

الخاتمة

يعد الإتصال ضرورة حيوية بالنسبة للمؤسسة، نظرا لما يمثله من أهمية بالغة على مختلف الأصعدة ومهما اختلف نشاطها، باعتبارها نظاما مفتوحا يؤثر ويتأثر بالبيئة التي توجد بها مما يدفعها لمحاولة التقليل إلى أقصى حد ممكن من حالة عدم التأكد التي تتصف بها بيئتها سواء تعلق الأمر بوضعها التنافسي أو التطور التكنولوجي أو بميول ورغبات المستهلكين وحاجاتهم، وبالتالي على المؤسسة أن تتصل باستمرار مع مختلف الفاعلين في بيئتها، بما في ذلك جمهورها الداخلي والخارجي.

فعلى فاعلية نظام الإتصالات تتوقف قدرة المؤسسة على تحقيق أهدافها وعليه جاءت هذه الدراسة لمعالجة مشكلة واقع إستراتيجية الإتصال في فرع المضادات الحيوية وهو ما سمح لنا بتشخيص وضعية الإتصال بها، ولقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى أن فرع المضادات الحيوية يعتمد على مجموعة من الأنشطة الإتصلية المتفرقة التي تتميز بعدم التناسق مع أهداف الإستراتيجية العامة، كونها لم تبني على دراسة علمية وهو ما يؤثر على صورة المؤسسة.

هذه الإستراتيجية التي تتواجد فيها الإستراتيجية الإتصلية أثر سلبا على الخطط التي تم تصميمها على مستوى الإستراتيجية العامة. في الحفاظ على الزبائن وجلب شركاء جدد للرفع من الإنتاج وزيادة الرأسمال. كما أن المركزية في التسيير بالنسبة للمجمع تعتبر أحد العوامل المهمة التي ساهمت في إرساء هذا الوضع الذي أصبح يتطلب إعادة النظر فيه. ويعتمد الفرع على دعم وضعه التنافسي على ولاء متعامليه له بحكم خبرته في دعم المشاريع الخاصة بعقود الشراكة، لكن الإستراتيجية الإتصلية التي يفرضها على الفرع للتعامل بها مع الزبائن والشركاء، خصوصا فيها يتعلق بالرسائل الإتصلية الموجهة عبر المصنقات التي أصبحت من أكثر الوسائل التي يستعملها الفرع.

ونوه في الأخير إلى الأهمية الكبيرة في وجود الإتصال لأنه في وقتنا الحالي ونظرا لما تعانيه المؤسسات من مشاكل كان لا بد من وجود عنصر فعال لإستمرار العمل وتطويره وهذا العنصر هو الإتصال فبدونه لا يمكن للحياة أن تستمر لأن جل علاقات التسيير في المؤسسات عبارة عن اتصال لذلك يجب مراعاة الإقتراحات التي من شأنها زيادة نمو المنظمات وتطويرها.

## ❖ الاستنتاجات:

من خلال دراستنا لواقع بناء إستراتيجية الإتصال في المؤسسة توصلنا الى مجموعة من المؤشرات وهي كالتالي:

. في إطار اقتصاد السوق ما لاحظناه أن مجمع صيدال بقي محافظ على التسمية التي ظهر بها في البداية.

. يملك مجمع صيدال إستراتيجية عامة تنطلق من الأهداف المخطط لها من الشركة الأم، بحيث تحدد هذه الأخيرة التوجيه العام لكل

فروعها. لكن في المقابل تعتبر وظيفة الإتصال به إجراء يعتمد عليه في تنفيذ المهام والتعليمات، وكذلك لبناء صورة عن الفرع وكذا

التسويق للمنتجات. هذا ما يعني أنه لا يوجد علاقة بين الإستراتيجية العامة والإستراتيجية الإتصلية لأن القائمين على الإستراتيجية

العامة هم صناع القرار في المجمع في حين أن المكلفين باعداد الأنشطة الإتصلية ينتمون الى مستوى التسيير في الفرع.

## الخاتمة

. ان الهيكل التنظيمي بالمؤسسة هو هيكل استيعابي مبني على الهرمية والمركزية في التسيير، وتسلسل الوظائف في التخطيط الإستراتيجي يخضع لسلطة صناع القرار بالمؤسسة دون إشراك الجهات المعنية بالتسيير وهو ما يخلق مشاكل بالمؤسسة.

. يعتمد فرع المضادات الحيوية على مجموعة من الأنشطة الإتصالية العادية.

. بالنسبة للوسائل المستعملة في الإتصال بالجمهور فان خلية الإتصال بمجمع صيدال تستعمل عدة وسائل اتصالية وهي الهاتف الفاكس والمراسلات الكتابية والإلكترونية وتوزع كذلك المنشورات والكتيبات في الإتصال مع جمهورها الخارجي بالإضافة إلى المجلة الشهرية والسنوية.

كما تتوفر على موقع الكتروني باللغة الفرنسية يتيح الحصول على المعلومات وتحميل الوثائق دون الحاجة للتنقل إلى المصالح والمؤسسة في حد ذاتها.

. لا يوجد بفرع المضادات الحيوية توصيف للوظائف، وتحديد المهام بدقة.

. إستراتيجية الإتصال بفرع المضادات الحيوية غير مبنية على أسس علمية صحيحة انطلاقا من أول خطوة إلى آخر خطوة، وهذا الأمر يعود بالدرجة الأولى إلى نقص كفاءات القائمين على إعداد الإستراتيجية من جهة ومركزية القرارات التي تعود إلى الطبيعة القانونية من جهة أخرى .

. سيادة الإتصال الرسمي في بناء العلاقات بين الفاعلين في التنظيم وهو ما خلق جو من الملل والروتين، وظهور بعض التصرفات التي تؤثر سلبا على أداء المؤسسة.

. يعمل مجمع صيدال بالإهتمام بجمع أكبر نسبة من الودائع وهذا ما يتضح من خلال الإستراتيجية العامة وهذا ما انعكس سلبا بالنسبة للمتعاملين « جمهور الزبائن » .

. عدم وجود مشاركة للفاعلين في صياغة الإستراتيجية العامة ومنه الإستراتيجية الإتصالية جعلنا نعبر عنها بأنها إستراتيجية تخدم اتجاهات صناع القرار بالمؤسسة.

### ❖ اقتراحات تخطيط إستراتيجية الإتصال في المؤسسة:

انطلاقا من الدراسة التي قمنا بها في دراسة واقع إستراتيجية الإتصال في المؤسسة وهي مجمع صيدال فرع المضادات الحيوية توصلنا الى مجموعة من النتائج وهي ما يتعلق بالمشاكل التي تعاني منها المؤسسة في تحقيق الأهداف الإستراتيجية وهذا في نطاق عدم اعتماد خطة للإتصال لهذا السبب أردنا عرض مجموعة من الإقتراحات التي تعتبر بمثابة حلول لهذه المشاكل وتمثل فيما يلي:

. إعادة النظر في تنظيم خلية الإعلام والإتصال، وطبيعة النشاطات الإتصالية التي تقوم بها في اطار التخطيط للإتصال بالفرع.

. تحديد فئات الجمهور المستهدف بدقة ومراعاة رغباته وميولاته.

## الخاتمة

- . مراعاة تحديد الرسائل الإتصالية بالفرع. بالإضافة الى رسالة المؤسسة.
- . دراسة البيئة المحيطة سواء البيئة الداخلية أو الخارجية للوقوف على تشخيص الوضعية « تحديد المشكل » لإيجاد الحلول له عن طريق تبني استراتيجية للإتصال فعالة تواكب التطور الذي تعرفه المؤسسات في انفتاحها على السوق.
- . الإعتماد على وسائل متطورة في تمرير الرسائل سواء الشفهية، الكتابية، السمعية خاصة تكنولوجيا الإتصال « الأنترنت » .
- . إعادة النظر في الهيكل التنظيمي الحالي يجعله أكثر حركية من خلال الإعتماد على تفويض السلطة ودعم الإتصال غير الرسمي بين أفراد التنظيم، بالإضافة الى تحديد المهام والوظائف بدقة.
- . توسيع نشاط العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي والخارجي في تحسين صورة المؤسسة، بالإضافة إلى الوسائل المستعملة.
- . تخصيص ميزانية وبرنامج تتماشى مع أهداف الإستراتيجية وتقييمها وفق ما يحققه كل نشاط للمؤسسة.

### أفاق البحث:

يمكن اقتراح بعض المواضيع التي تكون متممة لموضوع بحثنا هذا كالتالي:

- إستراتيجية الاتصال الداخلي في المؤسسة.
- الاتصال الخارجي في المؤسسة الجزائرية.
- إستراتيجية تكنولوجيا الاتصال الحديثة.