

## أثر الاتصالات الداخلية على تحقيق الرضا الوظيفي في المؤسسات الاقتصادية

دراسة حالة مؤسسة صنع أجهزة القياس والمراقبة -AMC- العلمة

### THE IMPACT OF INTERNAL COMMUNICATION ON JOB SATISFACTION IN ECONOMIC INSTITUTIONS

#### A CASE STUDY OF AN ENTERPRISE AMC -EL EULMA-

بدرالدين زمور<sup>1\*</sup>، نجيب كامل<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جامعة البلدية 2 الجزائر

<sup>2</sup> جامعة جيجل، الجزائر

تاريخ الاستلام: 2023/05/31 تاريخ القبول: 2023/06/15 تاريخ النشر 2023/06/30

**ملخص:** تعالج هذه الدراسة جانبا مهما في الاتصال المؤسسي داخل المؤسسات الاقتصادية، وهذا من خلال السعي الى إبراز العلاقة بين جودة وكفاءة العملية الاتصالية داخل المؤسسة الاقتصادية ودورها في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العمال، وهذا من خلال مؤشرات جودة الرسالة والقائم عليها والوسيلة المستخدمة. والرضا الوظيفي كمتغير مستقل يخضع لجودة الاتصال الداخلي، وأشارت النتائج إلى وجود علاقة ارتباطية بين كل مؤشر من عناصر العملية الاتصالية داخل المؤسسة في تحقيق أثر الرضا الوظيفي لدى العمال.

وخلصت الدراسة إلى انه يوجد أثر للإتصال داخل المؤسسة الاقتصادية AMC على الرضا الوظيفي.

**الكلمات المفتاحية :** الإتصال المؤسسي، الإتصال الداخلي، الرضا الوظيفي.

**Abstract:** This study addresses an important aspect of institutional communication within the economic enterprise, By seeking to highlight the relationship between the quality and efficiency of the communication process within the economic institution And their role in achieving job satisfaction among workers, This is done through the indicators of the quality of the message and the code and the means used. Job satisfaction as an independent variable is subject to

---

\*بدرالدين زمور

the quality of internal communication, The results indicated that there is a correlation between each indicator of the communication process within the institution in achieving the impact of job satisfaction when workers

This study concluded that there is a impact of internal communication on job satisfaction

**Keywords:** Communication institutional, Internal communications, Job Satisfaction.

## 1- تمهيد :

تعتبر المؤسسات الاقتصادية قطاعا مهما وفاعلا مركزيا في اقتصاد أي بلد، فهي الأساس الذي يقاس عليه اقتصاد البلد في قوته وكيونته، ولهذا يكون الاهتمام بها مؤشرا على تطور البلد، وكما يعلم الجميع ان المؤسسات الاقتصادية هي كيان اجتماعي واقتصادي وتحكمه العديد من المبادئ التسييرية والتنظيمية، وضمن هذين الكيانين لا يمكن ان نغفل الكيان الاتصالي للمؤسسة الاقتصادية، فلا يكفي توفرها على العتاد وعلى العمال والخبراء لتسيير المؤسسة بشكل سلس ومنظم وانما تحتاج أساسا الى متغير الاتصالات داخلها.

اننا نتحدث هنا عن العمليات الاتصالية التي تحدث داخل المؤسسة الاقتصادية باعتبارها فاعلا مهما في نجاح هذا النوع من المؤسسات، ويمكن اعتبار الاتصال هنا رأسمال مهم في المؤسسة اذا ما تحكمت فيه جيدا وأدركت تقنياته وتمكنت من وسائله، وكما قلنا ان الاتصال داخل المؤسسة الاقتصادية عصب مهم في سير المؤسسة وفرض لبقائها وسيورتها في ظل التطورات المؤسساتية الكبيرة التي تتعلق بالتكنولوجيا والمعلومات والبيانات، فأى خطأ على هذا المستوى من شأنه أن يفسد عمل المؤسسة، فخطأ على مستوى المعلومة او الرسالة المرسله إلى العمال يمكن ان يؤدي إلى خلل في العمليات التسييرية والإنتاجية...إلخ.

كما نعلم ان المؤسسات الاقتصادية اليوم من المواضيع التي تتطلب أبحاثا ودراسات جذرية ومعقدة وبشكل مستمر ومتجدد، وهذا لتحافظ على وجودها وبقائها ضمن مجتمعها المؤسساتي وأيضا ضمن محيطها المجتمعي، وهذا لا يكون الا بتحقيق الرضا الوظيفي لدى العمال وبالتالي ضمان استقرارهم وبقائهم على مستوى المؤسسة، وأيضا تطوير قدراتهم العملية بشكل يؤثر على باقي جوانب المؤسسة وبالتالي يساهم في تعزيز الجودة الشاملة على مستوى المؤسسة الاقتصادية، وهذا لا يكون كما قلنا سابقا الا بتوفر العمليات الاتصالية الجيدة على مستوى المؤسسة الاقتصادية.

ان العمليات الاتصالية الجيدة من شأنها أن تحقق الرضا الوظيفي لدى العمال والعكس صحيح، لذا اهتمت دراستنا هذه بمتغيري الاتصال والرضا الوظيفي والعلاقة بينهما، محاولة معالجتها من خلال الانطلاق من التساؤل الرئيسي التالي:

- ما هو واقع الاتصال داخل المؤسسة الوطنية الجزائرية لصناعة أجهزة القياس والمراقبة AMC وعلاقته بتحقيق الرضا الوظيفي لدى العمال؟
- وللإجابة على إشكالية دراستنا نطرح الأسئلة الفرعية التالية:
- هل تتميز الرسالة الاتصالية داخل المؤسسة بالاقتصادية AMC الكفاءة؟
- ما الكفايات التي تحققها وسائل الاتصال داخل المؤسسة الاقتصادية AMC في تحقيق الرضا عن العملية الاتصالية؟
- ما هي أهم المشكلات التي تواجه الاتصال داخل المؤسسة؟
- ما أثر جودة الاتصال داخل المؤسسة على تحقيق الرضا الوظيفي؟
- أهداف الدراسة: تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف هي:
- التعرف على مدى جودة الرسائل الاتصالية داخل المؤسسة الاقتصادية AMC.
- التعرف على الكفايات التي تحققها الوسائل الاتصالية داخل المؤسسة الاقتصادية AMC وأثرها على الرضا الوظيفي للعمال على العمليات الاتصالية داخلها.
- التعرف على أبرز المشاكل التي تواجه العمليات الاتصالية داخل المؤسسة AMC
- معرفة أثر جودة العمليات الاتصالية على تحقيق الرضا الوظيفي لدى العمال داخل المؤسسة الاقتصادية AMC

## 1.1- الإطار النظري للدراسة:

### 1.1-1 مفاهيم الدراسة:

— **الاتصال المؤسسي:** وقبل الخوض في مفهوم الاتصال الداخلي تحديدا ارتأيت ان تكون لنا لمحة في تعريف الاتصال المؤسسي وترى "ماري ايلان و استيفالن" الاتصال المؤسسي بأنه: "مجموع العمليات الاتصالية السارية تحت مفعول القوانين (المؤسسات، الجمعيات، الإدارات، الجماعات المحلية، الأحزاب السياسية) من أجل التعريف بها وتحسين صورتها. (marie hélène, 1992, p 57) أما محمد منير حجاب فيعرفه بأنه: "الاتصال الذي يتم داخل المنظمات أو المؤسسات والاتصال بين تلك المؤسسات وبيئتها. والاتصال التنظيمي معني أيضا بنشر المعلومات بين الأفراد في إطار حدود معينة هي المنظمة من أجل تحقيق أهدافها. (محمد منير حجاب، 2001،

ص13). ويعرفه إبراهيم أبو عرقوب 1993 بأنه: "عبارة عن الاتصال الإنساني المنطوق والمكتوب الذي يتم داخل المؤسسة على المستوى الفردي والجماعي ويسهم في تطوير أساليب العمل وتقوية العلاقات الاجتماعية بين الموظفين". أما "لوصادا فاسكس" 1998 فيرى أنه: "مجموع العلاقات الشاملة لكل مجالات التفاعل التنظيمي والتي تتم في شكل تعبير رسمي والمقصود للمؤسسة بصفتها القائمة بعمليات الاتصال وذلك بإدماج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عملها وتسيير تكوين صورة عمومية معينة تنتج عن نشر شخصية محددة تنسجم مع واقعها وأهدافها وأحاسيس أعضائها وطلبات محيطها". (فضيل دليو، 2003، ص30).

- **الاتصال داخل المؤسسة:** ويعرف الاتصال الداخلي على أنه مجموعة المبادئ والممارسات التي تتيح تبادل الرسائل والأفكار والقيم بين أعضاء المنظمة نفسها. (1, 1994, p christain michon), كما يمكن تعريفه أيضا على انه جميع الإجراءات الاتصالية الموجهة لموظفي شركة او منظمة ما. وعلى انه إدارة تدفق المعلومات داخل الشركة، ويتمثل التحدي الذي تواجهه الشركة في توجيهها المعلومات لمعالجتها وذلك قصد توجيهها لمستخدميها (الموظفين او اقسام المؤسسة) ويسعى الاتصال الداخلي الى تعزيز مناخ اجتماعي جيد والى دمج الموظفين داخل الشركة. (131, p kebailli hayet), ونجد أنه هناك ثلاث تعريفات تضمن تغطية المفهوم الشامل للاتصال الداخلي، وتطرح من وجهات نظر وظيفية وتفسيرية وهي: التواصل الإنتاجي، الاتصالات الشاملة، تنظيم الاتصالات. وتستند هذه التعريفات الى مفاهيم المنظمة والاتصالات. (joel saucin, 2012, p 12) وترتكز عملية الاتصال الداخلي على معايير ضرورية متمثلة في: (الشفافية، الوضوح، السرعة، المدى الطويل، تبادلية الاستماع، التوقع). (14, p Ibid, 2012), كما يقصد به الاتصال الذي يتم بين الأفراد داخل أي مؤسسة (نظام) ودراسة العلاقة التي تنظم قيامهم بالأعمال المنوطة بهم من خلال نظام الاتصال نفسه المعمول به داخل المؤسسة. (منال احمد البارودي، 2015، ص152).

- **الرضا الوظيفي:** وهو من ابرز مفاهيم علم النفس التنظيمي وقد وردت العديد التعريفات فيرى "هربرت" أن الرضا الوظيفي يطلق على مشاعر العاملين تجاه أعمالهم، ويمكن تحديد تلك المشاعر من زاويتين: ما يوفره العمل للعاملين في الواقع، وما ينبغي ان يوفره العمل من وجهة نظرهم، (عبد الكريم أحمد جميل، 2015، ص 84) ومن وجهة نظر "هوبوك" فإن الرضا الوظيفي هو عبارة عن الاهتمام بالظروف النفسية والمادية والبيئية التي تساهم في خلق الوضع الذي يرضا به الفرد، فيما يعرفه "سترونج"، بانه حصيلة العوامل المتعلقة بالعمل والتي تجعل الفرد محبا له ومقبلا عليه في بدء يومه دون أي غضاضة. (خبراء المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014، ص 12) وبشكل عام فإن الرضا الوظيفي هو: "حصيلة لمجموعة العوامل ذات الصلة والعمل الوظيفي والتي تقاس أساسا بقبول الفرد ذلك العمل بإرتياح ورضا نفس وفاعلية بالإنتاج نتيجة للشعور الوجداني الذي يمكن الفرد من القيام بعمله دون أي ملل او ضيق. (رضوان محمود عبد الفتاح، 2013، ص 94).

1.1-2 الاتصال داخل المؤسسة وفق نظرية الأنساق: كان "بارسونز" اول من تحدث عنها في كتابه النسق الاجتماعي، حيث أبرز مفاهيم أساسية لهذه النظرية وتتعلق بالاتصال ونذكرها تاليا:(منال طلعت محمود، 2001، ص109).

- التكامل، التساند بين الوحدات وبعضها البعض: ويحدد هذا الانسجام والتكامل بين الوحدات بتوفر الاتصال وضرورة توفيره ان لم يكن موجودا فلا يمكن لأي نسق مؤسسي ان يعمل دون اتصال يخلق التفاعل والتواصل ويوفر المعلومات للوحدات المؤسسة المختلفة.
  - إنجاز الهدف أو اشباع متطلبات وحدات النسق: والهدف من الاتصال داخل نسق المؤسسة هو دائما تحقيق الهدف من وجود المؤسسة والسعي الى تحسين وتيرة العمل.
  - الارتباط بالبيئة لتحقيق الأهداف: ان أي تحقيق للأهداف لابد ان يتعلق ويرتبط ببيئة المؤسسة الداخلية، والتي يلعب فيها الاتصال دورا مهما لتحسينها وسيرها بالشكل الجيد والمضمون للمؤسسة عموما.
  - التوتر وعدم تكامل الوحدات: يعالج الاتصال مختلف الازمات داخل المؤسسة والتي من بينها حدوث التوتر نتيجة لغياب الاتصال وهو ما يفرض الاهتمام بتوفير الاتصال من خلال توفّي المعلومات والبيات الاتصال بين الإدارات والوحدات وأيضاً بين العمال داخل المؤسسة.
- وهنا وجب ان يتميز الاتصال داخل النسق المؤسسي بمجموعة من المعايير وقد ذكرها joel saucin ونأتي على شرحها:

- الشفافية: عملية الاتصال داخل المؤسسة تتعلق بتنقل المعلومات والأفكار وأيضاً العلاقات والتواصل بين الافراد يجب ان يكون شفافا، خاصة فيما يتعلق بالإدارة والعمال، وهذا يخلق الثقة داخل المؤسسة (ليس هناك اجبارية لقول كل شيء، لكن هناك من المعلومات ما يتطلب قولها او اعلام الافراد بها).
- الوضوح: ويتعلق هنا بالعملية الاتصالية فيجب ان تكون الرسالة الاتصالية واضحة للمرسل أولا وللمستقبل ثانيا، لأنها أساس الفهم، سواء كانت الرسالة الاتصالية مكتوبة او شفوية، فيرجى في بنائها السهولة والبساطة والتركيز على فهم المتلقي لها.
- السرعة: وتعتبر عامل حاسم داخل المؤسسة، فالسرعة في نشر الرسالة الاتصالية ووصولها للطرف المعني، يساهم بشكل كبير في زيادة فاعلية العمل وسرعة تنفيذه، كما تساهم السرعة في القضاء على الاشاعة داخل المؤسسة، خاصة في الرسائل التي تتعلق بجمهور كبير داخل المؤسسة. وهو ما نلاحظه اثناء الإضرابات، فعلى الإدارة ان تسرع في دراسة واتخاذ القرار، ونقله الى افراد المؤسسة.

– **المدى الطويل:** على كل مؤسسة ان تركز في بناء سياسات الاتصال الداخلي ان تهتمام بالهدف والأداء الاتصالي على المدى الطويل، وأن لا تكون نظرة الاتصال داخلها قاصرة على اللحظة او الوقت الراهن فقط.

– **الاستماع المتبادل:** اهم شيء في نجاح عملية الاتصال هو الاستماع، فعلى القائمين على الاتصال ارسال الرسالة الاتصالية والاستماع للافراد المتلقين لفهمهم ومعرفة الانطباع (وجود رجوع صدى يساهم في فهم الرسالة الاتصالية).

– **التوقع:** يعتبر الاتصال الداخلي عاملا حاسما في عملية التنبؤ والتوقع قبل حدوث الازمة داخل المؤسسة.

**1.1-3 أوجه العلاقة بين الاتصال داخل المؤسسة والرضا الوظيفي:** يعرف قادة الأعمال الأذكياء أن العامل السعيد هو العامل المنتج والذي يعود بالفائدة على المؤسسة، وأظهرت الدراسات ان هناك جوانب مختلفة مساهمة في هذه السعادة منها الإتصال التنظيمي الفعال وممثلا في: الإنفتاح والدقة ومدى كفاية المعلومات حول سياسات المؤسسة التنظيمية وترتبط هذه الإجراءات الخاصة بالاتصال بشكل إيجابي بمشاعر الموظفين في تأديتهم للوظائف.

إن العلاقة سببية بين كل من الإدارة والاتصال وأداء الموظفين فعندما يكون هناك اتصال مفتوح او يتصل المديرون علانية ومباشرة بالموظفين وعندما يوفرّون خطوط الاتصال الصاعدة والهابطة، فإن هذا انعكس على سلوك الموظفين من خلال شعورهم بالدعم من المنظمة والمديرين وبالتالي زيادة الأداء والجهود المبذولة وهذا يتفق مع الدراسات التي أكدت ان وجود علاقة اتصالية بين الإدارة والعمال هو أمر ضروري ومهم في تحقيق الرضا الوظيفي والأداء، كما هناك دراسات أخرى تشير الى أن الاتصال الثنائي في اتجاهين بين ارباب العمل والعمال، يساهم في خلق سعادة لدى الموظفين وبالتالي يحققون أكثر نجاح في مهامهم، كما يعزز أيضا الشعور بالقيمة ويزيد من الرضا الوظيفي. (christine proctor, 2014, p 1-2) وبشكل جذري تتحدد العلاقة الارتباطية بين الاتصال وتحقيق الرضا الوظيفي في جوانب عديدة، فالعملية الاتصالية التي تتميز بالأخلاقية وبالقيم وتحترم الأفراد يكون لها وقع نفسي لدى العاملين، كما ان نجاح عملية الاتصال داخل المؤسسة او الاستراتيجية الاتصالية الداخلية للمؤسسة مؤثر يؤدي الى خلق رضا وظيفي، بإعتبار ان الاتصال يهدف الى تخفيف تلك التوترات والانحرافات التي تؤدي مباشرة الى ضعف في العمل وتكون نتيجته سلبية على نفسية العامل وهذا يؤدي الى عدم وجود رضا عن هذه الاتصالات، وبالتالي عن صورة المؤسسة كلية ويقضي على رغبة العمل فيها.

## 2- الطريقة والأدوات :

**1.2 منهج الدراسة:** ان اختيار المنهج المناسب على حد تعبير وفكرة الأستاذ "احمد بن مرسللي" يرتبط بطبيعة المشكلة المدروسة والمجال الذي تنتمي اليه، وكذا الإمكانيات المتاحة لدى الباحث. (أحمد بن مرسللي، 2010)

ومن هذا يتحدد المنهج المتبع في أي بحث علمي تبعا للموضوع المعالج، وطبيعة موضوع دراستنا التي تحاول من خلالها الكشف عن الاتصال داخل المؤسسة الاقتصادية والتركيز على الفرع الإداري لها وعن واقع القائمين بالاتصال فيها وأيضا العلاقة بين الإتصال وتحقيق الرضا الوظيفي، والذي يخص مؤسسة من المؤسسات الوطنية وهي مؤسسة صنع أجهزة القياس والمراقبة - العلةمة - فإن انصب منهج يمكن اعتماده هو منهج "دراسة حالة".

وما نبرزه هنا هو ان دراستنا هي دراسة استكشافية تسعى للتحليل والوصف لهذا تم الاعتماد على التساؤلات الفرعية دون الفرضيات، ويمكن ان تكون هذه الدراسة منطلقا لدراسات أخرى مبنية على فرضيات مأخوذة مما هو مستكشف في دراستنا هذه.

**2.2 مجتمع وعينة الدراسة:** لطبيعة المؤسسة موضوع الدراسة -مؤسسة صنع أجهزة القياس والمراقبة AMC العلةمة، ولاية سطيف- التي تملك فرع إداري مستقل مكانيا عن المؤسسة المنتجة والذي يختص بالصفقات وعمليات التوزيع وأيضا بالأمر الإدارية (التسويق، الموارد البشرية... الخ) التي تخص المؤسسة فإننا اعتمدنا أسلوب الحصر الشامل لجميع عمال الفرع الإداري وبالتالي فإن مجتمع الدراسة هو العمال على مستوى هذا الفرع الإداري، ومنه تحددت عينة دراستنا في كل العمال على مستواها والذين بلغ عددهم 40 عاملا، حيث قمنا بإجراء مسح شامل لجميع أفراد الفرع الإداري للمؤسسة من مهندسين وإطارات (رؤساء مصالح، مهندسي المنتج، مسؤول التسويق، اطارات في الجباية والمحاسبة)، و قد تم هنا مراعاة وصول الاستمارة إلى كافة العاملين.

**3.2 أداة الدراسة:** وقد إعتدنا في دراستنا هذه على اداة واحدة بصفتها الاكثر نجاعة هنا لجمع المعلومات من مجتمع بحثنا وهي: "إستمارة الاستبيان"، وقد اخضعنا الاستمارة إلى مرحلة الاختبار القبلي، للتأكد من سلامتها وصلاحيه اسئلتها قبل مرحلة التوزيع الفعلي، وهذا للتعرف على مدى وضوح الأسئلة، وقدرة الأسئلة على جلب ومعرفة والوصول إلى الإجابات المطلوبة التي وضعت لأجلها بكل موضوعية، وأيضا معرفة النقائص فيها من الأسئلة وإعادة تصحيحها وهيكلتها. ثم جاءت مرحلة التحكيم أين عرضت الاستمارة على الاساتذة المختصين وهم كالأتي: الدكتور بوبكر بوعزيز، الدكتور بوقرة رضوان، وهذا كله للتأكد من محاور الدراسة والأسئلة الموجودة ضمنها والوقوف على الأخطاء وتصحيحها قبل مرحلة التوزيع.

تطرقنا في استمارتنا أولا الى الأسئلة التي تتعلق بالبيانات الشخصية للمبحوثين، ثم إلى أربع محاور كالأتي:

- المحور الأول: كفاءة الرسالة الإتصالية داخل المؤسسة.
- المحور الثاني: الوسائل الإتصالية داخل المؤسسة.
- المحور الثالث: اتجاه الإتصال داخل المؤسسة وأثره على الرضا الوظيفي.
- المحور الرابع: جودة الإتصال والرضا الوظيفي لدى العاملين.

### 3- النتائج ومناقشتها:

#### 1.3 تحليل ومناقشة نتائج التساؤل الفرعي الأول: "هل تتميز الرسالة الاتصالية داخل المؤسسة بالاقتصادية AMC الكفاءة؟"

نحاول هنا مناقشة مختلف النتائج المتعلقة بالدراسة وهذا بطرح مختلف البيانات المجمعة ومحاولة قراءتها والتعليق عليها وأيضاً تحليلها وتفسيرها.

#### الجدول رقم 01: يوضح صفة تحصل العمال على المعلومات (منتظمة/عشوائية)

العبارة	مستويات التغير	العدد	النسبة	المجموع	مجموع النسب
هل تحصل على المعلومات الخاصة بالعمل بصفة منتظمة أو عشوائية؟	منتظمة	25	62.5%	40	100%
	عشوائية	15	37.5%		

أظهرت نتائج الدراسة ان الغالبية من العمال يحصلون على المعلومات بصفة منتظمة، وهذا مؤشر إيجابي بالنسبة للمؤسسة ويساهم في سيرورتها بشكل جيد، ولا نكتفي بالنتائج الإيجابية وانما نتعرض للنتائج السلبية وهي تمثل نسبة 37.5% من العمال الذي يرون انهم يحصلون على المعلومات بصفة عشوائية وغير منتظمة، وهذا يجعلنا نستنتج مؤشرين للعمليات الاتصالية داخل المؤسسة الاقتصادية AMC وهما أن المعلومات تنتشر في المؤسسة بطريقتين، ووجب ضبط المعلومات التي تنتشر بشكل عشوائي فهي تؤثر حتما على العمال وعلى العمل تحديداً، ومن هذا نؤكد على المؤسسة ان تركز على زيادة بث المعلومات عبر رسائل منتظمة وان تحاول الغاء الرسائل العشوائية، وكما نؤكد على ضرورة استيعاب عمال المؤسسة للمعلومات التي تصدر بشكل منتظم ورسمي وليس بشكل عشوائي قد تتعرض فيه المعلومة للتحريف والتغيير.

#### الجدول رقم 02: يوضح مدى إمكانية العمال الحصول على المعلومات في الوقت المناسب.

العبارة	مستويات التغير	العدد	النسبة	المجموع	مجموع النسب
هل يمكنك الحصول على المعلومات في الوقت المناسب؟	نعم	23	57.5%	40	100%
	لا	17	42.5%		



ان الزمن المناسب للحصول على المعلومات مهم جدا في سيرورة المؤسسة فأني تأخر في الحصول على المعلومات من شأنه أن يؤدي إلى خلل في منظومة سير المؤسسة، وما نؤكد عليه من خلال دراستنا هذه هو ان زمن بث المعلومة وجب ان يكون مناسب وان يكون هذا السلوك الاتصالي نمطا هوياتيا في المؤسسة الاقتصادية، وما تاكدنا منه من خلال نتائج الدراسة لا يعكس الجودة التي كنا ننتظرها فما نسبته 57.5% من العمال يحصلون على المعلومات في الوقت المناسب، وهو ما يحقق الرضا الوظيفي والراحة لديهم اتجاه العمل واتجاه المؤسسة، ولكن هذه النسبة ضئيلة جدا مقارنة بما وجب ان تكون عليه هذه المؤسسة الاقتصادية AMC حيث تكون المعلومات الرقم واحد في معادلة التسيير والتنظيم وأيضا الإنتاج، فوجب ان تكون النسبة مرتفعة. ويقابل هذا ما نسبته 42.5% من العمال يؤكدون على أن المعلومات التي يحصلون عليها تكون في الأوقات غير الملائمة او المناسبة، وهو ما يؤثر على عملهم بشكل مباشر وعلى المؤسسة أيضا، وما نؤكد هنا هو ان الحصول على المعلومات في وقت غير مناسب وفي زمانها يخلق اضطرابات في العمل وفي نفسية العمال، فحصلهم على المعلومات متأخرة يدخلهم في دوامة الضغط والتسرع واللاراحة، وهذا يؤثر على وتيرة عمل المؤسسة داخليا وخارجيا ويؤثر أيضا على جودة منتجاتها وخدماتها، وهذا يمكن ان يكون نمطا هوياتيا أيضا بالنسبة للمؤسسة فهو يخلق طابع اللاتنظيم واللامسؤولية عند العمال وهو ما سينتشر مع مرور الزمن وينتقل إلى عمال آخرين وبالتالي تتأثر المؤسسة بشكل كبير جدا.

### الجدول رقم 03: يوضح حكم العمال على الاتصالات بينهم وبين زملائهم في العمل.

العبارة	مستويات التغير	العدد	النسبة	المجموع	مجموع النسب
كيف تحكم على الاتصال بينك وبين زملائك في العمل	جيد	17	42.5%	40	100%
	متوسط	19	47.5%		
	ضعيف	04	10%		

ان التواصل بين العمال وتبادل المعلومات أمر مهم في المؤسسات الاقتصادية، وعلى مستوى مؤسسة AMC فإن التواصل بين الزملاء يغلب عليه طابع الوسيطية، بمعنى ان هناك تواسلا متوسطا بين العمال داخل المؤسسة، وبهذا نستنتج نقص التواصل والتفاعل بين العمال في أداء عملهم رغم ان العمل الذي تقدمه المؤسسة يوجب عليها طابع الجماعية والتواصل الدائم والفوري في بث المعلومات ومختلف الرسائل الاتصالية، وكما نجد ان هناك نسبة معتبرة من العمال ترى ان هناك تواسلا ضعيفا فيما بينهم، وهنا على المؤسسة معالجة الخلل ومعرفة الأسباب والدوافع وراء هذا النقص في التواصل بين العمال.

ولا يمكن هنا ان ننكر دور العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة والتي تلعب دورا مهما في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العمال، وهو ما ينعلم نسبيا هنا على مستوى المؤسسة، وبالتالي وجب تحقيقه ووضع استراتيجية تواصلية وتكون ضمن الهيكلين التنظيمي والتسييري للمؤسسة، فيتواصل العمال فيما بينهم فيما يخص العمل. وهنا نتحدث عن ضبط مستويات ونوعية التواصل بين العمال فتكون غالبية نسبتها مرتبطة بالعمل، ولا ننفي هنا العلاقات الاجتماعية الأخرى بين العمال والتي تكون خارج أطر العمل، وهي عامل مساهم إذا ما تم التحكم فيه بشكل جيد من المؤسسة فتجعله لصالحها.

### 2.3 تحليل ومناقشة نتائج التساؤل الفرعي الثاني: ما الكفايات التي تحققها وسائل الاتصال داخل المؤسسة الاقتصادية AMC في تحقيق الرضا عن العملية الاتصالية؟

الجدول رقم 04: يوضح مدى تأثير الحصول على المعلومات بصفة منتظمة وفي الوقت المناسب على نفسية العمال وعلى رضاهم الوظيفي.

العبارة	مستويات التغير	العدد	النسبة	المجموع	مجموع النسب
هل حصولك على المعلومات بصفة منتظمة وفي الوقت المناسب يؤثر نفسيا فيك وبالتالي على رضاك الوظيفي	نعم	40	%100	40	%100
	لا	00	%00		

هذا التساؤل يعطينا إجابة مباشرة على أهمية حصول العمال على المعلومات بصفة منتظمة ومدى تأثير هذا على نفسياتهم وعلى رضاهم الوظيفي اتجاه المؤسسة، فنجد ان كل العمال يؤكدون على هذا ويفضلون هذا النهج في أداء عملهم، ويربطون رضاهم عن المؤسسة بما يحصلون عليه من معلومات بشكل منتظم ومناسب، وهنا على المؤسسة ان تحاول ان توفر هذا بكل الطرق والكيفيات كتوفير استراتيجيات وخطط لسير العملية التواصلية وتزويد العمال بالمعلومات وأيضا توفير التكنولوجيات الاتصالية وحتى تدريب العمال على مختلف تقنيات التواصل وبث المعلومات.

### 3.3 تحليل ومناقشة نتائج التساؤل الفرعي الثالث: ما هي أهم المشكلات التي تواجه الاتصال داخل المؤسسة؟

الجدول رقم 05: يوضح مدى رضا العمال عن العملية الاتصالية داخل المؤسسة.

العبارة	مستويات التغير	العدد	النسبة	المجموع	مجموع النسب
---------	----------------	-------	--------	---------	-------------

%100	40	%42.5	17	نعم	هل أنت راض عن العملية الاتصالية
		%57.5	23	لا	

هنا حاولنا ان نقيس رضا العمال عن مختلف العمليات الاتصالية بالمؤسسة، وكان الطرح بشكل مباشر لنحصل على إجابات مباشرة، وهو ما حصل، حيث لاحظنا ان النسبة الغالبة من العمال غير راضين عن العمليات الاتصالية داخل المؤسسة، ويعتقدون ان بها خلل، ويمكن ان يكون هذا الخلل على مستوى المرسل أو الشخص الذي يبث الرسائل الاتصالية كما يمكن ان يكون على مستوى التكنولوجيات التي توفرها المؤسسة، وهنا وجب معالجة هذا بشكل جذري بتوفير كل متطلبات الرضا عن العملية الاتصالية.

الجدول رقم 06: يوضح ابرز الوسائل الاتصالية المتاحة داخل المؤسسة.

مجموع النسب	المجموع	النسبة	العدد	مستويات التغير	العبرة
%100	40	%27.5	11	الهاتف الثابت	أبرز الوسائل الاتصالية المتاحة داخل المؤسسة
		%00	00	الفاكس	
		%00	00	البريد الالكتروني	
		%7.5	03	الهاتف النقال	
		%62.5	25	كل الوسائل (هاتف، فاكس، بريد الكتروني، مطبوعات)	

من خلال هذا السؤال لاحظنا ان المؤسسة تعتمد على التكنولوجيات التقليدية في بث الرسائل الاتصالية من الهاتف الثابت الذي حقق نسبة 27.5%، في حين يرى ما نسبته 7.5% من العمال ان المؤسسة تعتمد على الهاتف الثابت، وأغلب العمال يؤكدون أن المؤسسة تستعمل كل الوسائل الاتصالية في عمليات التواصل وهذا مؤشر إيجابي، ولكن رغم هذا وجب ان نؤكد على ان تعتمد المؤسسة على مختلف التكنولوجيات الحديثة والتي تحقق كفاءة في الرسائل الاتصالية، أي التي تكون واضحة ومفهومة وتحقق كفاءة الرسالة الاتصالية.

الجدول رقم 07: يوضح كفاية هذه الوسائل لتأدية العمل.

مجموع النسب	المجموع	النسبة	العدد	مستويات التغير	العبرة
		%60	24	نعم	هل هذه الوسائل كافية لتأدية

عملك؟	لا	16	%40	40	%100
-------	----	----	-----	----	------

نلاحظ هنا ان ما نسبته 40% من العمال يرون ان هذه الوسائل غير كافية وهذا مؤشر سلبي على المؤسسة معالجته، فتوفير الوسائل الاتصالية كالمراسلات الإدارية وأيضاً الوسائل التوضيحية كالاتماد على الفيديوهات والصور في بثها للوسائل الاتصالية وهي التي تنعدم في الوسائل التي ذكرناها سابقاً الا فيما تعلق بالبريد الالكتروني او الفاكس، إلا اننا نؤكد على توفير الوسائل التي تعتمد على خاصية الصور والفيديوهات التي تعطي أكثر شرحاً وتكون أكثر وضوحاً وسهولة للفهم.

### 4.3 تحليل ومناقشة نتائج التساؤل الفرعي الرابع: ما أثر جودة الاتصال داخل المؤسسة على تحقيق الرضا الوظيفي؟

الجدول رقم 08: يوضح انعكاس جودة الاتصال على رضا العمال عن المؤسسة.

العبارة	مستويات التغير	العدد	النسبة	المجموع	مجموع النسب
هل تنعكس جودة الوسائل الاتصالية على رضاك الوظيفي في المؤسسة	نعم	26	%65	40	%100
	لا	14	%35		

تبعاً للسؤال السابق، فإن غالبية العمال يرون ان جودة الوسائل الاتصالية تؤثر على رضاهم الوظيفي وبالتالي نتأكد من ان الوسائل الاتصالية داخل المؤسسة تؤثر على نفسية العمال، وهذا راجع لضعف جودتها وأيضاً قدراتها في توضيح الرسائل الاتصالية، وبالتالي ينعدم الرضا الوظيفي لدى العمال وهذا يؤثر كما قلنا سلفاً بشكل مباشر على المؤسسة وعلى قدراتها الإنتاجية والخدمية وحتى التنظيمية والتسييرية.

الجدول رقم 09: يوضح أي الكفايات الاتصالية التي تؤثر على رضا العمال اتجاه مؤسستهم.

العبارة	مستويات التغير	العدد	النسبة	المجموع	مجموع النسب
أي من الكفايات الاتصالية	كفاية القائم بالاتصال (رضا عن المرسل)	22	%55		

100%	40	12.5%	05	كفاية الوسائل الاتصالية (رضا عن الوسيلة)	التالية تؤثر على رضاك الوظيفي اتجاه المؤسسة
		32.5%	13	كفاية الرسالة الاتصالية (رضا عن الرسالة)	

وترتبط هذه العبارة بالكفايات الاتصالية التي تؤثر على رضا العمال اتجاه المؤسسة، واعتمدنا هنا على المقارنة بين كفايات ثلاث عناصر اتصالية هي: (المرسل-الرسالة-الوسيلة) لقياس أي العناصر التي تؤثر بشكل كبير على الصورة المشككة لدى العمال، وعبر ما نسبة 55% من العمال عن أن كفاية القائم بالاتصال في القيام بعمله ستساهم بشكل مباشر في نجاح العملية الاتصالية، وهذا يوضح لنا أهمية "المرسل" في تحقيق الرضا والصورة الإيجابية لدى العمال، فيما اعتبر 32.5% من العمال أن كفاية الرسالة الاتصالية هي التي تؤثر على نجاح العملية الاتصالية داخل المؤسسة، فضعف وعدم جودة الرسالة يؤدي بشكل مباشر وإلزامي إلى تشكلات غير سليمة، تزيد من ضغوط العمل بالنسبة إلى العامل ومن هذا يتشكل عدم الرضا عن المؤسسة، واما بالنسبة إلى كفاية الوسائل الاتصالية فإن 12.5% من العمال يرون ان الوسائل الاتصالية لا تؤثر بشكل كبير مقارنة بسابقتها على رضاهم عن المؤسسة، ولكن هذا لا ينفي ان لها تأثيرا وانما يقلله مقارنة بالوسائل الأخرى.

الجدول رقم 10: يوضح أهم العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي للعمال مقارنة بعوامل أخرى.

مجموع النسب	المجموع	النسبة	العدد	مستويات التغير	العبارة
100%	40	30%	12	جودة الاتصال	أهم عامل مؤثرة على الرضا الوظيفي بالنسبة اليك في ضوء المقارنة مع جودة الاتصال وتحقيقه للرضا الوظيفي.
		35%	14	الاحترام داخل المؤسسة	
		05%	02	الأجر	
		10%	04	الترقيات	
		20%	08	العلاقات الطيبة داخل المؤسسة	

هنا حاولنا القيام بمقارنة بين مختلف العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي لدى العمال اتجاه المؤسسة، ووجدنا أن الغالبية تؤكد ان الاحترام هو أساس الرضا عن المؤسسة وهذا شيء أكيد، فالعامل يجد الراحة داخل المؤسسة التي

تحتزمه لا التي تمينه أو التي تنقص من أهميته داخلها. كما تأكدنا ان جودة الاتصالات داخل المؤسسة مهمة للغاية بالنسبة للعمال باعتبار الاتصال عصب سير المؤسسة، فهم يؤكدون على أهمية الاتصال كمتغير يحكم رضاهم عن المؤسسة من عدمه، وتأتي توالي كل من العلاقات الطيبة داخل المؤسسة والترقيات والاجر أخيرا، وهذا يوضح لنا طغيان الثقافة المؤسساتية المبنية على الاحترام والعلاقات الطيبة وأبضا جودة الاتصالات داخل المؤسسة في تكوين أو بنار الرضا الوظيفي عن المؤسسة.

#### 4- الخلاصة:

من خلال دراستنا هذه حاولنا الوقوف على مختلف العناصر الاتصالية داخل المؤسسة الاقتصادية AMC وتأثيرها على رضا العمال عن المؤسسة، وجاءت النتائج كالتالي:

- أظهرت النتائج ان توفر المعلومات وسيورتها بانتظام داخل المؤسسة يؤثر على الرضا الوظيفي بالنسبة للعمال، هذا إضافة الى مراعاة توفر المعلومة في الوقت المناسب.
- جودة الوسائل الاتصالية تنعكس بشكل مباشر على قيمة الرضا الوظيفي لدى العمال، فالوسيلة تلعب دورا مهما في إيصال المعلومات وبسرعة وآنية، فوجود الوسيلة الاتصالية المناسبة ينعكس في الراحة النفسية للعامل ما يجعله وبشكل كبير راض عن العمل بشكل عام.
- تأثير كل الخصائص والقدرات في عناصر العملية الاتصالية داخل المؤسسة (المرسل، الرسالة والوسيلة) على مدى الرضا لدى العمال وهو ما استنتجناه من خلال دراستنا هذه.
- ان رضا العمال عن العملية الاتصالية عموما له آثار إيجابية في تحفيز العمال على العمل وبالتالي استقرار المؤسسة وضمن سيرورتها وهذا مؤشر عن رضاهم عن المؤسسة عموما.
- كل المشكلات المتعلقة بضعف أحد عناصر العملية الاتصالية داخل المؤسسة يؤثر سلبا على العمال ويؤدي الى تراكم العمل وحدوث الاضطرابات النفسية والتوترات لدى العمال، ما يعزز لديهم دافع التوقف عن العمل.
- بالنسبة الى اهم العوامل المؤثرة على الرضا الوظيفي في ضوء المقارنة مع باقي العوامل المساهمة في الرضا الوظيفي، تبرز لنا ان حركية الاتصال وجودته وكذا وجود استراتيجية اتصالية مناسبة له من الأهمية في تحقيق الرضا، لكن هذا لا يعنبر العامل الوحيد وإنما تتعدد العوامل والرضا الوظيفي عموما هو نتاج عديد المؤثرات من: الاحترام المتبادل داخل المؤسسة، جودة الاتصال، كفاية المعلومات المقدمة والتي تلعب دورا في القضاء على التشويش

والاشاعة داخل المؤسسة وأيضا التوتر لدى العمال، كما نضيف العلاقات الاجتماعية داخل المؤسسة بإعتبارها نسق مجتمعي مصغر، وبالنسبة للأجر والترقيات فإن أدوارها في تحقيق الرضا الوظيفي لدى العمال ليست بنفس درجة المؤثرات الأخرى.

## 5- الإحالات وقائمة المراجع:

### 1.5 المراجع باللغة العربية:

- أحمد بن مرسلي (2010)، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ط04، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر.
- خبراء المجموعة العربية للتدريب والنشر (2014)، الرضا الوظيفي والارتقاء بالعمل المهني، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر.
- عبد الكريم أحمد جميل (2015)، إدارة الموارد البشرية، ط01، الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- عبد الفتاح رضوان محمود (2013)، إدارة النزاعات والصراعات في العمل، المجموعة العربية للتدريب والنشر، القاهرة، مصر.
- فضيل دليو (2003)، اتصال المؤسسة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- محمد منير حجاب (2001)، المعجم الإعلامي، ط01، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- منال أحمد البارودي (2015)، العصف الذهني وفن صناعة الأفكار، المجموعة العربية للتدريب والنشر، مصر.
- منال طلعت محمود (2001-2002)، مدخل الى علم الاتصال، جامعة الإسكندرية.

### 2.5 المراجع باللغة الأجنبية:

- christain michon, (1 mai 1994), management et communication interne, les six dimensions qu'il faut considerer, presses universitaires de Bordeaux.
- Christine Proctor, (2014), Effective Organizational Communication Affects Employee Attitude, Happiness, and Job Satisfaction, A Thesis submitted to Southern Utah University In partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts Professional Communication.
- joel saucin, (2012), communication interne et externe des organisations, notes du cour de master 1 en communication et informemation, université de ouagadougou, burkina faso.
- kebaili hayet, l'importance strategique de la communication interne dans les organisations.
- Marie Héléne, west phelan , (1992), la communication, guide opérationnel pour la communication d'entreprise, lamo, 1ére édition, paris.