

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال



فعالية الإتصال الخارجي في مؤسسة إتصالات الجزائر بالمسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال
تخصص إتصال و علاقات عامة

إشراف الأستاذ:
- أحمد المهدي الزواوي

إعداد الطلبة:
- الزهرة نويوة
- الخنساء شريفي

مقدمة أمام لجنة المناقشة		
الصفة	المؤسسة الجامعية	إسم و لقب الأستاذ(ة)
رئيسا	جامعة محمد بوضياف	عكوشي نور الهدى
مشرفا و مقررا	جامعة محمد بوضياف	أحمد المهدي الزواوي
مناقشا	جامعة محمد بوضياف	دشوشة راج

السنة الجامعية: 2016-2017م

شكر وعرفان

الحمد والشكر لله عزوجل أولاً وأخيراً على ما قدر من التيسير ويسر من التقدير لإنجاز هذا العمل المتواضع ، كما لا يسعنا في هذا المقام إلا أن نتوجه بالشكر والتقدير للأستاذ المشرف الزواوي أحمد المهدي ، والذي أمدنا بتوجيهاته حتى اكتمل هذا البحث وبلغ تمامه .

كما لا يفوتني أن أتقدم بأسمى آيات الشكر إلى الزميل الذي لم يبخل علينا بما هو مفيد لنا.

إلى كل هؤلاء جميعاً خالص الشكر وعظيم الامتنان ، وأسأل الله سبحانه أن يجزيهم عنّي خير جزاء

إهداء

إلى... سر الحب و العنان

إلى... التي أيقظت روعي بمحاسنها ... إليك أمي

إلى ... مدرستي الأولى و مندي بعد الله في الحياة ... إليك أبي

إلى ... فوانيس البيت... إليكم أخواتي

إلى ... سوامدي في الدنيا... إليكم إخوتي

إلى الذين ملق قلبي بقلوبهم و مانقته روعي أرواحهم ...

إلى عائلة نويوة كبيرها وصغيرها

إلى عائلة شريفني كبيرها و صغيرها

أهدي لكم ثمرة جهدي

إلى كل الأمل والأقارب

إلى من شاركني دروب الدراسة والبحث

إلى أرض المليون ونصف المليون شهيد ، بلدي الغالي الجزائر ، إلى موطن الأنبياء والمرسلين القدس

الشريف وشهداء الأمة الإسلامية .

إلى كل من علمني حرفا ويدعو إلى صلاح العباد والبلاد .

الخنساء- الزهراء

المقدمة

مقدمة:

يعتبر الاتصال الركيزة الأساسية في المجتمع وأحد الدعامات التي تساهم في انسجامه وتماسكه فالإتصال أداة لتنمية وتطور معارفه وميزاته فالإنسان يتفاعل مع غيره من خلال وسائل الإتصال المختلفة للتعبير عن أبعاده التفاعلية الاجتماعية ، وعليه يعتبر الإتصال وسيلة لخلق حركة وديناميكية للجماعات على مستوى المجتمع أو حتى المؤسسات ، وهذه الأخيرة بمختلف أشكالها وأحجامها وأهدافها ، تهدف إلى تحقيق غايات وأهداف .

كما تعد اتصالات المؤسسة همزة الوصل الرابطة بينها وبين العمال والعالم الخارجي ، وهذا الأخير أصبح متخصص في إقامة وتدعيم العلاقات الجيدة بين المؤسسة وجمهورها ، وذلك من خلال مهامها الساعية للتعريف بالمؤسسة ونشاطاتها ومنتجاتها، إلى جانب دراسة انطباق الجماهير عن تلك النشاطات والأخذ بما لرسم سياسة المؤسسة المبنية على التفاهم المشترك بينها وبين جمهورها، ويعد الإتصال الخارجي أحد مجالات الإدارة الحديثة نظرا لدوره الفعال في تحقيق تكيف المؤسسة مع بيئتها الخارجية.

ونظرا لكل هذا أصبح من الحتمي على المؤسسات الخدمائية التي تمر اليوم بمرحلة حرجة من حياتها في ظل الإصلاحات التي تقوم بها في مختلف الميادين والتي في مجموعها ترتبط بأدائها ، وهو ما يجعل الإهتمام بالإتصال في هذا الوقت من أجل التأثير على فعاليتها ضروريا ومفيدا، كما أصبح من الحتمي على هذه المؤسسات إعادة النظر في طرق تسييرها من خلال إدماج عناصر حديثة تسمح بتقوية الروابط الاتصالية بين المؤسسة وجمهورها الخارجي والبيئة المحيطة بها ، وذلك من خلال مختلف آليات الإتصال الخارجي ووسائله ، وكل هذا من أجل تحقيق أهدافها والوصول إلى حل مختلف مشاكلها.

لذلك جاءت دراستنا للكشف عن مدى فعالية الإتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية اتصالات الجزائر، حيث تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين وهي كالاتي :

الفصل الأول : المعنون بالإطار المنهجي للدراسة وتطرقنا فيه إلى: الإشكالية ، تساؤلات الدراسة ، أسباب اختيار الموضوع ، أهداف وأهمية الدراسة ، الإطار النظري للدراسة، نوع الدراسة و منهجها ، أدوات جمع البيانات ، مجتمع البحث وعينته ، تحديد مفاهيم الدراسة ، الأساليب الإحصائية المستخدمة ، الدراسات السابقة ، وأخيرا صعوبات الدراسة .

الفصل الثاني : تناولنا فيه الإطار التطبيقي للدراسة و تضمن ما يلي :

بطاقة فنية عن مؤسسة اتصالات الجزائر، التحليل الكمي والكيفي للنتائج ، نتائج الدراسة .

وفي الأخير جاءت خاتمة الدراسة كحوصلة لمختلف النتائج التي توصلنا إليها .

الفصل الأول

1. الاشكالية:

يشكل الاتصال في المؤسسات بأساليبه ووسائله موضوعا هاما للدراسة باعتباره أهم وسيلة للتسيير، إذ يعتبر متغير الاتصال من أكثر المتغيرات أهمية على مستوى أية مؤسسة مهما كانت طبيعة ووظيفتها وذلك على اعتبار انه لا يمكن أن توجد هذه المؤسسة في صورة موحدة ومتكاملة دون أن تكون محكومة بنظام اتصالي يربط كافة أجزاء المؤسسة.

ومن اجل تسهيل العملية الاتصالية وتحقيقها بفاعلية فإنه يمكن استخدام جملة من الوسائل حسب طبيعة الاتصال، ومن هذه الوسائل نذكر الاتصال الخارجي الذي يعد حلقة وصل بين المؤسسة والجمهور المحيط بها داخل المجتمع ، فنجد أن المؤسسات الخدمائية تهتم بالاتصال الخارجي كونها ذات طابع اجتماعي وتعدد خدماتها ووسائلها في ظل الحاجة اليه، فالاتصال الخارجي لهذه المؤسسات الخدمائية هو كل ما يرمز للاتصال والعلاقات الخارجية فهو الجهود المخطط للتأثير في الرأي العام من خلال الأسلوب الجيد والأداء المسؤول الذي يعتمد على الاتصال الثنائي المتبادل من خلال علاقة التأثير والتأثر، فمؤسسة اتصالات الجزائر هي جزء من المؤسسات الخدمائية التي تقدم خدمة للمجتمع، فهي بذلك تخلق الاتصال الخارجي مع جميع المؤسسات التابعة لها من أجل تحقيق مصالحها وأهدافها، ومن هذا المنطلق نطرح الإشكال التالي: ما مدى فعالية الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية اتصالات

الجزائر بالمسيلة؟

2. التساؤلات:

ü ما دور الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟

ü فيما تتمثل وسائل الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟

ü ماهي آليات وسبل تحسين الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟

ü ماهي عوائق الاتصال الخارجي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟

3. أسباب اختيار الموضوع:

إن إقبال الباحث على دراسة موضوع معين يكزن ناتجا عن رغبته الملحة في الوصول إلى نتائج تكون في البداية غامضة بالنسبة له ، ومن الأسباب التي دفعتنا الى اختيار هذا الموضوع هي:

الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة والبحث معرفيا ومنهجيا.
- محاولة معرفة مدى فعالية الاتصال الخارجي في المؤسسات الخدمائية.
- إثراء مكتبة علوم الإعلام والاتصال بدراسة ميدانية جديدة عن مدى فعالية الاتصال الخارجي في المؤسسات الخدمائية.
- اهتمام مؤسسة اتصالات الجزائر بتفعيل الاتصال الخارجي .

الأسباب الذاتية:

- الرغبة في دراسة موضوع له علاقة بمجال التخصص من خلال دراسة الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر.
- كيفية مساهمة الاتصال الخارجي في تحسين صورة المؤسسة.

4. أهداف الدراسة :

ككل باحث او دراسة هناك عدة اهداف توضح وتحدد بدقة بغية الوصول اليها من خلال تناولنا لهذا الموضوع رسمنا الهدف الرئيسي وهو:

- الدراسة المتعمقة للاتصال وبالخصوص الاتصال الخارجي.
- المساهمة في تسليط الضوء على موضوع فعالية الاتصال الخارجي في المؤسسات الخدمائية.
- إثراء البحث العلمي بالتطرق الى احد المواضيع الهامة في الاتصال وتزويد الطالب بمرجع جديد.
- اهتمام المؤسسة الخدمائية بتطبيق الاتصال الخارجي وإبراز فعاليته ودوره في تحقيق أهدافها

5. أهمية الدراسة :

تستقي دراستنا أهميتها من أهمية الموضوع نفسه فموضوع الاتصال الخارجي في المؤسسات الخدمائية يعد مسألة ذات أهمية كبيرة مما يشهده من اهتمام الكثير من الباحثين في علوم الإعلام والاتصال وغيرها من التخصصات ، حيث ترمي هذه الدراسة لإبراز فعالية الاتصال الخارجي في المؤسسات الخدمائية . إذ تفتح هذه الدراسة مجالاً للباحثين للتوسع في الموضوع مستقبلاً أو معالجته من عدة زوايا، فالإتجاه الحديث للاهتمامات الامبريقية يركز أنصاره على متغير اتصال المؤسسة سيما في شقه الخارجي خاصة وان المؤسسة الجزائرية الخدمائية تشهد تطورات سريعة ومتلاحقة .

كما تساهم في إثراء المكتبة الجامعية بدراسة علمية تعنى بمدى فعالية الاتصال الخارجي

كما يمكن للباحثين مستقبلاً اتخاذها كنقطة انطلاق لبحوث ودراسات أخرى.

6-الإطار النظري للدراسة :

تمهيد :

إن الاتصال الخارجي في المؤسسة يلعب دورا هاما في ممارسة كافة العمليات الإدارية كاتخاذ القرار والتنظيم والتنسيق والتوجيه في ضل وجود نظام سليم للاتصال ، كما أن إتاحة فرص النمو للمؤسسة من خلال التعرف على المتغيرات المرتبطة بعناصر الإنتاج في سوق المنافسة لن يتم إلا من خلال الاتصال بالعالم الخارجي إلى جانب ذلك نجد أن تنمية الموارد البشرية بما يعود بالفائدة على الفرد المؤسسة .

فبهذا تصبح للمؤسسة شخصية تتمكن بواسطتها من خلق مكانة لها ضمن النسيج المؤسسي وكسب ثقة زبائنها ومختلف المتعاملين الخارجين معها وجعلهم أوفياء لها وتصدر الإشارة إلى أن الخطابات الموجهة عبر الاتصال الخارجي تختلف من فئة مستهدفة لأخرى .

1-6 : ما هية الاتصال الخارجي في المؤسسة ووسائله .

1-1-6 تعريف الاتصال الخارجي: هو جهود الإدارة خارج حدود المنشأة¹

وأيضاً: هو محاولة غزو أسواق جديدة لها جماهيرها المختلفة والتميزة ببعض الصفات ولها تقاليدھا وعاداتھا ومعتقداتها الخاصة².

هو مجموعة من الخطوات التواصلية التي تقوم بها المؤسسة بهدف التواصل مع محيطها الخارجي ، فالوظيفة الإنتاجية للمؤسسة لم تعد كافية ولم تعد المحدد الأساسي لعملها ، إذ صار من اللازم مواكبة الجهود الإنتاجية بوظيفة تواصلية تستطيع من خلالها الانفتاح على الشركاء والزبائن وخلق جو من الثقة معهم³.

ويندرج الاتصال الخارجي في إطار الاتصال المؤسسي، وهو يعني بالأساس "اتصالاً تتكون بواسطته صورة المؤسسة لدى محيطها الخارجي وعن طريقه يتم التعريف بها بما يسعى لإنجازه وما تستطيع إنجازه وما ننجزه ."

حيث يتضح لنا أن الاتصال الخارجي يساهم في تكوين صورة معينة عن المؤسسة تريدها هذه الأخيرة ايجابية بطبيعة الحال محيطها الخارجي الذي يشمل الزبائن ، وسائل الإعلام ، المستهلكين والمؤسسات . كما يعمل على التعريف بالمؤسسة بمجال أفاقها ومشاريعها المستقبلية بما في مقدورها تحقيقه من مشاريع وما تقوم به من أنشطة وأعمال في الوقت الراهن وبهذا تصبح للمؤسسة شخصية تتمكن بواسطتها من خلق مكانة لها ضمن النسيج المؤسسي وكسب ثقة زبائنها ومختلف المتعاملين الخارجيين معها وجعلهم أوفياء لها .

¹أحمد محمد المصري ، الادارة الحديثة ، مؤسسة شباب الجامعة ، الاسكندرية 2000 ، ص139.

² نفسه، ص 140.

³Alex muchielli science de l'information et de la communication ;édition hachette paris ,2001 ,p 85.

6-1-2- أهمية الاتصال الخارجي:

يعمل على تحقيق شهرة المؤسسة في تكوين صورة ايجابية عنها بتركيز وتطوير وضمان انتشار النماذج الخاصة بالمؤسسة من اسم المؤسسة والعلامة والمشاركة في المناسبات كالمعارض والمؤتمرات .

-تعريف الرأي العام بسياسة المؤسسة والخدمات والمنتجات وتقييمها لها من خلال ما يقوم به الاتصال الخارجي من شعارات وملصقات.

-تقدم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي في معرفتها وهذه المعلومات إما عن المنتج او الخدمة عن طريق وسائل الاتصال الخارجي من شعارات وملصقات .

-يساهم في توضيح رفاهية المؤسسة أي أكثر من تحقيق الربح والكسب المادي من خلال تقنيات الاتصال الخارجي من أعمال خيرية ومساعدات مادية .¹

6-1-3- جمهور الاتصال الخارجي للمؤسسة :

• **الجمهور الخارجي المباشر:** وهو المستهدف من الرسالة التي يقوم بها المكلف بالعلاقات العامة بتوجيهها إليه وهذا النوع من الجمهور معنى مباشرة بالرسالة فهو الزبون الذي سيتلقى أو الذي يستهلك المنتج .²

• **الجمهور الخارجي غير المباشر:** هو الجمهور الذي نتوقع أن يؤثر في الجمهور الخارجي المباشر للمؤسسة أو يمكن أن يصبح فيها بعد من الجمهور المباشر الذي تتعامل معه المؤسسة والجمهور الخارجي يشمل: الحكومة ، جمهور العملاء ، جمهور الموردين ، باقي فئات المجتمع.³

¹ عبد الفتاح محمد دويدات ، سيكولوجيا السلوك الانساني بيروت دار النهضة العربية 1995 ص 284.

² عبد الفتاح دويدات ، المرجع السابق ، ص 284.

³ هناء حافظ بدوي : الاتصال بين النظرية والتطبيق ، المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 2003 ص 68.

6-1-4- وسائل الاتصال الخارجي في المؤسسة :

• **العلاقات العامة:** تعرفها جمعية العلاقات العامة الدولية بأنها: وظيفة الإدارة المستمرة والمخططة والتي تسعى بها المؤسسات والمنظمات الخاصة والعامة لكسب تفاهم وتعاطف وتأييد الجماهير التي تهمها والحفاظ على استمرارية التفاهم والتعاطف والتأييد¹ حسب القاموس الأمريكي للعلاقات العامة هي " الأنشطة التي تقوم بها المنظمة لتحقيق علاقات طيبة مع الجمهور² .

هي الوظيفة الإدارية التي تتولى زيادة الأرباح بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق تحسين المشاعر العامة تجاه المنظمة، وذلك من خلال وسائل اتصالات مستمرة وسياسات تحقق القبول العام³ .

• **أهداف العلاقات العامة:**

معرفة اتجاهات الرأي العام الحقيقية تجاه نشاط المؤسسة وعرضها على قيادة المؤسسة لكي تبحثها وتبحث مدى أهميتها وفائدتها بالنسبة لأهداف المؤسسة .
إعلام الرأي العام بنشاط وبرامج المؤسسة ، وأهدافها وصولاً إلى إقناع الرأي العام بذلك كسباً لثقتهم وتعاونهم .

تحقيق التفاهم والتعاون بين المؤسسة وجماهيرها، وهي بذلك توفق بين عناصر المجتمع ومؤسساته وفتاته المختلفة وتنسق بين مصالحهم تحقيقاً للانسجام الاجتماعي⁴ .

• **الاتصال الإشهاري :** هو مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية وإقناعه بامتياز منتجاتها وألا يعاز عليه بطريقة ما عن حاجته إليه⁵ وهو أيضاً : " التعريف السليم والأمين بالسلع والخدمات والفرص المتاحة وهو محاولة تقريب المسافة بين المنتج إلى المستهلك النهائي أو المنتفع من الخدمة أو الباحث عن الفرصة⁶ .

¹ على عجوة ، الأسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب ، القاهرة ، ط3، 1985 ، صص 21-22.

² طاهر مرسى عطية ، فن وعلم العلاقات العامة ، دار النهضة العربية ، القاهرة 1994 ، ص 16.

³ نفسه ، ص 17.

⁴ نفسه ، ص 27-28.

⁵ محمد جودت ناصر ، الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة ، دار مجد لاوي ، عمان ، ط1 ، 1997 ، ص 102

⁶ أحمد محمد المصري ، المرجع السابق ، ص 11.

حسب جمعية التسويق الأمريكية الإشهار هو : " عملية اتصال غير شخصي مدفوع الثمن تتبعها منشآت الأعمال والمؤسسات التي تهدف إلى الربح بقصد تقديم السلع والخدمات والأفكار لمجموعة من المستهلكين أو المستثمرين الصناعيين لإقناعهم بها.¹

- أهداف الإشهار:

- تعريف الجمهور بالمنتج أو بعض الخصائص والمزايا الموجودة فيه .
- إحداث تغيرات إيجابية في سلوك المستهلك تجاه السلعة أو الخدمة أو الشركة المعلن عنها.
- خلق صور ومركز متميزين للمؤسسة ومنتجاتها وذلك الاستحواذ على إعجاب الجمهور وزيادة الثقة بالمؤسسة.
- مواجهة المنافسة التجارية منها والإعلانية، فكثير من الحملات التي تهدف إلى تغيير آراء المستهلكين عن سلعة معينة².

● **العلاقات مع الصحافة :** هي وسيلة تطورت مع العلاقات العامة وكتدعيم للإشهار لتكون في خدمة المراسلين والصحافيين على حد سواء، إنها تقنية اتصالية قائمة بذاتها تلجأ إليها المؤسسة لتلبية الحاجة الإخبارية المتزايدة للمستهلك الذي أصبح لا يكتفي بالرسائل الإخبارية التجارية، وهي تهدف في نفس الوقت إلى نشر رسائل إعلامية ذات طابع مؤسسي لتساهم في تكوين وتطوير أو تدعيم الصورة العمومية للمؤسسة ولسلعها أو خدماتها³

تهدف إلى إقامة واستمرار الثقة مع مديري الأجهزة الصحافية والسينمائية والإذاعية والتلفزيونية ومساعدتهم عند استعمال تلك الأجهزة للمعلومات الواردة من إحدى الشركات أو إحدى المؤسسات العامة أو الخاصة⁴

- أهداف العلاقات مع الصحافة :

إقناع الجماهير وتعديل الاتجاهات السلبية لديهم إلى اتجاهات بناءة .

¹ محمد حافظ حجازي ، المقدمة في التسويق ، دار الوفاء لندنيا الطباعة و النشر ، الإسكندرية ، ط1 ، 2005 ، ص 255.

² محمد عبد الله عبد الرحيم ، التسويق المعاصر ، جامعة القاهرة ، القاهرة ، 1988م ، ص 326.

³ فضيل دليو ، اتصال المؤسسة ، إشهار ، علاقات عامة ، علاقات مع الصحافة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة

2003 ص 62.

⁴ حسن الحلبي ، مبادئ العلاقات العامة ، منشورات عويدات ، بيروت ، ص 108 109.

حماية المؤسسة من كافة صور الهجوم التي تقع عليها نتيجة نشر أخبار كاذبة أو غير صحيحة مع تهيئة البيئة الداخلية والخارجية للمؤسسة.

تزويد فئات الجمهور المختلفة بكافة المعلومات الصحيحة والبيانات الصادقة لمساعدتها على تكوين آرائها استناداً إلى الحقائق¹.

2-6 وظائف الاتصال الخارجي في المؤسسة وعوائقه :

1-2-6 وظائف الاتصال الخارجي:

أ/ وظائف متعلقة بالمؤسسة:

§ إحاطة المنظمة بكل ما يطرأ من تغيير بالرأي العام عن طريق البحوث من خلال تحليل آراء المواطنين وتقديم التقارير وهذا الرسم سياسة تهتدي بها المؤسسة.

§ تزويد وسائل الإعلام بالبيانات والمعلومات عن المنظمة سواء كانت مقروءة أو مسموعة أو مرئية .

§ تنظيم الأحداث التي تقوم بها المنظمة مثل : المعارض والمؤتمرات الصحفية والزيارات وذلك لتأكيد من سياسة المؤسسة وأهدافها ونشأتها تجدد الاهتمام الكافي من جانب جماهير مختلفة .

§ إعداد المطبوعات، والملصقات التي لها علاقة بالمنظمة مثل **Les cartvizit** .

ب/ وظائف متعلقة بالجمهور :

- التعريف بالمنظمة وأهدافها وإعداد الإعلانات المتعلقة بذلك .
- تعريف الجمهور بخدمات ومنتجات المؤسسة إلى جانب نشاطها .
- توضيح سياسة المنظمة للجمهور وتعريفهم بالتغيرات والتعديلات التي تطرأ .
- التأكد من صحة وسلامة الأخبار التي تنشر عن المنظمة ومساعدة الجمهور على تكوين أفكار سليمة ومعلومات صحيحة عنها .
- العمل على تهيئة جو ملائم في استقبال وإرشاد زوار المنظمة والترحيب بهم²

¹فضيل دليو، مرجع نفسه ، ص 63.

²محمد بهجت كشك ، العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية ،المكتب الجامعي الحديث 2003 ص 52.

2-6-2 أهداف الاتصال الخارجي للمؤسسة :

- تحسين سمعة أو الصورة الذهنية لدى الجماهير عن المؤسسة بشرح سياستها
 - تقييم الاتجاهات العامة نحو المنشأ.
 - توفير المعلومات للإدارة عن الجماهير أو أطراف التعامل مع المنظمة
 - شرح حدود المنظمة أو المؤسسة في تحقيق الصالح العام.
 - استيعاب الكفاءات البشرية المتميزة والمناسبة للعمل بالمنظمة
 - تعميم الرؤية والرسالة والأهداف والقيم الجوهرية .
 - اطلاع المعنيين على إنجازات المؤسسة .
 - الحصول على التغذية الراجعة من المعنيين وذلك من أجل:
 - تحديد استيعاب المعنيين .
 - قياس رضا المعنيين .
 - الحصول على الاقتراحات ، الشكاوي .
 - تعريف العملاء بحقيقة الجهود التي تبذل داخل المنشأة في سبيل تطوير الإنتاج والخدمات لمصلحتهم .
- التعرف على وجهة نظر العملاء فيما تتجه المنشأة من سلع او خدمات من اجل تطويرها¹.

¹ عبري حفيظة ، الإتصال الخارجي و أثره على الأداء الوظيفي ، دراسة حالة ، نقابة الإتحاد الوطني لعمال التربية و التكوين بمديرية التربية لولاية المدية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص إتصال و علاقات عامة ، جامعة المدية ، 2015-2016م ، ص 22.

6-2-3 أنواع الاتصال الخارجي في المؤسسة :

§ **الاتصال الخارجي العملياتي** : يكون هذا النوع من الاتصال منطلق إحساس أعضاء المؤسسة وشعورهم بوجوب تقديم خدماتهم لها في نطاق اتصالي مباشر مع المحيط لاعتبارهم ممثلين لهذه المؤسسة ومرآة عاكسة لها أمام الجمهور العام ، وذلك من خلال إعطاء صورة ايجابية عن المؤسسة، ومحاولة الحصول على معلومات يتم دمجها ضمن شبكة المعلومات أو بنك المعلومات التي تستخدمه المؤسسة كمدخلات وتحويله كمخرجات .

§ **الاتصال الخارجي الاستراتيجي** : ويشمل هذا النوع صنفين من الاتصال :

الصنف الأول : يتولى إنشاء وتكوين الشبكات لأن هدف المؤسسة هو البحث عن مكان لها في المحيط والتواجد وتحقيق الذات وتنمية علاقات نشيطة مع المحيط الخارجي ، إذ يعتبر كوسيلة دفاعية ونظام إنذار يمكن أن تخدم المؤسسة في حالة وجود صعوبات أو أزمات .

الصنف الثاني : ويسمى بالسمع الخارجي حيث تضع المؤسسات قنوات لجلب المعلومات من البيئة المحيطة ، وهذا يجمع معطيات عن المنافسين والتطورات الحاصلة في البيئة والتغيرات الاجتماعية ، كل هذه تشكل مادة هامة يمكن الاستعانة بها في عملية اتخاذ القرارات على المدى المتوسط والبعيد¹.

§ **اتصال خارجي حول السمعة** : يكثر لأنه يمثل الاتصال الخارجي للمؤسسة بكافة أشكاله ،

فهذا النوع من الاتصال محصور بنشاط المؤسسة لا بنشاط الأفراد كل من منطلق مسؤوليته واتجاهها ويشمل كلا من الإعلان ، العلاقات العامة².

¹ نور الدين مبني ، الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة ، جامعة قسنطينة ، الجزائر 2008 2009 ص 58.

² نور الدين مبني، مرجع نفسه ص 59.

6-2-4- معوقات الاتصال الخارجي في المؤسسة :

مسألة التحكم في التقدم التكنولوجي: أصبح اليوم التحكم في التقدم التكنولوجي من المسائل الصعبة نتيجة للغزو الفوضوي للمعدات والبرمجيات في مجال المعلوماتية والاتصال والقطاع السمعي البصري في أغلب بلدان العالم

مسألة الأمن : إن تشعب مجال الشبكات الكبرى للاتصال ولا سيما الشبكات ذات الموجات العريضة التي تقوم بإيصال أنواع مختلفة من الإشارات ، جعل هذه الأخيرة قابلة للاختراق أكثر فأكثر ويزيد ترابط الأنظمة من هشاشتها وكل اضطراب أو خلل في نقطة معينة يمثل في حد ذاته أخطارا كبيرة ذات انعكاسات متتالية .

بالإضافة إلى هذه النواقص الفنية يمكن أن نشير إلى الأخطار ذات الطابع الإجرائي تتمثل خاصة في إمكانية الغش عن طريق المعلوماتية أو في تحطيم وإفساد عن بعد لنظم كبرى للمعطيات المعلوماتية².

خلاصة:

في الأخير نقول أن الاتصال الخارجي في المؤسسة يلعب دورا أساسيا في ممارسة كافة العمليات الإدارية ، فهو يخلق فرصا للتنمية في المؤسسة من خلال الاتصال بالعالم الخارجي فيه تكون الصورة الحقيقية للمؤسسة ، فنجاح المؤسسة لا يتم إلا من خلال الاتصال جيد وفعال تتوفر فيه عجلة من المبادئ. لذا نجد أن المؤسسات أولت اهتماما بالغاً في الإدارة الحديثة عبر توفير الوسائل الكفيلة بإنجاح العملية الإتصالية الخارجية التي رغم ذلك تعترضها العديد من المشاكل ناجمة عن الثورة المعلوماتية وما صاحبها من ظواهر سلبية . على غرار اختراق المواقع والمساس بأمن المؤسسة .

7- نوع الدراسة و منهجها:

وبما أن دراستنا تتمحور حول "فعالية الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية بمؤسسة اتصالات الجزائر لولاية المسيلة"، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في بحوث الاتصال والتي تقوم على تفسير الوضع العام للمشكلة من خلال تحديد ظروفها وأبعادها، بهدف الانتهاء إلى وصف علمي دقيق ومتكامل للظاهرة التي تقوم على الحقائق المرتبطة، وقد تم اختيار منهج الدراسة وفق ما تتطلبه دراستنا، والقيام بجمع المعلومات المتعلقة بالموضوع استلزم استخدام منهج دراسة حالة .

ودراسة حالة هي: دراسة الظواهر الإعلامية ذات علاقة بالحالات الفردية لأشخاص والمجتمعات والمؤسسات والتي تسكن في بحثها إلى التعرف على الخصائص الفردية لها والعوامل الخاصة المؤثرة فيها قصد الحصول على نتائج يمكن تعميمها على مجموعة الحالات المتشابهة لها أو المكونة للمجتمع العام الذي ينتمي إليه.¹

8_ أدوات جمع البيانات:

إن أدوات جمع البيانات متعلقة بنوع المنهج المستخدم في الدراسة وبما اننا استخدمنا منهج دراسة حالة فإن الأدوات التي استخدمناها هي كالآتي:

1- الاستبيان : يعتبر أداة أساسية نظرا لطبيعة الإطار التطبيقي ، حيث يعرف على أنه تقنية مباشرة للتقصي العلمي إزاء الأفراد ويسمح باستجوابهم بطريقة موجهة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين.² وأيضاً هو: " أداة جمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة يجري ملأها من قبل المستجوب ، والاستبيان يتكون من استمارة تحتوي على مجموعة من الأسئلة يقوم المشارك بالإجابة عليها ومن أنواعه:

الأسئلة المغلقة: وفيها تكون الإجابة مقيدة حيث تحتوي على أسئلة تليها إجابات محدودة وما على المشارك إلا اختيار الإجابة بوضع إشارة عليها .

الأسئلة المفتوحة : تكون فيها الإجابة حرة وتحتوي على أسئلة يجيب فيها المشارك بطريقة ولغة خاصة كما هو الحال في أسئلة المقابلة فهو يعطي فرصة المشاركة للتعبير عن رأيه.³

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2005م ، ص 75.

² عمار بوحوش ، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2001م ، ص 288.

³ أحمد بن مرسل، المرجع السابق ، ص 286.

ولقد اقتضت الضرورة البحثية الاعتماد على الاستمارة التي تم تصميمها وصياغة أسئلتها انطلاقا من مشكلة الدراسة .

وقبل التطبيق النهائي لها تم عرضها على (3) أساتذة من جامعة المسيلة قسم علوم الإعلام والاتصال كمحكين أساسيين للاستمارة، حيث قدموا لنا ملاحظات قيمة نوجز أهمها فيما يلي :

من حيث البيانات الشخصية : تم تغيير السؤال رقم (2) متعلق بالسن .

من حيث البيانات الموضوعية :

المحور الأول :يتعلق بدور الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة تم تعديل السؤال رقم (6) من كيف يبدو لكم الاتصال الخارجي في مؤسستكم ؟ إلى ماذا يعني لكم الاتصال الخارجي في مؤسستكم ؟

المحور الثاني : تم إضافة وتعديل أربعة أسئلة وهي كالآتي :

تم تعديل السؤال رقم (14) من ما هي الوسيلة الإعلامية الأكثر تعاملًا مع مؤسستكم؟ إلى ما هي أكثر وسيلة تعتمد عليها مؤسستكم للاتصال بجمهورها الخارجي ؟ وإضافة سؤالين وهما سؤال (15) ما هي الوسائل التي تعتمد عليها في الإشهار؟ سؤال (16) ما هو الهدف العام للعلاقات العامة بمؤسستكم ؟ وأخيرا تم تعديل سؤال رقم (17) من حيث الخيارات .

وانطلاقا من التعديلات السابقة تم عرضها على الأستاذ المشرف ثم تم توزيعها في شكلها النهائي ، وقد شمل نموذج الاستمارة 23 سؤال من أسئلة مغلقة وأخرى مفتوحة ، مقسمة وفق أربعة محاور كل محور يعبر عن تساؤل ، وقد تضمنت الاستمارة ما يلي :

المحور الأول : حول ودور الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة ، ويضم 5 أسئلة.

المحور الثاني : تناول وسائل الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر وضم 7 أسئلة .

المحور الثالث : حول آليات وسبل تحسين الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر وضم 3 أسئلة.

المحور الرابع : تناول صعوبات الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة ضم سؤالين.

تم توزيع الاستمارة يوم 3 أفريل 2017 واسترجعت يوم 8 أفريل 2017 وقد وزعت 30 استمارة .

2- المقابلة: هي ذلك التفاعل اللفظي بين الباحث والمبحوث لتحقيق هدف معين¹

استعملنا المقابلة كأداة لجمع البيانات الضرورية المتعلقة بالمؤسسة ، تمثلت في محاورة مدير مؤسسة اتصالات الجزائر لمعرفة رأيه حول موضوع الدراسة في حد ذاته، وأيضا مع السيد عبد الحكيم بعجي مدير الاتصال والعلاقات الخارجية ، وما يمكن أن يقدمه لنا من معلومات عن المؤسسة والتي من شأنها أن تساعدنا في موضوع دراستنا.

9- مجتمع البحث وعينته :

- **مجتمع البحث:** تعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية، وهي تتطلب من الباحثين الدقة البالغة، ومجتمع دراستنا هو موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.
- **عينة البحث:** العينة هي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات فليست العينة إلا مثلا أو مجموعة أمثلة منتقاة من مجتمع بحث كبير لتعبر عنه².
- وبما أن دراستنا محدودة فقد اخترنا فئة معينة لتمثيل كافة مفردات المجتمع.
- **نوع العينة :** اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية وهي التي اخترناها لما رأيناها من سمات وخصائص تتوفر في المفردات بما يخدم أهداف البحث.
- وتتكون العينة التي اخترناها لإجراء دراستنا الميدانية هو 30 موظف في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة.

¹ محمد عبد الحميد ، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام ، عالم الكتب ، د ط ، القاهرة ، 1993 ، ص 277.

² عمار بوحوش ، مرجع سابق ص 240.

10- تحديد المفاهيم والمصطلحات :

إن تحديد مشكلة البحث العلمي يستدعي القيام بضبط الموضوع من حيث تحديد المصطلحات ويقصد هنا ضبط المعنى المستخدم لها في البحث، لأننا عادة ما نجد للمصطلح الواحد أكثر من معنى اصطلاحى إلى معناه العام ، لذا وجب علينا تحديد معناه الإجرائى فى البحث:

1-الفعالية:هي الغاية التي تحقق من خلالها الإدارة الأهداف أو النتائج المطلوبة بأفضل شروط مطلوبة.¹ بمعنى أنه يتم تحقيق كمية أكبر من الأهداف أو يتم اختصار الوقت المشغول للانجاز بالاعتماد على وسائل اتصالية أكثر تقنية ، مما يتطلب تحقيق الإبداع والتطوير المستمر بما ينسجم مع شروط الحفاظ على استمرارية المؤسسة المعنية وبقائها ، بالإضافة إلى مطلب تحقيق نوع من التجانس بين أهداف المؤسسة وأهداف الجمهور.

2-الاتصال :

لغة:في اللغة العربية الاتصال مشتق من مصدر وصل الذي يحمل معنيين، الصلة والبلوغ فالأولى تعني الربط بين شخصين وإيجاد علاقة معينة بين الطرفين ، اما الثانية فهي الانتهاء الى غاية ما. وأصل كلمة اتصال مشتقة من الكلمة اللاتينية "communi car" التي جعل الشيء عاما ومشتركا، ومعنى ذلك لفظ الاتصال في اللغة الانجليزية "communication"يعني مقاسمة المعنى وجعله عاما بين شخصين او مجموعة جماعات .²

اصطلاحا : هو عملية تعني إنتاج البيانات والمعلومات وتبادلها وإذاعتها والإعلام بها والتأثير في سلوك الأفراد والجماعات أو تعديل هذا السلوك.³

• هو العملية التي يتفاعل بمقتضاها متلقي ومرسل الرسالة ، كائنات حية أو آلات في مضامين اجتماعية معينة، وفيها يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية أو معنى أو واقع معين فالاتصال يقوم على مشاركة المعلومات والصور الذهنية والآراء.⁴

¹ عبد المعطي محمد عساف، الإدارة العامة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية ، مطابع الفرزدق التجارية، الرياض، 1983 ،ص16.

² صلاح الدين محمد عبد الباقي، السلوك التنظيمي(مدخل تطبيقي معاصر) ،دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2003 ،ص276.

³ مصطفى عشوي ،علم النفس الاجتماعي الصناعي ، ديوان المطبوعات الجامعية ،ط2،الجزائر، 1990 ،ص 25.

⁴ جيهان احمد رشتي ،الأسس العلمية لنظريات الإعلام ،دار الفكر العربي، القاهرة، 1978، ص51.

3-الاتصال الخارجي: يعرفه مصطفى حجازي " على أنه حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها، ففي كل مجتمع لابد من وجود مؤسسات وهيئات مختلفة قائمة لتحقيق غايات ووظائف معينة ولها صلات مع أفراد ذلك المجتمع ، فهذه المؤسسات لا تتمكن من القيام بأعمالها ما لم تكن ثقة متبادلة بينها وبين جمهورها ، هذه الثقة لا تأتي عن طريق الصدفة ولكن يجب أن تبني على أساس متين وخطط مدروسة تضمن لها البقاء، لذلك فالإتصال الخارجي هو ثقة الجمهور بالمؤسسة والمحافظة عليها.¹

التعريف الإجرائي: هو عملية تبادل المعلومات بين مؤسسة اتصالات الجزائر وجمهورها الخارجي.

4-المؤسسة :

لغة: هو اسم مكان للفعل ومصدره تأسيس ومعناه جعل الشيء أساسا أي قاعدة معينة ، ويعني عملية جمع عوامل معينة وترتيبها من أجل تحقيق هدف معين، بمعنى أن المؤسسة هي المكان الذي تطبق فيه مختلف هذه العمليات.

اصطلاحا: هي منظمة عامة أو خاصة تسمح بفضل مجموعة من الوسائل البشرية لتحقيق أهدافها المتمثلة في إنتاج منتجات أو خدمات موجهة للسوق، خاضعة لقانون المنافسة قد تكون صناعية أو تجارية أو إدارية.²

_ يعرفها وليام بوتشان : "هي الوحدة الأولية التي تنظم بداخلها مصادر الإنتاج بغرض تحقيق الثروة ، أي أنها الوحدة التي تحكم إدارة واحدة ، أو على الأقل إيرادات البعض بواسطة علاقات مختلفة.³

التعريف الإجرائي: هي مؤسسة تجمع أشخاص وكفاءات عالية وتأخذ شكل تنظيم مستقل مالي في إطار قانوني واجتماعي.

¹ مصطفى حجازي، الإتصال الفعال والعلاقات الإنسانية و الإدارية ، لبنان ، بيروت ، دار الطليعة، 1982، ص52.

² مرجع نفسه ، ص 52.

³ عمر صخري ، اقتصاد المؤسسة ، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية ، الساحة المركزية بن عكنون ، الجزائر ، 2003، ص44.

5- المؤسسة الخدمائية :

لغة: هي كل مؤسسة يتحدد غرضها الأساسي في تقديم خدمة للعميل.

اصطلاحا: هي نظام يتكون من مجموعة من الأشخاص والوسائل المنظمة والمتفاعلة فيما بينها لإنتاج قيمة غير مادية لإشباع حاجات ورغبات الجمهور.¹

التعريف الإجرائي: هي كل مؤسسة تقوم بتقديم خدمات للجمهور الخارجي مثل : مكتب البريد ، مؤسسة اتصالات الجزائر، المؤسسات التربوية...

11- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

المعالجة الإحصائية للبيانات المتعلقة بدراستنا، فقد استخدمنا الجداول البسيطة في عملية تفرغ استمارة الاستبيان وحساب التكرارات والنسب المئوية ، وهذه الأخيرة هي عبارة عن الرتب المئوية للظواهر والقيم المختلفة ، وطريقة استخدام النسب المئوية يكون بالطريقة التالية :

النسبة المئوية = عدد التكرارات $\times 100$ / مجموع التكرارات .

12- الدراسات السابقة :

الدراسة الأولى : دراسة رابح العشمي (2015 2016) تحت عنوان واقع الاتصال الخارجي على أداء المؤسسة الاقتصادية العمومية .

دراسة حالة لزبائن مؤسسة اتصالات الجزائر - قصر البخاري - بحث مقدم لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة ، تهدف هذه الدراسة إلى الإحاطة بمفهوم الاتصال الخارجي وإبراز أهميته في المؤسسة الاقتصادية من خلال دراسة تأثير الاتصال الخارجي على أداء المؤسسة الاقتصادية العمومية اتصالات الجزائر فرع قصر البخاري .

وقد خلص الباحث في دراسته إلى أن هناك اتصال بين الزبائن والمشرفين في المؤسسة ، وأيضا هناك تبادل للمعلومات بين الزبائن في مؤسسة اتصالات الجزائر ، وكذلك خلص الباحث إلى أن هناك اتصال خارجي في المؤسسة خاصة بين الزبائن والمصلحة الوصية.

¹أحمد بن عيشاوي، إدارة الجودة الشاملة في المؤسسات الخدمائية ، العدد الرابع ، مجلة الباحث، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة ، 2006 ، ص08.

الدراسة الثانية : دراسة العشاب عبد المؤمن ، وتلاعيش عمر 2015- 2016 تحت عنوان : الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية .

دراسة حالة لمديرية الحماية المدنية بولاية المدية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة ، تهدف هذه الدراسة إلى إبراز مدى أهمية الاتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية من خلال بناء إستراتيجية فعالة في الاتصال ، ومن أهم النتائج التي توصلنا إليها الباحثان هي أن مديرية الحماية المدنية تعتمد في اتصالها الخارجي على الاتصال الأفقي في تعاملها مع جميع المؤسسات والهيئات الوطنية مهما كان شكلها إلا أن هذه المؤسسة الخدمائية تعاني نقصا في بعض الوسائل الحديثة وخاصة أجهزة الإعلام الآلي باعتباره وسيلة العصر الحالي .

• التعقيب على الدراسات السابقة :

في ضوء الدراسات السابقة التي اطلعنا عليها اتضح لنا أن أغلب الدراسات ركزت على أهمية ودور الاتصال الخارجي في المؤسسات سواء الخدمائية أو الاقتصادية ، وما ميز هذه الدراسات أنها أكدت على تأثير الاتصال الخارجي بوسائله وأهدافه وتقنياته على تفعيل عملية الاتصال في المؤسسات ، إلا أنه في الجزائر ما زالت الدراسات في هذا الموضوع في بداياتها وتتطلب المزيد من البحوث الشاملة والمعمقة .

13- صعوبات الدراسة :

- التحفظ في تقديم المعلومات التي نحتاجها في دراستنا، إضافة إلى صعوبة توزيع الاستثمارات واسترجاعها .
- عدم التزام موظفي مؤسسة اتصالات الجزائر بمواعيدهم التي قدموها لنا من أجل إمدادنا بالمعلومات اللازمة من أجل مساعدتنا في دراستنا.

الفصل الثاني

✓ بطاقة فنية عن مؤسسة اتصالات الجزائر

نص قانون 03/2000 المؤرخ في 5 أوت 2000 م ، 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 شبكات الاتصالات في الجزائر ، لتصبح بعد ذلك مؤسسة اتصالات الجزائر مؤسسة عمومية اقتصادية ذات أسهم برأس مال اجتماعي تنشط في مجال الاتصالات .

فبعد أزيد من عامين وبعد دراسات قامت بها وزارة البريد وتكنولوجيا الإعلام والاتصال تبعت القرار 03/2000 ، أصبحت اتصالات الجزائر حقيقة جسدت عام 2003 م .

وفي 1 جانفي 2003 ، كانت الانطلاقة الرسمية لمجمع اتصالات الجزائر ، حيث كان على اتصالات الجزائر وإطاراتها الانتظار حتى هذا التاريخ لكي تبدأ الشركة في إتمام مشوارها الذي بدأته منذ الاستقلال ، لكن برؤه مغايرة تماما كانت عليه قبل هذا التاريخ ، حيث أصبحت الشركة مستقلة في تسييرها على وزارة البريد ومجبرة على إثبات وجودها في عالم لأيرهم ، فيه المنافسة شركة والبقاء فيها للأقوى والأجدر خاصة مع فتح سوق الاتصالات على المنافسة .

الإطار القانوني للشركة : اتصالات الجزائر ، مؤسسة عمومية ذات أسهم برأس مال ، تنشط في سوق الشبكة وخدمات الاتصالات السلكية واللاسلكية بالجزائر ، تأسست وفق قانون 3/2000 المؤرخ في 5 أوت 2000 م المعدد للقواعد العامة للبريد والمواصلات حيث جاء في المادة الأولى لعدد هذا القانون القواعد العامة المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية حيث يهدف هذا القانون إلى:

- تطوير وتقديم خدمات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية ذات نوعية في ظروف موضوعية وشغافة وبدون تمييز في مناخ تنافسي مع ضمان المصلحة العامة
- تحديد الشروط العامة للاستغلال المتعلقة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية من طرف المتعاملين .
- تحديد إطار وكيفيات ضبط النشاطات ذات الصلة بالبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية .
- خلق ظروف تطوير النشاطات المنفصلة للبريد والمواصلات السلكية واللاسلكية .

يطبق هذا القانون على نشاطات البريد والمواصلات السلكية واللاسلكية كما فيها البث التلفزيوني والإذاعي في مجال الإرسال والبث والاستقبال باستثناء المضمون الذي يخضع لإطار تشريعي وتنظيمي ملائم .

فضلا عن قرار المجلس الوطني لمساهمات الدولة **cnpe** بتاريخ 1 مارس 2001 الذي نص على إنشاء مؤسسة عمومية اقتصادية أطلق عليها اسم اتصالات الجزائر وفق هذا المرسوم حدد نظام مؤسسة عمومية اقتصادية تحت صيغة قانونية لمؤسسة ذات أسهم برأس مال اجتماعي والمقدر ب:

50.000.000.000 دينار جزائري والمسجلة في المركز التجاري تحت رقم : 020018083
يوم 11 ماي 2002 م

أهدافها ونشاطاتها :

سطرت إدارة مجمع اتصالات الجزائر في برنامجها منذ البداية ثلاث أهداف أساسية تقوم عليها الشركة وهي (المردودية - الجودة ، الفعالية ونوعية الخدمات) وقد سمعت هذه الأهداف الثلاثة المسطرة من طرف المؤسسة ببقائها في الريادة وجعلها المتعامل رقم واحد في سوق الاتصالات بالجزائر .
وتتمحور نشاطات المجتمع 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.

الفروع والهيكلة التنظيمي لمجمع اتصالات الجزائر :

تعتبر اتصالات الجزائر مجمع حقيقي من خلال فروعها وهيكلها التي أنشأت لتساير التطورات الحاصلة في مجال الاتصالات ، فقد تم إنشاء الفروع والهياكل على النحو التالي :

الفروع :

فرع اتصالات الجزائر " موبيليس " مختص في الهاتف الخليوي ، حيث تعتبر موبيليس أهم متعاملي النقال في الجزائر من خلال تغطيتها التي تعد 98 وكذا عدد زبائنها الذي تعدى 10 ملايين مشترك .

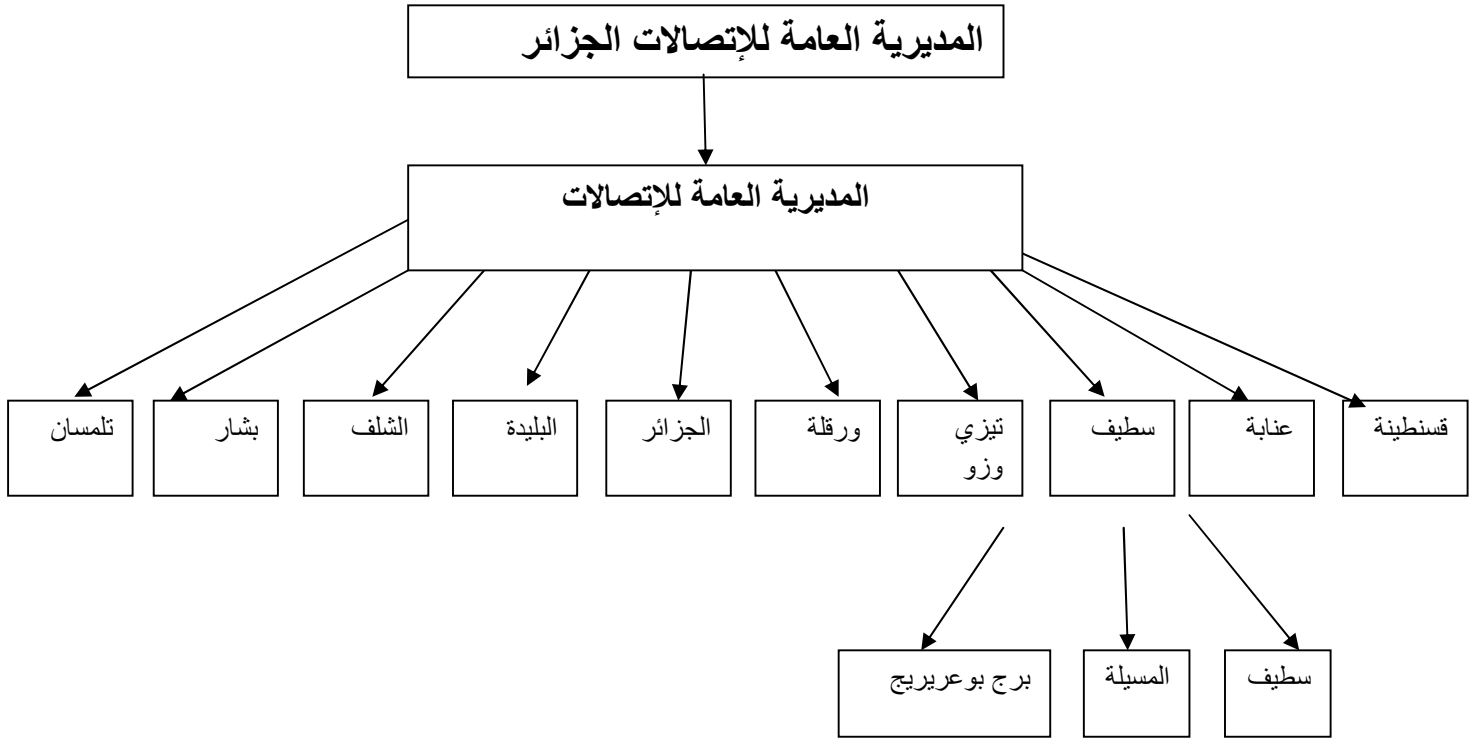
الجزائر للانترنت جواب مختص في تكنولوجيا الانترنت حيث أوكلت له مهمة تطوير وتوفير الانترنت ذو السرعة الفائقة وللإشارة فكل قطاعات النشاط لكبرى في البلاد (التعليم العالي البحث الصحة المحروقات) مربوطة حاليا بشبكات الانترنت **intrenet**

اتصالات الجزائر الفضائية : المختصة في تكنولوجيا الساتل والأقمار الصناعية
الهيكال التنظيمي :

تعد اتصالات الجزائر من اكبر المؤسسات الوطنية تواجدا عبر كافة مناطق الوطن فهي تشمل من الجزائر وذلك من خلال هيكلتها ، فهي تعتمد في هيكلتها على منطق الشمولية أي إيصال منتوجها إلى بعد نقطة من هذه البلاد حيث تسيرها مديرية عامة مقرها العاصمة و **13** مديرية إقليمية لكل من الجزائر وهران قسنطينة ، سطيف تتفرع منها المديرية الفرعية للاتصالات بالمسيلة ، عنابة، ورقلة، بشار، الشلف، باتنة، تيزي وزو، البليدة، تلمسان، الأغواط، أين تم التقسيم حسب الأقاليم وتحتوي هذه المديريات الاقليمية على مديريات عملية **dot** أين تتواجد اتصالات الجزائر في **48** ولاية بمديريات ولائية إضافة إلى مديرتين اضافيتين للعاصمة .مجموع **50** مديرية عبر التراب الوطني من جهتها هذه المديريات الولائية تحتوي على وكالات تجارية ومراكز هاتفية¹.

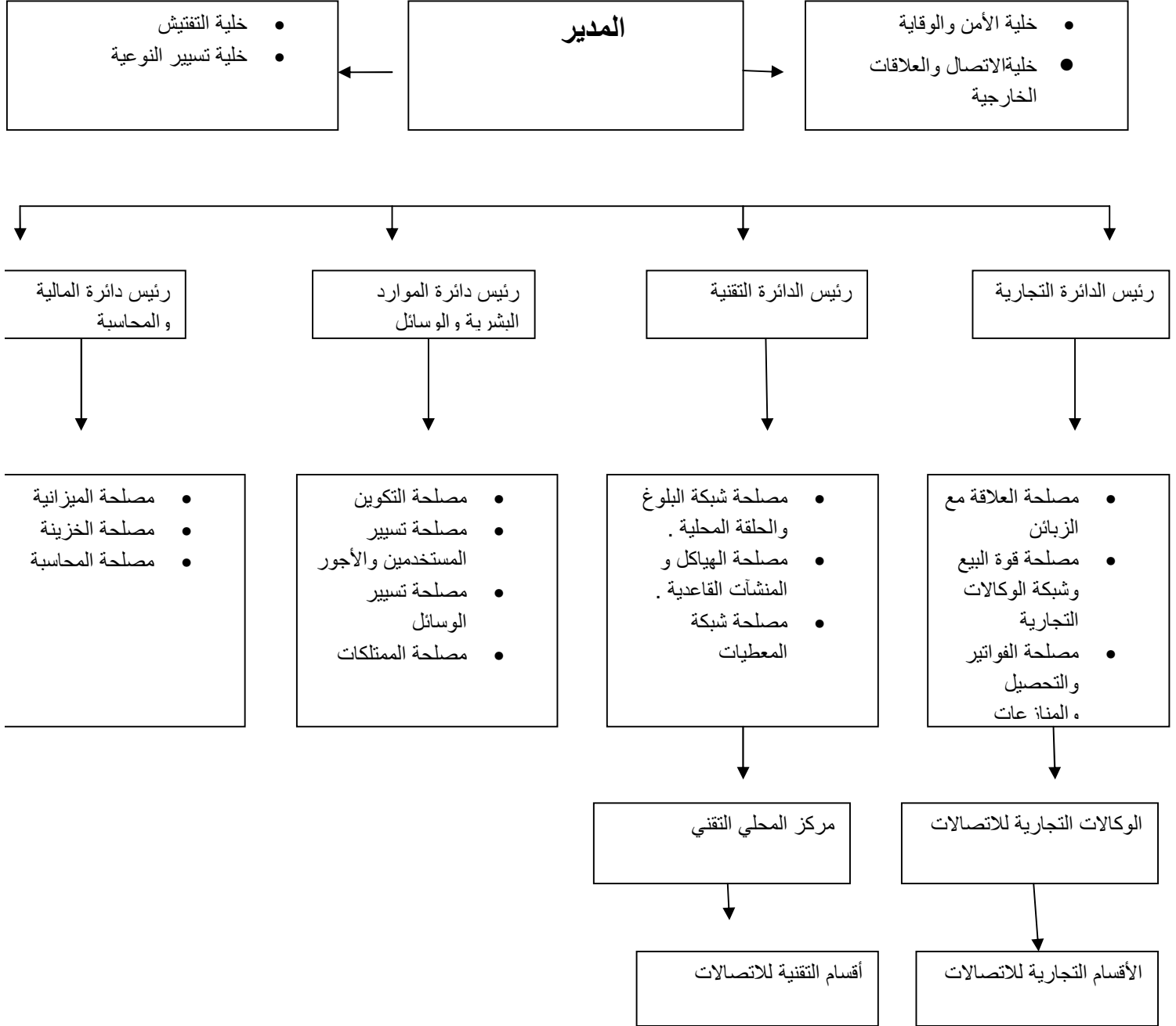
¹[http // www :algerie telcom.dz](http://www.algerie.telcom.dz)

الشكل رقم 1 : يوضح الهيكل التنظيمي لاتصالات الجزائر من المديرية العامة الى الوكالة الفرعية .



المصدر : موقع المؤسسة على شبكة الانترنت : www.Algeriatelecom.dz

الشكل رقم 2 الهيكل التنظيمي للمديرية العملية لاتصالات الجزائر .



مقابلة مع السيد : عبد الحكيم بعجي رئيس خلية الاتصال والعلاقات الخارجية بالمسيلة يوم 03

أفريل 2017 على الساعة 10.00 صباحا

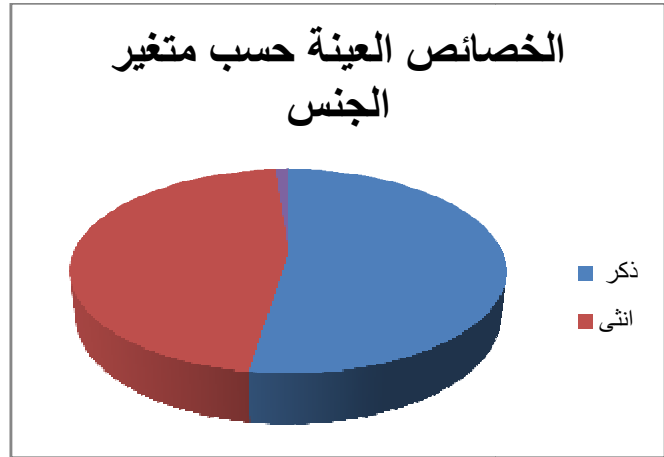
1- التحليل الكمي و الكيفي للنتائج

أولاً: البيانات الشخصية

01 — الجنس :

الجدول رقم(1) يوضح الخصائص الديمغرافية للعينة (الجنس)

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	16	53%
انثى	14	47%
المجموع	30	100%

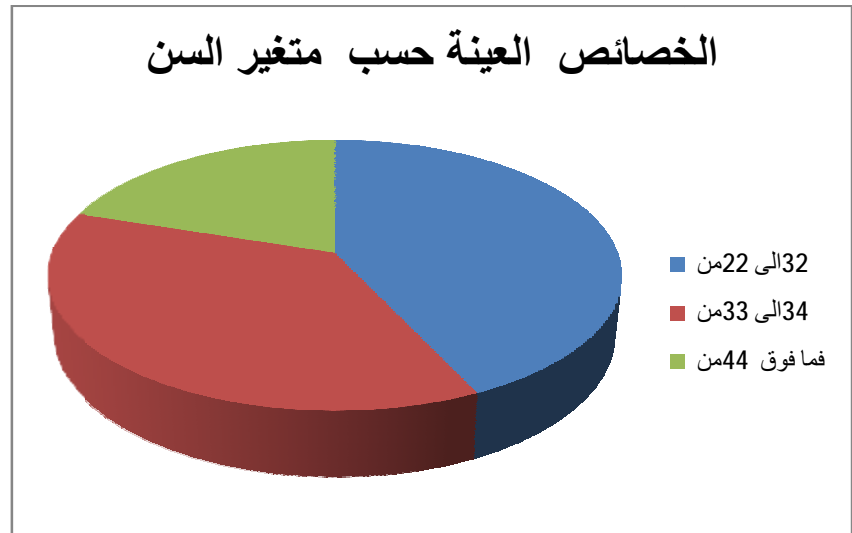


التعليق : الهدف من الجدول أعلاه هو معرفة نسبة العينة حسب متغير الجنس ، ومن خلال الإحصائيات المدرجة أعلاه يتضح إن نسبة الذكور اكبر من نسبة الإناث ، إذ بلغت نسبة الذكور 53% ، بينما قدرت نسبة الإناث ب 47% ، ومنه نستنتج أن فئة الذكور هي الفئة الغالبة في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

02 – السن

الجدول رقم (2) يوضح خصائص العينة (السن)

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 22 سنة الى 32 سنة	13	43%
من 33 سنة الى 43 سنة	11	37%
من 44 سنة فما فوق	6	20%
المجموع	30	100%



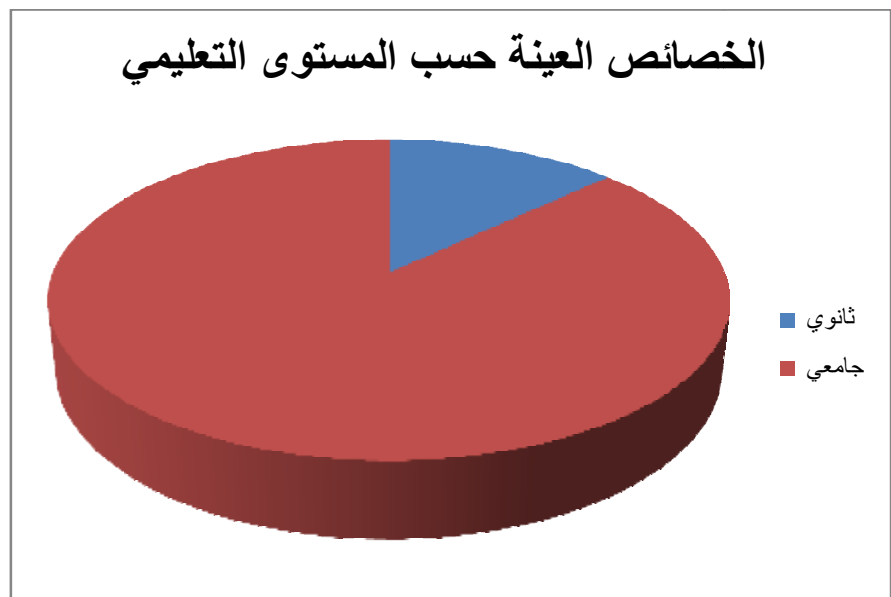
التعليق : نلاحظ من خلال الجدول رقم 2 ان الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 22 الى 32 سنة تمثل اعلى نسبة حيث قدرت ب 43% ، وتليها الفئة العمرية التي تتراوح ما بين 33 الى 43 سنة بنسبة 37%، وفي الاخير

الفئة العمرية من 44 سنة فما فوق بنسبة 20%، وهي الفئة التي تتحمل المسؤولية ولديهم الخبرة في العمل ، ومن خلال النتائج المبينة اعلاه نستنتج ان المؤسسة تعتمد على فئة الشباب أكثر وذلك كي تستوعب العمل .

03_ المستوى التعليمي

الجدول رقم (3) يوضح خصائص العينة (المستوى التعليمي).

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
00	00	متوسط
13%	04	ثانوي
87%	26	جامعي
100%	30	المجموع

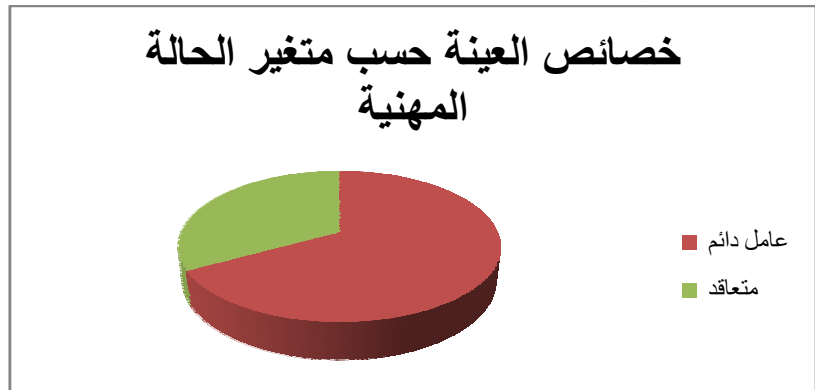


التعليق : نلاحظ من خلال النسب المبينة اعلاه ان مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة تعتمد في مجال التوظيف على الكفاءة وهذا ما عبر عنه ما نسبته 87% من أصحاب الشهادات الجامعية ، في حين نجد ان المستوى الثانوي في المؤسسة يقدر ب 13%، وذلك راجع إلى طبيعة العمل لأنه يتطلب مستوى عالي من التعليم ، في حين نجد انعدام المستوى المتوسط في المؤسسة ومنه نستنتج أن المؤسسة تولي اعتبارا للكفاءات في التوظيف ، وذلك لأن الأعمال تتطلب مجهودات فكرية .

04 _ الحالة المهنية

الجدول رقم 4 يوضح خصائص العينة حسب الحالة المهنية

الحالة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
عامل دائم	20	67%
متعاقد	10	33%
متربص	00	00%
المجموع	30	100%

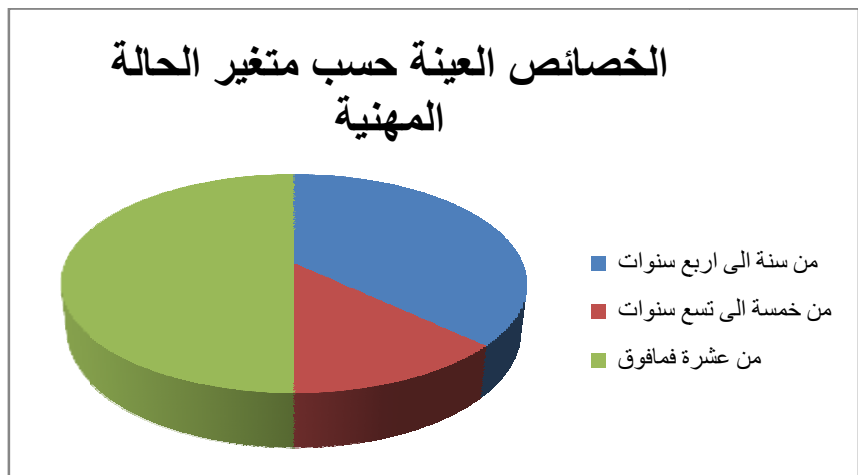


التعليق : نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة في الحالة المهنية هي الموظفين الدائمين وهذا ما عبر عنه ما نسبته 67% ثم يليه الموظفين المتعاقدون بنسبة 33% ومنه نستنتج ان المؤسسة تعتمد على التوظيف بشكل رسمي وبصفة دائمة

05 – الخبرة المهنية

الجدول رقم (05) يوضح خصائص العينة حسب متغير الخبرة المهنية

الخبرة المهنية	التكرار	النسبة المئوية
من 1 سنوات الى 4 سنوات	11	37%
من 5 سنوات الى 9 سنوات	4	13%
10 سنوات الى فما فوق	15	50%
المجموع	30	100%



التعليق : من خلال الإحصائيات المبينة اعلاه نستنتج ان اعلى نسبة سجلت لدى العمال الذين لديهم اكثر من عشر سنوات خبرة بنسبة 50% ثم تليها من 1 الى 4 سنوات بنسبة 37% و اخيرا من 5 الى 9 سنوات بنسبة 13% ومنه نستنتج ان اغلب موظفي المؤسسة يمتلكون خبرة مهنية في مجال عملهم .

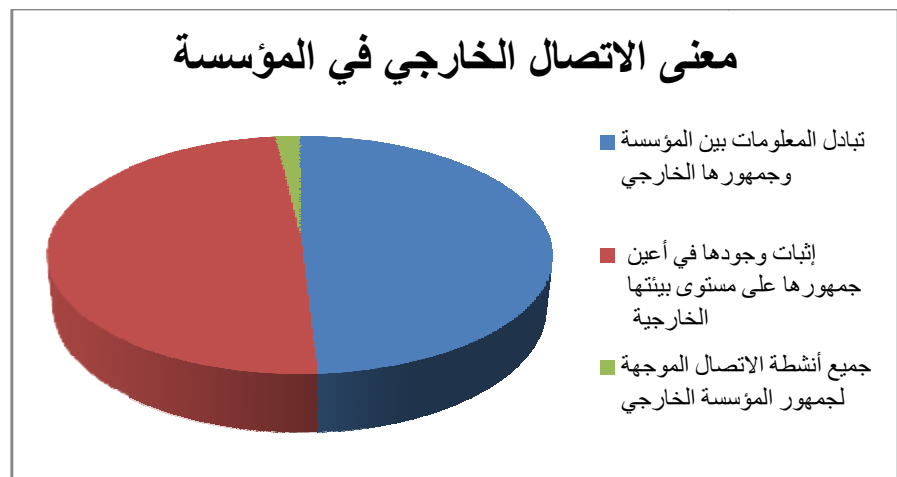
إن الحالة المهنية هي التي تكسب الفرد خبرة في سيرورة أداء الأعمال وتعود على المؤسسة بفوائد التقدم نحو الأحسن.

ثانيا : البيانات الموضوعية

المحور الأول : دور الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.

الجدول رقم(06) يمثل معنى الاتصال الخارجي في المؤسسة

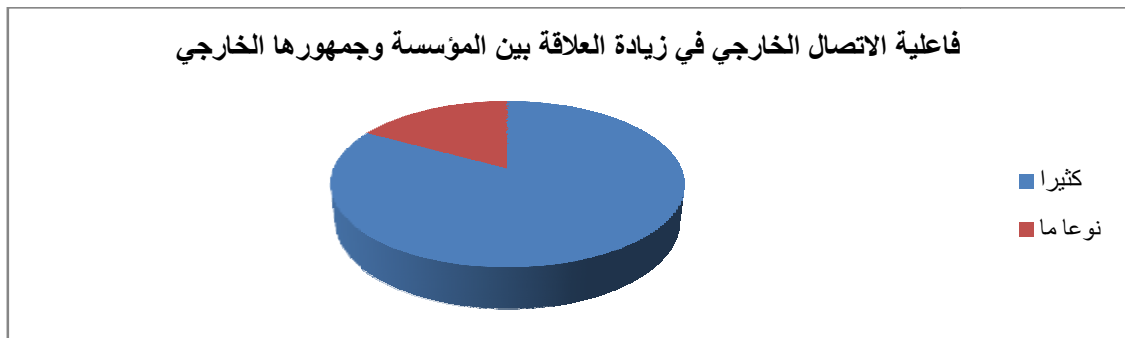
الاجابة	التكرار	النسبة
تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي	11	37%
إثبات وجودها في أعين جمهورها على مستوى بيئتها الخارجية	11	37%
جميع أنشطة الاتصال الموجهة لجمهور المؤسسة الخارجي	08	26%
المجموع	30	100%



التعليق: من خلال الجدول المتعلق بمعنى الاتصال الخارجي في المؤسسة يتبين لنا أن ما نسبته **37%** صرحوا أن الاتصال الخارجي هو تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي و كذلك إثبات وجودها في أعين جمهورها على مستوى بيئتها الخارجية بنفس النسبة **37%** ، لأنه يعد حلقة وصل بين المؤسسة والمجتمع المحيط بها ، في حين أن ما نسبته **26%** من العمال يرون أن الاتصال الخارجي في مؤسستهم هو جميع أنشطة الاتصال الموجهة لجمهور المؤسسة الخارجي ، سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها أو تسويق للخدمات والسلع ، ومنه يمكن القول أن الاتصال الخارجي وحسب أغلبية أفراد العينة هو تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي إضافة إلى إثبات وجودها في أعين جمهورها على مستوى بيئتها الخارجية.

الجدول رقم (07) فاعلية الاتصال الخارجي في زيادة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي

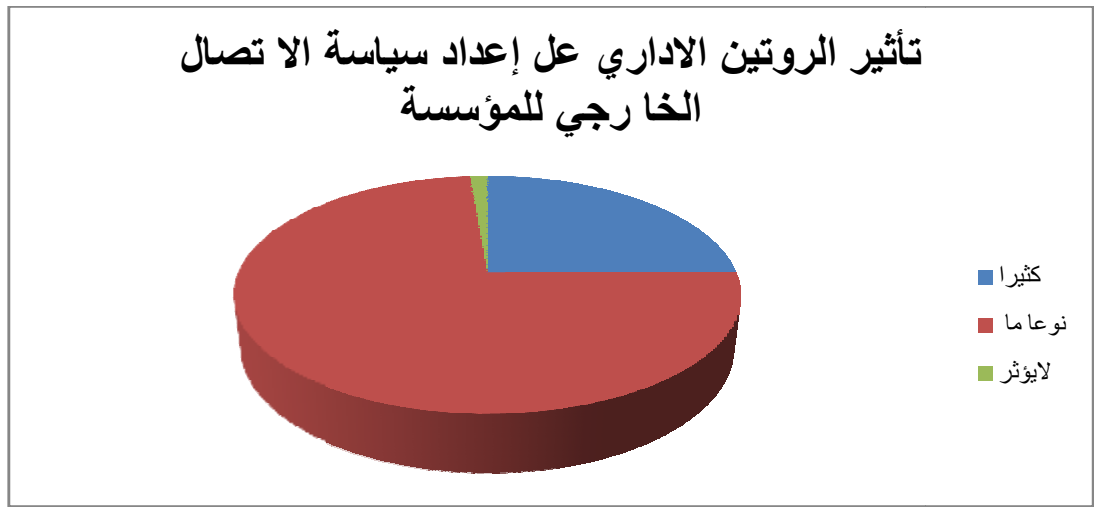
الإجابة	التكرار	النسبة
كثيرا	25	83%
نوعا ما	5	17%
لا يؤثر	0	0
المجموع	30	100%



التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن ما نسبته **83%** من أفراد العينة أجابوا بكثيرا ، وهذا يعني أن عمال المؤسسة على دراية بدور الإتصال الخارجي نظرا لفاعليته العالية وتأثيره الكبير على علاقة المؤسسة بجمهورها الخارجي ، ثم تليها **17%** نسبة الذين أجابوا ب نوعا ما أما لا يؤثر تمثلت في نسبة **0%** ومنه نستنتج أن الاتصال الخارجي يزيد من فاعلية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.

الجدول رقم (08) تأثير الروتين الإداري على إعداد سياسة الاتصال الخارجي للمؤسسة

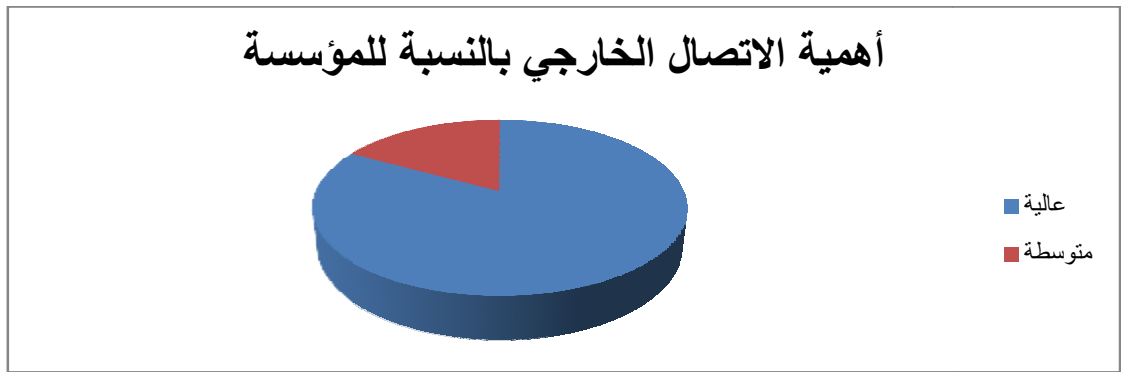
الاجابة	التكرار	النسبة
كثيرا	6	20%
نوعا ما	23	77%
لا يؤثر	1	3%
المجموع	30	100%



التعليق: من خلال الاحصاءات المبينة أعلاه نلاحظ أن 77% نسبة الذين أجابوا ب نوعا ما ، معنى أن المؤسسة دائما ترغب في كسر الجمود بأفكار جديدة ، وروح التطوير والتطور ، في حين أن ما نسبته 20% أجابوا بكثيرا ، ويمكن تفسير ذلك بأن هذه الفئة من العينة على علم بأن الروتين الإداري بلا شك هو من المشاكل التي تواجه المؤسسات وتعطلها عن مسيرة التقدم والتجديد ، بينما 3% نسبة لا يؤثر ومنه نستنتج أن الروتين الإداري يؤثر نوعا ما على إعداد سياسة الاتصال الخارجي للمؤسسة.

الجدول رقم (09) أهمية الاتصال الخارجي بالنسبة للمؤسسة

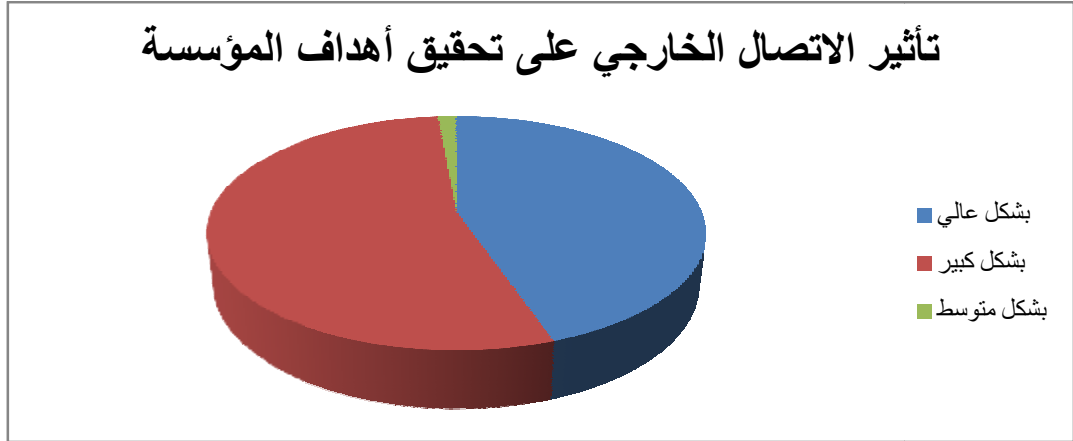
الاجابة	التكرار	النسبة
عالية	25	83%
متوسطة	5	17%
ضعيفة	00	00%
المجموع	30	100%



التعليق: من خلال الجدول أعلاه الذي يبين مدى أهمية الإتصال الخارجي بالنسبة للمؤسسة ، حيث أجمع اغلب أفراد العينة أن له أهمية عالية بنسبة 83% ، وذلك لأنه يعمل على تحقيق شهرة للمؤسسة من خلال رسم صورة إيجابية لها وتعريف الرأي العام بسياساتها وخدماتها ، كما يعمل على المساهمة في توضيح أهداف المؤسسة من خلال تقنيات الإتصال الخارجي ، ثم تليها متوسطة بنسبة 17% في حين ضعيفة كانت بنسبة 0% ومن خلال هذا نستنتج أن أهمية الاتصال الخارجي بالنسبة لمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة كانت عالية .

الجدول رقم (10) يمثل تأثير الاتصال الخارجي على تحقيق أهداف المؤسسة

الإجابة	التكرار	النسبة
بشكل عالي	13	44%
بشكل كبير	16	53%
بشكل متوسط	1	3%
المجموع	30	100%

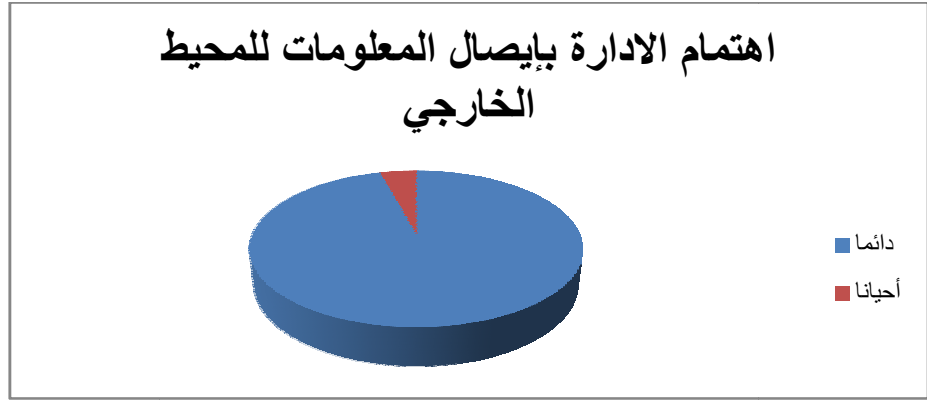


التعليق: من خلال الجدول المتعلق بتأثير الاتصال الخارجي على تحقيق أهداف المؤسسة يتبين أن نسبة 53% بشكل كبير، وهذا يدل أن للاتصال الخارجي له فعالية كبيرة وتأثير مباشر وغير مباشر على المؤسسة الخدمائية من حيث رفع الكفاءة وتوفير المعلومات ، و 44% نسبة بشكل عالي في حين 3% كانت بشكل متوسط ومنه نستنتج أن الاتصال الخارجي يؤثر على تحقيق أهداف المؤسسة بشكل كبير.

المحور الثاني: وسائل الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

الجدول رقم (11) يمثل اهتمام الادارة بإيصال المعلومات للمحيط الخارجي

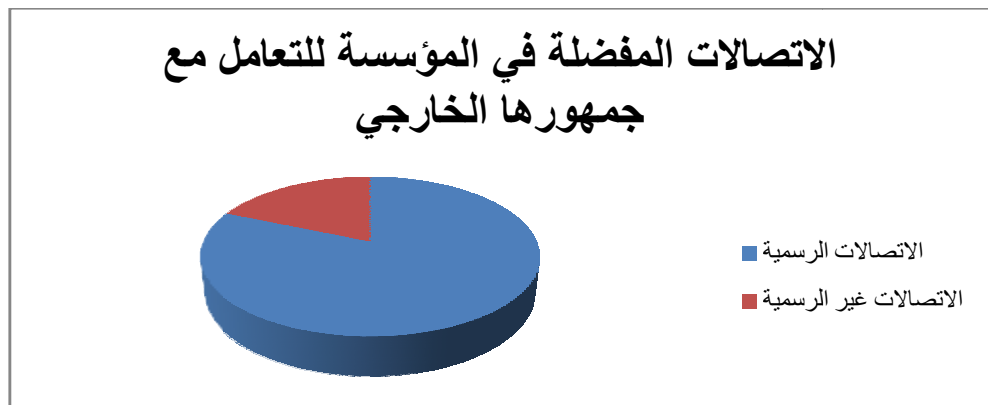
الاجابة	التكرار	النسبة
دائما	22	73%
أحيانا	8	27%
نادرا	0	0
المجموع	30	100%



التعليق: من خلال الجدول أعلاه المتعلق باهتمام الادارة بإيصال المعلومات للمحيط الخارجي نلاحظ أن نسبة **73%** أجابوا ب دائماً، وهو ما يفسر أن إدارة المؤسسة تولي إهتماماً كبير بجمهورها وزبائنها ، كما تعمل على تقديم المعلومات والخدمات لجمهورها الخارجي ، في حين أن نسبة **27%** أحياناً أما نادراً **0%** ومنه نستنتج أن إدارة المؤسسة تهتم بإيصال المعلومات للمحيط الخارجي دائماً.

الجدول رقم (12) يوضح الاتصالات المفضلة في المؤسسة للتعامل مع جمهورها الخارجي

الاجابة	التكرار	النسبة
الاتصالات الرسمية	14	47%
الاتصالات غير الرسمية	16	53%
المجموع	30	100%



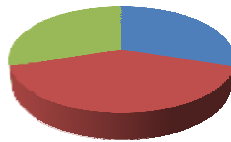
التعليق : من خلال الجدول المتعلق بالاتصالات المفضلة في المؤسسة للتعامل مع جمهورها الخارجي يتوضح لنا أن الاتصالات غير الرسمية مثلت ما نسبته **53%**، وهي الإتصالات التي تتم خارج القنوات الرسمية المحددة للإتصال

،بينما الاتصالات الرسمية 47% ومنه نستنتج أن الاتصالات التي تفضلها المؤسسة في التعامل مع جمهورها الخارجي هي الاتصالات غير الرسمية .

الجدول رقم (13) يوضح الأسلوب الذي تستخدمه المؤسسة للاتصال بجمهورها الخارجي

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
مقابلة شخصية	9	30%
الهاتف		
مؤتمر صحفي		
مراسلات	12	40%
بيانات صحفية		
تقارير		
رسائل الكترونية	9	30%
المجموع	30	100%

الاسلوب الذي تستخدمه المؤسسة للاتصال بجمهورها الخارجي



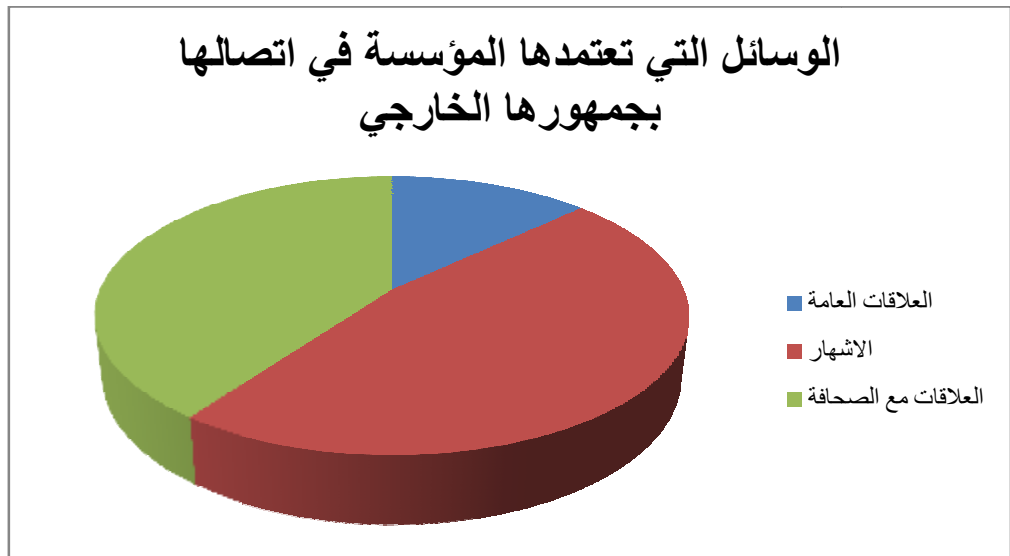
- أسلوب شفوي
- أسلوب كتابي
- أسلوب الكتروني

التعليق: من خلال الجدول المتعلق بالأسلوب المفضل في المؤسسة للتعامل مع جمهورها الخارجي يتبين لنا أن أفراد العينة يفضلون الأسلوب الكتابي وذلك عن طريق مراسلات 20% ، بيانات صحفية 10% ، تقارير 10% ، ويعود السبب في ذلك إلى أنها دقيقة وتشمل كل التفاصيل ولسهولة انتشارها والتواصل ، في حين نجد الاسلوب

الشفوي يستخدم بدرجة أقل بنسبة وذلك عن طريق الهاتف 20%، ومؤتمر صحفي بنسبة 10%، وبنفس النسبة نجد الاسلوب الالكتروني عن طريق رسائل الكترونية 30، ومنه نستنتج أن المؤسسة تعمل على المزج والتنوع في أساليبها الإتصالية وذلك من أجل إنجاح العملية الإتصالية، كما يعطي للمؤسسة مجال للإحتكاك والإنسجام والتعاون بينها وبين مختلف المؤسسات وكذا جمهورها الخارجي.

الجدول رقم (14) يوضح الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة في اتصالها بجمهورها الخارجي

الإجابة	التكرار	النسبة
العلاقات العامة	4	13%
الاشهار	14	47%
العلاقات مع الصحافة	12	40%
المجموع	30	100%



التعليق: من خلال الجدول أعلاه نجد أن ما نسبته 47% من أفراد العينة صرحوا أن المؤسسة تعتمد على الاشهار في اتصالها بجمهورها الخارجي، باعتباره الوسيلة الناجحة والشائعة للتعريف بالمؤسسة وخدماتها، كما أنه يساهم في توجيه الجمهور لوجهة معينة خاصة إذا كان متمسكا بالإبتكار، ثم تليها العلاقات مع الصحافة بنسبة 40%،

إذ تلجأ إليها المؤسسة لتلبية الحاجة الإخبارية المتزايدة للمستهلك ونشر الرسائل الإعلامية ذات طابع مؤسسي لتساهم في تدعيم الصورة العمومية للمؤسسة ، وأخيرا العلاقات العامة بنسبة 13% ومنه نستنتج أن مؤسسة اتصالات الجزائر تعتمد في اتصالها بجمهورها الخارجي على الاشهار بنسبة كبيرة .

الجدول رقم (15) يمثل الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة في الاشهار

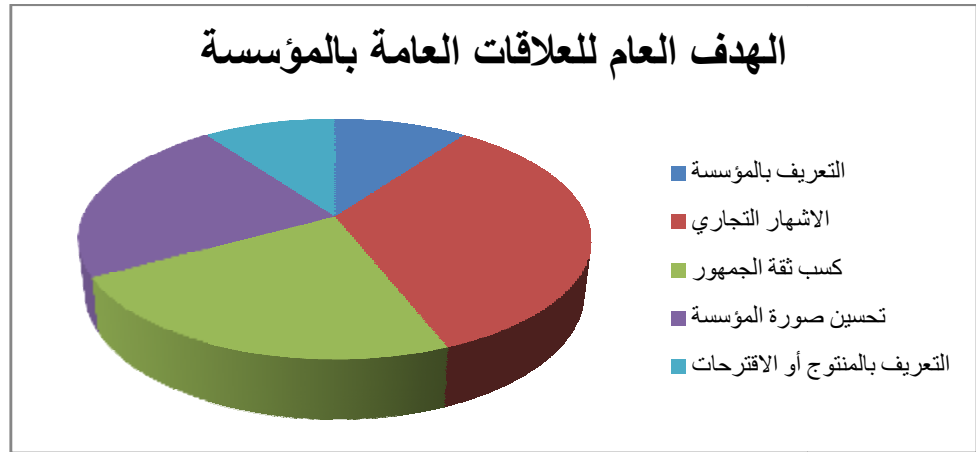
الاجابة	التكرار	النسبة
تلفزيون	6	20%
الاذاعة	5	17%
صحافة	9	30%
لافتات	10	33%
المجموع	30	100%



التعليق: من خلال الجدول المتعلق بالوسائل التي تعتمدها المؤسسة في الإشهار يتبين لنا أنها تعتمد على اللافتات بنسبة 33% في حين تعتمد على الصحافة بنسبة 30% بينما التلفزيون تعتمد عليه بنسبة 20% وفي الاخير الاذاعة بنسبة 17% ومن هنا نستنتج أن اللافتات هي من أكثر الوسائل المعتمدة من طرف المؤسسة في الاشهار

الجدول رقم (16) يمثل الهدف العام للعلاقات العامة في المؤسسة

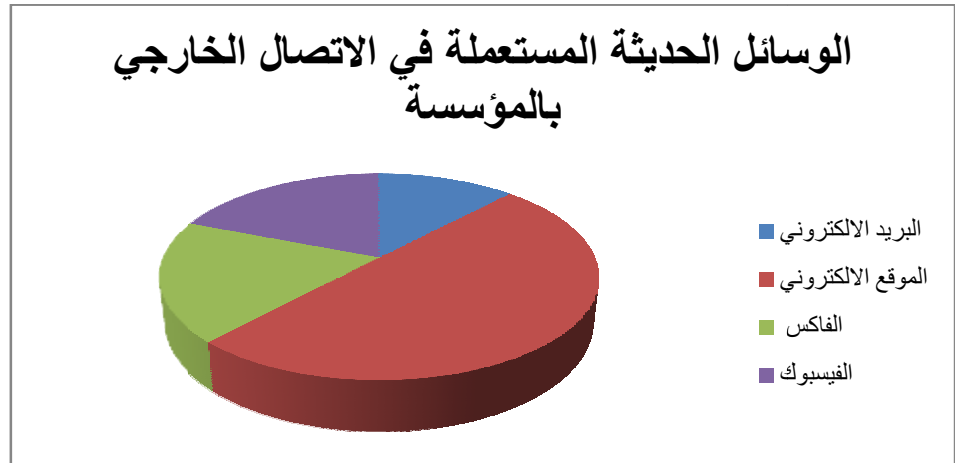
الإجابة	التكرار	النسبة
التعريف بالمؤسسة	3	10%
الإشهار التجاري	10	34%
كسب ثقة الجمهور	7	23%
تحسين صورة المؤسسة	7	23%
التعريف بالمنتوج أو الخدمة	3	10%
المجموع	30	100%



التعليق: يتضح لنا من خلال الجدول أن ما نسبته 34% من أفراد العينة أجابوا بأن الهدف العام للعلاقات العامة هو الإشهار التجاري ، وهذا ما يدل على أن المؤسسة تعمل على الترويج لمنتجاتها وتحقيق أكبر قدر من المنتجات ، ثم يليه كسب ثقة الجمهور وتحسين صورة المؤسسة بنسبة متساوية 23% ثم يأتي التعريف بالمؤسسة والتعريف بالمنتوج أو الخدمة بنسبة 10% ، وهذا ما يدل على أن الهدف العام للعلاقات العامة بالمؤسسة هو الإشهار التجاري .

الجدول رقم (17) يوضح الوسائل الحديثة المستعملة في الاتصال الخارجي في المؤسسة

الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
البريد الالكتروني	12	40%
الموقع الالكتروني	10	34%
الفاكس	4	13%
الفيسبوك	4	13%
المجموع	30	100%



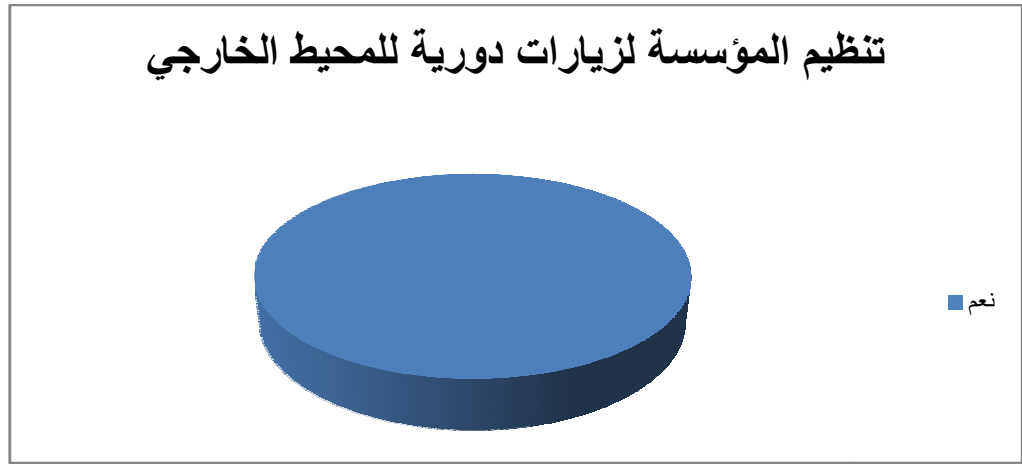
التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن ما نسبته 40% من أفراد العينة يستخدمون البريد الإلكتروني

كوسيلة من بين الوسائل الحديثة في الاتصال الخارجي بالمؤسسة ، باعتباره نظام للتراسل الإلكتروني ، بينما يستعملون الموقع الإلكتروني بنسبة 34% وفي الأخير الفاكس والفيسبوك بنسبة متساوية 13%، ومن هنا يتبين لنا أن إدارة المؤسسة تعتمد على التكنولوجيا الحديثة كما تعمل على عصنة المؤسسة بكل ما هو جديد ومنه نستنتج أن البريد الإلكتروني هو من أكثر الوسائل الحديثة المستعملة في الاتصال الخارجي بالمؤسسة .

المحور الثالث : آليات وسبل تحسين الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

الجدول رقم(18) يمثل تنظيم المؤسسة لزيارات دورية للمحيط الخارجي

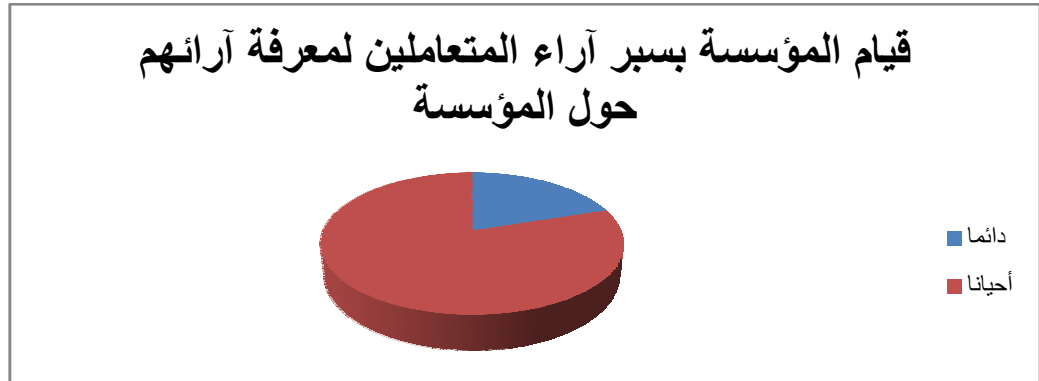
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	30	%100
لا	0	0
المجموع	30	%100



التعليق: من خلال الإحصاءات المبينة أعلاه نلاحظ مؤسسة اتصالات الجزائر تنظم زيارات دورية لمحيطها الخارجي وهو ما عبر عنه كل أفراد العينة بنسبة 100% وهو ما يدل على أن المؤسسة تهتم بمحيطها الخارجي.

الجدول رقم(19) يوضح قيام المؤسسة بسبر آراء المتعاملين لمعرفة آرائهم حول المؤسسة

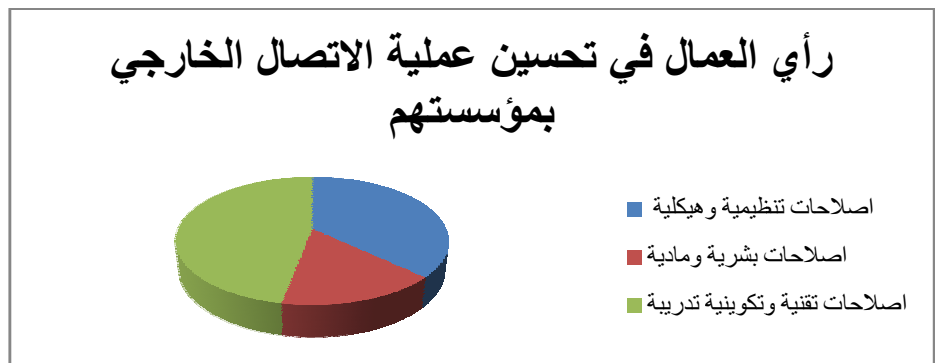
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
دائما	6	%20
أحيانا	24	%80
نادرا	0	0
المجموع	30	%100



التعليق: من خلال الجدول أعلاه نجد أن المؤسسة تقوم أحيانا بسبر آراء المتعاملين لمعرفة آرائهم حول المؤسسة وهو ما عبر عنه بنسبة 80%، وذلك من أجل معرفة مدى ثقتهم بالمؤسسة، في حين دائما كانت بنسبة 20% ومنه نستنتج أن المؤسسة تهتم بمعرفة رأي متعاملها بخصوص الخدمات التي تقدمها .

الجدول رقم(20) يبين رأي العمال في تحسين عملية الاتصال الخارجي بمؤسستهم

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
اصلاحات تنظيمية وهيكلية	11	37%
اصلاحات بشرية ومادية	5	16%
اصلاحات تقنية وتكوينية تدريبية	14	47%
المجموع	30	100%

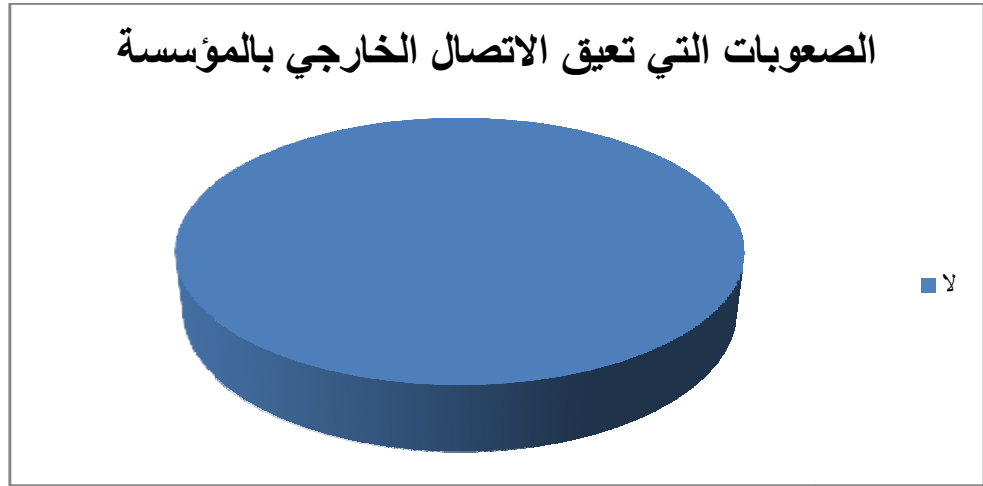


التعليق: من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا أن ما نسبته 47% من أفراد العينة صرحوا بأن تحسين عملية الاتصال الخارجي هي إصلاحات تقنية وتكوينية تدريبية ، وهذا ما يدل على ضعف التكوين والتأطير، ثم تليها إصلاحات تنظيمية وهيكلية بنسبة 37 % وأخيرا إصلاحات بشرية ومادية بنسبة 16% ومن هنا نستنتج أن المؤسسة تفتقر إلى التقنيات الحديثة في اتصالها الخارجي إضافة إلى إصلاحات تنظيمية وهيكلية وإصلاحات بشرية ومادية.

المحور الرابع: صعوبات الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

الجدول رقم (21) الصعوبات التي تعيق الاتصال الخارجي في المؤسسة

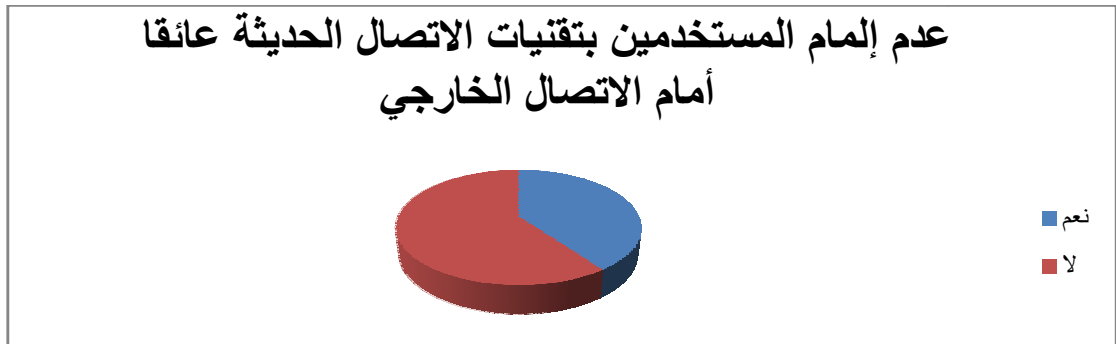
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	0	0
لا	30	100%
المجموع	30	100%



التعليق : من خلال الإحصاءات المبينة في الجدول أعلاه نلاحظ أن أفراد العينة أجابوا بلا بنسبة 100% بخصوص الصعوبات التي تعيق الاتصال الخارجي وهذا يعني أن مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة لا تعاني صعوبات تعيق اتصالها الخارجي .

الجدول رقم (22) يوضح رأي العينة في عدم إلمام المستخدمين بتقنيات الإتصال الحديثة عائقا أمام الإتصال الخارجي في المؤسسة

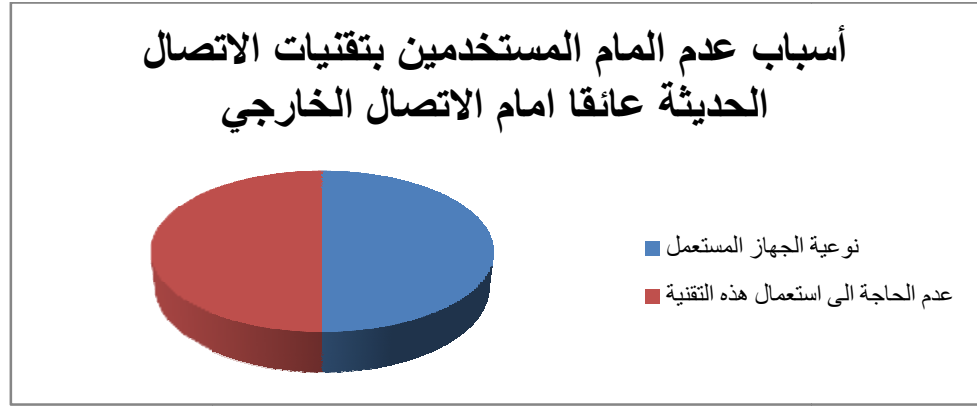
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	40%
لا	18	60%
المجموع	30	100%



في حالة إجابتك بنعم ما سبب ذلك ؟

الجدول رقم (23) يوضح أسباب عدم إلمام المستخدمين بتقنيات الإتصال الحديثة عائقا أمام الإتصال الخارجي

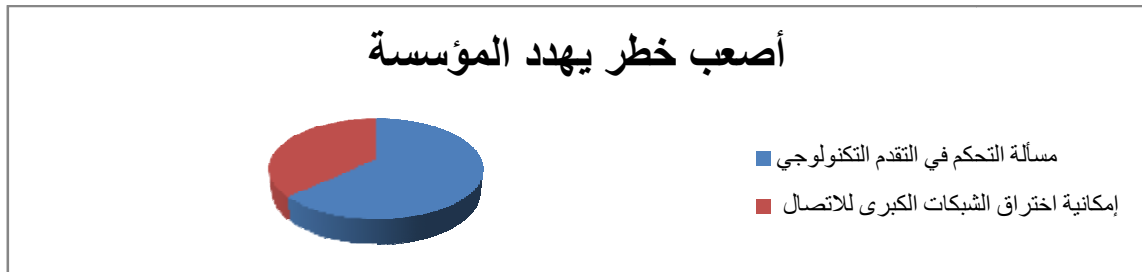
الاجابة	التكرار	النسبة المئوية
نوعية الجهاز المستعمل	6	50%
عدم الحاجة الى استعمال هذه التقنية	6	50%
السن	0	0
المجموع	12	100%



التعليق : من خلال الجدولين (22) و (23) السابقين يتضح لنا أن ما نسبته 60% من أفراد العينة أجابوا ب لا بينما 40% نسبة الذين أجابوا بنعم ، وسبب ذلك هو نوعية الجهاز المستعمل و عدم الحاجة الى استعمال هذه التقنية بنسبة متساوية 50% وعليه نستنتج أن عدم المام المستخدمين بتقنيات الاتصال الحديثة لا يشكل عائقا امام الاتصال الخارجي بالمؤسسة، إلا أنه على كل إدارة تطمح إلى تحقيق أهدافها أن تأخذ بعين الاعتبار كل المعوقات والمشاكل لتفادي عرقلة سيرورة الإتصال ومهامه بالمؤسسة .

الجدول رقم (24) يمثل أصعب خطر يهدد مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
مسألة التحكم في التقدم التكنولوجي	19	63%
إمكانية اختراق الشبكات الكبرى للاتصال	11	37%
المجموع	30	100%



التعليق : من خلال الجدول أعلاه نجد أن ما نسبته 63% صرحوا بأن مسألة التحكم في التقدم التكنولوجي هي أصعب خطر يهدد المؤسسة بينما 37% أجابوا بإمكانية اختراق الشبكات الكبرى للاتصال ، وهذا ما يدل على أن مسألة التحكم في التقدم التكنولوجي يشكل أصعب خطر على المؤسسة .

✓ تحليل النتائج على ضوء تساؤلات الدراسة :

لقد توصلنا من خلال دراستنا الميدانية التي تدور حول فعالية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة؟ إلى النتائج التي أجبنا فيها عن تساؤلات الدراسة:

المحور الأول المتعلق بدور الإتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة : يتضح لنا من خلال الجداول رقم (06-07-08-09-10) أن الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر هو تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي ، وأيضاً هو إثبات وجودها في ذهن جمهورها ، كما أن الفعالية الاتصالية في المؤسسة تساهم بشكل كبير في زيادة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي وهذا حسب ما أدلى به أفراد العينة ، في حين نجد أن الروتين الإداري للمؤسسة يؤثر نوعاً ما على إعداد سياستها ، وما يوضح أيضاً أهمية الاتصال الخارجي بالمؤسسة هو إجابة معظم أفراد العينة أنه يساهم في السير الحسن للمؤسسة ويخدم مصلحتها ، وبالتالي تحقيق أهدافها ، لذلك تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر على تفعيل اتصالها الخارجي، ومنه نستنتج أننا أجبنا على التساؤل الأول : ما دور الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر ؟

المحور الثاني المتعلق بوسائل الإتصال الخارجي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة : من خلال الجداول رقم (11 - 12 - 13 - 14 - 15 - 16 - 17) يتبين لنا أن مؤسسة اتصالات الجزائر تهتم بإيصال المعلومات لمحيطها الخارجي ، وذلك من خلال تعدد وسائل الاتصال الخارجي ، وذلك من أجل توضيح العلاقة بين تنوع وسائل الإتصال الخارجي وفعاليتها في المؤسسة ، وهو ما يفسر أن هناك الإتصال غير الرسمي والذي عادة ما يكون موازياً ومكملاً للإتصال الرسمي ، إضافة إلى الأساليب الاتصالية المستخدمة في إتصالها بجمهورها الخارجي نجد الأسلوب الكتابي الذي يطغى على الأسلوب الإلكتروني والأسلوب الشفوي ، أما فيما يخص الوسائل المعتمدة من طرف المؤسسة في اتصالها الخارجي نجد الإشهار الذي يمثل النسبة الأكبر مع باقي الوسائل الأخرى والتي هي العلاقات مع الصحافة ثم تليها العلاقات العامة والذي هدفها الأساسي هو الإشهار التجاري بالنسبة للمؤسسة ، وعليه فإن مؤسسة اتصالات الجزائر تعمل على المزج بين مختلف الوسائل الاتصالية ، وكونها مؤسسة خدماتية فهي تعتمد في اتصالاتها الخارجية على اللافئات كوسيلة اتصالية و وسائل الإعلام الأخرى (الإذاعة ، التلفزيون ، الصحافة) ، إضافة إلى استخدام وسائل الإتصال الحديثة (البريد الإلكتروني ، الموقع الإلكتروني ، الفاكس ، الفيس بوك) ، وبالتالي فهي من المؤسسات الرائدة في استخدام الوسائل التكنولوجية وهذا ما يبين سعيها لمسايرة التطور الحاصل .

ومنه نستنتج أننا تمكنا من الإجابة على التساؤل الثاني : فيما تتمثل وسائل الإتصال الخارجي في مؤسسة إتصالات الجزائر ؟

المحور الثالث المتعلق بآليات وسبل تحسين الإتصال الخارجي في مؤسسة إتصالات الجزائر بالمسيلة: يتضح لنا من خلال الجداول رقم (18 - 19 - 20) أن مؤسسة اتصالات الجزائر تعمل على تحسين اتصالها الخارجي ، وذلك من خلال تنظيم زيارات دورية للمحيط الخارجي بالإضافة إلى قيامها بسبر آراء المتعاملين لمعرفة آرائهم حول المؤسسة ، وهذا ما يدل على أن المؤسسة تهتم بتحسين صورتها الخارجية لدى متعاملها ، أما فيما يخص اصلاحات عملية الاتصال الخارجي وحسب أفراد العينة هي اصلاحات تقنية وتكوينية تدريبية ثم تليها اصلاحات تنظيمية وهيكلية وفي الأخير اصلاحات بشرية ومادية ، وعليه فنجاح عملية الإتصال الخارجي سيؤدي إلى تحقيق الأهداف المطلوبة ، فهو عملية اجتماعية لا يمكن أن تعيش بدونها أي جماعة .

ومنه نستنتج أننا أجبنا على التساؤل الثالث : ماهي آليات وسبل تحسين الإتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر ؟

المحور الرابع المتعلق بعوائق الإتصال الخارجي بمؤسسة إتصالات الجزائر بالمسيلة : من خلال الجداول (21 - 22 - 23 - 24) يتبين لنا أن مؤسسة اتصالات الجزائر لا تعاني من صعوبات تعيق اتصالها الخارجي وهو ما صرح به كل أفراد العينة ، في حين نجد أن أحد أسباب عدم إلمام المستخدمين بتقنيات الإتصال الحديثة تشكل عائقا أمام الإتصال الخارجي هو نوعية الجهاز المستعمل ، وعدم الحاجة إلى استعمال هذه التقنية ، أما عن أصعب خطر يهدد مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة وهو ما أدلى أغلب أفراد العينة هو مسالة التحكم في التقدم التكنولوجي ، وعليه فإن إدارة المؤسسة تعمل على التغلب عن عوائق الاتصال بتنسيق وتخطيط برامج تساعد في تحقيق ما تصبو إليه من أهداف باعتبارها مؤسسة خدماتية .

وعليه نستنتج أننا تمكنا من الإجابة على التساؤل الرابع : ماهي عوائق الإتصال الخارجي بمؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة ؟

2- نتائج الدراسة :

من خلال الدراسة الميدانية في مؤسسة اتصالات الجزائر وتحليل بيانات الاستبيان توصلنا إلى النتائج التالية :

1. الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة هو عبارة عن تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي ، إضافة إلى إثبات وجودها في أعين جمهورها على مستوى بيئتها الخارجية .
2. الاتصال الخارجي يزيد من فاعلية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة، وذلك من وجهة نظر أفراد العينة بنسبة 83% .
3. يؤثر الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة على تحقيق أهداف المؤسسة ، كما استنتجنا أن له أهمية عالية إذ تهتم إدارة المؤسسة بإيصال المعلومات للمحيط الخارجي .
4. تعتمد مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة على المزج بين مختلف الأساليب الاتصالية في التعامل مع جمهورها الخارجي ، وهو ما يعبر عن التنوع في الأساليب .
5. يغلب الاتصال غير الرسمي على الاتصال الرسمي بمؤسسة اتصالات الجزائر ، وذلك حسب ما عبر عنه أفراد العينة بنسبة 53% .
6. من أبرز الوسائل التي تعتمد عليها مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة في اتصالها بجمهورها الخارجي هو الاشهار ، كما تعتبر اللافتات من بين وسائل الاشهار الأكثر استخداما في الاشهار .
7. يعد الاشهار التجاري وكسب ثقة الجمهور الهدف العام للعلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر .
8. تنظم مؤسسة اتصالات الجزائر زيارات دورية لمحيطها الخارجي ، كما تهتم بمعرفة راي متعلميها حول المؤسسة .

9. من أهم الوسائل الحديثة المستعملة في الاتصال الخارجي بمؤسسة اتصالات الجزائر هي البريد الإلكتروني.


10. تسعى مؤسسة اتصالات الجزائر إلى تحسين عملية الاتصال الخارجي من خلال اصلاحات تقنية وتكوينية تدريبية بالإضافة إلى اصلاحات تنظيمية وهيكلية .

11. تعد مسألة التحكم في التقدم التكنولوجي أصعب خطر يهدد مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة.

الخاتمة

وفي نهاية بحثنا ومن خلال دراستنا للاتصال الخارجي وفعاليته في المؤسسة الخدمائية اتصالات الجزائر بالمسيلة اتضح لنا جليا أهمية هذا العنصر في حياة المؤسسة واستمراريتها وبقائها الذي هو مرهون بمدى استخدامها السليم والفعال له ، وذلك كون الاتصال الخارجي يمثل نقطة وصل بين المؤسسة والمحيط الخارجي ، إذ يلعب دورا مهما في زيادة تحقيق الكفاءة والفاعلية الكبيرة من أجل إدراك أهداف المؤسسة .

ويعد عملية متجددة ومستمرة لا تقف عند وقت أو مرحلة معينة، كما يستهدف الاتصال الخارجي إشباع الحاجات الأصيلة للمؤسسة في إطار من القيم والسلوكيات الحسنة و التي تتفاعل مع بعضها فتولد توازنا دائما بين المؤسسة وجمهورها الخارجي المتمثل غالبا في الزبائن من حيث مصالح كل منه ونشاطه ، فنجد للاتصال الخارجي فعالية كبيرة وتأثير مباشر وغير مباشر على المؤسسة الخدمائية من حيث رفع الكفاءة وتوفير المعلومات وتحسين الشروط العامة للعمل من تعامل العمال فيما بينهم و مع الزبائن ، ولذلك لا بد على المؤسسة الخدمائية أن تقوم بالاهتمام بجمهورها الخارجي من مستهلكين وزبائن ومتعاملين وتحفيزهم ، لأن ذلك يجعل كل فرد كفيل ببذل كل جهده في وظيفته لأن الجانب النفيس للزبون عنصر مهم في نجاح أي مؤسسة .



قائمة المراجع والمصادر

قائمة المراجع :

الكتب

1. أحمد بن مرسللي مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2005.
2. أحمد محمد المصري الإعلان مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية 1992.
3. جاسم فخري وآخرون العلاقات العامة دار الكتابة للنشر والتوزيع بغداد 1981.
4. جيهان أحمد رشدي الأسس العلمية لنظريات الإعلام دار الفكر العربي القاهرة 1978.
5. حسين الحلبي مبادئ العلاقات العامة منشورات عويدات بيروت دت .
6. صلاح محمد عبد الباقي السلوك التنظيمي 0مدخل تطبيقي معاصر (دار الجامعة الجديدة الإسكندرية 2003.
7. طاهر مرسي عطية فن وعلم العلاقات العامة دار النهضة العربية القاهرة 1994.
8. عبد الفتاح محمد دويدات سيكولوجيا السلوك الإنساني بيروت دار النهضة العربية 1995.
9. عبد المعطي محمد عساف الادارة العامة وتطبيقاتها في المملكة العربية السعودية مطابع الغرز دق التجارية الرياض 1983.
10. علي عجوة الأسس العلمية للعلاقات العامة ط3 عالم الكتب القاهرة 1985.
11. عمار بوحوش مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث ،ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2001.
12. عمر صخري اقتصاد المؤسسة ط3 ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2003.
13. فضيل دليو اتصال المؤسسة إشهار علاقات عامة علاقات مع الصحافة دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة 2003.
14. محمد بهجت كمشك العلاقات العامة والخدمة الاجتماعية المكتب الجامعي الحديث 2003.
15. محمد جودت ناصر الدعاية والإعلان والعلاقات العامة ط1 دار مجد لاوي عمان 1997.
16. محمد حافظ حجازي المقدمة في التسويق ط1. دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الإسكندرية 2005.
17. محمد عبد الحميد دراسة الجمهور في بحوث الإعلام عالم الكتب دط القاهرة 1993.

18. محمد عبد الله عبد الرحيم التسويق المعاصر جامعة القاهرة 1988.
19. محمد عبيدات محمد أبو نصار وعقلة مبيضين منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، الجامعة الأردنية كلية الاقتصاد والعلوم الإدارية 1999.
20. المصري أحمد محمد الإدارة الحديثة مؤسسة شباب الجامعة الإسكندرية 2000.
21. مصطفى حجازي الاتصال الفعال والعلاقات الإنسانية والإدارية دار الطليعة لبنان 1982.
22. مصطفى عشوي علم النفس الاجتماعي الصناعي ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 1990.
23. هناء حافظ بدوي الاتصال بين النظرية والتطبيق المكتب الجامعي الحديث الإسكندرية 2003.

مراجع بالأجنبية :

1. Aless nuchielli . les scien ce de linfirmation et de la cimmunication .edktion hachette paris 2001.

الرسائل الجامعية :

1. رابع العشمي واقع الاتصال الخارجي على أداء المؤسسة الاقتصادية العمومية دراسة حالة لزبائن مؤسسة اتصالات الجزائر قصر البخاري مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة المدية 2015-2016.
2. عبري حفيظة الاتصال الخارجي وأثره على الأداء الوظيفي دراسة حالة نقابة الاتحاد الوطني لعمال التربية والتكوين بمديرية التربية لولاية المدية مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة جامعة المدية 2016.2012.
3. نور الدين ميني الاتصال التسويقي في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الاتصال والعلاقات العامة بجاية قسنطينة الجزائر 2009.2008.

المجلات :

1. أحمد بن عيشاوي إدارة الجودة الشاملة في المؤسسة الخدمانية العدد الرابع مجلة الباحث جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2006.

المقابلات :

2. مقابلة مع السيد عبد الحكيم بعجي مدير خلية الاتصال والعلاقات الخارجية بالمسيلة يوم الاثنين

3أفريل 2017.الساعة 11.00 صباحا

المواقع الالكترونية :

[http // www algerie telecom dz.1.](http://www.algerie-telecom.dz)



الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة بحث حول:

فعالية الإتصال الخارجي في المؤسسة الخدمائية - إتصالات الجزائر -

فرع المسيلة

مذكرة مكّملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص اتصال و علاقات عامة

إنجاز الطالبين:

- الزهرة نويوة

- الخنساء شريفي

د / أحمد المهدي الزواوي

تنويه: نشكركم مسبقا على مساعدتكم لنا، كما نحيطكم علماً بان المعلومات التي نرغب في الحصول عليها غرضها علمي بحت.

السنة الجامعية:

2016/2015

أولاً: البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر أنثى

2. السن:

من 22-32 من 33-43 من 44 فما فوق

3-المستوى التعليمي:

متوسط
ثانوي
جامعي
أخرى

4-الحالة المهنية:

عامل دائم متعاقد متربص

5-الخبرة المهنية:

من 1 إلى 4 سنوات من 5 إلى 9 سنوات

10 سنوات فما فوق

ثانياً : البيانات الموضوعية:

المحور الأول : دور الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة

6-ماذا يعني لكم الاتصال الخارجي في مؤسساتكم؟

- تبادل المعلومات بين المؤسسة وجمهورها الخارجي
- إثبات وجود المؤسسة في أعين جمهورها على مستوى بيئتها الخارجية
- جميع أنشطة الاتصال الموجهة لجمهور المنظمة الخارجي

7- هل الاتصال الخارجي يزيد من فاعلية العلاقة بين المؤسسة والجمهور الخارجي؟

كثيرا نوعا ما لا يؤثر

8- هل ترى أن الروتين الإداري يؤثر على إعداد سياسة الاتصال الخارجي للمؤسسة؟

كثيرا نوعا ما لا يؤثر

9- في نظرك ما أهمية الاتصال الخارجي بالنسبة لمؤسستكم؟

عالية متوسطة ضعيفة

10- هل تعتقدون أن الاتصال الخارجي في مؤسستكم يؤثر على تحقيق أهداف المؤسسة؟

بشكل عالي بشكل كبير بشكل متوسط

المحور الثاني: وسائل الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة

11- هل تهتم الإدارة بإيصال المعلومات والقرارات للمحيط الخارجي؟

دائما أحيانا نادرا

12- ماهي الاتصالات التي تفضلها المؤسسة في التعامل مع جمهورها الخارجي؟

الاتصالات الرسمية الاتصالات غير الرسمية

13- ماهو الأسلوب الذي تستخدمه مؤسسة اتصالات الجزائر للاتصال بجمهورها؟

أسلوب شفوي عن طريق: مقابلة شخصية الهاتف مؤتمر صحفي

أسلوب كتابي عن طريق: مراسلات بيانات صحفية تقارير

أسلوب إلكتروني عن طريق: رسائل إلكترونية

14- ماهي أكثر وسيلة تعتمد عليها مؤسساتكم للاتصال بجمهورها الخارجي؟

العلاقات العامة الأشهار العلاقات مع الصحافة

15- ماهي الوسائل التي تعتمد عليها في الأشهار؟

تلفزيون إذاعة صحافة لافتات

16- حسب رأيكم ماهو الهدف العام للعلاقات العامة بمؤسساتكم؟

• التعريف بالمؤسسة الأشهار التجاري
كسب ثقة الجمهور تحسين صورة المؤسسة التعريف بالمنتوج أو الخدمة

17- ماهي الوسائل الحديثة المستعملة في الاتصال الخارجي بمؤسساتكم؟

البريد الإلكتروني الموقع الإلكتروني الفاكس الفيسبوك

المحور الثالث: آليات وسبل تحسين الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة

18- هل تنظم المؤسسة زيارات دورية للمحيط الخارجي؟

نعم لا

19- هل تقوم المؤسسة بسبر آراء المتعاملين لمعرفة آرائهم حول المؤسسة؟

دائما أحيانا نادرا

20- حسب رأيك كيف يمكن تحسين عملية الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر؟

- اصلاحات تنظيمية وهيكلية
- اصلاحات بشرية ومادية
- اصلاحات تقنية وتكوينية تدريبية

المحور الرابع: صعوبات الاتصال الخارجي في مؤسسة اتصالات الجزائر فرع المسيلة

21- هل توجد صعوبات تعيق الاتصال الخارجي في مؤسساتكم؟

لا

نعم

إذا كانت الإجابة بنعم فما نوع هذه الصعوبات؟

صعوبات مادية

صعوبات تنظيمية

صعوبات بشرية

أخرى أذكرها.....

22- هل تعتقدون أن عدم إلمام المستخدمين بتقنيات الإتصال الحديثة يشكل عائقا أمام الاتصال الخارجي؟

لا

نعم

- إذا كانت الإجابة بنعم ما سبب ذلك؟

• نوعية الجهاز المستعمل

• عدم الحاجة الى استعمال هذه التقنيات

• فارق السن

23- في نظركم ما هو أصعب تحدي يهدد مؤسساتكم؟

- مسألة التحكم في التقدم التكنولوجي

- إمكانية اختراق الشبكات الكبرى للاتصال



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
أب	مقدمة
23-4	الفصل الأول: الإطار النظري والإطار المنهجي للدراسة
4	الإشكالية
4	تساؤلات الدراسة
5	أسباب إختيار الموضوع
5	أهداف الدراسة
6	أهمية الدراسة
16-7	المدخل النظري للدراسة
17	نوع الدراسة ومنهجها
19-17	أدوات جمع البيانات
19	مجتمع البحث وعينته
22-20	تحديد المفاهيم
22	الأساليب الإحصائية المستخدمة
23-22	الدراسات السابقة
23	صعوبات الدراسة
55-30	الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة
51-30	التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة
55-54	نتائج الدراسة
57	الخاتمة
60-58	قائمة المراجع

	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح الخصائص العينة (الجنس)	30
02	يوضح الخصائص العينة (السن)	31
03	يوضح الخصائص العينة (المستوى التعليمي)	32
04	يوضح الخصائص العينة (الحالة المهنية)	33
05	يوضح الخصائص العينة (الخبرة المهنية)	34
06	يوضح معنى الإتصال الخارجي في المؤسسة	35
07	يوضح فاعلية الإتصال الخارجي في زيادة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي	36
08	يوضح تأثير الروتين الإداري على إعداد سياسة الإتصال الخارجي للمؤسسة	37
09	يوضح أهمية الإتصال الخارجي بالنسبة للمؤسسة	38
10	يوضح تأثير الإتصال الخارجي على تحقيق أهداف المؤسسة	38
11	يوضح إهتمام الإدارة بإيصال المعلومات للمحيط الخارجي	39
12	يوضح الإتصالات المفضلة في المؤسسة للتعامل مع جمهورها الخارجي	40
13	يوضح الأسلوب الذي تستخدمه المؤسسة للإتصال بجمهورها الخارجي	41
14	يوضح الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة في اتصالها بجمهورها الخارجي	42
15	يوضح الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسة في الإشهار	43
16	يوضح الهدف العام للعلاقات العامة في المؤسسة	44
17	يوضح الوسائل الحديثة المستعملة في الإتصال الخارجي بالمؤسسة	45
18	يوضح تنظيم المؤسسة لزيارات دورية للمحيط الخارجي	46
19	يوضح قيام المؤسسة بسبر آراء المتعاملين لمعرفة آرائهم حول المؤسسة	46

47	يوضح رأي العمال في تحسين عملية الإتصال الخارجي بمؤسستهم	20
48	يوضح الصعوبات التي تعيق الإتصال الخارجي بالمؤسسة	21
49	يوضح عدم إلمام المستخدمين بتقنيات الإتصال الحديثة عائقا أمام الإتصال الخارجي في المؤسسة	22
49	يوضح أسباب عدم إلمام المستخدمين بتقنيات الإتصال الحديثة عائقا أمام الإتصال الخارجي	23
50	يوضح أصعب خطر يهدد مؤسسة اتصالات الجزائر بالمسيلة	24

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
28	يوضح الهيكل التنظيمي للإتصالات الجزائر من المديرية العامة إلى الوكالة الفرعية	01
29	يوضح الهيكل التنظيمي للمديرية العملية للإتصالات الجزائر	02

ملخص:

تهدف الدراسة إلى معرفة مدى فعالية الإتصال الخارجي بمؤسسة إتصالات الجزائر بالمسيلة من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من العمال بالمؤسسة .

ولبلوغ أهداف الدراسة قمنا بتصميم إستمارة إستبيان لجمع المعلومات اللازمة والإجابة على تساؤلات الدراسة التي احتوتها الإستمارة وفقا لما يلي :

الجزء الأول : يحتوي على البيانات الشخصية

الجزء الثاني : يحتوي على أربعة محاور (دور الإتصال الخارجي في مؤسسة إتصالات الجزائر بالمسيلة ، وسائل الإتصال الخارجي في مؤسسة إتصالات الجزائر ، آليات وسبل تحسين الإتصال الخارجي في مؤسسة إتصالات الجزائر ، صعوبات الإتصال الخارجي في مؤسسة إتصالات الجزائر)

كما اقتضت طبيعة الموضوع والجال البشري للدراسة اللجوء إلى أسلوب عينة المسح الشامل ، ومنهج دراسة حالة ، وبلغ عدد الإستبيانات الموزعة 30 إستمارة إستبيان على أفراد العينة وهم عمال مؤسسة إتصالات الجزائر بالمسيلة .

وتلخصت أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي : للإتصال الخارجي فعالية كبيرة في زيادة العلاقة بين المؤسسة وجمهورها الخارجي بنسبة 83% ، وتبين ذلك من خلال أهميته والدور الذي يلعبه في تحقيق شهرة للمؤسسة وتكوين صورة إيجابية عنها ، وتقديم المعلومات التي يرغب الجمهور الخارجي في معرفتها

Résumé:

Le but de cette étude est de deviner l'efficacité de la communication externe au niveau de l'entreprise "AlgérieTélécom " à M'Sila. C'est une étude sur le terrain qui touche un échantillon des travailleurs de cette société et pour atteindre les objectifs de la recherche, nous avons établi un questionnaire afin de collecter les informations nécessaires qui permettent de répondre aux questions posées selon le plan suivant: 1ère partie: Elle contient les informations personnelles de l'employé. 2ème partie: Cette partie du questionnaire comporte quatre axes concernant la communication externe (son rôle dans cette entreprise, ses moyens et ses outils, les mécanismes assurant son perfectionnement, et ses difficultés). La nature du thème traité et des travailleurs interrogés exige l'emploi de sondage sur échantillon exhaustif et la méthode du cas particulier. Le questionnaire distribué touche 30 membres de l'échantillon (30 travailleurs de l'entreprise "AlgérieTélécom " à M'Sila) et les résultats obtenus à l'issue de cette étude sont: La communication externe a une grande importance et une efficacité considérable pour maintenir une bonne relation entre l'entreprise et sa clientèle (le pourcentage de réussite est de 83 %). Elle a aussi un rôle important dans la publicité au profit de l'image de l'entreprise sur le marché en fournissant les informations adéquates à son public.