما يتعلق بطبيعة المعلومات والأفكار التي تتضمنها كل رسالة وجمهورها المستهدف بما يساهم في ترجمة الأهداف إلى نتائج.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

.الجمهور المستهدف:

في العادة يتم تقسيم جمهور أي مؤسسة إلى فئتين أساسيتين جمهور داخلي وهم العاملون داخل المؤسسة والجهات التابعة لها {جميع الموظفين الذين يتبعون إداريا لهذه المؤسسة} وجمهور خارجي وهم شركاء المؤسسة وجميع المعنيين بطبيعة عملها وخدماتها من غير العاملين فيها.

✓ تحديد الجمهور المستهدف بالإتصال بالفرع:

نظرا لطبيعة نشاط المؤسسة (المنتجات الصيدلانية) فان جمهورها ينقسم الى فئتين:

فحسب السيدة محفر فتيحة مسؤولة الإعلام والإتصال بالشركة الأم بالحراش أن

.الجمهور الداخلي يتمثل في: العاملين بالمؤسسة في مختلف المديریات.

.الجمهور الخارجي: وهو يخص فئات مختلفة وهم:

- جمهور الشركات والمتعاملين في اطار اتفاقيات التعاون.
- الطبيب وهو المقرر.
- الصيدلاني وهو الموزع.
- المريض وهو المستهلك.

وفيما يخص الرسائل الإتصالية للمجمع فهي تسيير وفق مخطط يتعلق بجانبين من الإتصال وهو الإشهار والعلاقات العامة.

المطلب الثالث: تحديد أهداف إستراتيجية الإتصال في المؤسسة.

لقد تم صياغة أهداف الإتصال الخاصة بالإستراتيجية الإتصال في ضوء وظائف الإتصال حيث يكون لكل وظيفة من وظائف الإتصال هدف الإستراتيجية، وأهداف إجرائية ترتبط بالرسالة ومن ثم ترجمة كل هدف من الأهداف الإجرائية إلى مجموعة من العمليات والإجراءات والنشاطات والفعاليات الإتصالية التي يتم من خلالها تطوير الخطة التنفيذية وصياغة مؤشرات الأداء.

.تحديد أهداف إستراتيجية الإتصال في مؤسسة صيدال فرع المضادات الحيوية:

تم تحديد أهداف إستراتيجية الإتصال عن طريق المقابلة التي أجريت مع السيد نصر الدين عوني رئيس خلية الإتصال بالفرع. وتتمثل هذه الأهداف في:

1. إيصال صورة إيجابية عن المؤسسة إلى البيئة الخارجية.

2. تعريف الجمهور بالمؤسسة ومنتجاتها الصيدلانية التي تنتجها ومحاولة كسب ثقة المستهلك.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

3. مساعدة الجمهور على تكوين رأيه عن طريق إمداده بكافة المعلومات المرتبطة بنشاط المؤسسة بمختلف نشاطاتها الصيدلانية.

4. شرح السياسة العامة لمؤسسة صيدال، لتكوين انطباعات جيدة لدى جمهورها عن المنتجات الصيدلانية وعن جدوى هذه المؤسسة.

5. إعلام الجمهور بما يحدث من تغييرات في جميع نواحي نشاط الفرع.

6. محاولات كسب تأييد الجمهور الداخلي والخارجي للمؤسسة.

7. إيصال المعلومات وضمان السير الحسن للعملية الإتصالية قصد تقديم عمل مقنع من شأنه أن يعطي الوجه الأفضل للمؤسسة.

8. تولي مؤسسة صيدال أهمية بالنسبة للأنشطة الإتصالية من خلال قيامها بعدة أنشطة ترويجية فيما يخص الإتصال التجاري تدخل ضمن

هذا النشاط (تمويل، المؤتمرات، الجمعيات النوادي الرياضية والثقافية، ضحايا الكوارث، المعوقين ، إجراء المقابلات في عدة صحف

ومجلات...)

وهذا ما يفسر الهدف الرئيسي من الإستراتيجية الإتصالية في الفرع وهي بناء سمعة طيبة لدى جمهورها بالتالي زيادة تفضيل منتجاتها

الصيدلانية مما يؤدي بالضرورة الى زيادة الطلب عليه في الأجل الطويل، ويبقى دائما ينقص المؤسسة القيام بدراسات الفعالية لمختلف

برامج نشاط الإتصال.

النتائج:

من خلال تحديد أهداف وإستراتيجية الإتصال في المؤسسة يتبين لنا أن وظيفة الإتصال تختلف انطلاقا من الأهمية. فان لطبيعة المنتجات

الصيدلانية جمهور خاص هذا ما عكس طبيعة الوظائف.

. تعمل المؤسسة على بناء صورة وسمعة طيبة لها بمراعاة بعض المعايير في صياغة رسائل الإتصال.

. إبقاء الجماهير على اطلاع دائم على الأخبار الحديثة.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

المبحث الثالث: تحديد وسائل الإتصال في الاستراتيجية ودورها في تحقيق أهداف المؤسسة

لتحقيق النتائج و الأهداف الخاصة بالإتصال على مستوى الإستراتيجية يجب توفر مجموعة من الوسائل وفيما يلي سيتم تحديدها في المؤسسة محل البحث.

المطلب الاول: تحديد وسائل الإتصال في الإستراتيجية.

1. التقرير: وهو عبارة عن وثيقة تصدر من طرف الإدارة والمستخدمين على حد السواء، فتصدر من الإدارة بعد كل اجتماع، يقدم فيها المدير بعض التعليمات الخاصة بنظام العمل والقوانين تخص المستخدمين أو تقرير المستخدمين، نجده على مستوى بعض الوحدات مثل مركز البحث والتطوير، والتوثيق والإعلام...

2. مجلة المؤسسة: يزخر فرع المضادات الحيوية بالمجلات العلمية إذ نجدها في المركز الخاص بحفظ الوثائق والمجلات وقت صدورها، ومن أهمها صيدال صحة حيث تتناول هذه المجلة كل أنواع المواضيع الخاصة بتصنيع الدواء، وثبات الجودة لمنتجاتها، كما أنها تصدر باللغة الفرنسية.

3. جريدة المؤسسة: هي عبارة عن منشورات داخلية خاصة بالقانون الداخلي للمؤسسة، إضافة إلى ضبط مواقيت العمل، نجد في فرع المضادات الحيوية نوع من هذه المناشير الإعلامية الداخلية ككل مثل أخبار صيدال saidal-news .

4. النشرة اليومية: هي جريدة تصدرها المؤسسة على شكل ورقة أو ورقتين تنقل كل ما يجري داخل صيدال ومن يشرف عليها هو القائم بالإتصال داخل مجالس الإدارة.

5. لوحة الإعلانات: توضع في أماكن مختلفة من رواق العمل ومكاتب الإستقبال ويتم فيها نشر معلومات مختلفة عن النشاطات القائمة في الفرع وتعرض فيها مواقيت عرض المنتجات وتعليمات خاصة بالعمال وبعض الأخبار المهمة.

6. تلكس: تعتبر أحد الوسائل الحديثة للإتصالات ويعتمد عليها كثيرا.

7. الفاكس: مهم جدا لفرع صيدال في الحالات الطارئة حيث تقوم بتفصيل البيانات وشرح النصوص الغامضة لبعض التقارير.

8. الهاتف: يستخدم اعتياديا في فرع صيدال.

9. المناشير العامة: هي عبارة عن مناشير داخلية خاصة بالقانون الداخلي للمؤسسة، إضافة إلى ضبط مواقيت العمل، ونجد في فرع المضادات الحيوية أنثيبوتيكال نوع من هذه المناشير الإعلامية الداخلية، حيث تتناول كل الأخبار المتعلقة بصورة المؤسسة الداخلية والخارجية وكذا ثمرات الإنتاج عن طريق توزيعها في كامل الفرع وتتناول الزيارات الميدانية لبعض شركات الأجانب.

10. الإعلان: وهو من الوثائق الداخلية الهامة التي تستعملها المؤسسة، ويحرص مصممو الإعلان على وضوح الرسالة الواجب نقلها داخل مجمع صيدال وفروعه وخارجه أيضا لذلك تعد وثيقة الإعلان والمتمثلة في الملصقات والإعلانات التجارية.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

1.1. الموقع الإلكتروني للمؤسسة: يعد الموقع الإلكتروني من أهم الوسائل الإتصالية، حيث يعد الجسر الرابط بين المؤسسة ومختلف عملائها من الزبائن، الشركاء، والمستهلكين.

أما لغة الموقع هي فرنسية، ويبقى غياب اللغة العربية نقطة سلبية، بحيث يقدم المعلومات عن المجمع عبر العنوان التالي:

<http://www.saidalgroup.dz>

✓ الإتصال عن طريق المعارض والأيام الدراسية:

المعارض:

ينظم نادي الصحافة في إطار نشاطات صيدال بتنظيم بعض دوراته المتمثلة في معارض مختلفة ومنها بيع الأسهم، بالإضافة إلى عرض أعمال صيدال ومنتجاتها، خاصة في الأيام العالمية مثل اليوم العام للصحة، التلوث، المياه....

الأيام الدراسية:

معظم نشاطات صيدال تتمحور حول الأيام الترويجية والأيام الدراسية حول الأطر التنظيمية والقانونية للصناعة الصيدلانية في الجزائر، حيث نظم الفرع عدة تدخلات في هذا النطاق للتعريف بمنتجاته.

المطلب الثاني: دور إستراتيجية الإتصال في تحقيق أهداف المؤسسة

بعد التعرف في المراحل السابقة على مسار بناء إستراتيجية في المؤسسة وهي كل ما يتعلق بالأهداف والجمهور والوسائل وكذا الميزانية والتقييم، ففي هذا المبحث سنتعرض الى إدراج دور إستراتيجية الإتصال وهي ما نعني بها دراسة المحيط السوسيوثقافي والذي نقصد به تحديد ثلاث متغيرات وهي:

. هوية المؤسسة La personnalité de l'entreprise

. سمعة المؤسسة l'identité de l'entreprise

. صورة المؤسسة l'image de l'entreprise

بحيث تكون الدراسة السوسيوثقافية دراسة داخلية وخارجية للتعرف على صورة المؤسستين عند جمهورها الداخلي الذي يمثل العمال والخارجي الذي يتمثل في المتعاملين أو الزبائن.

دور إستراتيجية الإتصال في تكوين الهوية بمجمع صيدال فرع المضادات الحيوية.

تنشط مؤسسة صيدال في قطاع يتميز بنسبة استهلاك عالية لمنتجاتها، وهو قطاع الموارد الصيدلانية، فهو قطاع يتميز بالمنافسة وتقارب العلامات من حيث الجودة والسعر هذا ما اضطر المؤسسة للبحث عن التميز، ما يفترض جهودا لا بأس بها لجعل المستهلك يتوجه نحو

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

منتوج دون آخر ومن النقاط التي يركز عليها الفرع التعريف بنفسها ومنتجاتها، والرموز كأحد العناصر التعريفية المميزة للمؤسسة عن منافسيها.

1. شارة المؤسسة « LE LOGO »

يستمد فرع انتيبوتكال بالمدينة شارته عن المؤسسة الأم بحيث أنها تمتلك نفس الشارة والتي صاحبها منذ نشأتها وتعبير عنها بحق كما أنها تعتبر من أهم العناصر التي تعرف بالمؤسسة بكل بساطة، وتمتلك شارة صيدال مجموعة من الخصائص نذكر منها:

✓ تصنف شارة صيدال في خانة الشارات البسيطة كونها معتمدة أساسا على اسم المؤسسة وهي خالية من التعقيدات سواء من حيث الشكل أو الألوان.

✓ تعتبر الشارة مباشرة على القطاع الذي تنتمي اليه المؤسسة وذلك لإعتمادها على اللون الأخضر وهو اللون الذي يرمز للصحة.

✓ تعتبر أيضا شارة سهلة القراءة ويسهل نسبها مباشرة للمؤسسة كما يمكن وضعها على أغلفة المنتجات والتعبئات المختلفة كما أنها تظهر على كافة الوثائق المتعلقة بالمؤسسة.

✓ هي شارة يمكن أن تتلائم مع مختلف الأسواق الداخلية والخارجية التي تدخلها المؤسسة وذلك مهما كانت لغتها وثقافتها وحتى توجهاتها.

✓ يسهل التعرف عليها وتمييزها مهما كان المستوى التعليمي ووضعية المستهلك للمنتجات الصيدلانية.

ورغم كل النقاط الإيجابية التي تميز شارة المؤسسة هذا لا يمنع من وجود بعض النقاط السلبية أو النقائص التي يجب أخذها بعين الإعتبار أهمها:

. درجة البساطة الكبيرة التي تتميز بها تعطيك صورة عن المؤسسة تجعلك تظن أنك أمام مؤسسة صغيرة غير مهمة ولا يجذب الإنتباه أو أن منتجاتها ليست عالية الجودة.

. كما أنها لا تملك معنى ضمني ورسالة توصلها إلى الجمهور ما عدا التعريف بالمؤسسة مثل بعض الشارات الأخرى التي تسعى لإيصال رسالة معينة ومنح الجمهور انطبعا خاصا عن المؤسسة (فمثلا: شارة بيجو والتي تمثل الأسد ترمز الى القوة والسلطة).

2. شعار مؤسسة صيدال:

في كثير من الأحيان يكون شعار المؤسسة هم مجرد إمضاء فقط بمعنى أن الشعار والإمضاء يكون موحدًا.

ومن خلال احتكاكنا بالمؤسسة ودراستنا لها توصلنا الى نتيجة هي أن المؤسسة تمتلك شعارا يتبع شارتها ويصاحبها (في الوثائق الرسمية، الإعلانات...) والشعار هو صيدال « علم وصحة » ويعتبر هذا الشعار كخطاب من مسؤولي المؤسسة إلى عمالها باختلاف وظائفهم

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

ومراتبهم والى كافة المستهلكين، ومن النقاط المهمة والرموز التي تستخدمها المؤسسة لكن داخليا وليس خارجيا نجد أيضا: الوفاء، الإلتزام، الدقة، الإنضباط.

دور إستراتيجية الإتصال في بناء صورة المؤسسة.

تعتمد مؤسسة صيدال على مجموعة من الوسائل الخاصة بإيصال أحسن صورة عنها إلى المستهلك، وتختلف هذه الوسائل باختلاف الحاجة إليها ومن خلال دراستنا التطبيقية لهذه المؤسسة واحتكاكنا بها لاحظنا أنها تستخدم مجموعة من الوسائل الإتصالية تتمثل أساسا في:

1. العناصر الغير الإشهارية:

. الجرائد والمجلات الداخلية: تصدر كل ثلاثة أشهر مجلة داخلية موجهة أساسا الى عمال المؤسسة ومختلف العملاء لإطلاعهم بكل دقة على آخر المستجدات المتعلقة بالنشاط الخاص بالفرع.

. بطاقة الزيارة: مؤسسة صيدال كغيرها من المؤسسات، تمتلك بطاقة الزيارة مخصصة لمسؤولي واطارات المؤسسة وتميز هذه البطاقات بالبساطة، فهي عادية الحجم تأخذ لونا أبيض يظهر في الجانب الأيسر منها اسم المؤسسة وشارتها باللون الأخضر، وهي ألوان المؤسسة المعروفة، والكتابة تظهر بشكل تجعلك تتعرف مباشرة على المؤسسة.

. الإعلان: نقصد بالإعلان هنا إعلان العلاقات العامة والإتصال وليس إعلان المنتجات، يعتبر الإعلان من الأنشطة الرئيسية للإستراتيجية المتبعة، وتستخدم المؤسسة الأم مختلف وسائل الإتصال لإيصال الصورة الحسنة للمؤسسة وتوطيد علاقاتها مع العملاء بصفة عامة والمستهلك بصفة خاصة.

2 الدور الإجتماعي:

تعتبر مؤسسة صيدال الدور الإجتماعي من أهم الأدوار بل من الأدوار الأساسية لها، لذلك فانها تدعم التنمية الوطنية من خلال توفير:

- ✓ الإستثمارات.
- ✓ المهارات.
- ✓ خبراتها في المجالات العلمية.
- ✓ كما يساهم صيدال بصورة دائمة لمحاربة الأمراض وذلك بتوفير الأدوية لعلاج الأمراض الشائعة مثل الأمراض المزمنة(داء السكري، الروماتيزم، الضغط...)
- ✓ وهناك حملات توعوية وطنية من أجل نشر المعلومات ذات الصلة بالأمراض وكيفية الوقاية منها والتعامل معها.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

أما في إطار سياسة صيدال الإقتصادية والإجتماعية وصحة المجمع نجده لا يزال وافيا لإحترام التزاماته لدوره الإجتماعي والمواطنة من خلال:

- ✓ تعزيز النشاط البيئي والوقاية من المخاطر.
- ✓ المشاركات المالية الدورية للمدارس والمعاهد التعليمية (توفير الوسائل الخاصة بالنقل وتنظيم حملات لمعجون الأسنان عن طريق توزيع مجتني، وزيارات تلاميذ المدارس لموقع الإنتاج والبحث لصيدال...)
- ✓ رعاية المنتجات والنشاطات الرياضية.
- ✓ دعم جمعيات البيئة.
- ✓ رعاية الجمعيات العلمية والطبية والصيدلية.
- ✓ المشاركة في جهود الإغاثة لضحايا الكوارث المختلفة الداخلية والخارجية.
- ✓ تتمثل أنشطة العلاقات العامة على المستوى الخارجي للفرع حسب المقابلة التي أجريناها مع السيد نصر الدين عوني في إقامة علاقات وطيدة مع الصحافة والسلطات العمومية والمجتمع المدني المتمثل في الجمعيات وكذا مع الفروع الأخرى التابعة للمجمع.
- ✓ Sponsoring : للمجمع علاقات قائمة مع المجمع المدني بحيث يقوم الفرع أنتيبايوتيكال بفرز كل الطلبات التي تلحق الفرع غرض المساعدة من مختلف الجمعيات والفرق الرياضية.
- ✓ الميسنا: في هذا المجال يقوم الفرع بتقديم إعلانات مالية ومساعدات إجتماعية وهذا بتقديم صورة جيدة للفرع وتحسين وجهة نظر الرأي العام ومن بين الإعلانات التي قدمها الفرع الى مركز العجزة بن شيكاو، حيث قام بتقديم إعانات والمتمثلة في المواد الطبية والأدوية إضافة إلى القيام بزيارات تفقدية لهذا المركز من طرف مدير الفرع ورئيس خلية الإتصال بالإضافة إلى التبرع بالدم.

الفصل الرابع: دراسة حالة مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية

الخلاصة:

يعتبر مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية كمؤسسة يتمثل نشاطها في انتاج المنتجات الصيدلانية. أما فيما يخص عملية الاتصال فتتم من خلال علاقات رسمية تربط مختلف المديريات والمصالح والأقسام في مجال سير العمل أو عن طريق الاتصال بمجموعة من الأفراد والهيئات من البيئة الخارجية متمثلة في الزبائن الموردين، البنك، المخبر الوطني لمراقبة المنتجات الصيدلانية، مؤسسات التامين، مديرية الضرائب، مفتشية الجمارك والوكالة الولائية للتشغيل. بحيث تمثل هذه العلاقات سواء داخل المؤسسة أو خارجها مصادر الحصول على المعلومات والتي تعتمد عليها في عمليات اتخاذ القرار باستخدام وسائل الاتصال التالية: الهاتف ، الفاكس الانترنت، الوثائق والمستندات والاجتماعات.