

مقدمة: يعد الإتصال اليوم أحد العوامل الهامة المساعدة على تنفيذ إستراتيجية المؤسسة، مما استدعى وضعه في إطار استراتيجي يمثل وضع التعاون في مختلف أشكال الإتصال من أجل تلبية أهداف المصلحة العامة، وتحقيقها يكون عبر تطوير علاقات بشرية واجتماعية بين الأفراد وبينهم وبين المؤسسة كشخص معنوي أو القيام بالتشخيص المسبق لاحتياجات الإتصال حيث يساعد هذا الأخير على تقوية العلاقات لتأصيل قيم التواصل والترابط والإنسجام والتآلف بين الأفراد والجماعات. إن التحولات السريعة التي تعرفها بيئة الأعمال العالمية أدت إلى ظهور أوضاع اقتصادية جديدة خاصة انفتاحها على السوق مما جعلها في مواجهة حاسمة مع تحديات البقاء والنمو الذي يعتمد أساسا على تحقيق التميز في تقديم منتجات وخدمات تمكنها من الإندماج والتوصل إلى التكيف مع مختلف التغيرات الحاصلة، ومن هذا المنطلق أصبحت المؤسسة مرغمة على وضع استراتيجيات تضمن بقائها في السوق، هذا ما أدى إلى تدعيم أهمية الإتصال لاسيما التطور المتسارع وتعقد المنظمات واتساع نطاق إشرافها وابتعاد القيادات الإدارية العليا على الأطر التنفيذية للعمل أسهم بشكل كبير في جعل الإتصال يبتعد عن الوظائف التقليدية له، بل أصبح جزءا لا يتجزأ من التفكير الإستراتيجي، فضلا عن ذلك فالإتصال عملية حيوية ديناميكية تمس كل القطاعات، تتمثل في نقل واستقبال المعلومات والفهم من شخص لآخر أو من مجموعة إلى مجموعة أخرى سواء كانت ذات طبيعة اجتماعية، ثقافية، علمية باعتبار المؤسسة كيانا اجتماعيا يضم مجموعة من الأفراد يشكلون جماعات مختلفة من أجل إنجاز العمل في جميع مجالات وأنشطة المنظمة.

أما دراستنا فتمحور حول واقع إستراتيجية الإتصال في المؤسسة كمؤشر لمدى اهتمام المؤسسات الجزائرية بها، بمختلف أنواعها وأشكالها. فلم تعد تقاس حجم الإنتاج فقط وإنما بشخصياتها، ومكانتها الاجتماعية وقياس مدى استجابتها لرغبات واتجاهات جمهورها ويتعلق الأمر هنا بالإتصال الذي أصبح رهان استراتيجي في حياتها.

وقبل التعمق في الموضوع نود أن نشير إلى أن مفهوم الإستراتيجية من المفاهيم التي ظهرت في ميدان الحرب، واتجهت بعد ذلك إلى مجال الإدارة في المؤسسات وأصبح المصطلح واسع الاستخدام في التسيير نظرا لما يقدمه من معاني وأدوات تفيد المنظمة إلى حد بعيد في الإدارة والتعامل مع المحيط.

وعلى مستوى بحثنا فان اللجوء إلى هذا المفهوم يعود لدلالته الحقيقية على نطاق الخيارات الكبرى للمؤسسة، فعندما نذكر الدور الإستراتيجي للإتصال في المؤسسة فهنا نأخذ كلمة إستراتيجية بكل ما تحمله من معنى.

. لما كانت المؤسسات قد تبنت النهج الإقتصادي الجديد « اقتصاد السوق » منذ السنوات القليلة الماضية فان ذلك يفرض عليها متطلبات جديدة، ولعلها ضرورة تبني ثقافة إدارية تتوافق مع بيئة هذا الإقتصاد. مما تحمله هذه الأخيرة من سمات، عدم الإستقرار واتساع مجال الأخطار والتهديدات الشيء الذي يحتم على هذه المؤسسات ضرورة الإعداد والإستعداد لمواجهة الأزمات.

وعلى ضوء هذه المتغيرات كان لازما على المنظمة الجزائرية إتباع معطيات الفكر الإقتصادي الحديث من خلال الإستخدام الفعال لإدارة الإتصال، وذلك لن يتأتى إلا من خلال إعطاء المؤسسة المكانة المستحقة لها لتمكينها من ممارسة صلاحياتها بفعالية. كما تعد هذه المكانة مؤشر للدلالة على مدى الإهتمام بوظيفة الإتصال فيها، وفي هذا السياق باتت أهمية وحتمية الإتصال في المؤسسات كأسلوب جديد

يهدف إلى دراسة العلاقات في المنظمات داخليا وخارجيا بحيث تعمل على تحقيق الأهداف المثلى للمؤسسة . وبهذا ظهر ما يعرف بالاتصال الشامل المبني على التخطيط الإستراتيجي للعملية الإتصالية وتسمح لها بتموقع محيطها انطلاقا من الأهمية التي تحظى بها في إطار العملية التفاعلية.

ومن هذا المنطلق تختص دراستنا حول واقع إستراتيجية الإتصال في المؤسسة اقتصادية صناعية وهو مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية، وقد قادنا منطق البحث إلى محاولة الرصد الإمبريقي لمختلف محددات إستراتيجية الإتصال محاولين إيجاد مواطن التشابه والإختلاف، وبعد ذلك تحليل وتفسير هذا الواقع على ضوء التراكمات المعرفية الذي قام عليها بحثنا. بتعبير آخر فإن إشكالية دراستنا تحاول الإجابة على السؤال الجوهرى: ما هو واقع إستراتيجية للاتصال في مؤسسة ذات طابع اقتصادي وهو مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية "انتيبوتيكال"؟.

إن إجابتنا على هذا السؤال هي التي تحدد الهدف العام لبحثنا الذي يتمثل في الوقوف على موضوع الإستراتيجية في مجال الاتصال المؤسساتي من خلال التعرف على مسار بناء إستراتيجية الاتصال في المؤسسة محل البحث مع الأخذ بعين الاعتبار جملة من المحددات والمعايير التي تبنى على أساسها الإستراتيجية ثم نسعى بعد ذلك إلى عقد مقارنة لتحقيق الهدف العام، فإن طبيعة الإشكالية المطروحة في هذا البحث أملت علينا التساؤلات التالية:

- 1- ما واقع الاتصال في مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية؟
- 2- ما مراحل تخطيط إستراتيجية الاتصال في المؤسسة؟
- 3- ما دور إستراتيجية الاتصال في تحقيق أهداف المؤسسة؟
- 4- ما هي معوقات تنفيذ إستراتيجية الاتصال في المؤسسة محل البحث؟

فرضيات البحث:

- لا يرتبط الاتصال بتحقيق الأهداف فقط، وإنما بتدعيم العلاقات بين الأفراد وتدعيم قيم وثقافة المؤسسة.
- تعتبر إستراتيجية الاتصال عامل من العوامل المساعدة على تنفيذ الإستراتيجية العامة للمؤسسة.
- الميزانية الممنوحة للاتصال لا تكفي لتحقيق الأهداف المرجوة.

أهمية البحث:

- إن دراسة إستراتيجية الاتصال تشكل موضوع مهم بالنسبة للعديد من المؤسسات سواء في الوسط الاقتصادي والاجتماعي والسياسي فوجود منافسة قوية تعرض المؤسسة إلى فقدان مكانتها في السوق، نظرا للتغيرات الحاصلة في محيطها هذا يجعلها تهتم بالاتصال والتخطيط له على كافة المستويات.

- أما الأهمية التطبيقية فإن دراستنا تستمد منها من المجال التطبيقي فالتطور الذي تشهده البلاد يفرض الأخذ بالدراسات الميدانية وتقديم نماذج واقعية تعكس طبيعة ومشكلات الاتصال داخل المؤسسات الجزائرية.

كما يمكن اعتبار هذه الدراسة مؤشرا تقيميًا لحالة الاتصال في المؤسسات الجزائرية بعد فترة التحولات الجديدة.

أهداف البحث:

- هناك أهداف ذاتية والمتمثلة في: اكتساب أسلوب جديد في صياغة البحث العلمي، إضافة إلى تعزيز وتغذية معرفتنا في هذا المجال.

- حب الاطلاع والبحث في الموضوع ميدانيا.

- وأهداف موضوعية: فهي محاولة إثراء الموضوع والاهتمام به لما له من أهمية في المؤسسة وما يمكن أن يحققه من أهداف ووظائف فيها، بالإضافة إلى الدور والمكانة التي أصبح يحتلها في المنظمة خاصة التغيرات المتسارعة في العديد من الميادين ومحاولة الكشف عن أهمية بناء خطط اتصالية محكمة ومدروسة خاصة في ظروف المنافسة واتصال الجمهور وتنوعه.

أسباب اختيار الموضوع:

- الميل الشخصي لمثل هذه المواضيع "الإستراتيجية الاتصالية"، وكذا الفضول العلمي فيما يخص معرفة السياسة الاتصالية التي تنتهجها المؤسسات الجزائرية.
 - كما أن البحث في ميدان الاتصال المؤسساتي يعد من المحاولات القليلة التي تشغل بال المهتمين والدارسين، وهو ما يتطلب منهم انفتاحا عليها بهدف ربط العمل النظري بالواقع السائد في المؤسسة والبحث الراهن يعتبر إسهاما في هذا الاتجاه.
- شعورنا بقيمة وأهمية هذا الموضوع في ظل هذه التحولات المتسارعة .

الدراسات السابقة:

- دراسة "هامل مهدية" بعنوان الاتصال الخارجي في المؤسسة الجزائرية. مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم اجتماع التنمية وتسيير الموارد البشرية. دراسة حالة مؤسسة سونلغاز بعنابة. جامعة قسنطينة
- دراسة: " طهراوي حمدان" بعنوان الإستراتيجية الاتصالية في مؤسسة العتاد الصحي بمليانة
- دراسة "قابلي حياة" بعنوان إستراتيجية الاتصال الداخلي في المنظمة. حالة الشركة الوطنية لانجاز القنوات بومرداس. تندرج ضمن نيل درجة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير. 2006

منهج الدراسة:

للإجابة على التساؤلات المطروحة واختبار صحة الفرضيات تم الاعتماد على المنهج الوصفي والتحليلي. فاعتمدنا على المنهج الوصفي في الجانب النظري وعلى المنهج التحليلي في الجانب التطبيقي الخاص بالمخبر الصيدلاني الجزائري.

منهجية الدراسة:

يتشكل البحث من فصلين للجانب النظري وفصل للجانب التطبيقي ليكون المجموع ثلاث فصول تشكل هيكل البحث، حيث خصصنا الفصل الأول لدراسة الإطار المفاهيمي لإستراتيجية الاتصال في المؤسسة، أما الفصل الثاني فقد تناولنا فيه الاتصالات التسويقية، في حين تطرقنا في الفصل الثالث الذي يشكل الدراسة التطبيقية لمجمع صيدال فرع المضادات الحيوية.