

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي  
الميدان: العلوم الإنسانية  
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال  
التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

بعنوان:

دور استراتيجيية الإتصال في تحسين أداء  
المؤسسة التجارية  
(دراسة حالة اتصالات الجزائر ولايئة الوادي)

إعداد الطلبة: اشراف :

فوزية حمانة

أ.صانع رابح

نوقشت أمام لجنة التقييم  
المكونة من:

رئيسا	أستاذ محاضر "أ"	كاوجا محمد
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر "أ"	صانع رابح
مناقشا	أستاذ محاضر "أ"	عيسى بوكرموش

السنة الجامعية: 2022/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

◆ ﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ خَبِيرٌ﴾ [المجادلة: 11]

## كلمة شكر:

بسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى: " وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون " الآية 105 التوبة.

الحمد لله أولا وأخيرا على توفيقه لإتمام هذه الدراسة , ولكل من مد لي يد العون  
ولم ييخل عليا بالنصح والتوجيه، جميع من ساندني ولو بكلمة طيلة فترة إعدادي هذه الدراسة.

ثم اتقدم بالشكر الخاص الى الأستاذ المشرف "صانع رابح" .

كما اتقدم بجزيل الشكر لكل أساتذة الإعلام والاتصال الذين رافقونا في مشوارنا الدراسي.

نختمها بمسك الصلاة على طه الحبيب محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم.

## الإهداء:

أهدي ثمرة جهدي الي سندي ومعلمي أبي الغالي الذي لو نطقت كل لغات العالم شكراً لك، ما وفتك حقك.

اللهم أسعده بتقواك، اللهم اجعل أوقاته بذكرك معمورة، واجعله في ضمانك وأمانك وإحسانك.

والى رفيقة دربي وصديقة عمري "نسرين نعمي" كل كلمات الشكر والعرفان كلمات من القلب للقلب جزاك الله ألف خير  
صديقتي وأختي التي لم تلدها امي.

## الملخص:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز الدور الهام للإستراتيجية الاتصالية في تحسين أداء المؤسسة التجارية و كدراسة حالة اخترت مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي، وذلك من خلال طرح الإشكال التالي : كيف تساهم استراتيجية الإتصال في تحسين أداء المؤسسة التجارية في الجزائر؟ ولتحقيق هذا الهدف اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي لوصف وجمع المعلومات وعلى المنهج الإحصائي لتحليل الرياضي لهذه المعلومات واستخلاص النتائج، وهذا بالإعتماد على المقابلة و بتوزيع استمارة الاستبيان على 16 موظف بالمؤسسة .

وقد خلصت هذه الدراسة أن مؤسسة اتصالات الجزائر تعتمد على الاستراتيجية الاتصالية من اجل تحديد خطوات منظمة ومدروسة لتحقيق أهدافها على المستوى الداخلي والخارجي. فهي توازن بين العمل الاداري من خلال القرارات المنظمة للعمل وبين علاقتها مع زبائنهم من خلال تقديم خدمات يحتاجونها.

الكلمات المفتاحية: دور، الإتصال، استراتيجية اتصال، مؤسسة.

## Summary:

The current study aims to highlight the important role of the communication strategy in improving the performance of the commercial foundation. The Algeria's Telecommunications Corporation of El-Oued This is done by posing the following problem: How does the communication strategy contribute to improving the performance of the commercial establishment in Algeria? has been selected as a case study. In order to draw a conclusion about the findings of the 16 participants, who are employees at the foundation and interview, I used the analytical descriptive method to describing and gathering the data. The statistical approach is used for the mathematical analysis. The study shows that the Algeria's Telecommunications Corporation relies on the communicating strategy in order to identify structured and thoughtful steps to achieve its objectives at the internal

and external levels. It is a balance between administrative work through the decisions that organize the work and its relationship with its customers by providing the services it needs.

**Key words: role, communication, communication strategy, foundation.**

**Résumé:**

La présente étude a pour but de mettre en relief le rôle déterminant de la stratégie de la communication à l'effet de promouvoir la qualité de la prestation de service dans ce domaine.

Ce, pourquoi j'ai choisi comme référence pour la présente étude le cas de l'agence commerciale d'Algérie Télécom de la Wilaya EL\_Oued. Se pose ici la problématique de la contribution de la stratégie de la communication dans le développement de la qualité du service de l'Entreprise Algérie Télécom.

À cet effet, j'ai adopté la méthode descriptive et analytique pour la terminologie et la collecte des informations et la méthode statique pour l'analyse de ces informations et d'en tirer les conclusions.

Ce travail, qui a nécessité la répartition de 16 imprimés aux agents de cette Entreprise et un entretien avec le Chef d'Agence, m'a permis de constater qu'elle s'appuie sur la stratégie de la communication, obéissant à des étapes élaborées et prédéfinies pour la réalisation de ses objectifs aussi bien à l'échelle intérieure qu'extérieure.

**Mots clés : Role, communication, stratégie de la communication  
\_l'Entreprise.**

فهرس المحتويات:

الصفحة	المحتويات
VI	شكر وعرفان
VI	اهداء
VI VI	الملخص باللغة العربية ،اللغة الانجليزية ،اللغة الفرنسية
VI VI	فهرس المحتويات
VI	فهرس الجداول
VI	فهرس الأشكال
VI	فهرس الملاحق
أ ، ب	المقدمة
<b>الجانب المنهجي للدراسة</b>	
16	الإشكالية
17	تسؤولات الفرعية
17	الفرضيات
17	أسباب إختيار الموضوع
18	أهداف الدراسة
18	أهمية الدراسة
19	تحديد المفاهيم والمصطلحات

22	منهج وأدوات الدراسة
25	عينة الدراسة
26,27,28	الدراسات السابقة
29	مجالات الدراسة
<b>الجانب التطبيقي</b>	
30 48	نبذة عن مؤسسة اتصالات الجزائر
49	الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة
50 68	تحليل بيانات الدراسة
69 71	جداول المركبة وتحليلها
72	نتائج في ضوء الفرضيات
73	نتائج الدراسة الميدانية
75	خاتمة
77 78	قائمة المراجع
80 88	قائمة الملاحق



## فهرس الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
51	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
52	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	03
53	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	04
54	نمط الاتصال السائد في المؤسسة	05
55	الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الادارة العليا في تبليغ المعلومات للموظفين	06
56	الوسائل الإتصالية المتاحة للزبائن للتواصل مع المؤسسة	07
57	الوسائل الاتصالية والاعلامية الاكثر استعمالا من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر فرع الوادي في في التعريف بخادماكم	08
58	الاستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية الوادي	09
59	ما اذا كان هناك فريق خاص لوضع استراتيجية اتصال	10
60	ما اذا كان يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال	11
61	رأى المبحوثين حول الاستراتيجية الاتصالية المتبعة ناجحة وفعالة	12
62	ما اذا كان لديهم إستراتيجية مستقلة ام يتلقاها الفرع من الإدارة المركزية	13
63	اذا كانت تقوم مؤسساتكم بدورات تكوينية في مجال الاتصال لرفع مستوى وتحقيق استراتيجية محكمة	14
64	رأى المبحوثين حول خطط استراتيجية الاتصال المتبعة اذا حققت غايات المؤسسة	15
65	رأى المبحوثين حول الاستراتيجية الاتصالية المطبقة داخل مؤسستهم	16
66	رأى المبحوثين حول رضا الزبائن	17
67	الخدمات التي تلقى رضا الزبائن	18
68	رأى المبحوثين حول التقنيات الاتصالية الحديثة	19

## فهرس الأشكال :

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
50	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس	01
51	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن	02
52	توزيع أفراد العينة حسب متغير الخبرة المهنية	03
53	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى التعليمي	04
54	نمط الاتصال السائد في المؤسسة	05
55	الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الادارة العليا في تيلغ المعلومات للموظفين	06
56	الوسائل الإتصالية المتاحة للزبائن للتواصل مع المؤسسة	07
57	الوسائل الاتصالية والاعلامية الاكثر استعمالا من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر فرع الوادي في في التعريف بخادماكم	08
58	الاستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية الوادي	09
59	ما اذا كان هناك فريق خاص لوضع استراتيجية اتصال	10
60	ما اذا كان يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال	11
61	رأي المبحوثين حول الاستراتيجية الاتصالية المتبعة ناجحة وفعالة	12
62	ما اذا كان لديهم إستراتيجية مستقلة ام يتلقاها الفرع من الإدارة المركزية	13
63	اذا كانت تقوم مؤسساتكم بدورات تكوينية في مجال الاتصال لرفع مستوى وتحقيق استراتيجية محكمة	14
64	رأى المبحوثين حول خطط استراتيجية الاتصال المتبعة اذا حققت غايات المؤسسة	15
65	رأى المبحوثين حول الاستراتيجية الاتصالية المطبقة داخل مؤسستهم	16
66	رأى المبحوثين حول رضا الزبائن	17
67	الخدمات التي تلقى رضا الزبائن	18
68	رأى المبحوثين حول التقنيات الاتصالية الحديثة	19

قائمة الملاحق :

الصفحة	المحتوى	الرقم
33	الهيكل التنظيمي الجديد للمديرية العامة لاتصالات الجزائر	01
36	الهيكل التنظيمي للمديرية العلمية لولاية الوادي	02
39	المخطط الهيكلي لأقسام ومصالح هذه المديرية الفرعية	03
40	المخطط التنظيمي للوكالات اتصالات الجزائر	04
42	مخطط هيكلني لنيابة المديرية للمهام والدعم	05
80	واجهة الاستبيان	06
81	محتوى الاستبيان	07
86	محتوى المقابلة	
88	جدول معدل الثبات	08

# مقدمة

## مقدمة :

يعتبر الاتصال العملية انتاج ونقل وتبادل الأفكار, فهو أداة اجتماعية يتم من خلالها تنسيق وتنظيم حياة الأفراد. ويتطور هذا الأخير بتطور المجتمعات البشرية خاصة التطور الكبير الذي نشاهده اليوم وهذا راجع لتقدم الكبير في مجال التكنولوجيا. وكذلك بالنسبة للمؤسسات حيث أصبح الاتصال يلعب دور كبير في تحقيق الانسجام بين الادرة وموظفيها أو مع جمهورها الخارجي .

وبما أن المؤسسات وخاصة المؤسسات التجارية العمومية في الجزائر اليوم أصبحت تدرك مدى أهمية الاتصال من خلال دوره في جميع العمليات التنظيمية والإدارية لذا من الضروري وضعه في اطاره الاستراتيجي لتحقيق الأهداف المرجوة . فالاستراتيجية الاتصالية تعمل على تحديد الوسائل الاتصالية وطريقة لأمثل لاستخدامها كم تعمل على وضع قرارات واليات لتحسين الأداء الوظيفي من جهة وتحسين صورة المؤسسة من خلال تعزيز وكسب ثقة زبائنها من جهة اخرى. وعليه تأتي هذه الدراسة لتسليط الضوء على دور استراتيجية الإتصالي تحسين أداء المؤسسة التجارية (دراسة حالة مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي). وتم تقسيم هذه الدراسة الى جانبين منهجي وتطبيقي.

اذ تطرقت في الجانب المنهجي الى اشكالية الدراسة و كانت كالتالي فيما يتمثل دور استراتيجية الإتصال في تحسين أداء المؤسسة التجارية في الجزائر؟ متبوعة بتساؤلات فرعية من أهمها كيف اثر تطبيق استراتيجية الإتصال في تحقيق اهداف مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي ؟ وايضا فرضيات وجملة أهداف من بينها ابراز أهمية استراتيجية الإتصال لتحقيق أهداف المؤسسة التجارية، وأوضحت أهمية الدراسة وأسباب اختاري للموضوع سواء الذاتية أو الموضوعية . واعتمدت على منهجين الوصفي التحليلي والاحصائي في طرحي وتحليلي للموضوع وذلك بالاعتماد على استمارة الاستبيان تنطلق بخصائص المبحوثين ثم يليها ثلاثة محاور فال محور الأول يخص طبيعية نمط الاتصالات السائدة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي أما المحور الثاني يبين تأثير استراتيجية اتصال في تحسين أداء مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي وأما المحور الاخير فيوضح دور استراتيجية الاتصال في تحقيق أهداف المؤسسة محل الدراسة وهذه الاستمارة تم توزيعها على عينة ممتثلة في 16 موظف بالمؤسسة محل الدراسة مع تحديدي مجالات الدراسة المكانية والزمانية .

أما في ما يخص الجانب تطبيقي فتطرق الى نبذة عن مجمع مؤسسة اتصالات الجزائر وعلى المؤسسة الفرع بالوادي والى توضيح الأساليب الاحصائية المستخدمة في تحليلي للبيانات ثم تحليل البيانات وتوضيحهم في جداول ودوائر نسبية ثم استخلاص النتائج في ضوء الفرضيات والنتائج العامة ثم خاتمة وقائمة مراجع وملاحق.

## الفصل الأول: الجانب المنهجي للدراسة

### مشكلة الدراسة ومنهجيتها

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
2. فرضيات الدراسة
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. مفاهيم ومصطلحات الدراسة
7. منهج وأدوات الدراسة
8. عينة الدراسة
9. مجالات الدراسة
10. الدراسات السابقة

## 1\_الإشكالية :

كان الاتصال وما يزال يشكل حيزا هاما في حياتنا , إذ يعتبر أداة مهمة لتعبير عن حاجياته وأفكاره وكل ما يجول بخاطره كون الإنسان مخلوق يحتاج إلى الغير في جميع جوانب الحياة , لذا, كان التطور الذي عرفه على مختلف مراحل مرافقا لمراحل تطور حياتنا المدنية.

لهذا الاتصال له تأثير في حياة الإنسان أكيدة, فهو الذي يمكنه من تنظيم وتطوير علاقاته الاجتماعية ويتجلى هذا في الطفرة الحاصلة في سبل التواصل والتي نقلت التواصل من الأسلوب التقليدي الي التقنيات الحديثة وما رافقها من تغير سواء على المستوى الفردي او حتى الجماعي عندما يتعلق الأمر بالمجتمعات كأسلوب حديث للتعامل والتحاور.

وعلى هذا الأساس، وفي ظل التنافس الذي نعيشه اليوم أصبح على المؤسسات احراز التميز من اجل الاختلاف عن اي مؤسسة منافسة وهذا لا يتم الا عن طريق تقديم خدمات ذات جودة عالية وبالاعتماد على عميلة الاتصال الفعالة التي تضمن العلاقة الجيدة بين المؤسسة وزبائنها من خلال بناء استراتيجية اتصالية فهي تعتبر من أهم الوسائل التي تتبعها المؤسسة باختلاف طابعها سواء كان تجاري أو خدماتي أو صناعي لتحقيق أهدافها باعتبارها مجموعة من الآليات التي يتم من خلالها تحقيق فعالية الاتصال، والتي تتمثل في احتلال المساحات الإعلامية، وتوفير الميزانية والمقارنة مع المنافسين، والمتابعة من الرئيس والبحث عن متعاملين وزبائن جدد،و عن التميز والشفافية والواقعية، والإنتشار وحسن التمويع وكذلك وضع حلول أولية للأزمات التي ستواجه المؤسسة مستقبلا، ومن بين هذه المؤسسات المتنوعة المؤسسة التجارية في الجزائر التي تعتبر هيئة او تنظيم خاص مهمتها تقديم خدمات مدفوعة للزبون بهدف تحقيق أرباح من خلال تسويق منتوجاتها أو خدماتها ، وكون أن هذه الأخيرة غايتها السير الحسن لنشاطاتها وتحقيق أرباح مالية فمن المؤكد أنها تتبع إستراتيجية إتصالية مُحكمة لضمان سيرورة أعمالها و تلبية حاجيات الزبون وعليه كانت إشكالية دراستنا كالآتي :

كيف تساهم استراتيجية الإتصال في تحسين أداء المؤسسة التجارية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي ؟



## 2\_ التساؤلات الفرعية :

وللإجابة على إشكالية البحث وجب علينا طرح الأسئلة الفرعية التالية :

\_مامدى مساهمة الإتصال في تحسين أداء مؤسسة اتصالات الجزائر؟

\_مامدى تطبيق إستراتيجية الأنصال في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

\_ما هو اثر تطبيق استراتيجية الإتصال في تحقيق اهداف مؤسسة اتصالات الجزائر؟

## 3\_ الفرضيات:

تعتبر الفرضية حل مقترح لظاهرة معينة كما انها ذات أهمية خاصة في الكشف عن العلاقة بين متغيرات الدراسة، فهي

تساعد الباحث في الكثير من المعلومات وتحديد نوع البيانات وحجمها والدراسة المثالية .

\_للاتصال دور رئيسي في تحقيق اهداف مؤسسة اتصالات الجزائر.

\_تعتبر إستراتيجية الإتصال عامل مهم في تحسين أداء المؤسسة.

\_تعمل المؤسسة على تحسين صورتها وتعزيز العلاقة مع جمهورها الخارجي بهدف تحقيق غايتها.

## 4\_أسباب اختيار الموضوع :

هناك عدة أسباب تدفعا لإختيار هذا الموضوع والتي نذكر أهمها في النقاط التالية :

### 1.4\_أسباب ذاتية :

\_الإرتباط المباشر لموضوع الدراسة بمجال تخصصنا.

\_ ميولنا الشخصي لدراسة هذا الموضوع والإطلاع على بعض تقنياته.

## 2.4\_ أسباب موضوعية :

\_\_ ثقل وزن مؤسسة اتصالات الجزائر باعتبارها الوحيدة الموجودة في السوق الجزائرية.

\_\_ بروز أهمية تبنى استراتيجية اتصال داخل المؤسسات.

\_\_ قابلية الموضوع المطروح للدراسة النظرية والميدانية.

## 5\_ أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة الى التعرف على:

\_\_ ابراز أهمية استراتيجية الإتصال لتحقيق أهداف المؤسسة التجارية.

\_\_ معرفة استراتيجية الاتصال المتبعة من طرف المؤسسة ومامدى اهتمام الموظفين بها.

\_\_ تقييم واقع الإتصال والوقوف على العراقيل التي تواجه المؤسسة.

## 6\_ أهمية الدراسة :

أهمية الدراسة من أهمية الموضوع نفسه وهو ابراز أهمية الإتصال داخل المؤسسة والكشف عن استراتيجية الإتصال المعتمدة لنمو المؤسسة وتأثيرها عليها والتي بدورها تساعد على تحقيق اهداف المؤسسة العمومية الخدماتية في الجزائر ومن ناحية اخرى خدمة الصالح العام .

## 7\_ مفاهيم الدراسة :

يعتبر تحديد المفاهيم من أهم الخطوات في أي بحث علمي وخاصة العلوم الإنسانية و الإجتماعية , لذلك حددنا المصطلحات

الأساسية التي يتمحور عليها موضوع دراستنا وهي :

الدور، الإستراتيجية الإتصالية، الإتصال، المؤسسة .

## 1.7\_ الدور :

لغة :

هو مصطلح جمعه أدوار، مصدر دار :عودة الشيء الى مكان عليه مرة، حركة ،طبقة من الشيء

المدار: بعضه فوق بعضه الآخر.<sup>1</sup>

إصطلاحاً:

مجموعة من الأفعال المكتسبة التي يؤديها الشخص في موقف تفاعل اجتماعي من الخدمات إذ تعلق الأمر بالجماعة ،ومجموعة من الدوافع إذا تعلق الأمر بالقدر ،ومنهم من ربط مفهوم الدور بمعينين :المعنى الكلاسيكي وهو المعنى الذي يرتبط به ، وآخر:وهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل.<sup>2</sup>

اجرائياً:

نقصد بالدور هو اتباع الفرد لسلوك معين، هذا السلوك يسمح للفرد بتأدية واجباته ووضائفه داخل مجتمع معين.

## 2.7\_ استراتيجية الإتصال:

لغة :

تُشتق كلمة استراتيجية من الكلمة اليونانية (Stratēgos) وهي كلمة مكونة من مقطعين؛ المقطع الأول منها هو (stratus) ويعني الجيش، والمقطع الثاني هو (ago) ويعني القيادة أو الحركة، كما تُعتبر الاستراتيجية خارطة طريق للمؤسسات؛ تُحدد رؤيتها، ومهمتها، وأهدافها، وعليه فإنها تحدف إلى زيادة ودعم نقاط قوة المؤسسة وإضعاف نقاط قوة المنافسين.<sup>3</sup>

إصطلاحاً:

<sup>1</sup> جبران مسعود:الرائد،معجم لغوي عصري،ط8،دار العلم للملايين ،بيروت ،لبنان ،2001،ص50.  
<sup>2</sup>ابراهيم القمري:السلوك الإنساني والعلاقات العامة ،دط،الجامعات المصرية ،الإسكندارية ،1976،ص50.

<sup>3</sup>خالد رجم:محاضرة بعنوان مدخل للإستراتيجية مقياس إستراتيجية المؤسسة،ثانية منجمنت،معهد العلوم والتقنيات التطبيقية،ورقلة ،الجزائر 2016.2017. ص03.

هي فن تسيير، انسجام، ووضع مختلف أشكال الإتصال في المؤسسة في انسجام من أجل تلبية الأهداف ذات المصلحة العامة، وتحقيقها يمر عبر تطوير أو تنمية علاقات انسانية واجتماعية بين أشخاص وبين هؤلاء والمؤسسة.<sup>4</sup>

اجرائيا: هي الخطط والبرامج التي تقوم بها مؤسسة من اجل تحقيق أهدافها.

### 3.7\_الإتصال:

لغة:

إن المدلول اللفظي لكلمة إتصال يدل على أن أصلها في اللغة العربية (صل) فيقال وصل فلان لشيء بمعنى وصل الخبر.<sup>5</sup>

إصطلاحا:

تعتبر عملية الإتصال عملية معقدة إجتماعيا وتشكل إحدى المكونات الأساسية للجماعة حتى يمكن القول أنه لا يمكن في الأصل تصور الجماعة بدون الإتصال , والإتصال أيضا هو عملية ربط مقصودة بين طرفين المرسل والمستقبل لتأدية وظيفة محددة في إطار النشاط الإنساني , والإتصال أيضا هو عملية إجتماعية إنمائية وغايتها حصول الفرد والجماعة على المعارف والمعلومات والإمام بتجارب الأفراد والجماعات الأخرى.<sup>6</sup>

يعتبره سمير حسن أنه النشاط الذي يستهدف تحقيق العمومية أو الذبوع أو الإنتشار أو الشبوع لفكرة أو موضوع أو منشأة أو قضية , وذلك عن طريق انتقال المعلومات أو الأفكار أو الإتجاهات من شخص أو جماعة الى أشخاص أو جماعات باستخدام رموز ذات معنى واحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى الطرفين.<sup>7</sup>

اجرائيا:

الإتصال هو عملية مكونة من طرفين أو أكثر بشكل منظم وتتم في سياقين داخلي وخارجي ضمن إطار تسلسلي بالإعتماد على وسائل الإتصال الطبيعية والتكنولوجية من أجل تحقيق الأهداف المرجوة.

<sup>4</sup>ناصر دادي عون:الإتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الإقتصادية،دار المحمدية العامة،الجزائر،دط،2004،ص72.

<sup>5</sup>رشيد القاضي:معجم لسان العرب،ج6،دار الأبحاث الجزائر،2008،ص41.

<sup>6</sup>محمد على أبو العلا: فن الإتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق ،ط1،دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع،2014،ص14.

<sup>7</sup>حسن عماد مكاي:الإتصال ونظرياته المعاصرة ،ط4،الدار المصرية اللبنانية للنشر،القااهرة ،2003،ص24.

## 4.7\_ المؤسسة :

لغة:

المؤسسة جمع مؤسسات، وهي عبارة عن معهد أو شركة أسس لغاية ما هدفها تحقيق ربح مادي أو تحقيق خدمة عمومية.<sup>8</sup>

إصطلاحا:

يعرف مكتب العمل الدولي المؤسسة على أنها مكان لمزاولة أي نشاط ولهذا المكان سجلات مستقلة.<sup>9</sup>

إجرائيا:

تعتبر المؤسسة مكان وهيكل للقيام بعدة أنشطة مختلفة ولها إدارات وهيكل تعكف على تقديم خدمات مختلفة للعمال ولها أهداف وغايات محددة.

## **8\_ منهج وأدوات الدراسة :**

**1.8\_ المنهج:** يعتبر المنهج من الخطوات الواجب على الباحث اتباعها في ترتيب وتنظيم أفكاره وذلك بغية الوصول الى نتائج منطقية، صحيحة ودقيقة.

حيث عرفه "موريس انجس" بأنه مجموعة من الإجراءات والخطوات المتبناه من أجل الوصول الى نتيجة، وهو فن التنظيم والتصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، من أجل البرهنة عن حقيقة لا يعرفها الاخرون.<sup>10</sup>

ولأن كل دراسة أكاديمية تستدعي الإعتماد على المنهج فسنعتمد في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه أحد أهم مناهج البحث العلمي وأكثرها شيوعا، ويعود السبب الرئيسي وراء شيوع استخدام هذا المنهج للمرونة الكبيرة الموجودة فيه، ولشموليته الكبيرة ومن خلال المنهج الوصفي التحليلي يستطيع الباحث دراسة الواقع بشكل دقيق للغاية، حيث يتعرف الباحث على الأسباب التي أدت الى حدوث الظاهرة ويساهم في اكتشاف الحلول لها. ولهذا هو الأقرب الى طبيعة دراستنا ويساعد على تناول

<sup>8</sup>تامر دادي عدوان: الإدارة والتخطيط الإستراتيجي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص75.

<sup>9</sup>تامر دادي عدوان : مرجع نفسه، ص76.

<sup>10</sup>احمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص283.

عناصر المشكلة ويبحث عن التغيرات المنطقية المناسبة للاستناد عليها باضافة المزيد من المعلومات والحقائق التي من واقع التجارب العلمية لعروض المؤسسة والتي لهاصلة بالموضوع .

كم يعرف المنهج الوصفي تحليلي : هو الطريقة المؤدية للحصول على معلومات دقيقة تصور الواقع الاجتماعي وتساوم في تحليل الظواهر.<sup>11</sup>

كما اعتمدنا على الاسلوب الاحصائي وهو فرع من الدراسات الرياضية التي تعتمد على جمع المعلومات والبيانات لظواهر معينة وتنظيمها وعرضها جدوليا أو بيانيا ثم تحليلها رياضيا ، واستخلاص النتائج بشأنها والعمل على تفسيرها.

كما عرفه شايف عكاشة : "يقوم باحصاء الألفاظ و التراكيب اللغوية (النحوية والصرفية والصوتية ) ثم محاولة تحليل العمل الأدبي في ضوء النتائج التي توصل اليها".<sup>12</sup>

## 2.8\_ أدوات الدراسة:

من الشائع حول أدوات الدراسة أو أدوات جمع البيانات أنها : تلك الوسائل التي يستخدمها الباحث من أجل الحصول على أكبر قدر ممكن من المعلومات التي تفيده في بحثه.

### 1\_المقابلة:

وهي محادثة موجهة بين الباحث والشخص المبحوث بهدف الوصول إلى نتائج علمية تؤكد أو ترفض الفرضيات المقترحة في دراسة معينة.<sup>13</sup>

استخدمنا المقابلة لتدعم الاستمارة في جمع البيانات والمعلومات اللازمة لموضوع الدراسة ومعرفة إبعادها الميدانية, إذ توجد معلومات أساسية

لا يمكن استقصاؤها والحصول عليها إلا عن طريق بعض الأشخاص الذين لهم دراية بمجال البحث من رئيس الإنتاج بإضافة إلى مجموعة

من المقابلات بين الموظفين. واعتمدنا في دراستنا هذه على المقابلة المقننة التي تقوم علي التحضير المسبق للأسئلة بهدف جمع البيانات

والمعلومات .

<sup>11</sup> حسين أحمد جواد :الجبوري،مدخل لبناء المهارات البحثية،ط1،دار الصفاء للنشر والتوزيع،الأردن،2003،ص12.

رقاب خادم:سؤال المنهج في النقد الأدبي المعاصر دراسة تحليلية لرواية الشهاد لنجيب محفوظ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير،كلية الأدب

<sup>12</sup> واللغات،قسم اللغة والأدب العربي،جامعة أبو بكر بلقايد،2016.2016،ص29.

<sup>13</sup> عباس أيوب : منهجية البحث العلمي، تدريب وتحضير بدني رياضي،معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، ص20.

2\_ استمارة الإستبيان: وهو عبارة على استمارة تتضمن بعض الأسئلة تتضمن الأسئلة الموجهة الي عينة من المجتمع الأصلي حول ظاهرة أو موقف معين ,وهناك نوعين من الإستبيان المقيد والمفتوح.

**فالمقيد:** هو التي تكون الأجوبة محددة وما علي المستجوب الاختيار بين (نعم) و(لا).

**المفتوح:** وهو الذي يترك للمستجوب حرية الاختيار الإجابة التي يرغب فيها وهذا النوع غير محدد في المجتمعات غير المثقفة.

ولهذا استعملناه كوسيلة بحث عن اراء ومواقف داخل وخارج المؤسسة وهذا من خلال الأسئلة المطروحة في الإستمارة.<sup>14</sup>

حيث تمتثلت في محور وكل محور به مجموعة من الاسئلة حيث اتنطلق بخصائص المبحوثين ثم يالها ثلاثة محاور فالمحور الأول يخص طبيعية نمط الاتصالات السائدة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي وبه 4 أسئلة أما المحور الثاني يبين تأثير استراتيجية اتصال في تحسين اداء مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي وبه 5 أسئلة وأما المحور الاخير فيوضح دور استراتيجية الاتصال في تحقيق أهداف المؤسسة محل الدراسة ويندرج تحته 6 أسئلة. في الملاحق موضحة المحاور وأسئلة استمارة الاستبيان .

## صدق و ثبات الاستمارة :

أ- الصدق : الصدق يعني "صدق أسئلة الاختبار من حيث صياغتها ومحتواها وطريقة تطبيقها على المبحوثين لتحقيق

الهدف من الاختبار

ب- الصدق الظاهر :

يعتمد الحصول على صدق الاختبار في هذا الأسلوب على مظهر بنود الاختبار فإذا ارتبطت هذه البنود بالسلوك او السمة او المجال المراد قياسه كان ذلك دليلا على صدق البنود ويعتبر هذا الأسلوب في الصدق من أقل الأساليب قيمة ذلك انه لا يمكنه تفسير نتائج في المجال المستخدم

ومنه تكون الأداة صادق اذا كان مظهرها يشير إلى ذلك من حيث الشكل ومن حيث الارتباط فقراتها بالسلوك المقاس . فإذا كانت محتويات الأداة وفقراتها مطابقة للسمة التيقيسها فإنها تكون أكثر صدقا. وهذا النوع ليس صادقا الا انه ينال ثقة المستجيبين وتعاونهم مع الباحث<sup>15</sup>

<sup>14</sup>عباس ايوب:دروس في منهجية البحث العلمي مرجع سابق.ص20.

قد تم توزيع الاستمارة 16 موظف في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي.

يشير ثبات الأداة إلى اتساق درجاتها في قياس ما يجب قياسه وإعطاء نتائج مماثلة أو متقاربة لو كررت عملية القياس على الأفراد أنفسهم وباختلاف العوامل والظروف الخارجية

كما يعرف ثبات الأداة على أنه مفهوم احصائي لا يمكن الاستدلال عليه من مجرد الفحص المنطقي للفقرات كما هو الحال في بعض مؤشرات الصدق.

نبدأ بحساب ثبات المقياس بطريقة معامل الاتساق الداخلي (ألفا كرونباخ) ويعطي معامل ألفا الحد الأدنى للقيمة التقديرية لمعامل ثبات درجات الأداة<sup>16</sup>.

من خلال جدول نجد ان قيمة ألفا كرونباخ للاستبيان اي درجة التناسق الداخلي تساوي 5 وهي علاقة موجبة وبذلك يمكن القول ان الاستبيان ثابت.

جدول المتغير الثابت ملحق رقم 3.

## 9\_مجتمع الدراسة والعينة :

يقصد بمجتمع الدراسة : جميع المفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث وكذا جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء التي تكون موضع البحث .<sup>17</sup>

أما العينة تكون كبديل عن دراسة المجتمع أو الظاهرة ككل ,فيلجئ الباحث الى اختيار عينة ,يبحثها ليصل الى نتائج يستطيع تعميمها فيما بعد على كافة الظاهرة أو كل المجتمع المراد دراسته.<sup>18</sup>

ويتم جمع البيانات في المنهج الوصفي عن طريق مجتمع الأصل الذي يجمعى من خلاله الباحث المعلومات والبيانات التي يرغب في دراستها ،ويتم ذلك بطريقتين ،الأولى متمثلة في دراسة المجتمع ككل،والطريقة الثانية تتمثل في دراسة عينة من المجتمع الأصلي

<sup>15</sup> د.بشنة حنان وبوعموشة نعيم: الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية ،مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع -جامعة جيجل، مجلد: 3 عدد:(جوان 2002)،رقم العدد التسلسلي7،ص ص 118 121.

<sup>16</sup> بن صافي عبد الرحمان ، دراسة تقييمية لطرق تقدير صدق وثبات أدوات جمع المعطيات في أطروحات دكتوراه، علم النفس وعلوم التربية ،رسالة دكتوراه ، تخصص القياس وتحليل المعطيات ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، جامعة الجزائر 2، 2016\_2017. ص 28-42.

<sup>17</sup>جودت عزت عطري:أساليب البحث العلمي،مفاهيمه،أدواته،طرقه الإحصائية ،ط1،دار الثقافة للنشر والتوزيع ،عمان،2002ص75.

<sup>18</sup>عباس أيوب،المرجع السابق.صفحة19.



وتطبيق النتائج المتوصل إليها على باقي المجتمع. وبما أن دراستنا تضم عددا محدودا من الباحثين، يتعين علينا دراسة عينة المجتمع المتمثل في مظفي مؤسسة اتصالات الجزائر لولاية الوادي والعينة تكون قصدية باعتبارها تنتقى وفق أهداف الدراسة بناء على معرفة الباحث دون قيود، وتنتقى بناء على شروط يراها الباحث مناسبة كالكفاءة العلمية أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها<sup>19</sup>

ولهذا قد اخترت عينة قصدية متمثلة في موظفي المؤسسة والذين عددهم 16 موظف.

## 10\_الدراسات السابقة:

من المهم جدا لأي باحث أن يطلع على البحوث التي سبقت بحثه، لأن اطلاعه على ما سبق يجنبه التكرار، ويمكنه من تفادي الأخطاء التي وقع فيها غيره، وقد يسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه أكثر، لذلك حاولنا قدر الإمكان الحصول على دراسات سابقة أو مشابهة لهذه الدراسة نكر منها :

### الدراسة الاولى :

تمثلت في فاعلية الاستراتيجية الاتصال في تحسين اداء التنافس للمؤسسة الخدماتية (دراسة ميدانية بالمديرية الجهوية لمؤسسة موبيليس بشار) للموسم الجامعي 2018\_2019.

وهي عبارة عن مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة عبد الحميد بن باديس\_مستغانم\_شعبة علوم الاعلام واتصال من اعداد عباوي هاجر سحر تحت اشراف الاستاذة رقاد حليلة .

وقد قامت بطرح اشكالية التالية :

مامدى مساهمة استراتيجية الاتصال في تحسين الاداء التنافسي لمؤسسة موبيليس.

وقد تفرعت عن الاشكالية تسؤلات التالية :

ماهية استراتيجيات الاتصال التي تتبعها مؤسسة موبيليس؟

هل تؤثر استراتيجية الاتصال على صورة مؤسسة موبيليس؟

<sup>19</sup>اسمير محمد حسن،بحوث الاعلام الأسس والمبادئ،عالم الكتب،القاهرة،1991،ص97.

مامدى فاعلية استراتيجية الاتصال التي تتبناها مؤسسة موبيليس لتحسين اداءها التنافسي؟

معتمدة على المنهج الوصفي ومن اجل جمع البيانات استعانت الباحثة على الملاحظة والاستارة بالمقابلة والمقابلة وعلى عينة بحث قصدية متمثلة في 30 فرد من اطارات ومسيرين في المؤسسة .

ومن اهم النتائج المتوصل اليها:

\_ لا يتم التخطيط لاستراتيجيات الاتصال على مستوى المديرية الجهوية لمؤسسة موبيليس وانما هذا من اختصاص المديرية المركزية والتي تقوم باعداد الخطط مع اشراك جميع المديريات الجهوية من المركزية فهي تقوم بالتنفيذ والمتابعة وبعث المعلومات الضرورية من اجل تحسن .

\_ ان المؤسسة تقوم بتخطيط استراتيجياتها بناء على حاجيات الزبون ومتطلباته فمن خلال تحليل بقتها الداخلية والخارجية المتمثلة في سوق وما يريده الزبائن تقوم بوضع خططها واستراتيجياتها لتلبي حاجياته بما يخدم مصالحها ويعود عليها بالربح.

\_ تعمل الادارة العليا بشكل دائم على فتح باب الاقتراحات امام عمالها من اجل ايجاد رائجهم بكل حرية وحثهم على الابداع في مجالات عملهم.

**تعقيب على هذه الدراسة :**

هدفت هذه الدراسة الى معرفة اهمية بناء الخطط الاتصالية والمحكمة والمدروسة خاصة في ظروف المنافسة واتساع الجمهور وتنوعه والى معرفة مخرى فعالية استراتيجيات الاتصال في تحقيق اداء التنافسي للمؤسسة الخدمانية.

**الدراسة الثانية :**

تمثلت في الاستراتيجية الاتصالية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي للعاملين مديرية الضرائب\_ام البواقي نموذجاً\_الموسم الجامعي 2014\_2015.

وهي عبارة عن مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة العربي بن مهدي ام البواقي شعبة علوم الاعلام واتصال من اعداد زواقة عواطف و حرنان سماح تحت اشراف الاستاذ جفافة نوردين.

قد قام الطلبة بطرح الإشكالية التالية:

\_\_ كيف تساهم الاستراتيجية الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي بمديرية الضرائب؟

متبوعا بتسؤلات الفرعية :

\_\_ مالمقصود بالاستراتيجية الاتصالية في المؤسسة بشكل عام وفي مديرية الضرائب بشكل خاص ؟

\_\_ ماهو الواقع والعوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي بمديرية الضرائب ؟

\_\_ ماهو الدور الذي تلعبه الاستراتيجية الاتصالية في تحقيق الرضا الوظيفي بمديرية الضرائب؟

معتمدة على المنهج الوصفي ومن اجل جمع البيانات استعان الطلبة على الملاحظة والمقابلة و الاستبيان وعلى عينة بحث قصدية

متمثلة في 100 موظف والذين تم انتقاؤهم من مختلف وحدات وهيكل المؤسسة \_ادارة عليا, مشرفين ,مسيرين ,عمال بسطاء .

ومن اهم النتائج المتوصل اليها:

\_\_ اشباع حاجات العمال فيما يتعلق بحاجات الانتماء والقوة والانجاز ومدى تأثير هذه الحاجات على الرضا الوظيفي .

\_\_ تعزيز العلاقات الاجتماعية بين الادارة والعمال من خلال الانشطة الاجتماعية لتعاون لبناء وتوطيد العلاقات بينهم .

تعقيب على هذه الدراسة :

هدفت هذه الدراسة لتحديد ماهية الاستراتيجية والتعريف على الرضا الوظيفي وتأثيره انتاجية ونجاح المؤسسة.

## 11\_مجالات الدراسة :

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي دراسة علمية. فتحديد المجال المكاني والزماني يسهل طريقة العمل سواء

من مجتمع البحث حيث يسهل دراسة أتماطه الاجتماعية والثقافية والسلوكية خلال فترة محددة وبالتالي الخروج بنتائج دقيقة .

### 1.11\_المجال المكاني :

مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية الوادي وهو عبارة على ادارة علمية لجميع الوكالات التجارية في ولاية الوادي تقع في وسط

المدينة مقابل ساحة الشباب وهو موقع استراتيجي وسهل الوصول اليه.

## 2.11\_المجال الزمني :

قد استغرقت هذه الدراسة من بداية الموافقة على الموضوع في شهر أكتوبر 2021 إلى غاية ايداع هذه المذكرة في ماي 2022.

ولقد تم تقسيم مرحلة إنجاز المذكرة إلى جانبين أساسيين وهما : الجانب المنهجي والجانب التطبيقي .

الجانب المنهجي: تم فيه إنجاز الجانب المنهجي المتعلق بموضوع الد ارسه و منهجياتها.

الجانب التطبيقي: أما هذا الجانب فيتمثل في الد ارسه الميدانية المتعلقة بمكان الد ارسه و المتمثل فيمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية

الوادي حيث تم الشروع في إنجازها ابتداء من فيفري 2022 إلى ماي 2022 حيث قمت بجمع المعلومات و البيانات الأولية عن

الاستراتيجية الاتصالية الموجود في المؤسسة، والتعرف على عدد العمال من خلال رئيس قسم الموارد البشرية، أما مرحلة توزيع

الاستمارة فقد امتدت من بداية شهر افريل إلى نهايته ثم تحليل بيانات و ختم موضوع الدراسة .

## الجانب التطبيقي لدراسة

1. تمهيد

2. \_ نبذة عن مؤسسة اتصالات الجزائر .

نبذة عن مجمع اتصالات الجزائر (تعريفه، هيكل تنظيمي، مهامه ونشاطاته، أهدافه، فروع، اطاره القانوني).

نبذة شاملة عن فرع مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي ( تعريفها، مهامها ونشاطاتها ، هيكل تنظيمي للمؤسسة. اقسامها، اهدافها، مؤهلات اتصالات الجزائر في المحيط الاقتصادي الجديد).

3. الأساليب الاحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة.

4. تحليل بيانات الدراسة .

5. الجداول المركبة مع تحليلها.

6. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.

7. نتائج الدراسة الميدانية

8. الخاتمة

## تمهيد :

بعد أن تطرقت في الجانب المنهجي لخطوات اعداد دراسة تم تخصيص هذا الجانب لدراسة الميدانية وذلك بداية بتعريف بمؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي ثم الي تحليل بيانات المبحوثين المقدمة في استمارة الاستبيان .

### 1\_نبذة عامة عن مجمع اتصالات الجزائر:

وعيا منها بالتحديات التي يفرضها التطور المذهل الحاصل في تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال، باشرت الدولة الجزائرية منذ سنة 1999 بإصلاحات عميقة في قطاع البريد و المواصلات.

و قد تجسدت هذه الإصلاحات في سن قانون جديد للقطاع في شهر أوت 2000.

جاء هذا القانون لإنهاء احتكار الدولة على نشاطات البريد و المواصلات و كرس الفصل بين نشاطي التنظيم و استغلال و تسيير الشبكات.

و تطبيقا لهذا المبدأ، تم إنشاء سلطة ضبط مستقلة إداريا و ماليا و متعاملين، أحدهما يتكفل بالنشاطات البريدية و الخدمات المالية البريدية متمثلة في مؤسسة " بريد الجزائر" و ثانيهما بالاتصالات متمثلة في " اتصالات الجزائر".

وفي إطار فتح سوق الاتصالات للمنافسة تم في شهر جوان 2001 بيع رخصة لإقامة و استغلال شبكة للهاتف النقال وأستمر تنفيذ برنامج فتح السوق للمنافسة ليشمل فروع أخرى، حيث تم بيع رخص تتعلق بشبكات VSAT و شبكة الربط المحلي في المناطق الريفية.

كما شمل فتح السوق كذلك الدارات الدولية في 2003 و الربط المحلي في المناطق الحضرية في 2004. و بالتالي أصبحت سوق الاتصالات مفتوحة تماما في 2005، و ذلك في ظل احترام دقيق لمبدأ الشفافية و لقواعد المنافسة، وفي نفس الوقت، تم الشروع في برنامج واسع النطاق يرمي على تأهيل مستوى المنشآت الأساسية اعتمادا على تدارك التأخر المتراكم.<sup>(1)</sup>



المصدر : الموقع

(1) من وثائق المؤسسة.

## قانون 03/2000 وميلاد اتصالات الجزائر:

نص القرار 03/2000 المؤرخ في 05 أوت 2000 عن استقلالية قطاع البريد والمواصلات حيث تم بموجب هذا القرار إنشاء مؤسسة بريد الجزائر والتي تكفلت بتسيير قطاع البريد، وكذلك مؤسسة اتصالات الجزائر التي حملت على عاتقها مسؤولية تطوير شبكة الاتصالات في الجزائر، إذ وبعد هذا القرار أصبحت اتصالات الجزائر مستقلة في تسييرها عن وزارة البريد هذه الأخيرة أوكلت لها مهمة المراقبة.

لتصبح اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات. بعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيات الإعلام والاتصال تبعت القرار 200/03، أضحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت سنة 2003.

## 01 جانفي 2003 الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر

كان على اتصالات الجزائر و إطاراتها الانتظار حتى الفاتح من جانفي سنة 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال. لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا التاريخ، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد، ومجبرة على إثبات وجودها في عالم ليرحم، فيه المنافسة شرسة البقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة.

## أهداف مجمع اتصالات الجزائر

الجودة، الفعالية ونوعية الخدمات ثلاث أهداف أساسية يعتمد عليها مجمع اتصالات الجزائر: سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث أهداف أساسية تقوم عليها الشركة وهما الجودة، الفعالية ونوعية الخدمات. وقد سمحت هذه الأهداف الثلاثة التي سطرتمها اتصالات الجزائر ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر.

## نشاطات مجمع اتصالات الجزائر:

و تتمحور نشاطات المجمع حول:

تمويل مصالح الاتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية تطوير واستمرار وتسيير شبكات الاتصالات العامة والخاصة. إنشاء واستثمار وتسيير الاتصالات الداخلية مع كل متعاملي شبكة الاتصالات .

## فروع مجمع اتصالات الجزائر:

تعتبر اتصالات الجزائر مجمع حقيقي من خلال فروعها التي أنشئت لتساير التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات. فقد تم إنشاء فروع اتصالات الجزائر "موبيليس": مختص في الهاتف الخليوي، حيث تعتبر موبيليس أهم متعامي النقال في الجزائر من خلال تغطيتها التي تعدت 98 بالمائة وكذا عدد زبائنها الذي تعدى 10 ملايين مشترك. كما يظم مجمع اتصالات الجزائر فرع أساسي هام وهو اتصالات الجزائر للإنترنت "جواب" مختص في تكنولوجيا الإنترنت حيث أوكلت له مهمة تطوير وتوفير الإنترنت ذو السرعة الفائقة . وللإشارة، فكل قطاعات النشاط الكبرى في البلاد (التعليم العالي، البحث، التربية الوطنية، التكوين المهني، الصحة، الإدارة، المحروقات، المالية... الخ) مربوطة حاليا شبكات الأنترانات *Intranet* بمقرات الربط بالإنترنت عن طريق شبكة "جواب". اتصالات الجزائر الفضائية: المختصة بتكنولوجيات السائل والأقمار الصناعية.

## الإطار القانوني :

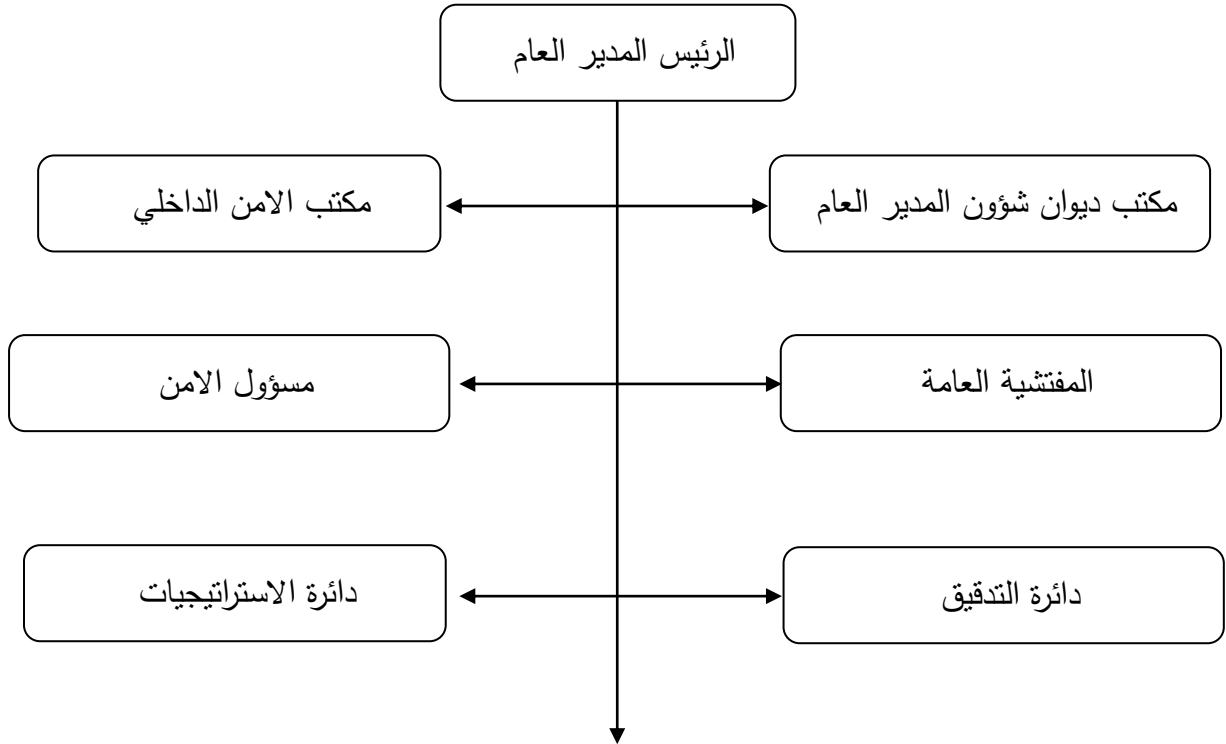
اتصالات الجزائر، مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر. تأسست وفق قانون 03/2000 المؤرخ في 05 أغسطس أوت سنة 2000 المحدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات ، فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة (CNPE) بتاريخ 01 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية إقتصادية أطلق عليها إسم " اتصالات الجزائر". وفق هذا المرسوم الذي حدد نظام مؤسسة عمومية إقتصادية تحت صيغة قانونية لمؤسسة ذات أسهم براسمال اجتماعي المقدر بـ **50.000.000.000** دينار جزائري والمسجلة في المركز السجل التجاري يوم 11 ماي 2002 تحت رقم **02B 0018083**. وفي إطار تعزيز و تنويع نشاطاتها قامت اتصالات الجزائر بوضع خطة محكمة من اجل خلق فروع لها مختصة، تساهم في التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية، أين تم خلق فرع مختص في الهاتف النقال وفرع آخر مختص في الاتصالات الفضائية مما أدى إلى تحولها إلى مجمع تسيير فروعها وهم على التوالي:



\* اتصالات الجزائر الهاتف النقال "موبيليس": مؤسسة ذات أسهم برأس مال اجتماعي 100.000.000 دينار جزائري مختصة في الهاتف النقال.

\* اتصالات الجزائر الفضائية *ATS RevSat*: مؤسسة ذات أسهم برأس مال اجتماعي ب : 1000.000.000 دينار مختصة في شبكة الساتل.

التنظيم الهيكلي للجديد للمديرية العامة لاتصالات الجزائر كالتالي :



الهيكل المرتبطة بالرئيس المدير العام هي :

- ديوان الرئيس المدير العام
- المفتشية العامة
- دائرة التدقيق الداخلي
- دائرة الاستراتيجيات
- دائرة الامن الداخلي للمؤسسة
- المكلف بأمن نظم المعلومات

قطب المهام والدعم : يتكون من ثلاث اقسام و خمس مديريات

- دائرة الموارد البشرية

- دائرة المحاسبة و المالية
- دائرة نظم المعلومات
- مديرية المشتريات و الامداد
- مديرية الوسائل والممتلكات
- مديرية الشؤون القانونية
- مديرية تامين المداخيل
- مديرية التحصيل

قطب البنى التحتية والشبكات يتكون من قسمين و ثلاث مديريات و مؤسسة وطنية كالتالي :

- دائرة شبكات النقل
- دائرة شبكات النفاذ
- مديرية الشبكة الاساسية
- مديرية استغلال المنصات
- مديرية الطاقة
- المؤسسة الوطنية لصيانة ومراقبة الشبكات

القطب التجاري و التسويق والابتكار و تتكون من قسم و خمس مديريات و وحدة البحث والتطوير

- دائرة التسويق والاتصال
- المديرية التجارية العامة
- المديرية التجارية للشركات
- مديرية الدعم التجاري
- مديرية الربط و التنظيم
- مديرية الخدمات
- وحدة البحث والتطوير .

### نظرة على المديرية العملية بالوادي:

تعتبر مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي من بين أهم مؤسسات الدولة اذ تقدم عدة خدمات من أهمها تغطية أكبر نسبة من الاتصالات في ولاية الوادي لإرضاء عملائها وسهول المعاملات بين المؤسسات الاقتصادية التي يتعامل معها وسنحاول في هذا المبحث التعرف على مؤسسة محل الدراسة ودراسة الهيكل التنظيمي للمؤسسة والى مهام ونشاطاتها وكذلك سنتطرق الى أهمية وأهداف المؤسسة .

## تعريف المديرية العملية لاتصالات الجزائر بالوادي :

تمت انطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر بالوادي في 01 جانفي 2003 وكان على اتصالات واطاراتها الانتظار حتى الفاتح من جانفي سنة 2003 لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال، لكن برؤى مغايرة تماما لما كانت عليه قبل هذا تاريخ حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد ومجبرة على اثبات وجودها في عالم لا يرحم فيها المنافسة شرسة البقاء فيها للأقوياء الأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات للمنافسة<sup>(1)</sup>.

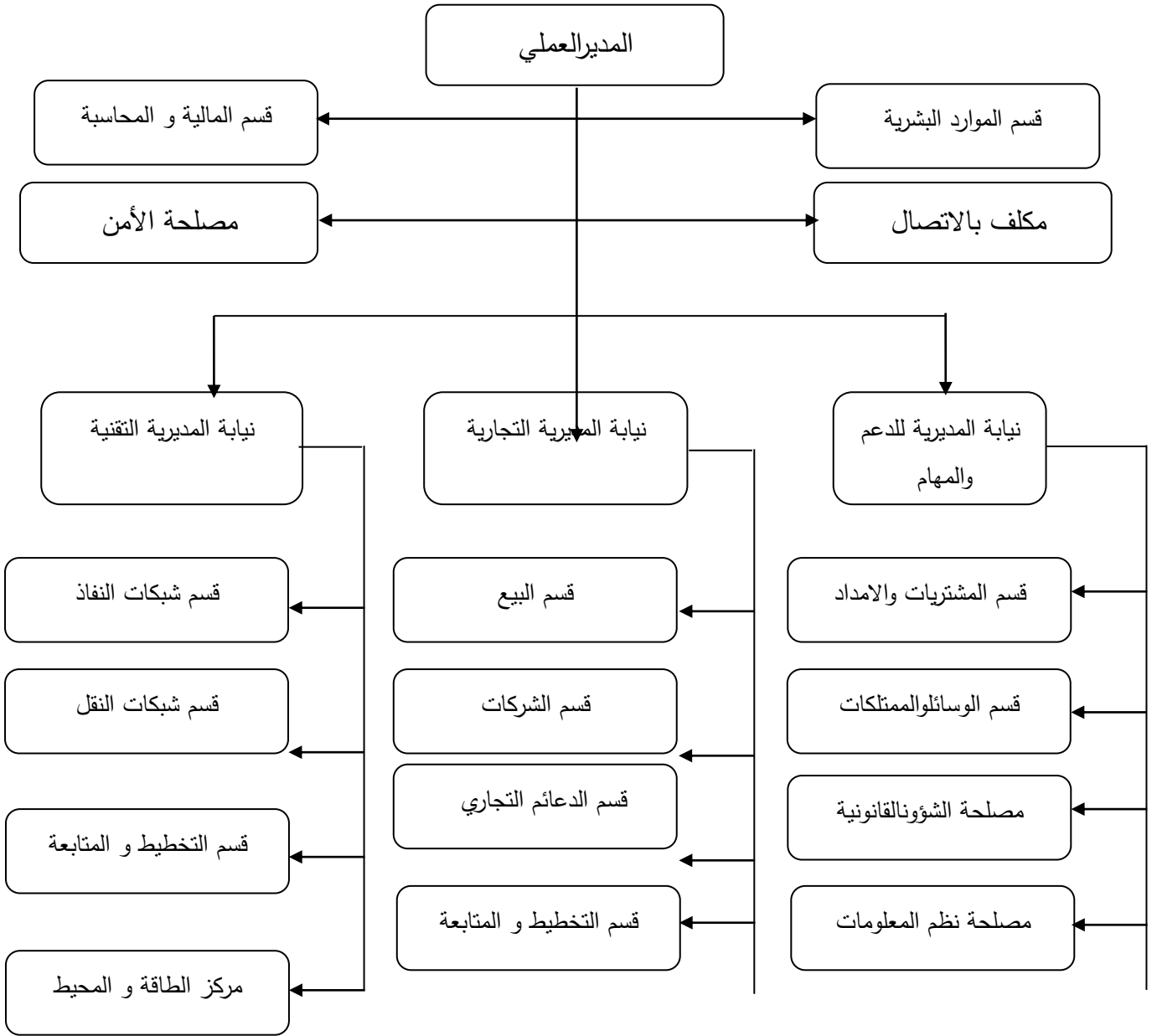
## دراسة الهيكل التنظيمي للمديرية العملية لولاية الوادي :

**المدير العملي:** ويتمثل دوره في التسيير الأمثل والحسن للمؤسسة والمصادقة على القرارات ثم إمضاؤها وممارسة السلطة السليمة على جميع الموظفين والمسؤولية المباشرة على كل المؤسسة وممتلكاتها. تتألف المديرية العملية من ثلاث نواب للمدير ، رئيس مصلحة الأمن و مكلف بالاتصال و العلاقات العامة :

- نيابة المديرية التقنية.
- نيابة المديرية التجارية.
- نيابة المديرية للمهام و الدعم.

---

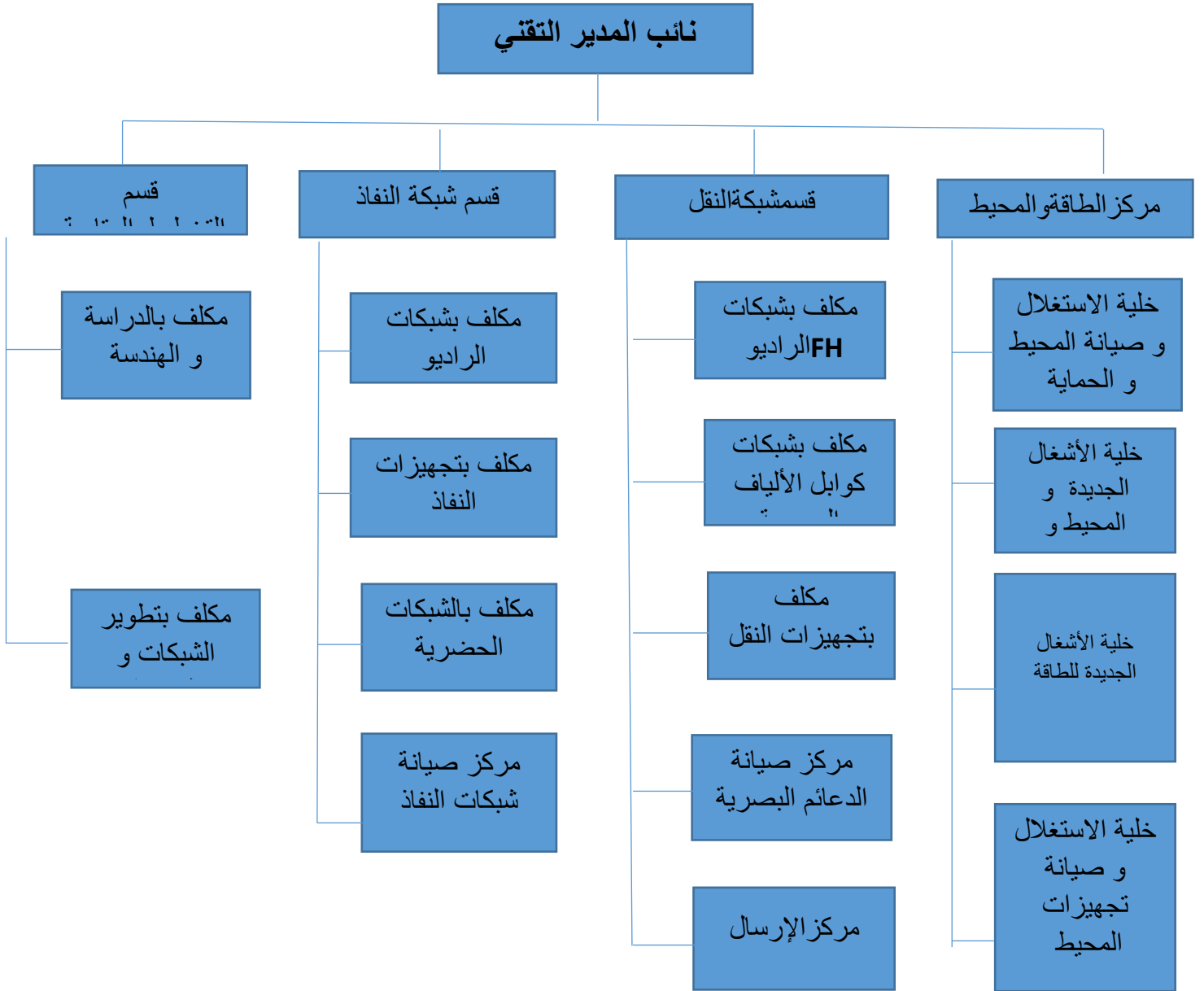
(1) من وثائق المؤسسة.



و تتألف نيابة المديرية التقنية من ثلاثة أقسام، ومركز للطاقة والمحيط :

- قسم شبكة النفاذ.
- قسم شبكة النقل.
- قسم التخطيط والمتابعة .
- مركز الطاقة و المحيط .

و المخطط الهيكلي التالي يوضح أقسام و مصالح هذه المديرية الفرعية



ومما سبق، فإن المهام الموكلة إلى جميع مكونات نيابة المديرية التقني تنقسم وفقا للإجراءات والأنشطة التالية .

### 1- بالنسبة لقسم التخطيط والمتابعة

وتتمثل مهام هذه الإدارة "مطور" للهياكل الأساسية لتكنولوجيا المعلومات الاتصالات على مستوى المديرية العملية بشكل رئيسي وبصورة رئيسية في:

تطوير قواعد بيانات شبكات الاتصالات في المديرية العملية سواء النفاذ ، النقل أو الطاقة و المحيط.

دراسة تطور الطلب على الخدمات (الصوت والبيانات) من قبل البلديات و الدوائر.

التخطيط للبنية التحتية للاتصالات اللازمة للرد بشكل موثوق وموثوق على طلبات زبائن الشركة ، من خلال وضع خطة التكاليف على أساس المشترك مع المصالح التقنية (النفاد ، النقل والطاقة) والمصالح التجارية على مستوى المديرية العملية. ومتابعة تركيب هذه البنى التحتية في أوقات وأماكن محددة، وفقا لخطة العمل. ونقل هذه البنى التحتية إلى المصالح التقنية (النفاد، والنقل، والطاقة الأساسية) لتشغيلها وصيانتها

## 2- قسم شبكة النفاد

بالنسبة لقسم الشبكة، فإن مهام هذا القسم "الدعم" إلى البنى التحتية لشبكة النفاد على مستوى المديرية العملية و تتركز أساسا على:

تشغيل وصيانة شبكة النفاد الحالية والمستقبلية (المعدات والكابلات) وسيتم إنجاز هذه العمليات في الميدان بدعم من مراكز التقنية المحلية، وهي: فإن مهام هذه الإدارة "دعم" للبنى التحتية لشبكة النقل على مستوى الدائرة الانتخابية هي أساسا وبصورة رئيسية على: تشغيل وصيانة شبكة الصرف الحالية والمستقبلية (المعدات والكابلات) وسيتم إنجاز هذه العمليات في الميدان بدعم من مراكز التقنية المحلية، وهي: CMRA: مركز صيانة معدات شبكات النفاد.

CMP : مركز صيانة والإنتاج .

## 3- قسم شبكة النقل

مهام قسم شبكة النقل بالدرجة الأولى "الدعم" إلى البنى التحتية لشبكة النقل على مستوى المديرية العملية و تتركز أساسا على: تشغيل وصيانة شبكة النقل الحالية والمستقبلية (المعدات والكابلات). وسيتم إنجاز هذه العمليات في الميدان بدعم من مراكز التقنية المحلية، وهي: فإن مهام هذه الإدارة "دعم" للبنى التحتية لشبكة النقل على مستوى المديرية العملية هي أساسا وبصورة رئيسية على: CMSO: مركز صيانة الدعائم البصرية.

CT : مركز الإرسال .

## 4- مركز الطاقة و المحيط :

وتمثل مهام هذا المركز كذلك في "الدعم" في الهياكل الأساسية للشبكة في جميع مكوناتها (النفاد والنقل) على مستوى المديرية العملية بشكل أساسي و خاصة في فيما يتعلق ب: تشغيل وصيانة معدات و تجهيزات الطاقة الحالية :

البطاريات .

المموجات و المعدلات

المولدات.

نيابة المديرية التجارية :

في هذا التنظيم الهيكلي الجديد ، يتم دمج جميع الهياكل التجارية في مديرية فرعية واحدة ألا و هي : نيابة المديرية التجارية .  
 نيابة المديرية التجارية هو استمرارية و امتداد للقطب التجاري بالمركزي المكلف بالتسويق والابتكار على المستوى المحلي . وتغطي  
 كل شعبة فرعية تجارية محددة بجملة من الإجراءات. وهي مسؤولة عن تنفيذ استراتيجية العمل للشركة. كما تقترح خطة عمل محلية  
 تمكنها من تحقيق الأهداف المحددة لها.

و تتألف نيابة المديرية التجارية من أربع أقسام :

قسم التخطيط و المتابعة.

قسم المبيعات.

قسم الشركات .

قسم الدعائم التجارية .

و المخطط الهيكلي التالي يوضح أقسام و مصالح هذه المديرية الفرعية



### قسم المبيعات :

هذا القسم يتأكد من أن الزبون يحظى برعاية جيدة في جميع أنحاء العملية التجارية برمتها (ما قبل البيع والمبيعات وما بعد البيع).  
 و و هذا موكل إليه ثلاث مهام رئيسية هي:

1. إدارة الشبكة التجارية وعلاقة الزبائن و العملاء: إنها مسألة ضمان رضا العملاء عن طريق الحركة التجارية و متابعة مختلف العروض التجارية ، و السهر على حسن سير الهياكل التجارية (الوسائل البشرية والمادية) و متابعة معالجة الشكاوى.
2. البيع والتنبؤ: ينطوي ذلك على وضع النهج الضروري لتعزيز المبيعات واستكشاف عملاء جدد من أجل تحقيق الأهداف المحددة في خطة العمل السنوية.

3 - إدارة المخزون: هي مسألة ضمان توريد المنتجات التجارية للوكالات التجارية وتوقع الاحتياجات.

## قسم الشركات

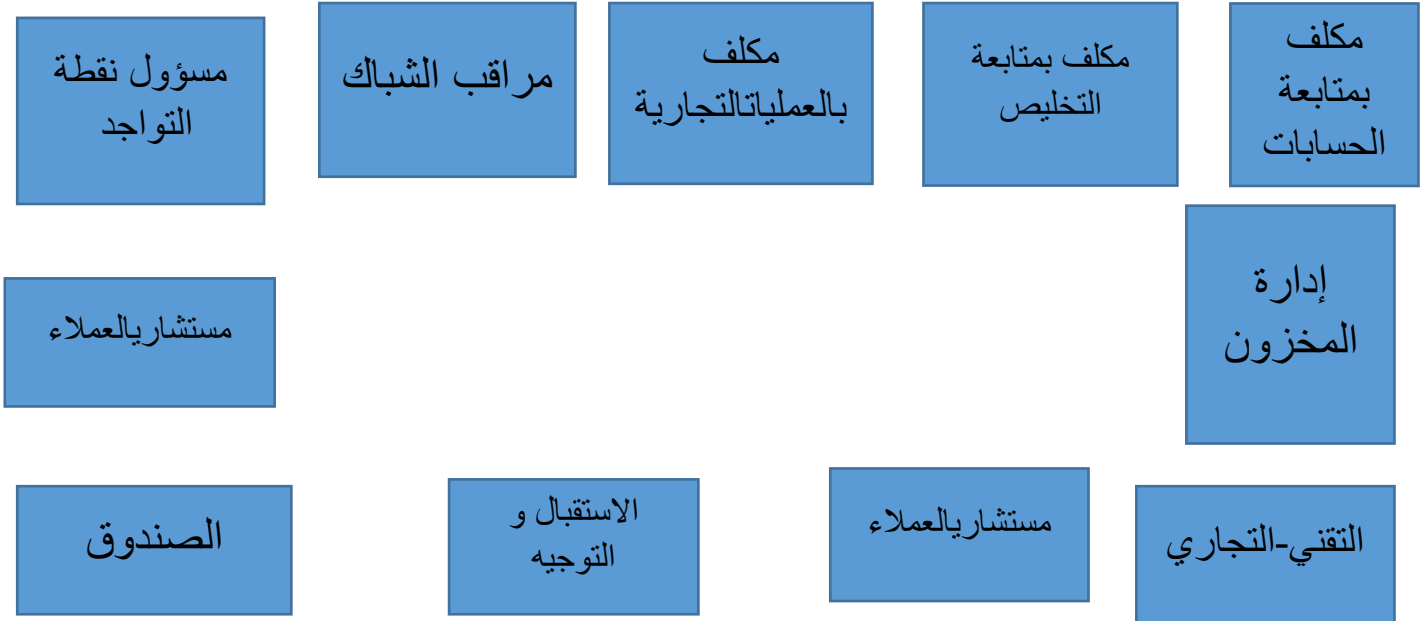
هذا القسم يخطط وينظم ويرصد تنفيذ إجراءات الزبائن (كالشركات الكبرى و الصغرى و المؤسسات و المديریات العمومية و كذا الجماعات المحلية كالبديية و الولاية ). وهو يدعم طلبات العملاء المهنية: عروض محددة، و تجهيز الطلبات، و دراسة الاحتياجات، و ما إلى ذلك. كما تقوم بمراقبة عملية الفوترة و التحصيل و تنسق عملية تزويد المعدات لهذه الفئة من الزبائن مع المديرية المركزية للشركات على مستوى المديرية العامة و كذا الهياكل الأخرى المعنية.

## قسم الدعائم التجارية :

هذا القسم يضمن التشغيل السليم لنظم المعلومات و الفواتير على المستوى المحلي (المديرية العملية ، الوكالات التجارية ، نقاط التواجد، الخ) فضلا عن المتابعة التصحيحية للأخطاء الواردة في تشغيل نظم المعلومات الخاصة بالمؤسسة . وهي مسؤولة أيضا عن مراقبة معاملة الفوترة و الدفعات عن السنة المالية الحالية.

-و يحدد المخطط التنظيمي للوكالة الاتصالات التجارية و نقطة التواجد على النحو التالي:

## مدير وكالة تجارية



## نيابة المديرية للمهام و الدعم :

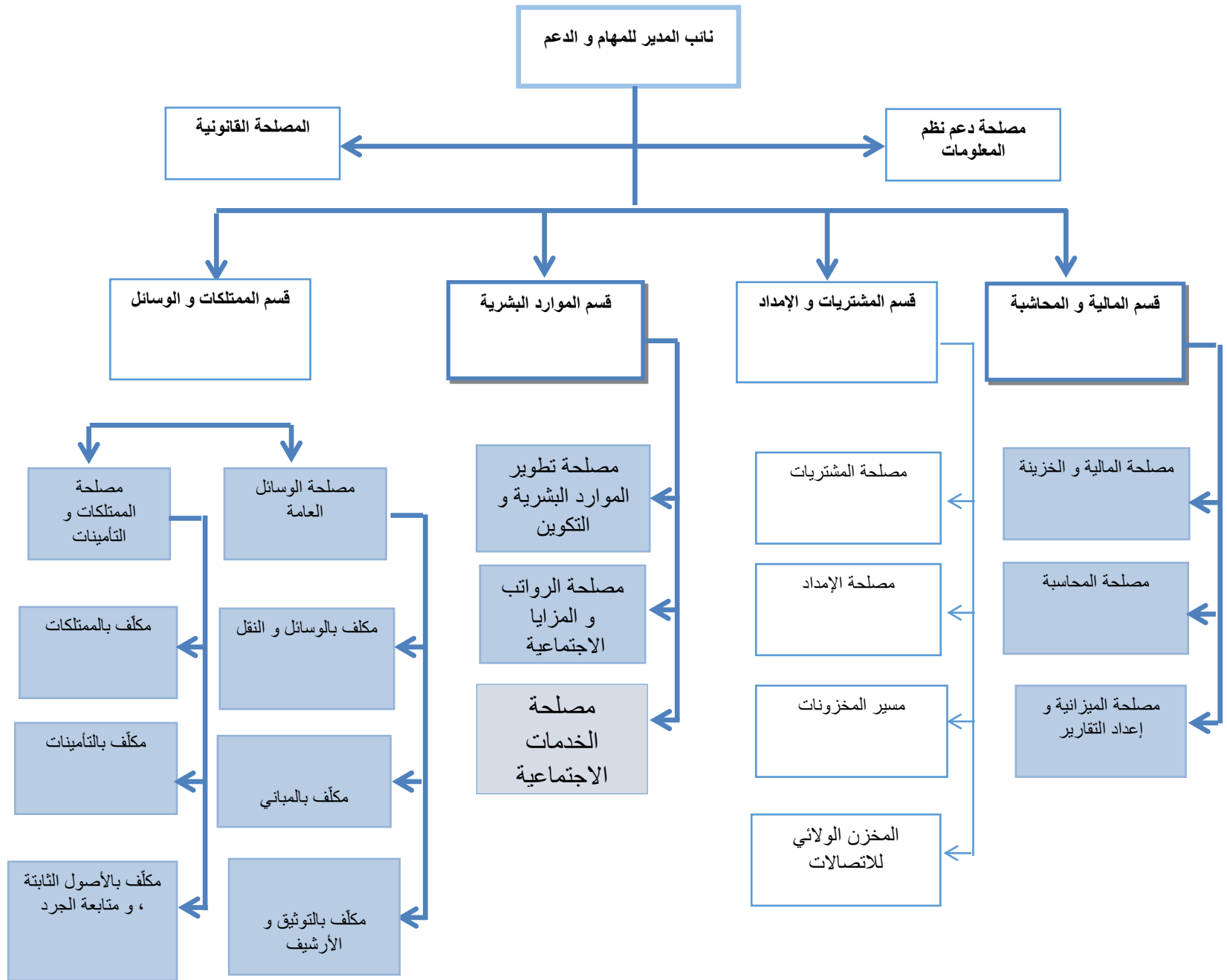
وتتألف نيابة المديرية للمهام و الدعم من التالي:

- قسم المالية والمحاسبة.
- قسم المشتريات والإمداد.
- قسم الموارد البشرية.
- قسم الممتلكات و الوسائل.



- المصلحة القانونية.
- مصلحة دعم نظم المعلومات .

يعرف المخطط الميكلي لنيابة المديرية للمهام و الدعم على النحو التالي:



### 1.3 مهام نائب المدير للمهام و الدعم:

نائب المدير للمهام و الدعم هو المسؤول عن تنفيذ استراتيجية الشركة في مجالات الدعم و الإمداد سواء من جانب الموارد البشرية أو الوسائل اللوجيستكية... إلى غير ذلك من وسائل الإمداد . وفي هذا السياق، تقترح خطة عمل على الصعيد المحلي تمكنه من تحقيق الأهداف المحددة لها.

### 4. المصلحة القانونية :

#### 1.4 مهامها : المصلحة القانونية ، هي المسؤولية في المقام الأول على :

- إصدار الفتاوى القانونية ضمن حدود اختصاصها بشأن دفاتر الشروط ، المناقصات ، العقود و الاتفاقيات و ذلك ضمن حدود النظام الداخلي لمؤسسة اتصالات الجزائر.
- إدارة المنازعات و التكفل بها .

### 5. مصلحة دعم نظم المعلومات :

#### 1.5 مهامها : مصلحة دعم نظم المعلومات مكلف أساسا ب :

- توفير وتركيب صيانة حضيرة الإعلام الآلي على مستوى المديرية العملية.
- ضمان تطبيق سياسة امن المعلومات على مستوى حضيرة الإعلام الآلي و جميع الأجهزة المرتبطة بالشبكة المعلوماتية للمديرية العملية و كذا جميع مراكزها.

### 6. قسم المشتريات و الإمداد:

#### 1.6 مهامه : رئيس قسم المشتريات والإمداد ، هو المسؤول الرئيسي عن:

- ضمان اقتناء التآثيث والتجهيزات و المعدات وفقا للإجراءات والأنظمة المعمول بها في اتصالات الجزائر و ذلك لتحسين نوعية الخدمة بأقل تكلفة.
- رصد تنفيذ الالتزامات تجاه الشركاء، ولا سيما فيما يتعلق بتسديد الفواتير.
- ضمان السيطرة والتحكم الدقيق لحركة المخزونات على مستوى المخزن اللوائي للإتصالات ، لضمان تقييم وترشيد استهلاكها.

#### رئيس مصلحة المشتريات : هو المسؤول أساسا عن:

- ضمان اقتناء المعدات ( تجهيزات، آلات ، والخدمات)
- متابعة تسديد فواتير الموردين .
- ضمان نقل المعدات للمراكز و المصالح طالبي التجهيزات بالمديرية العملية .

#### رئيس مصلحة الإمداد : هو المسؤول أساسا عن:

- التكفل التام بالاحتياجات المعبر عنها لجميع الهياكل والمراكز المرفقة.
- ضمان متابعة تخصيص المركبات الثقيلة والمعدات كل على حدى.
- ضمان الامتثال للبنود التعاقدية مع الموردين.

#### مسير المخزونات : هو المسؤول الأول عن :

- استقبال المقتنيات و المشتريات .
- إدارة وتحسين العرض على مستوى المخزونات (كإعلام و لفت انتباه مسؤولي المراكز عند نفاذ مخزون أي مادة )

- ضمان وثوقية المخزونات .
- تزويد المصالح بجميع المعدات اللازمة لأداء المديرية العملية على نحو سليم.

## 7. قسم المالية والمحاسبة

### 1.7 - مهامه : قسم المالية والمحاسبة هو المسؤول أساسا عن:

- التحقق والمصادقة على صحة جميع المعاملات المالية المنفذة ومدى مطابقتها على البيانات المالية وفقا للمعايير والمبادئ المحاسبية المعمول بها
- ضمان متابعة مدى احترام الميزانية .
- والتحقق من صحة التقارير الشهرية وإرسالها إلى دائرة المالية والمحاسبة المركزية بالمديرية العامة .
- ضمان متابعة الوضع النقدي للخزينة على مستوى المديرية العملية .
- وضمان الرقابة المالية على الوكالات التجارية و نقاط التواجد التابعة لها بالمديرية العملية.
- مراقبة العمليات المالية التي يقوم بها المكلف بالتحصيل والمكلف بالحسابات المرفق إداريا بالوكالة التجارية ووظيفيا بقسم المالية والمحاسبة.

### رئيس مصلحة المالية والخزينة : هو المسؤول الرئيسي عن:

- مراقبة مدى مطابقة ملفات الدفع مع إجراءات عقود اتصالات الجزائر واللوائح المعمول بها في الشركة.
- إدارة سجلات الدفع ومتابعة الخزينة.
- التأكد بانتظام من تحويل الأموال اليومية من قبل الوكالات التجارية و نقاط التواجد التابعة لها على مستوى المديرية العملية مع الحرص على اكتمال المبالغ المدفوعة.
- مراقبة الأداء السليم لحسابات المديرية العملية وضمان الامتثال للأنظمة الضريبية المعمول بها.
- الإشراف والرقابة على العمليات المالية التي تتم على مستوى الوكالات التجارية و نقاط التواجد التابعة لها على مستوى المديرية العملية

### رئيس مصلحة المحاسبة : هو مكلف أساسا ب:

- تتولى مسؤولية السجلات المحاسبية العادية لجميع المعاملات المالية التي تقوم بها المديرية العملية.
- يضمن تسجيل جميع المعاملات المالية على مستوى نظام المعلومات المحاسبي و المالي للشركة ORACLE/FINANCE .
- ضمان أن جميع السجلات المحاسبية متسقة ومصادق عليها.
- التحقق من موثوقية البيانات المالية للمديرية العملية.

### رئيس مصلحة الميزانية وإعداد التقارير : يتولى المسؤولية الرئيسية عن ذلك:

- مراقبة مدى مطابقة الإجراءات التي نفذت بالمقارنة مع الإجراءات المدرجة في الميزانية.
- الامتثال لخطة الميزانية التي المصادق عليها من قبل دائرة المالية والمحاسبة المركزية على المديرية العملية .
- ضمان إعداد التقارير المالية للمديرية العملية من خلال تضمين العمليات التي تقوم بها الوكالات التجارية ونقاط التواجد التابعة لها وهذا بعد المراقبة الدائمة لعملياتها (تتطلب هذه العملية تعاون رئيس مصلحة المالية والخزينة و رئيس مصلحة المحاسبة وهو ما يمثل أيضا إتصالات اليومية مع الوكالات التجارية ونقاط التواجد التابعة لها بالمديرية العملية .

## 8 قسم الموارد البشرية

### 1.8. مهام رئيس قسم الموارد البشرية : هو المسؤول أساسا عن :

- التنسيق بين مختلف أنشطة الموظفين داخل المديرية العملية ، بما في ذلك التوظيف والاستقبال ، الاندماج، والتعيين، والترقية، والنقل... إلخ.
- تطبيق سياسات إدارة الموارد البشرية التي فرضتها المديرية العامة في هذا الاتجاه.
- القيام، لأغراض المديرية العامة، بتحليل وإجراء دراسات عن تطوير الوظائف و كذا الموارد البشرية .
- التعاون مع المستوى المركزي على المشورة والمساعدة بشأن ممارسات ونظم إدارة الموارد البشرية إلى المسيرين و موظفي المديرية العملية .

### رئيس مصلحة تطوير الموارد البشرية و التدريب : هو المكلف المسؤول أساسا ب:

- تنفيذ الإجراءات التنظيمية لضمان توافر الموارد البشرية المؤهلة وضمان تطورها.
- ضمان تحديث إحصاءات الموظفين وتحديثها وإضفاء الطابع الرسمي على لوحة المديرية العملية .
- المشاركة مع المديرية العامة في تصميم برامج التطوير الوظيفي ( تطوير أدوات تقييم الموظفين والإشراف على عملية التقييم)
- إدارة المخططات التنظيمية على أساس الإعدادات والنسب المحددة والتحقق من صحة من قبل المديرية العامة.
- ضمان التطبيق الموحد للأنظمة والحرص على تنفيذها.
- ضمان متابعة ومراقبة شروط تطبيق قواعد إدارة شؤون الموظفين.
- تحديد وتقييم الاحتياجات التدريبية الناشئة عن الخطة الوظيفية للمديرية العملية
- رصد ومراقبة العمليات التكوينية .
- تقديم المساعدة لمختلف الهياكل و المصالح لتنظيم العمليات التكوينية من أجل إضفاء الصبغة الرسمية.
- متابعة إجراءات التمهين و التبرصات التطبيقية .

### رئيس مصلحة الرواتب والمزايا الاجتماعية : هي المسؤولة في المقام الأول عن:

- ضمان إعداد واستغلال كشوف المرتبات و وثائق الأجور ومعالجة شكاوى الموظفين بهذا الخصوص .
- إعداد كشوف المرتبات لجميع موظفي المديرية العملية.
- الحفاظ على السجلات الإدارية للموظفين.
- ضمان العلاقات مع طب العمل والمؤسسات الخارجية (صندوق الضمان الاجتماعي ، صندوق المعاشات ... إلخ).

### رئيس مصلحة الخدمات الاجتماعية:

يكون رئيس مصلحة الخدمات الاجتماعية مرتبطا إداريا بقسم إدارة الموارد البشرية بالمديرية العملية ووظيفيا إلى لجنة المشاركة الوطنية للشركة ، و هي المسؤولة بشكل رئيسي عن تنفيذ البرامج على مستوى المديرية العملية المسطرة من قبل لجنة المشاركة.

### مهام ونشاطات المديرية العملية بالوادي :

#### مهام المديرية العملية بالوادي

ويمكن تلخيص مهام مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي فيما يلي:

- توفير كل وسائل الاتصال؛  
- تعتبر المركز الإداري لأداء الخدمات وتمويلها سواء من طرف الدولة أو من طرف قطاعات خاصة لبيع خطوط مختلفة من الهواتف النقال وصيانتها؛

- عقد الصفقات والتكفل بتنظيم إدارة العمل في كل المصالح التابعة لها؛  
- مساعدة وتسيير مدراء المراكز كالوكالة التجارية وأقسامها ومراكز الإنتاج؛  
- تأمين ديمومة ربط الزبائن بشبكة الإنترنت؛  
- إنجاز الأهداف المسطرة من طرف الإدارة المركزية.

### نشاطات المديرية العملية بالوادي:

تتوزع نشاطاتها على ثلاثة ميادين:

- \* بالنسبة للشركاء: تطمح مؤسسة الاتصالات دائما إلى استحقاق دعم شركائها وذلك بالمحافظة على أموالها.
- \* بالنسبة للزبون: تسعى إلى كسب زبائنها بتوفير أعلى مستوى للخدمات.
- \* بالنسبة للعمال: توفير شروط العمل ومنها المنافسة لتحسين الإنتاج والخدمات كما تهتم المؤسسة أيضا بالاستجابة إلى كل المستلزمات الناتجة عن هذه الخدمات.

### أهمية وأهداف مؤسسة اتصالات الجزائر:

تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر بتحقيق أهدافها من خلال أهميتها للمجتمع.

## أهمية مؤسسة اتصالات الجزائر :

- المساهمة في تنمية المجتمع إعلاميا جزائري؛
- المساهمة في النقل والتسليم مع علماء الصعيدين الوطني والدولي للاتصالات؛
- المساهمة في تقديم خدمات تقنية للمؤسسات؛
- المساهمة في تعزيز الشبكات الناشطة في السوق باعتبارها المتعامل التاريخي قطاع اتصالات تفي جزائري؛
- المساهمة في توزيع الخطوط الهاتفية والأرقام الهاتفية التقنية والعملية للطلبات الممكن تحقيقه؛
- المساهمة في تقديم الاستعلامات والشروحات للزبائن وكذا تكفل بعملية البيع المباشر للمتوجات.

## أهداف مؤسسة اتصالات الجزائر :

- تمويل مصالح اتصالات بما يسمح بنقل الصورة والصوت والرسائل المكتوبة والمعطيات الرقمية؛
- تطوير واستمرار وتسيير شبكات اتصالات العامة والخاصة؛
- إنشاء واستثمار وتسيير اتصالات داخلية مع كل متعاملين بشبكة الاتصالات؛
- ضمان مجمعة شرا تلتقيا سجودة الخدمة لتحسين رضا العملاء؛
- توقع وتحديد ورصد الطلب في السوق؛
- الشروع في اقتناء وإضافة تكنولوجيا جديدة استجابة لاحتياجات العملاء السوق والتكنولوجيا ومشاهدة.
- الترويج والتسويق وخدمة بيع عو قيا سر رضا العملاء؛
- وضعت تطوير وتشغيل شبكات اتصالات عبر الأرقام الصناعية (اتلساتو إمارسات، والمحطات الطرفية ونظام اتصالات الشخصية المتنقلة العالمية...) في الامتثال للمعايير والقواعد الدولية؛
- سيطرة اتصالات الجزائر وبقائها في الزيادة وجعلها المتعامل لمواحد في سوق من خلال نشاطها تغطيتها لأغلبية مستخدميها؛
- تسجيل الطلبات التجارية الخطية للزبائن ودراستها؛
- تكفل بعملية المراسلات الخاصة بالزبائن؛
- معالجة الطلبات المتعلقة بالزبائن الذين لم يدفعوا مستحقاتهم في آجالها؛
- متابعة طلبات الخطوط الهاتفية المؤقتة قبل انتهاء آجالها؛
- دراسة الطلبات الخاصة بالاستعلامات تعلم مستو بالوكالة التجارية.

## الأهداف الإستراتيجية لإتصالات الجزائر اليوم :

- ✓ على الصعيد التقني : بداية نشر الشبكة الجامعة التي تسمى *Backbone* مبنية على قواعد تكنولوجية حديثة ، وجديدة ومؤمنة جدا (*DW.DN.IP./NPLS*) وذات مرونة ومستوى الربط العالي بضمانات *QOS* وموزات إنتقال الشبكات الموجودة نحو معايير جديدة للإتصالات .
- ✓ على الصعيد التجاري : إعطاء دفع جديد إلى المنتج ونوعية الخدمات المقدمة والمصالح ذات قيمة ، وكذا جعل متعاملين إستراتيجيين وطنيين أو دوليين في بعض دوائر الإختصاص مثل الأنترنات (*XDSL . VOIP*) مع مراعات سياسة تسوية التسعيرة الموحدة .
- ✓ على الصعيد التنظيمي : وضعت إتصالات الجزائر إندماجيت الأهداف والتكفل بالزبائن للمؤسسات الكبيرة والمتوسطة ، وكذا الزبائن المحليين ، وهذا لتوفير سياسة الإتصال والإعلام داخل وخارج شبكات الإتصال وهذا بوضع أداة تسيير تجاري وتقني بأنظمة إلكترونية ، ذات تأدية جد مرتفعة لتحسين النظام الداخلي.<sup>(1)</sup>



## مؤهلات إتصالات الجزائر في المحيط الإقتصادي الجديد :

- خبرة كبيرة في إستثمار شبكات الإتصالات؛
- وجود قوة تجارية تقنية عبر كامل التراب الوطني ؛
- توفر لهم الخدمات الكاملة في معظم حلقات سوق الإتصالات الذي يمد التنافسية على المنتج؛
- تكوين شركاء ذو إمتياز في شركات كبرى تخضع للتجاوب لكل إحتياجات الزبائن؛
- وجود شركة إتصالات الجزائر عبر كافة التراب الوطني.<sup>(1)</sup>

## 2\_ الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية :

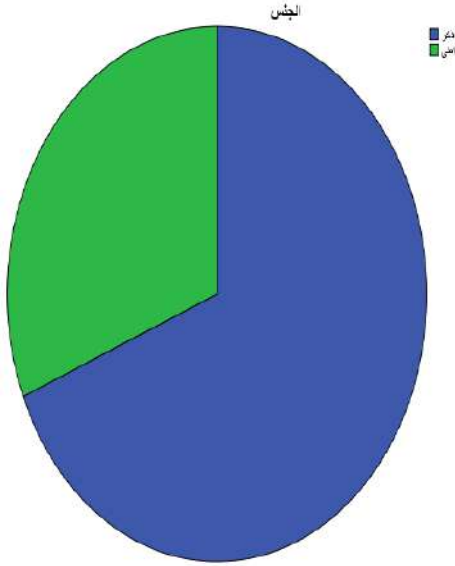
التكرارات والنسب المئوية: وخصت كل جدول وسؤال على حدا، وقد حسبت النسب المئوية للمتغير المستقل حتى يتمكن الباحث من الوقوف على الاختلافات في درجة التوزيعات للمتغير التابع بمعرفة تأثير متغيرات الدراسة على إجابات المبحوثين، كما مست النسب المئوية المتعلقة بالمتغيرات السوسيوديمغرافية وتأثيرها على اختيارات المبحوثين، وذلك من خلال قسمة أجوبة المبحوثين مضروب في مئة على عددهم الكلي أي:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{مجموع التكرارات} \times \text{مئة}}{\text{عدد المبحوثين}}$$

عدد المبحوثين

### 3 تحليل بيانات الدراسة :ـ

الجدول رقم 01 :المتعلق بمتغيرالجنس:



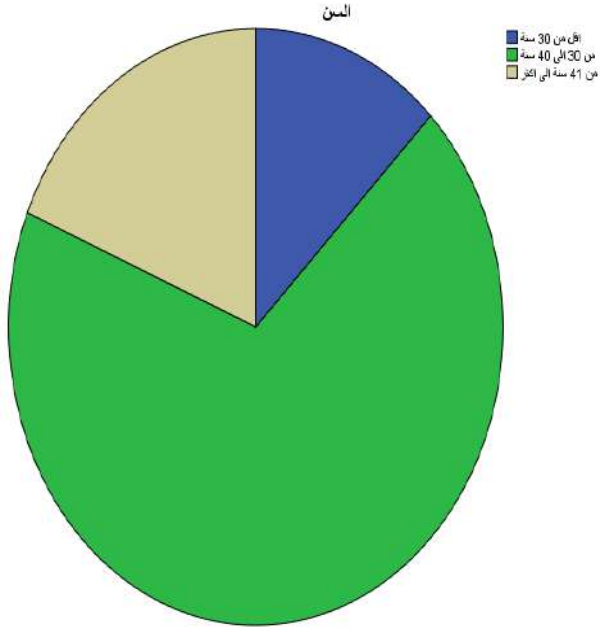
المتغير	التكرار	المجموع
ذكر	11	68.75%
انثى	5	31.25%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 01 : المتعلق بمتغير الجنس

يوضح الجدول رقم 01 متغير السن لمجتمع الدراسة , حيث تشكل نسبة الأكبر للذكور بـ 68.75% بينما تشكل نسبة

الإناث 31.25% فقط . هناك تباين بين الذكور والإناث وهذا يعود لاهتمام الذكور بدراسة مجال الاتصالات .

الجدول رقم 02: المتعلق بمتغير السن :

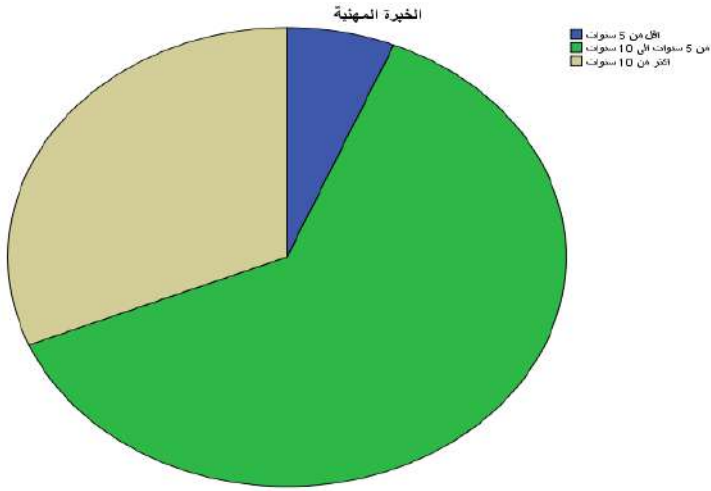


المتغير	التكرار	المجموع
اقل من 30 سنة	02	%12.5
من 30 إلى 40 سنة	11	%68.75
من 41 سنة إلى أكثر	03	%18.75
المجموع	16	%100

الشكل رقم 02: المتعلق بمتغير السن

يبين الجدول اعلاه الذي يمثل الفئات العمرية للمبحوثين أن أعلى نسبة ترجع الى الفئة العمرية من 30 الى 40 سنة ب 68.75% لأنها الفئة الأكثر نضجا ووعيا وخبرة لتأتي في المرتبة الموالية الفئة العمرية من 41 سنة الى أكثر بنسبة 18.75% وهذا يعود لنفس الأسباب السابقة لأن أكثر ما يميز هاذي الفئة هو الخبرة أي حصيلة تجاربهم السابقة في مجال الاتصالات والتطورات الذي تطرأ عليه , وكانت أقل نسبة للفئة العمرية أقل من 30 سنة .

الجدول رقم 03: المتعلق بمتغير الخبرة المهنية.



الشكل رقم 03 : المتعلق بمتغير الخبرة المهنية.

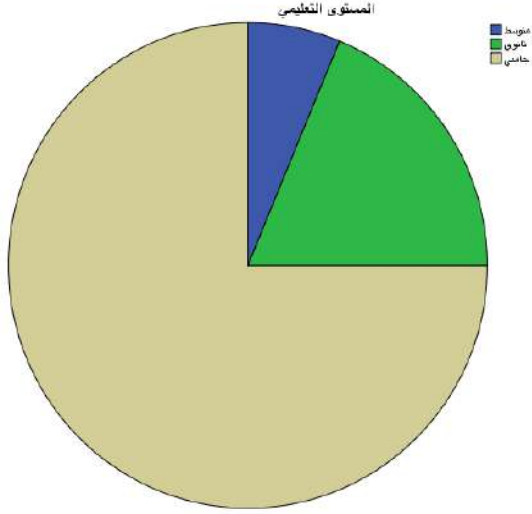
المتغير	التكرار	المجموع
أقل من 5 سنوات	1	6.25%
من 5 سنوات إلى 10 سنوات	10	62.5%
أكثر من 10 سنوات	5	31.25%
المجموع	16	100%

يوضح الجدول رقم 03 أن متغير الخبرة المهنية في هذه الدراسة أن أعلى نسبة كانت لأصحاب الخبرة العالية والمتمثلة في 62.5% بينما

كانت نسبة 31.25% لأصحاب الخبرة من 10 سنوات إلى أكثر وهم يعتبرون أعمدة المؤسسة بينما كانت أقل نسبة لأصحاب الخبرة

أقل من 5 سنوات وذلك بنسبة 6.25%. وهذا راجع إلى تجميد مناصب شغل للبلاد.

## الجدول رقم 04: المتعلق بالمستوى الدراسي:



المتغير	التكرار	المجموع
متوسط	1	6.25%
ثانوي	3	18.75%
جامعي	12	75%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 04: المتعلق بالمستوى الدراسي :

يبين الجدول رقم 04 متغير المستوى الدراسي ، أن أغلب الأفراد حاصلين على مستوى جامعي بنسبة 75% بينما يشكل الحاصلون على

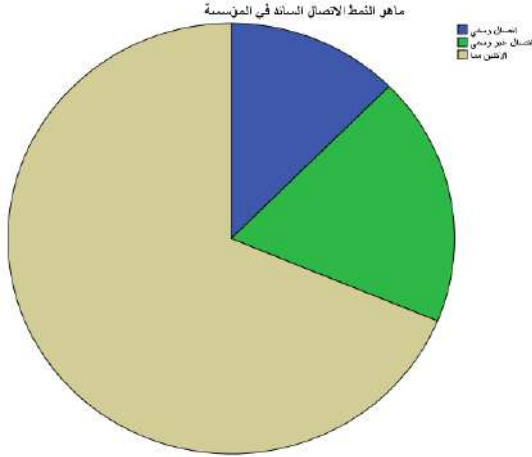
شهادة المتوسط 6.25% والمتحصلون على شهادة الثانوي 18.75% وهي نسبة قليلة مقارنة بنسبة المستوى الجامعي وهذا يعود الى

طبيعة نشاط مؤسسة اتصالات الجزائر التي تتطلب مستوى علمي عالي، حيث يتم الالتحاق بهذه الصنف من الأعمال على أساس

الشهادات الجامعية.

المحور الثاني : طبيعة نمط الاتصالات السائدة في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي:

الجدول رقم 05: نمط الاتصال السائد في المؤسسة:

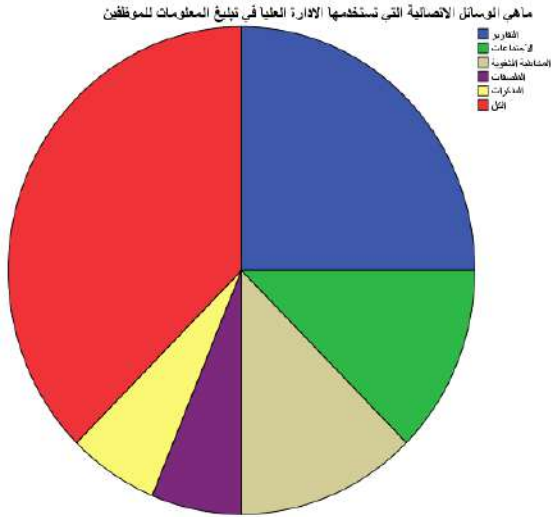


المجموع	التكرار	المتغير
12.5%	2	اتصال رسمي
18.75%	3	اتصال غير رسمي
68.75%	11	الأتنين معا
100%	16	المجموع

الشكل رقم 05 : نمط الاتصال السائد في المؤسسة :

يوضح الجدول اعلاه أن نمط الاتصال السائد في مؤسسة محل الدراسة هو الاتصال الرسمي والاتصال الغير رسمي معا بنسبة عالية والمتمثلة بـ 68.75% وهذا يعود لعلاقة الباحثين ببعضهم وتربطهم للعمل كفريق واحد مما أدى الى ازالة الحواجز بينهم. أما اقل نسبة فكانت متقاربة بين رأي الباحثين بالنسبة 18.75% للاتصال غير الرسمي وهذا يعود الى طبيعة المعاملة بين المسؤول والمتعاملين, وأما نسبة 12.5% فكانت للاتصال رسمي والذي قد يكون بين المدير والموظفين أو الموظفين مع بعضهم .

## الجدول رقم 06: الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الادارة العليا في تبليغ المعلومات للموظفين



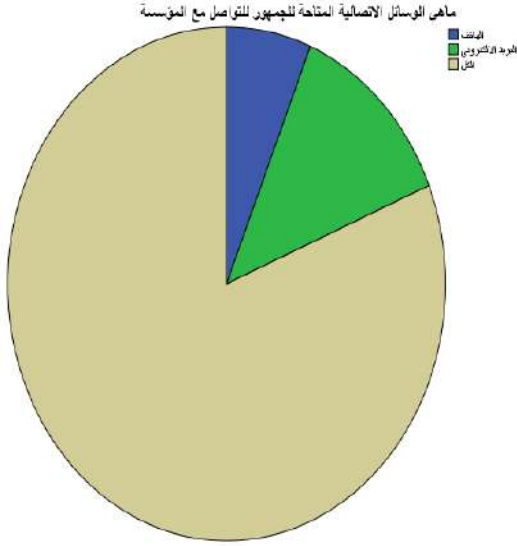
المتغير	التكرار	المجموع
التقارير	04	25%
الاجتماعات	02	12.5%
المخاطبة الشفوية	02	12.5%
الملصقات	01	6.25%
المذكرات	01	6.25%
الكل	06	37.5%
المجموع	16	100%

## الشكل رقم 06: الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الادارة العليا في تبليغ المعلومات للموظفين

يبين الجدول اعلاه أن الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الادارة العليا في تبليغ المعلومات للموظفين هي التقارير بنسبة 25% وهذا يدل على أن الادارة الجزائرية لازالت تعتمد على التعاملات الورقية أما نسبة الاجتماعات والمخاطبة الشفوية فكانت متساوية 12.5%، وهذا يكون في حالات الاعتماد على الاتصال الرسمي و في ما يخص الملصقات والمذكرات فكانت نسبتها 6.25% وهذا يكون في الادارة نفسها أي بين المسؤول والموظفين فقط ، ولكن كان اجماع أغلب المبحوثين على استعمالهم أو تلقيهم لجميع الوسائل الإتصالية بنسبة 37.5% وهي أعلى نسبة وهذا يعني أن الادارة تسمح وتوفير جميع الوسائل الاتصالية لانجاح عملية الاتصال.



الجدول رقم 07: الوسائل الإتصالية المتاحة للزبائن للتواصل مع المؤسسة :

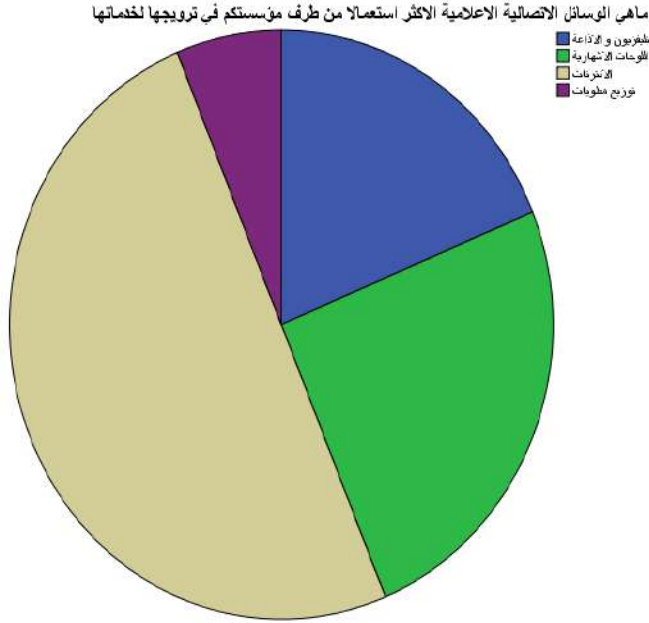


المتغير	التكرار	النسبة المئوية
الهاتف	1	6.25%
الفاكس	00	0%
البريد الإلكتروني	2	12.5%
رسائل نصية	00	0%
تطبيقات الانترنت	00	0%
الكل	13	81.25%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 07: الوسائل الإتصالية المتاحة للزبائن للتواصل مع المؤسسة

يوضع الجدول رقم 07 حسب رأي المبحوثين والتي بلغت نسبتهم 81.25% أن جميع الوسائل الإتصالية متاحة للزبائن للتواصل مع المؤسسة سواء الفاكس أو الهاتف أو البريد الإلكتروني أو تطبيقات الانترنت . ويمكن القول أن أكثر وسيلتان يعتمدها الزبائن هي البريد الإلكتروني بنسبة 12.5% والهاتف بنسبة 6.25% وهذا لتوفر وسهولة هذان الوسيلتان لدى جميع الزبائن . بينما الرسائل وتطبيقات الانترنت كانت منعدمة وهذا راجع الى خوف الزبون من عدم ايصال رسالته.

الجدول رقم 08: الوسائل الاتصالية والاعلامية الاكثر استعمالا من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي  
في التعريف بخادماها :



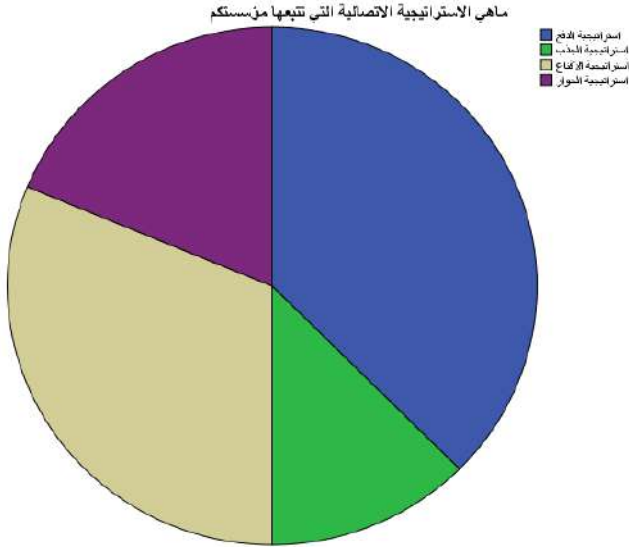
المتغير	التكرار	المجموع
تلفزيون والاذاعة	03	18.75%
اللوحات الاشهارية	04	25%
الانترنات - مواقع التواصل الاجتماعي -	08	50%
توزيع مطويات	01	6.25%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 08 : الوسائل الاتصالية والاعلامية الاكثر استعمالا من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي  
في التعريف بخادماها

يبين الجدول رقم 08 أن أكثر وسيلة اتصالية واعلامية من طرف مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي في التعريف بخادماها هي الانترنات (مواقع التواصل الاجتماعي ) بنسبة 50% وهذا يعود الى ان اغلب زبائننا لديهم حسابات على مواقع التواصل الاجتماعي بينما نسبة اللوحات الاشهارية فهي 25% لانها أكثر طريقة لجذب زبائن خاصة أنها تتميز بالوان والرسومات التي تثير انتباه الزبائن , أما التلفزيون والاذاعة فكانت نسبتهم 18.75% لاعتمادهم نفس الاسلوب في الاشهار, أما بالنسبة لتوزيع المطويات فهي اقل نسبة 6.25%, وهذا يعود الى عدم اهتمام الزبائن بهذا النوع من الوسائل.

المحور الثالث : تأثير مراحل بناء استراتيجية اتصال في تحسين اداء مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي :

الجدول رقم 09 : ماهي الاستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مؤسستكم .



المتغير	التكرار	المجموع
استراتيجية الدفع	06	37.5%
استراتيجية الجذب	02	12.5%
استراتيجية الاقناع	05	31.25%
استراتيجية الحوار	03	18.75%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 09 : ماهي الاستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مؤسستكم .

يمثل الجدول رقم 09 المتغير المتعلق بالاستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مؤسسة اتصالات الجزائر فرع ولاية الوادي هناك تقارب في نسب

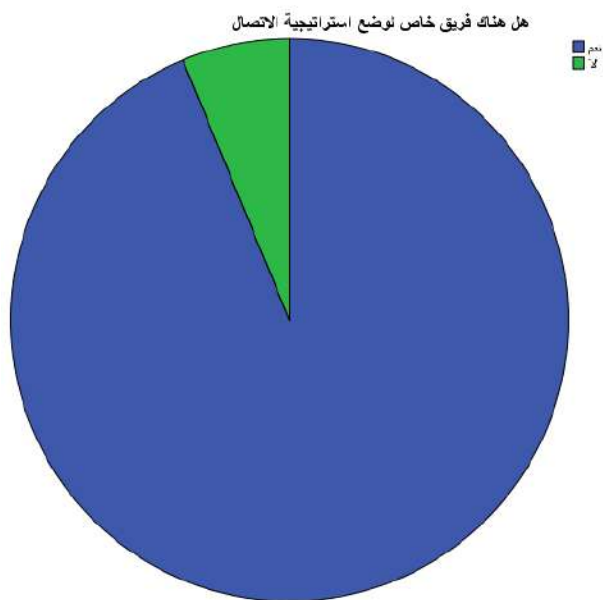
الاستراتيجيات المتبعة فاستراتيجية الدفع حسب رأي المبحوثين تمثل اعلى نسبة ب 37.5% وهذا لسبب أسلوبها في ترويج القوي والذي

يستقطب أكبر عدد من المستهلكين أما نسبة استراتيجية الاقناع فكانت 31.25% لانها تعتمد على أسلوب اقناعي تعريف

بالخدمات المؤسسة , أما الاستراتيجية الحوار فكانت 18.75% وهذا راجع الى الاعتماد على الخطابة وتبادل الآراء المختلفة لتكون

اقل نسبة لاستراتيجية الجذب ب 12.5% وهذا راجع الى أن استراتيجية الدفع تشمل جميع طرق الترويج التسويقي أي استهداف أكبر لزيائن .

الجدول رقم 10: هناك فريق خاص لوضع استراتيجية اتصال.



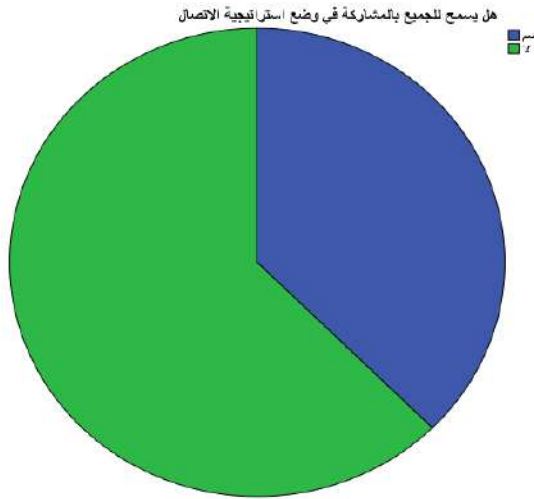
المتغير	التكرار	المجموع
نعم	15	93.75%
لا	01	6.25%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 10: هناك فريق خاص لوضع استراتيجية اتصال.

يبين الجدول رقم 10 أن هناك فرق خاص لوضع استراتيجية الاتصال وذلك حسب رأي اغلب المبحوثين والذين بلغت نسبتهم 93.75% وهذا يعود الى أن الاستراتيجية تتوجب دراسة وخطط محكمة لتتمكن المؤسسة من تحقيق أهدافها ولهذا فهي تتطلب فريق

خاص ذو خبرة وكفاءة لرسم خطة سير العمل وتعامل مع أي عراقيل تواجه المؤسسة . أما النسبة 6.25% فكانت أقل لأن بعض الموظفين يرون أن جمسع من فس المؤسسة يمكنه ابداء رايه وأفكاره دون قيود وهذا ما يلغى فكرة أن هناك فريق خاص في مجال معين .

### الجدول رقم 11: اذا يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال.



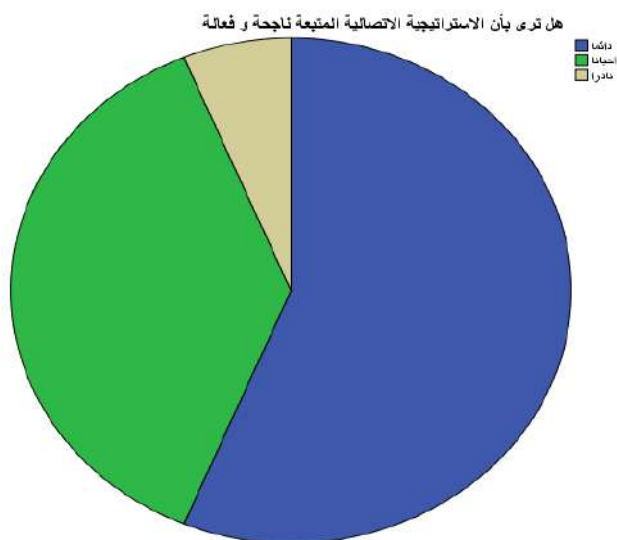
المتغير	التكرار	المجموع
نعم	06	37.5%
لا	10	62.5%
المجموع	16	100%

### الشكل رقم 11: اذا يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال .

يوضح الجدول اعلاه نسبة المتغير المتعلق بإذا كان يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال حيث بلغت نسبة المبحوثين الذين كانت اجابتهم ب (لا) 62.5% وهذا راجع لأهمية الاستراتيجية في تسير وتنظيم عمل المؤسسة لذا لا يسمح الا بأهل الإختصاص

بوضعها والإشراف عليها . أما باقي المبحوثين الذين بلغت نسبتهم 37.5% فكانت اجابتهم (نعم) وهذا يعود بدرجة اولى الى سبب تم ذكره مسبقا وهو علاقة المبحوثين في المؤسسة وتبادلهم للافكار لهذا يمكن لجميع ابدأ افكارهم واراهم حول مواضيع معينة .

## الجدول رقم 12: رأي المبحوثين حول الاستراتيجية الاتصالية المتبعة ناجحة وفعالة.



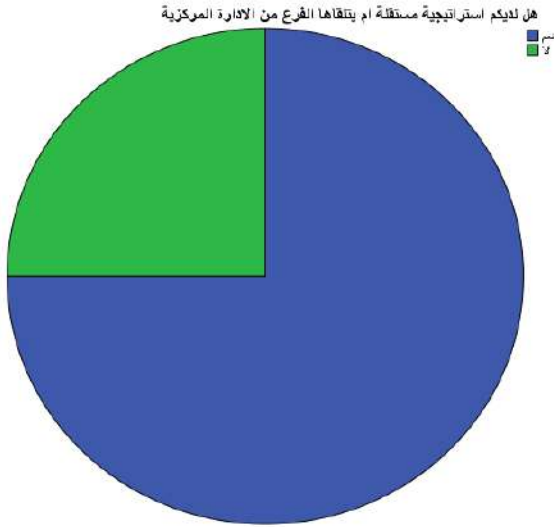
المتغير	التكرار	المجموع
دائما	09	56.25%
احيانا	06	37.5%
نادرا	01	6.25%
المجموع	16	100%

## الشكل رقم 12: رأي المبحوثين حول الاستراتيجية الاتصالية المتبعة ناجحة وفعالة .

يبين الجدول رقم 12 المتغير المتعلق بما اذا كانت الاستراتيجية الاتصالية المتبعة ناجحة وفعالة كانت اعلى نسبة مجاب عليها ب دائما 56.25% وهذا يفسر لنا استمرار ونجاح المؤسسة.

أما نسبة الاجابة ب احيانا كانت 37.5% و الاجابة بنادرا بنسبة 6.25% , وهذا يدل على أن بعض قرارات لم تحقق النتائج المطلوبة

الجدول رقم 13 : ما اذا كان لديهم إستراتيجية مستقلة ام يتلقاها الفرع من الإدارة المركزية.



المتغير	التكرار	المجموع
نعم	12	75%
لا	04	25%
المجموع	16	100%

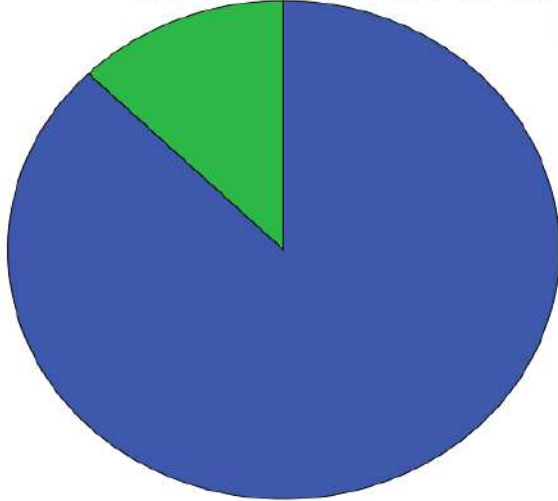
الشكل رقم 13 : ما اذا كان لديهم إستراتيجية مستقلة ام يتلقاها الفرع من الإدارة المركزية.

يبين الجدول رقم 13 المتغير الخاص بالاستراتيجية ما اذا كان لدى الفرع استراتيجية مستقلة أم يتلقها من الادارة المركزية كان الاجماع على هذا السؤال بنعم بنسبة 75% وهذا في أي مؤسسة حيث تعتبر المؤسسة الأم هي اساس القرارات وما على الفرع الا تطبيق هذه القرارات. بينما كانت اجابة بعض المبحوثين ب لا بنسبة 25% وهذا يعود لعدم فهمهم لسؤال رغم وضوحه.

المحور الرابع : دور استراتيجية الاتصال المتبعة في تحقيق اهداف مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي.

الجدول رقم 14: اذا كانت تقوم مؤسساتكم بدورات تكوينية في مجال الاتصال لرفع مستوى وتحقيق استراتيجية محكمة .

هل تقوم مؤسساتكم بدورات تكوينية في مجال الاتصال لرفع مستوى وتحقيق استراتيجية محكمة



المتغير	التكرار	المجموع
نعم	12	75%
لا	04	25%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 14: اذا كانت تقوم مؤسساتكم بدورات تكوينية في مجال الاتصال لرفع مستوى وتحقيق استراتيجية محكمة .

يوضح الجدول اعلاه المتعلق بالمتغير الخاص بما اذا كانت مؤسسة اتصالات الجزائر فرع الوادي تقوم بدورات تكوينية في مجال الاتصال لرفع

مستوى وتحقيق استراتيجية محكمة حيث كانت اعلى نسبة مجاب عليها بنعم ب75% وهذا راجع لأهمية الدورات التكوينية فهي تساعد

على تحسين المستوى الوظيفي ومواكبتهم لتطورات من مهارات وتقنيات جديدة في مجال العمل كما أنها فرصة جيدة لجميع العاملين لتقديم

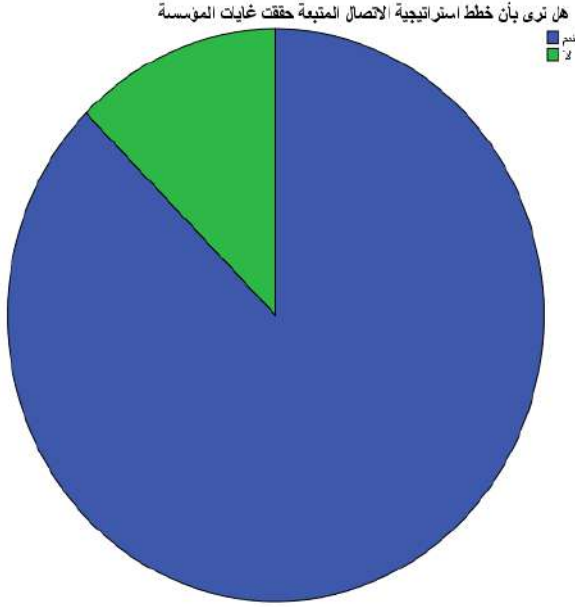
أفكارهم وتبادلها مع بعضهم ولأن مجال الاتصالات مجال متطور ودائما يبه جديدة فلهذا تسعى دائما المؤسسة لتوفير كل مايسهل على

زبائنها من جانب الاتصالات. كما نرى اقل نسبة كان مجاب عليها ب لا بنسبة 25% وهذا ربما يعود الى عدم السماح للجميع

بالمشاركة في هذه الدورات وربما تقتصر على المسؤولين فقط.



## الجدول 15: المبحوثين حول خطط استراتيجية الاتصال المتبعة اذا حققت غايات المؤسسة.

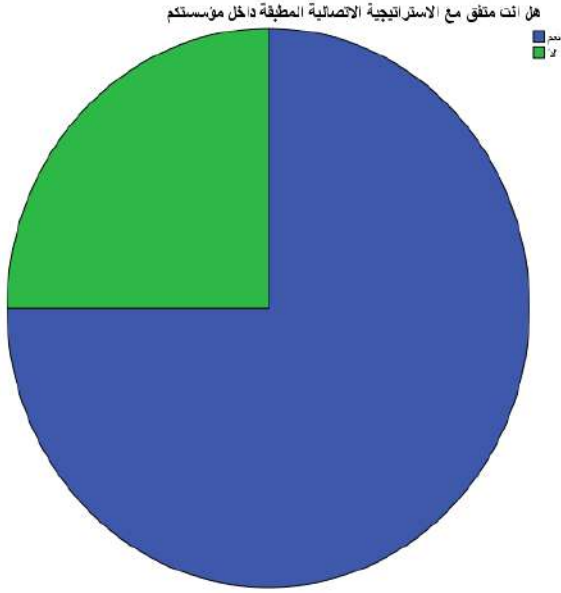


المتغير	التكرار	المجموع
نعم	14	87.5%
لا	02	12.5%
المجموع	16	100%

## الشكل 15: المبحوثين حول خطط استراتيجية الاتصال المتبعة اذا حققت غايات المؤسسة .

نلاحظ في الجدول رقم 15 بأن رأي اغلب المبحوثين حول خطط استراتيجية الاتصال المتبعة قد حققت غايات المؤسسة والتي بلغت نسبتهم 87.5% وهذا واضح من مردود المؤسسة من خلال تقديمها لمختلف الخدمات بمهدف استقطاب اكبر عدد من زبائن ونرى أنها حققت ذلك من خلال مستهلكين لكل خدمة بلملايين بينما كان رأى باقي مجتمع الدراسة بأنها لم تحقق الأهداف المرجوة بنسبة 12.5% وهذا يعود الى كثرة الشكاوي المقدمة من طرف الزبائن والموضحة لعدم رضاهم بالخدمات.

الجدول رقم 16 : رأى المبحوثين حول الاستراتيجية الاتصالية المطبقة داخل مؤسساتهم.

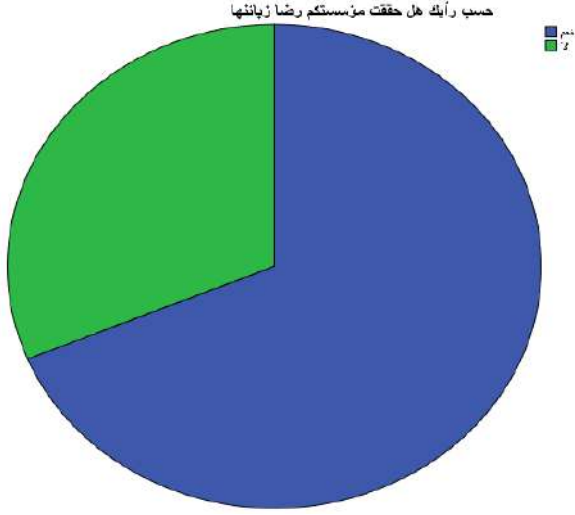


المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	75%
لا	04	25%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 16: رأى المبحوثين حول الاستراتيجية الاتصالية المطبقة داخل مؤسساتهم.

يبين الجدول رقم 16 نسب اتفاق عينة الدراسة مع الاستراتيجية المطبقة داخل مؤسساتهم حيث كانت اعلى نسبة مجاب عليها بنعم 75% بسبب اتفاقهم مع خطط الاستراتيجية، بينما كانت أقل نسبة للمبحوثين لغير راضين والذي بلغت نسبتهم 25% وهذا راجع الى أن بعض القرارات التي يتأخذها الفريق الخاص بوضع الاستراتيجية في الادارة المركزية لا تكون مناسبة مع طبيعة العمل في الفرع بولاية الوادي فمن أهم الأسباب اختلاف طبيعة الزبائن .

الجدول رقم 17 : رأي المبحوثين حول رضا الزبائن.



المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	11	68.75%
لا	5	31.25%
المجموع	16	100%

الشكل رقم 17 : رأي المبحوثين حول رضا الزبائن

يوضح الجدول رقم 17 اراء المبحوثين حول رضا الزبائن على خدمات المقدمة لهم هناك اختلاف كبير فهناك من يرى من المبحوثين بأن الزبون راضي بنسبة 68.75% بسبب رؤية الموظفين أنهم يقومون بتوفير خدمات تنال رضى الزبون ، بينما كان راي الاخرون والذين بلغت نسبتهم 31.25% أن زبون غير راضى وهذا يعود لأسباب عديدة منها عدم توفر تقنيات متطورة مواكبة لتطور العالمي في مجال تقنيات وايضا لكثرة شكوى لمقدمة حول جودة الخدمات المتوفرة .

## الجدول رقم 18 : الخدمات التي تلقى رضا الزبائن.

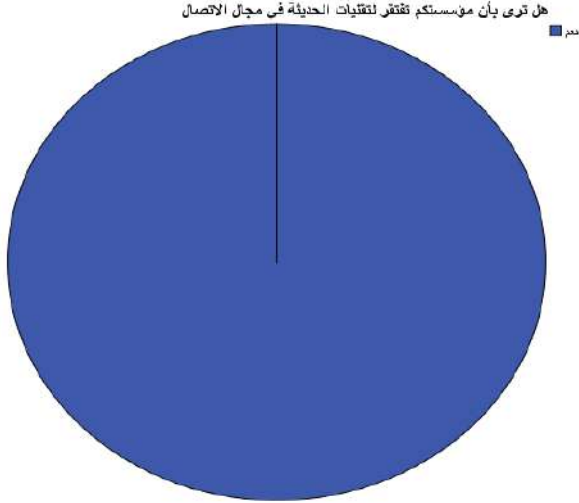


المتغير	التكرار	النسبة المئوية
تخفيضات موسمية	05	31.25%
عروض جديدة وملائمة	06	37.5%
مسابقات وجوائز	00	0%
المجموع	11	100%

## الشكل رقم 18 : الخدمات التي تلقى رضا الزبائن.

يبين الجدول رقم 18 وهو متغير تابع للمتغير السابق والمتعلق بأنواع الخدمات التي تلقى رضا الزبائن بأن النسب كانت متساوية بين اجابة الباحثين حيث بلغت أعلى نسبة للعروض الجديدة والملائمة ب 37.5% وهذا يدل على اهتمام زبائن بتقنيات الجديدة لتسهيل معاملاته او تلبية حاجياته بما كانت النسبة المئوية للموازية لتخفيضات الموسمية بنسبة 31.25% وهذا النوع من الخدمات له فائدة للمؤسسة والزبون فالمؤسسة تستقطب زبائن جدد وبالنسبة لزبون فمستفيد بخدمة مجانية مثال على ذلك تقديم المؤسسة بمناسبة شهر رمضان 15 يوم انترنات مجانا لجميع زبائن. أما النسبة المنعدمة فكانت للجوائز والمسابقات وهذا راجع الى عدم اعتماد المؤسسة على هذا النوع من الخدمات.

الجدول رقم 19: رأي المبحوثين حول التقنيات الاتصالية الحديثة.



المتغير	التكرار	المجموع
نعم	16	%100
لا	0	%0
المجموع	16	%100

الشكل رقم 19: رأي المبحوثين حول التقنيات الاتصالية الحديثة.

يوضح الجدول رقم 19 المتعلق بالمتغير بما اذا كانت مؤسسة اتصالات الجزائر تفتقر لتقنيات الحديثة في مجال الاتصال فقد اجمعوا كل مجتمع

الدراسة والذي بلغت نسبتهم %100 بأن المؤسسة تفتقر لتقنيات تكنولوجية وهذا واضح من الخدمات التي توفرها المؤسسة .

#### 4\_ جداول المركبة :

\_ يوضح ما اذا كان هناك فريق خاص لوضع استراتيجية اتصال حسب متغيري الجنس والمستوى الدراسي :

هل هناك فريق خاص لوضع استراتيجية الاتصال * الجنس				هل هناك فريق خاص لوضع استراتيجية الاتصال		المجموع
		هل هناك فريق خاص لوضع استراتيجية الاتصال		نعم	لا	
		نعم	لا			
الجنس	تكرار	10	1	11		
	نسبة	90.9%	9.1%	100.0%		
الجنس	تكرار	5	0	5		
	نسبة	100.0%	0.0%	100.0%		
المجموع	تكرار	15	1	16		
	نسبة	93.8%	6.3%	100.0%		

		هل هناك فريق خاص لوضع استراتيجية الاتصال		المجموع
		نعم	لا	
متوسـط	تكرار	1	0	1
	نسبة %	100.0%	0.0%	100.0%
المستويات التعليمية	تكرار	3	0	3
	نسبة %	100.0%	0.0%	100.0%
ثانوي	تكرار	11	1	12
	نسبة %	91.7%	8.3%	100.0%
جامع	تكرار	15	1	16
	نسبة %	93.8%	6.3%	100.0%

بتحليل نتائج الجدول نلاحظ أن أعلى من المبحوثين كانت بنسبة 90.9% من الذكور والمتمثلين في 10 مبحوثين وهم الذين أجابوا بنعم في حين تليها نسبة 100% من الاناث وعددهم 5 وهم الذين اجابوا بنعم , بينما كانت نسبة الذكور الذين اجابوا لا 9.1% والمتمثلة في مبحوث واحد اما نسبة الاناث فكانت منعدمة .

أما بالنسبة للمستوى التعليمي فقد تبين أن أعلى نسبة 100% و كانت لأفراد العينة المتحصلون على شهادة الثانوي وعددهم 3 أشخاص وشخص واحد متحصل على مستوى متوسط الذين أجابوا ب نعم لتليها نسبة 91.7% للمتحصلين على شهادة جامعية والمتمثلين في 11 مبحوث . أما بالنسبة للمجابين ب لا فكانت نسبتهم 8.3% وهي أقل نسبة .

ليكون مجموع المبحوثين 16 منهم 11 ذكر و 5 اناث , و لعل هذا راجع الى أن المؤسسة تسعى لضمان تحقيق اهدافها ولهذا تعتمد على فريق من المختصين في مجال الاتصال لوضع خطط مدروسة بدقة لتحقيق هذه الغايات.

يوضح الجدول ما اذا كان يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال حسب متغيري الجنس والمستوى الدراسي :

هل يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال المستوى التعليمي

هل يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال \* الجنس

	هل يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال		المجموع
	نعم	لا	
تكرار	4	7	11
الجنس			
ذكور	36.4%	63.6%	100.0%
نسبة %			
تكرار	2	3	5
الجنس			
انثى	40.0%	60.0%	100.0%
نسبة %			
تكرار	6	10	16
المجموع			
نسبة %	37.5%	62.5%	100.0%
الجنس			

	هل يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال		المجموع
	نعم	لا	
تكرار	0	1	1
الجنس			
متو	0.0%	100.0%	100.0%
نسبة %			
المستوى التعليمي			
تكرار	2	1	3
المستوى التعليمي			
ثانو	66.7%	33.3%	100.0%
نسبة %			
تكرار	4	8	12
الجنس			
جامع	33.3%	66.7%	100.0%
نسبة %			
المستوى التعليمي			
تكرار	6	10	16
المجموع			
نسبة %	37.5%	62.5%	100.0%
المستوى التعليمي			

تبين من نتائج الجدول أن أعلى نسبة من الباحثين كانت بنسبة 36.4% من الذكور والمتمثلين في 4 مبحوثين و الذين أجابوا بنعم في حين تليها نسبة 40.0% من الاناث وهما مبحوثتان و اللتان اجابوا بنعم , بينما كانت نسبة الذكور الذين اجابوا لا 63.6% والمتمثل عددهم 7 مبحوثين اما نسبة الاناث فكانت 60.0% والتي ترجع الى 3 مبحوثات .

أما بخصوص المستوى التعليمي فقد كانت أعلى نسبة للموجبين بنعم بنسبة 66.7% المتمثلين في مبحوثين ، أما النسبة المئوية فكانت 33.3% لأربعة مبحوثين بينما نسبة المبحوثين ذو المستوى المتوسط فكانت منعدمة .بينما كانت نسبة المبحوثين الذي ردو ب لا 66.7% والمتمثلة في 8 موظفين ذو مستوى جامعي أما المستوى ثانوي 33.3% والمتمثل في فرد واحد .

وهذا راجع لأهمية الاستراتيجية في تسيير وتنظيم عمل المؤسسة لذا لا يسمح الا بأهل الإختصاص بوضعها والإشراف ولهذا نجد مؤسسة محل الدراسة تتيح فرص الأكبر لاشخاص ذو المستوى الجامعي وهذا لتكوينهم العلمي الذي يعود بنتائج المرغوبة للمؤسسة .

## يوضح رأي المبحوثين حول استراتيجية الإتصال المتبعة من طرف مؤسستهم اذا كانت ناجحة وفعالة حسب

### متغيري الجنس والمستوى الدراسي :

هل ترى بأن استراتيجية الإتصال المتبعة من طرف مؤسستكم \* الجنس

#### ناجحة وفعالة

	هل ترى بأن استراتيجية الإتصال المتبعة من طرف مؤسستكم ناجحة وفعالة			المجموع
	دائما	أحيانا	نادرا	
تكرار	4	6	1	11
نسبة % ذكر	36.4%	54.5%	9.1%	100.0
الجنس				%
تكرار	5	0	0	5
نسبة % انثى	100.0	0.0%	0.0%	100.0
%الجنس	%			%
تكرار	9	6	1	16
% المجموع	56.3%	37.5%	6.3%	100.0
نسبةالجنس				%

هل ترى بأن استراتيجية الإتصال المتبعة من طرف مؤسستكم ناجحة وفعالة المستوى التعليمي

	هل ترى بأن استراتيجية الإتصال المتبعة من طرف مؤسستكم ناجحة وفعالة			المجموع
	دائما	أحيانا	نادرا	
تكرار	1	0	0	1
متوسط نسبة %	100.0%	0.0%	0.0%	100.0
المستوىالتعليمي				%
تكرار	2	1	0	3
ثانوي نسبة %	66.7%	33.3%	0.0%	100.0
المستوىالتعليمي				%
تكرار	6	5	1	12
نسبة % جامعي	50.0%	41.7%	8.3%	100.0
المستوىالتعليمي				%
تكرار	9	6	1	16
نسبة % المجموع	56.3%	37.5%	6.3%	100.0
المستوىالتعليمي				%

نلاحظ من نتائج الجدول أن أعلى نسبة من المبحوثين كانت بنسبة 36.4% من الذكور والذين عددهم 4 مبحوثين و الذين

أجابوا بدائما في حين تليها نسبة 54.5% للمبحوثين الذين أجابوا ب أحيانا وعددهم 6 مبحوثين . أما نسبة 9.1% فكانت

للموجيبين ب نادرا والمتمثلين في مبحوث واحد وهي أقل نسبة . بينما كانت نسبة الاناث الذين اجابوا بدائما 100.0% وهي نسبة

الكاملة أما في ما يخص الإجابتين أحيانا ونادرا فكانت نسبهم .

أما بالنسبة للمستوى التعليمي فقد تبين أن أعلى نسبة 100% و كانت لأفراد العينة المتحصلون على شهادة متوسط والمتمثل عددهم في

فرد واحد أجاب ب دائما لتليها نسبة 66.7% للمتحصلين على شهادة ثانوي والمتمثلين في مبحوثين أما المستوى الجامعي فكانت

اجابة 9 من أفراد العينة بنسبة 50.0% . أما بالنسبة للموجيبين ب أحيانا فكانت نسبتهم 41.7% وعددهم 5 مبحوثين أما المستوى

الثانوي فكانت نسبة المبحوث الواحد 33.3% . أما نسبة الموجيبين ب نادرا فكانت من طرف مبحوث واحد بنسبة 8.3% .



وهذا يعود الى أن الاستراتيجية المتبعة من طرف المؤسسة ناجحة وقد حققت الأهداف المرجوة وهذا واضح من مردود المؤسسة وأيضاً لبقائها واستمراريتها رغم العراقيل التي تواجهها .

## 5\_ نتائج في ضوء الفرضيات:

\_ إن نمط الإتصال السائد في المؤسسة التجارية العمومية في الجزائر هو الاتصال الرسمي والمتمثل في جملة القرارات والتعليمات من طرف المسؤول للموظفين . أما النمط الثاني وهو الاتصال الغير الرسمي ويكون بدرجة كبيرة بين الموظفين مع بعضهم ويتضح ذلك من خلال تبادلهم للأفكار والمهارات في العمل . وهذا التنوع في استخدام الاتصال يدل على الأهمية التي تعطيه المؤسسة للاتصال .  
ومن هنا نستنتج أن الفرضية القائلة بأن للاتصال دور رئيسي في تحقيق أهداف المؤسسة التجارية في الجزائر (اتصالات الجزائر) قد تحققت وذلك من خلال التنوع في الاتصال .

\_ للإستراتيجية الاتصال دور كبير في تنظيم وتسيير العمل وذلك لما تتضمنه من اليات و خطط مدروسة بدقة من طرف فريق خاص هذا المجال يعمل على تحسين أداء المؤسسة لضمان تحقيق أهدافها .  
ومن هنا نستنتج أن الفرضية القائلة بأن إستراتيجية الاتصال عامل مهم في تحسين أداء المؤسسة قد تحققت .

\_ تعمل استراتيجية الاتصال على تعزيز علاقتها مع زبائنها وذلك من خلال تلبية رغباتهم وتوفير الخدمات التي تسهل عليهم أعمالهم .  
ومن هنا نستنتج أن الفرضية القائلة بأن استراتيجية الاتصال تعمل على تحسين صورتها وتعزيز العلاقة مع جمهورها الخارجي بهدف تحقيق غايتها قد تحققت

## 6\_ النتائج العامة :

- 1\_ تعتبر استراتيجية الاتصال عامل رئيسي في تحديد الطرق والوسائل العمل لتحقيق غايات المؤسسة .
- 2\_ إن مؤسسة اتصالات الجزائر تعتمد على نماطين في الاتصالات وهوما الاتصال الرسمي والاتصال الغير رسمي .
- 3\_ من أهم الوسائل الاتصالية المتاحة لزبائن لتواصل مع مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي وأيضاً تعتمد الإدارة في تواصل مع الموظفين هي البريد الإلكتروني.
- 4\_ من أهم الوسائل الاتصالية والاعلامية التي تستعملها مؤسسة اتصالات الجزائر فرع الوادي في التعريف بخادمتها هي الانترنت (مواقع التواصل الإجتماعي).
- 5\_ تعتبر استراتيجية الاتصال جزء من الاستراتيجية العامة للمؤسسة فهي توازن بين العمل الإداري من خلال القرارات المنظمة للعمل وبين علاقتها مع زبائنهم من خلال تقديم خدمات يحتاجها.
- 6\_ تهدف استراتيجية الاتصال لتحقيق الصورة التي ترغب المؤسسة أن تكون عليها أي الى ماذا تريد أن تتوصل اليه من خلالها.
- 7\_ يتلقى فرع اتصالات الجزائر بالوادي الاستراتيجية الاتصالية من الإدارة المركزية .
- 8\_ هناك فريق خاص بوضع الاستراتيجية الاتصالية ولا يسمح للجميع بالمشاركة في وضعها .
- 9\_ أكثر نوع من أنواع استراتيجية اتصال والتي تعتمد عليه مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي هو استراتيجية الدفع.
- 10\_ تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي الى تزويد زبائنهم بجميع الخدمات الاتصالية التي تسهل عليهم أعمالهم .
- 11\_ تعمل استراتيجية الاتصالية في مؤسسة اتصالات الجزائر بالوادي على كسب رضا زبائنهم .
- 12\_ أكثر الخدمات التي تلقى رضا زبائنهم هي تخفيضات الموسمية والعروض جديد الملائمة.
- 13\_ رغم أنها تمتلك العديد من التكنولوجيات الا أنها تفتقر الى تقنيات الحديثة في مجال الإتصال.

خاتمة

## خاتمة:

نستنتج من خلال هذه الدراسة في جانبها المنهجي والتطبيقي، أن الاتصال يعتبر المحرك الأساسي الذي تعتمد عليه المؤسسة التجارية من أجل الحفاظ على استمراريتها خصوصا في ظل التطورات التي يشهدها السوق الاقتصادي ولهذا استوجب وضع الاتصال في اطاره الإستراتيجي سواء على المستوى الداخلي للمؤسسة من خلال رسم خطط واضحة للعمل وكيفية التغلب على العراقيل التي تواجه المؤسسة، بالإضافة الى خلق الجو المناسب للعمل من خلال رفع روح المعنوية للموظفين وخلق جو الانسجام وترابط والعمل كفريق واحد لتحقيق النتائج المرغوبة، وكذلك على المستوى الخارجي حيث تهدف الى كسب رضا وتأييد زبائنهم من خلال توفير الخدمات المناسبة وتطور وتحسين جودتها بهدف اعطاء صورة حسنة على المؤسسة.

وهذا لا يكتمل الا بوجود فريق خاص لوضع هذه الاستراتيجية، فمؤسسة اتصالات الجزائر سواء الفرع أو الادارة المركزية تسعى الى توظيف الافراد المختصين في مجال الاتصال بهدف الاستفادة من معارفهم وتكويناتهم التي تعود بنتائج ايجابية على المؤسسة. وفي الأخير يمكننا القول أن استمرار مؤسسة اتصالات الجزائر يعود الى تبنيها استراتيجية اتصالية ناجحة وفعالة .

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع :

### معاجم :

1\_ جبران مسعود ، الرائد معجم لغوي عصري ، ط 1 ، دار العلم للملايين ، بيروت ، لبنان ، 2001

### كتب :

1\_ ابراهيم القمري ، السلوك الانساني والعلاقات العامة ، ط ، الجامعات المصرية ، الاسكندرية ، 1976 .

2\_ أحمد بن مرسلبي ، مناهج البحث العلمي علوم الاعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005

3\_ تامر دادي عون ، الادارة والتخطيط الاستراتيجي ، ديوان للمطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2002

4\_ جودت عزت ، عطري ، أساليب البحث العلمي مفاهيمه وأدواته وطرق احصائية ، ط1، دار الثقافة النشر والتوزيع ، عمان ،

2002

حسن عماد مكاوي ، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ط4، الدار المصرية اللبنانية للنشر ، القاهرة ، 2003.5

6\_ خالد رجم، محاضرة بعنوان مدخل للاستراتيجية مقياس استراتيجية المؤسسة منجمنت ، معهد العلوم والتقنيات التطبيقية ، ورقلة

– الجزائر ، 2016\_2017

7\_ دبشتة حنان وبوعموشة نعيم ، الصدق والثبات في البحوث الاجتماعية ، مجلة دراسات في علوم الانسان والمجتمع ، جامعة جيجل

، مجلد جوان 2002، رقم العدد التسلسلي 7.

8\_ رشيد القاضي ، معجم لسان العرب ، ج6، دار الأبحاث ، الجزائر ، 2008 .

9\_ عباس أيوب ، منهجية البحث العلمي ، تدريب وتحضير بدني ورياضي ، معهد علوم وتقنيات النشاطات البدنية ، جامعة العربي

بن مهدي، أم البواقي .

10\_ ناصر دادي عون ، الاتصال ودوره في كفاءة المؤسسة الاقتصادية ، دار المحمدية العاصمة ، الجزائر ، ط ، 2004.

11\_ محمدي أبو العلا ، فن الاتصال بالجماهير بين النظرية والتطبيق ، ط1، دار العلم والايمان للنشر والتوزيع ، 2014.

#### مذكرات :

1\_ بن صافي عبد الرحمان ، دراسة تقييمية لطرق تقدير صدق وثبات أدوات جمع المعطيات في أطروحات دكتوراه، علم النفس وعلوم التربية

،رسالة دكتوراه ، تخصص القياس وتحليل المعطيات ، جامعة عبد الحميد بن باديس ، جامعة الجزائر 2، 2016\_2017.

2\_ رقاب خادم ، سؤال المنهج في النقد الأدبي المعاصر – دراسة تحليلية لرواية الشحاذ لنجيب محفوظ ، مقدمة لنيل شهادة الماستر ، قسم

اللغات والادب العربي ، كلية الأدب واللغات ، جامعة أبو بكر بلقايد ، 2016.

# قائمة الملاحق



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي  
الميدان: العلوم الإنسانية  
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال  
التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة الاستبيان:

بعنوان:

دور استراتيجيات الإتصال في تحسين أداء  
المؤسسة التجارية  
(دراسة حالة اتصالات الجزائر ولاية الوادي)

إشراف :

أ.صانع رابح

إعداد الطلبة:

فوزية حمانة

ملاحظة : إن معلومات هذه الاستمارة سرية وولن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي,لذا نرجوا منكم الإجابة عن الأسئلة بكل موضوعية.

السنة الجامعية: 2022/2021

ضع علامة ( x ) أمام الإجابة المناسبة.

البيانات الشخصية للمبحوث.

الجنس : \_ ذكر  \_ انثى

السن : \_ أقل من 30 سنة  \_ من 30 إلى 40 سنة  \_ من 41 سنة إلى أكثر

الخبرة المهنية : \_ أقل من 5 سنوات  \_ من 5 سنوات إلى 10 سنوات  \_ أكثر من 10 سنوات

المستوى التعليمي : \_ متوسط  \_ ثانوي  \_ جامعي

المحور الثاني : طبيعة نمط الاتصالات السائدة في مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي:

5\_ ماهو نمط الاتصال السائد في المؤسسة ؟

\_ اتصال رسمي .  \_ اتصال غير رسمي .  \_ الاثنين معا .

6\_ ماهي الوسائل الاتصالية التي تستخدمها الادارة العليا في تبليغ المعلومات للموظفين ؟

\_ التقارير  \_ الاجتماعات  \_ المخاطبة الشفهوية

\_ الملصقات  \_ المذكرات  \_ الكل

..... اخرى :

7\_ ماهي الوسائل الإتصالية المتاحة للزيائن للتواصل مع المؤسسة ؟

الهاتف  الفاكس  البريد الإلكتروني

رسائل نصية  تطبيقات الانترنت  الكل

..... اخرى:

8\_ ماهي الوسائل الاتصالية والاعلامية الاكثر استعمالا من طرف مؤسساتكم في التعريف بخادماكم؟

تلفزيون والإذاعة  الوحاتا للإشهارية  الانترنت (مواقع تواصل الإجتماعي)  توزيع مطويات

..... اخرى:

المحور الثالث: تأثير مراحل بناء استراتيجية اتصال في تحسين اداء مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي :

9\_ ماهي الاستراتيجية الاتصالية التي تتبعها مؤسساتكم؟

استراتيجية الدفع  استراتيجية الجذب

استراتيجية الإقناع  استراتيجية الحوار

.....

10\_ هل هناك فريق خاص لوضع استراتيجية اتصال؟

نعم  لا

.....

11\_ هل يسمح للجميع بالمشاركة في وضع استراتيجية الاتصال؟

نعم  لا

.....

12\_ هل ترى بأن الاستراتيجية الاتصالية المتبعة ناجحة وفعالة؟

دائما  احيانا  نادرا

.....  
13\_ هل لديكم إستراتيجية مستقلة ام يتلقاها الفرع من الإدارة المركزية؟

نعم  لا

.....  
المحور الرابع : دور استراتيجية الاتصال المتبعة في تحقيق اهداف مؤسسة اتصالات الجزائر بولاية الوادي.

14\_ هل تقوم مؤسساتكم بدورات تكوينية في مجال الاتصال لرفع مستوى وتحقيق استراتيجية محكمة ؟

نعم  لا

.....  
15\_ هل ترى بان خطط استراتيجية الاتصال المتبعة حققت غايات المؤسسة ؟

نعم  لا

.....  
16\_ هل انت متفق مع الاستراتيجية الاتصالية المطبقة داخل مؤسساتكم ؟

نعم  لا

.....  
17\_ حسب رأيك هل حققت مؤسساتكم رضا زبائنها ؟

نعم  لا

.....  
18\_ اذا كان نعم ماهي الخدمات التي تلقى رضا الزبائن ؟

مسابقات وجوائز  عروض جديدة ملائمة  تخفيضات موسمية

---

19\_ هل تفتقر مؤسستكم الى تقنيات الحديثة في مجال الإتصال ؟

لا  نعم

\_ نشكركم على تعاونكم معنا, تقبلو منا فائق الاحترام والتقدير.

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر أكاديمي  
الميدان: العلوم الإنسانية  
الشعبة: علوم الإعلام والاتصال  
التخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة المقابلة :

بعنوان:

دور استراتيجيية الإتصال في تحسين أداء  
المؤسسة التجارية  
(دراسة حالة اتصالات الجزائر ولايية الوادي)

اشراف :

أ.صانع رابح

إعداد الطلبة:

فوزية حمانة

مقابلة مع رئيس الموارد البشرية لمؤسسة اتصالات الجزائر سالمي ادريس.

السنة الجامعية: 2022/2021

## البيانات الشخصية :

1\_ الجنس : ذكر

2\_ السن : 42

3\_ الخبرة المهنية : 10 سنوات

4\_ الرتبة: رئيس

5\_ الوظيفة : رئيس الموارد البشرية .

**سؤال الأول :** الى أي مدى تعتمد مؤسستكم على استراتيجية الاتصال ؟

\_ الى مدى كبير فهي تعتبر جزء أساسي في تنظيم وتسير العمل .

**سؤال الثاني :** هل يسمح للادرات الفرعية بالمشاركة فيخطط وقرارات الاستراتيجية الاتصالية؟

\_ نعم احيانا ، اذا كان هذا القرار سيساعد في حل مشكلة معينة أو اقتراح منتج جديد أو بتغير طريقة معينة في العمل .

**سؤال الثالث:** كيف يتم تبليغكم من طرف الادارة المركزية بالقرارات أو بلخدمات الجديدة؟ وكيف يتم تنفيذها على مستوى مؤسستكم؟

\_ يتم ذلك بعقد مؤتمرات فيديو مع جميع المسؤولين من مختلف الادرات الفرعية ويتم مناقشة وأخذ القرار المناسب أو ادراج منتجات في

السوق أو متابعة أعمال المؤسسات وغيرها .

و ثم يتم ارسال المنتج المراد تسويقهاالى جميع الفروع بتساوي وكل فرع يكلف الفريق الخاص بيه في مجال الاتصال لعرض المنتج في السوق

بطريقة المناسبة .

**سؤال الرابع :** هل ترى بأن الاستراتيجية المتبعة قد حققت غايات وأهداف المرجوة ؟

\_ نعم ، لحد كبيرة جدا.وهذا راجع الى اتخاذ القرار المناسب وسرعة تطبيقه .

جدول معامل الثبات :

### Reliability statistics

CRONBACH' s alpha	N OF ITEMS
553	19