

دور استخدام التكنولوجيات المتطورة عبر منظومة الاتصال و الإعلان المؤسساتي الداخلية و أثرها على تحسين صورة المؤسسة الاستشفائية العمومية بالجزائر ” دراسة ميدانية بالمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس – قسنطينة -“

أ.د. مراد ميلود¹، أ. حمزة طلحي²

جامعة صالح بوينيدر قسنطينة 03 – ، mouradmiloud981@yahoo.com¹

جامعة العربي التبسي – تبسة- ، hamzamzathi1986@gmail.com²

تاريخ الإرسال: 2018/11/11 ، تاريخ القبول : 2019/03/27 ، تاريخ النشر: 2019/06/17

الملخص: يعتبر استخدام وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و تحيين مختلف القنوات الاتصالية و الإعلانية الداخلية للمؤسسة الاستشفائية العمومية ذو أهمية بالغة و الذي من شأنه أن ينعكس بالتأكيد على إثراء المنظومة الصحية بمختلف البيانات و المعلومات التي تستند عليها في الكثير من المهام و القرارات بالمؤسسة، و بالتالي اقتناؤها يؤدي حتما إلى كسب الكثير من الجهد و المال و الوقت من جهة، و الوصول إلى تحقيق الأهداف الإستراتيجية للمؤسسة بكل دقة و إتقان ألا و التي تتجسد بالأساس في تطوير الأداء المؤسساتي و نوعية الخدمة الصحية المقدمة للمرضى و تحسين صورتها وسط الخارطة المجتمعية التي توجد بها.

الكلمات المفتاحية: إدراج التكنولوجيا، تكنولوجيات الاتصال الحديثة، اتصال مؤسساتي داخلي، إعلان مؤسساتي داخلي، الانعكاس، منظومة اتصال داخلي، تطوير الأداء المؤسساتي، الخدمات الصحية المقدمة، صورة المؤسسة الاستشفائية العمومية، الارتقاء بالخدمات الصحية، تحسين صورة المؤسسة الاستشفائية العمومية.

The role of using advanced technologies through the internal communication and institutional advertising system, and his impact on the improving the image of the public hospital structure in Algeria

"Practical study at the Ibn Badis University Hospital Center - Constantine -"

D. Hamza TALHI¹, D. Mourad MILOUD²

Larbi tébessi, tebessa university, hamzamzathi1986@gmail.com¹

Saleh boubnider, constantine03, university, mouradmiloud981@yahoo.com²

Abstract:

the use and positivity of the existence of the new information and communication technologies comes in the modernization and updating, inflicts on the flexibility of the internal tasks and the networks of communication and institutional announcements produced by the various civil servants at the level of hospital services and it realizes by data the good and the ideal to have a good development of the institutional performance as well as the signal services of the good care of the patients at the level of the different health structures, and improves its image within the company mapping where it is located.

Key words:

Technology integration, modern communication technologies, internal institutional communication, advertising institutional statement, reflection, internal communication system, institutional performance development, health services provided, image of public health institutions, improvement of health services , image enhancement, public hospital.

مقدمة: تعاني الكثير من المؤسسات الاستشفائية العمومية الحالية بالجزائر تراجعاً كبيراً في الخدمات بالرغم من كل الميزات المحصنة، فخدماتها لا ترقى لذلك المستوى المطلوب منها و تبقى بعيدة نوعاً ما حتى عن ما هو موجود بدول الجوار من تطور و تحسن في البنية الصحية الخاصة بما من خلال إقحام نظم و تكنولوجيات للتسيير الجيد أثبتت نجاعتها على أرض الواقع.

1- مشكلة الدراسة و تساؤلها:

أضحت العديد من المؤسسات المعاصرة تسعى جاهدة لتحيين أنظمتها الاتصالية و الإعلانبة بشكليها الداخلي و الخارجي و بالأخص تلك التي تعمل بما داخل أسوار مؤسستها فمرونتها تحصيل حاصل على تحسن خدماتها و تطوّر أدائها المؤسسي و التي تنعكس في الأخير على تحسين صورتها لدى المجتمع، و من خلال ما سبق فإلى أي حدّ يمكن أن يساهم تحديث الاتصال و الإعلان الداخلي في النهوض بالأداء المؤسسي و تحسين الخدمات الصحية و كسر تلك الصورة النمطية للمؤسسة الاستشفائية العمومية بالجزائر؟

فرضية الدراسة : يساهم تحديث منظومة الاتصال و الإعلان المؤسسي الداخلي في الارتقاء بالأداء المؤسسي و تحسين الخدمات الصحية و الصورة السلبية الملازمة للمؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية.

2- أهداف الدراسة:

لكل دراسة أو بحث علمي أهداف يسعى للوصول إليها وتحقيقها، ومنه وجب على كل باحث في أي مجال كان أن يسطر الخطوط العريضة لبحثه يضعها نصب عينه طمعا في تحقيقها، ومن هذا المنطلق نحن كفريق بحث نهدف من خلال دراستنا هذه للوصول إلى جملة من الأهداف أبرزها:

- ✓ معرفة مدى الاستخدام الفعلي لوسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة في منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي للمؤسسات الصحية بالجزائر.
- ✓ الكشف عن مدى وعي المسؤولين والعاملين بالطفرة التي أحدثتها وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة خاصة في هذا القطاع الحساس.
- ✓ إبراز أهمية وسائل تكنولوجيا الاتصال الحديثة و حجم مساهمتها في تحسين الخدمات الصحية المقدمة بالمؤسسات الصحية بالجزائر.

3- أهمية الدراسة :

✓ تستقي دراستنا أهميتها من أهمية الموضوع المدروس في حدّ ذاته، فموضوع استخدام وسائل تكنولوجيا الإعلام و الاتصال الحديثة يعدّ ذو أهمية بالغة تشدّ اهتمام الكثير من الباحثين في مختلف القطاعات على رأسها قطاع الصحة وما لهذا القطاع من خصوصية.

- ✓ أدت الظاهرة التكنولوجية إلى بروز أشكال جديدة من العلاقات و الخدمات جزاء استخدام هذه الوسائل التكنولوجية الحديثة و التي تجسد بذلك ضرورة ملحة تستوجب الكشف أكثر عن مدى تأثيرها و معرفة ما تنتجه على مستوى الاتصال و الإعلان الداخلي من جهة و نوعية الخدمات المقدمة عبر المؤسسات الصحية من جهة أخرى.
- ✓ تظهر أهمية الدراسة باعتبار الاتصال و الإعلان جوهر العمليات الإدارية داخل كل مؤسسة و بالأخص الصحية منها و هذا نظرا لأهمية هذا القطاع الحساس حيث أنّ جلّ المؤسسات الصحية تسعى بشكل دعوب إلى تحسين صورتها و الرفع من مستوى أداؤها.
- ✓ تطوير المنظومة الاتصالية و الإعلانية الداخلية بالمؤسسات الصحية و عصرنتها بتطبيقات بسيطة و فعالة من حيث الاستعمال و التي من شأنها رفع نوعية الخدمة الصحية و خلق أثر على مستوى رضا عام سواء لدى العاملين بالمؤسسة أو المرضى و بالتالي تحسين واقع قطاع الصحة بالجزائر.
- ✓ تشجيع الحكومة الجزائرية ممثلة في وزارة الصحة و السكان و إصلاح المستشفيات على استخدام وسائل تكنولوجيات الاتصال الحديثة في تبادل المعلومات و التواصل داخل مختلف المؤسسات الصحية العمومية أو الخاصة.
- 4- مفاهيم الدراسة :**

ماهية الاتصال الداخلي و المؤسسة الاستشفائية العمومية:

- يعرف الاتصال الداخلي بأنه " تلك العملية التواصلية التي تتم بين العاملين في المنشأة سواء كان ذلك بين أقسامها أو فروعها المختلفة أو العاملين في جميع مستوياتها ، أي يتم داخل المؤسسة سواء على شكل اتصال هابط يأخذ شكل أوامر ، توجيهات ، قرارات و تعليمات من أعلى إلى أسفل المؤسسة ، أو على شكل اتصال صاعد من أسفل إلى أعلى المؤسسة على شكل شكاوي ، اقتراحات و طلب إنجازات أو ترقية (1).
- ومن خلال ما سبق فالإتصال الداخلي إجرائيا هو تلك العملية التواصلية التي تسعى المنظمة من خلالها إلى تحقيق التماسك والترابط بين أفرادها لتحقيق أهدافها المشتركة وتكون محصورة في الأفراد العاملين بها لا غير.
- في حين مصطلح المؤسسة الاستشفائية يعد من بين أحد المفاهيم الأكثر تداولاً في عصرنا هذا، لما تجسده من حقائق و وثوابت تتمثل في صحة الإنسان، و استمراريته في الحياة ، فأضحى تحديد مفهوم المؤسسة بشكل دقيق على درجة كبيرة من الأهمية ، و التي تسقط في خانة الطرح الاجتماعي و التنظيمي الحديث . حيث باحث الاقتصاد "ستيفان روبن" بأنها: " ذلك الكيان الاجتماعي الذي يرمى له حدود واضحة المعالم يعمل على أساس دائم لتحقيق هدف معين أو مجموعة أهداف " (2).
- ومن خلال ما سبق فالمؤسسة الاستشفائية إجرائيا هي كل وحدة اجتماعية ذات طابع إداري تهدف إلى تقديم خدمة استشفائية تتمثل في الرعاية الصحية وتكون موجودة داخل إقليم جغرافي محدد، تابعة للقطاع العام أو القطاع الخاص و

(1). محمد أبو سمرة، الاتصال الإداري والإعلامي، دار أسامة للنشر عمان، 2008، ص58.

(2). طلعت إبراهيم لطفي، علم النفس اجتماع التنظيم، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1992، ص09

خاضعة لجملة من القواعد التنظيمية والإجراءات القانونية لضمان تحقيق أهدافها والمحددة بشكل مباشر في مراكز استشفائية جامعية، مؤسسات استشفائية عمومية، مؤسسات استشفائية متخصصة، عيادات جوارية متعددة الخدمات، قاعات علاج وفحص أو بشكل غير مباشر في المختبرات والإدارات الصحية ذات الخدمات المساندة، الصيانة الطبية، وتشمل كذلك مجموعة من المتخصصين والمهنيين الطبيين وغير الطبيين والمدخلات المادية التي تنظم في نمط معين بهدف خدمة المرضى الحاليين والمرقبين وإشباع حاجاتهم واستمرارها في تقديم خدماتها.

ماهية الإعلان ومساهمته الاجتماعية :

يكتسي الإعلان دوراً متميزاً في خضم المزيج الترويجي، فهو يساهم بطريقة أو بأخرى في ترويج السلع والخدمات وحتى الأفكار وتحويل سلوك المستهلكين وحملهم على تغيير قناعاتهم اتجاهها بالرغم من أنهم لم يكونوا على دراية كاملة بها، وهذا إما يكون في شكل مادي ملموس أو غير المادي معنوي، فنظراً لتجدّده الضارب كنشاط اجتماعي وإنساني ذو قيمة اتصالية كبيرة بين البشر عبر بدايات تباشير التاريخ الإنساني الأولى، فالإعلان يعدّ بذلك من أهم وسائل الترويج الحالية وأكثرها استخداماً والذي تطوّر خصوصاً وظهرت المؤسسات المعاصرة، حيث عرفه الباحث " كوتلر بأنه: " مختلف نواحي النشاط التي تؤدي إلى إذاعة ونشر الرسائل المرئية والمسموعة على الجمهور بغرض حثه على شراء سلع وخدمات من أجل انسياقه إلى التقبل الخفي للسلع والخدمات أو الأفكار أو الأشخاص أو منشآت معنوية عنها. " (1).

و تماشياً مع ما سلف تناوله، فإن الإعلان كمنهجية علمية وفنية يعرف إجرائياً على أنه ذلك الواقع الفعلي الذي يوجب لمختلف أفراد المجتمع التعايش معه عبر حياتهم اليومية، فلا مناص من تأثيره عليهم وتأثر بهم كأهمية اجتماعية خالصة، فالإعلان المثالي هو الذي يتلاءم مع ظروف الناس، وأعرافهم وفضائلهم، وعاداتهم، فيقدر ما ينشط بأسلوب سليم؛ فإنه يعود على المجتمع بما يلي: تعليم و تثقيف الجماهير، تكريس القيم وغرس العادات الجديدة، تيسير حياة الأفراد ورفع من المستوى المعيشي العام.

ماهية الإعلان المؤسسي : (2)

يطلق عليه أيضاً إعلان المؤسسات Corporate Advertising حيث يعمل على الترويج للمؤسسة ككل، ويتم تصميمه لبناء، أو تغيير، أو تدعيم (صيانة) هوية المؤسسة. وليتضح هذا المفهوم لنضرب مثال أن الشركة تنفق الملايين على تسويق المنتجات أو الخدمات، لكن في التسويق والإعلان المؤسسي إجرائياً هو أن تنفق الشركة أو المؤسسة الأموال على تسويق المؤسسة نفسها، وذلك من أجل تعزيز قوتها في المجتمع وجعل الجمهور أكثر وعياً ومعرفة بالمنظمة.

(1) Philip Kotler, and others, " principles of marketing" 2^{eme} edition, New Jersey, USA: Prentice Hall Europe, 1999, page 793.

(2). بشير العلاق، الإعلان الدولي، دار اليازوردي العلمية، الطبعة الأولى، عمان، الأردن 2010، ص 90.

ماهية الإعلانات الالكترونية :

قد دأبت الكثير من منظمات الأعمال في إرسال رسائلها الإعلانية عبر شبكة الانترنت من خلال قيامها بحجز موقع على الانترنت لتقوم من خلاله بتقديم معلومات تفصيلية تتعلق بالسلع والخدمات التي تقدمها كمواصفات المنتج و ما يتمتع به من ميزات و خصائص و نواحي الجودة و التعليمات الخاصة باستخدام و أساليب و طرق الصيانة و أية معلومات إضافية كفترة الضمان وخدمات ما بعد البيع، إذ توضح كافة المعلومات المتعلقة بالسلعة أو الخدمة حسب طبيعتها ونوع استخدامها أن منظمات الأعمال و من خلال مواقعها على شبكة الانترنت تتمكن بشكل ميسور من إضافة و حذف أية معلومات تجدها مناسبة لخدمة المستفيد(1).

و من خلال ماسبق فالإعلانات الالكترونية إجرائيا هي التمكن من تحديث كافة المعلومات المتعلقة بالمنتجات و السلع و الخدمات عبر شبكة الانترنت كلما استلزم الأمر ذلك بما في ذلك بث الرسائل الإعلانية معززة بالصور و الرسوم و الإشارات و الكلمات و الموسيقى مما يجعل المتلقي في تكامل الصورة عن المنتج و أيا كان موقع المتلقي.

ماهية الأداء المؤسسي :

وهو تلك المنظومة المتكاملة لإنتاج أعمال المنظمة في ضوء تفاعلها مع عناصر بيئتها الداخلية والخارجية ويقوم بتقييم أجهزة الرقابة المركزية والوزارات المعنية وأجهزة السلطة التشريعية والرقابة الشعبية حيث يقاس فيه الفعالية البيئية والفعالية السياسية ومؤشرات القياس.(2)

و يمكن تعريفه بشكل عام و إجرائيا بأنه " المنظومة المتكاملة لنتائج أعمال المنظمة في ضوء تفاعلها مع عناصر بيئتها الداخلية والخارجية " .

الخدمات الصحية و صورة المؤسسة الاستشفائية:

يعتبر مصطلح الخدمة الصحية نابعا بالأساس من المفهوم العام و الشامل للخدمات، بحيث أن الخدمات تنفرد عن غيرها من السلع في شكلها الغير ملموس و الذي يقدم منافع عديدة لمستهلكيها نتيجة لجهود آلية أو بشرية إنسانية، كما أنه لا يمكن حيازة تلك المنافع المحققة شيء ملموس، ومنه فقد حاول مجموعة من الباحثين تعريف الخدمات الصحية بأنها تلك النشاطات والعمليات التي تحقق الرضا لدى المستفيد، و من خلال ما سبق تعرف الخدمة الصحية إجرائيا و أساسا على أنها ذلك الشيء غير الملموس، و الذي لا يمكن نقل ملكيته، كما أنها يمكن أن تكون مقابل ثمن في شكل المؤسسات الخاصة أو بدون مقابل في شكل المؤسسات العمومية وهذا مع ضمان أن يتضمن تقديمها أي من دون تسجيل أي أخطاء تذكر.

(1). سعد علي ريجان المحمدي، استراتيجيات الإعلان و الاتجاهات الحديثة في تطوير الأداء المؤسسي، دار اليازوري

العلمية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى، الأردن، 2014، ص173

(2).www. hrdiscussion.com, connecté le 08 avril 2018 à 21.05.

■ يعرف إجرائيا مصطلح الصورة و يرتبط ارتباطا وثيق الصلة بمصطلح الذاكرة التي تعني إحياء أو إعادة بعث لخبرة ماضية عن شيء ما ، في ما غياب هذا الشيء بالذات، من خلال استعادة و استدكار صورته من الذاكرة عبر عملية التذكر.(1)

5- حدود الدراسة :

بعدما انطلقنا كفريق بحث من الفرض الرئيسي : يساهم تحديث الاتصال و الإعلان الداخلي في الارتقاء بالأداء المؤسساتي و تحسين الخدمات الصحية و الصورة السلبية الملازمة للمؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية فلقياس موضوع بحثنا الأكاديمي هذا اخترنا كفريق بحث:

حدود مكانية : قمنا كفريق بحث باجراء هذه الدراسة الأكاديمية على مستوى المركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس – قسنطينة – و بالضبط مصلحة الجراحة العامة " أ "، التي تضم 07 وحدات، جناح الرجال، جناح النساء ، عنبر العمليات الجراحية، وحدة الانعاش، فرع الفحص ببومرزوق و فرع فحص أمراض الثدي بالمركز الجامعي ابن باديس.

حدود بشرية : شملت هذه الدراسة عينة تمثيلية تقدر ب 100 مبحوث من مجموع كلي لمجتمع البحث متمثل في 144 عاملا موزعين على الفئات التالية الأطباء، الشبه طبيين و الإداريين و العمال المهنيين.

حدود زمنية : اعتمدنا كفريق بحث على مبدأ المعيشة من خلال استخدامنا لأداة الملاحظة بالمشاركة و هذا تماشيا و اعتبار أحد أفراد بحثنا الأكاديمي هذا موظف في نفس الوقت " كمساعد طبي للصحة العمومية" بذات المؤسسة الاستشفائية العمومية و المصلحة محل الدراسة منذ 31 ديسمبر 2013 و قد امتدت دراستنا الميدانية هذه للموضوع إلى جانب المعيشة فترة (09) أشهر من سبتمبر 2016 إلى غاية ماي 2017 .

6- الإطار النظري و الدراسات السابقة :

■ الإطار النظري:

- النظرية الوظيفية : يرى المدخل الوظيفي أنّ المجتمع يتكوّن من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها و التي تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام و أنّ هذه الأنشطة تعتبر ضرورة لاستقرار المجتمع و أنّ هذا الاستقرار مضمون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة ، تلبية لحاجياته و تزول الوظائف نتيجة زوال حاجاته و تطوّر المجتمعات كما تحدّث ماليونوفسكي و" أكد على ترابط العناصر بكلّ وظائفها "(2).
- مقارنة التملك: على عكس مقارنة الابتكار التي تهتم بعملية صنع التقنيات ، ترتكز مقارنة التملك على مسألة استخدام هذه التقنيات أو انحدارها في الوسط الاجتماعي ، و خلافا لمقارنة النشر التي تهتم بعملية توزيع

(1). علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، نفس المرجع السابق ذكره، ص9 و10.

(2). حميد خروف وآخرون، الإشكاليات النظرية والواقع-مجتمع المدينة نموذجاً، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 1999، 108.

التقنيات عبر رصد نسب القبول من طرف المستخدمين ، فإنّ مقارنة التملك تتركز على مفهوم الاستعمالات و طبيعتها عند المستخدم . و قد نشأت هذه المقارنة كردّة فعل أمام حدود مقارنة النشر الكميّة و التجريبيّة.

■ الدراسات السابقة :

مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال و العلاقات العامة بعنوان: " استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية " دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز – فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG – قسنطينة- من إعداد الطالبة " حورية بولعويديات " و إشراف " د/ حسين خريف " ، جامعة منتوري قسنطينة موسم 2009/2008، و تدور إشكالية هذه الدراسة حول الواقع الفعلي لاستخدام تكنولوجيات و وسائل الاتصال الحديثة عبر مؤسسة سونلغاز باعتبارها مؤسسة اقتصادية جزائرية وذلك في ظل التحولات التي أثبتت ضرورة إدخال هذه التكنولوجيات الحديثة إلى نشاطها كشكل من أشكال التجديد الذي يمس العملية الاتصالية هذا من أجل التأقلم مع الاقتصاد الرقمي الجديد محاولة بذلك الكشف عن أبرز الآثار.

و مذكرة مكملّة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال و العلاقات العامة بعنوان: " العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية " دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس – قسنطينة- من إعداد الطالب " ياسين مسيلي " و إشراف "د/ صالح بن نوار"، جامعة منتوري قسنطينة موسم 2009/2008، و تدور إشكالية هذه الدراسة حول المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة داخل المؤسسات الصحية الجزائرية خاصة في ظل التحولات المستمرة التي عرفتها الجزائر منذ أواخر الثمانينيات بدخولها مجال الخصوصية الأمر الذي فتح المجال أمام المنافسة المحلية و الدولية للمؤسسات الجزائرية و هو ما دفع بالمؤسسات إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كإدارة فعّالة للحاق بالركب الدولي.

كما استعنا كذلك برسالة مكملّة لنيل شهادة دكتوراه-علوم- في علوم الإعلام والاتصال تخصّص علاقات عامة بعنوان: " واقع الإعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و أساليب تطويره " دراسة ميدانية بالمؤسسات الاقتصادية للمناطق الصناعية للشرق الجزائري- سطيف- برج بوعريّج- قسنطينة- من إعداد الطالب " مبني نور الدين " و إشراف " أ. د/ الطاهر أجعيم"، جامعة صالح بونيندر قسنطينة-03-، الجزائر، السنة الجامعية 2014/2015، و تدور إشكالية هذه الدراسة حول الواقع الفعلي لاستخدام الإعلان كأهم شكل من الأشكال الاتصالية الرئيسية العصرية عبر المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، وتسليطها الضوء أكثر على مختلف الأساليب التي تكفل تطوير و تحسين النشاط الإعلاني و بالأخص منها الإدارية و التقنية العملية المهمة عبر العديد من المؤسسات الاقتصادية بالجزائر في سبيل تطوير جيّد للعمل الإعلاني و النهوض به لبلوغ ثقافة إعلانية راقية على غرار دول رائدة في هذا المجال المهم كنشاط مؤسسي محض ، و تماشيا مع ما سبق و في نفس السياق ذاته و المتعلق بالبحث عن الواقع و كيفية النهوض بالإعلان و تطويره.

و أخيرا اعتمدنا على رسالة مكملّة لنيل شهادة دكتوراه –علوم- في علوم الإعلام والاتصال تخصّص وسائل الإعلام و المجتمع بعنوان: " صورة هيئات الإدارة العمومية لدى المواطن الجزائري " دراسة ميدانية بولاية سطيف ، من إعداد الطالب " هميسي نور الدين " و إشراف " أ. د/ ليلي بن لطرش " ، جامعة صالح بونيندر قسنطينة -03- الجزائر، السنة

الجامعية 2015/2014. و تدور إشكالية هذه الدراسة حول الواقع الفعلي لصورة هيئات الإدارة العمومية لدى المواطن الجزائري و التي يسودها في غالب الحالات السلبية و عدم الثقة في التعامل و التصوّر الذهني العكسي للمواطن الجزائري بالرغم من المساعي الحثيثة التي تبذلها السلطات المركزية العليا لتحسين مجالات العمل بين الفينة و الأخرى.

7- الإجراءات المنهجية للدراسة:

1-7- منهج الدراسة : استخدمنا كفريق بحث المنهج الوصفي المسحي من أجل الوصول إلى نتائج علمية أكثر قوة و صدق تخدم موضوع دراستنا المتناول بالبحث الأكاديمي.

2-7- عينة الدراسة : للمحافظة على التناسب الموجود بين الفئات الأربع الأساسية المشكلة للمجتمع البحث الكلي و المقدر ب 144 مفردة، قمنا بتوزيع 100 استمارة تمثيلية لمجتمع البحث.

3-7- أداة الدراسة ووصفها وخصائصها (الصدق والثبات): تم تأكيد الاستمارة بعدما قمنا بتمريرها على مجموعة من المحكمين و المختصين للتدقيق في صياغة أسئلتها و سلامة بنيتها اللغوية حيث وزّعناها و جرّناها على عينة أولية شملت 7 أفراد لقياس مدى قابلية الاستمارة للبحث عبر الميدان المختار للدراسة و كان توزيعها بشكل عشوائي مسّ مختلف الفئات الرئيسية المشكلة للمصلحة محل الدراسة و هي فئة الأطباء، الشبه طبيين و الإداريين و العمال المهنيين. و للتحقق من درجة الثبات في الاداة ارتأينا كفريق بحث استخدام طريقة الأتساق الداخلي للفقرات و حيث اخترنا معادلة كرونباخ ألفا و التي أكّدت لنا مدى النسبة العالية لثبات الاداء.

4-7- الأساليب الإحصائية المستخدمة: النسبة المئوية النسبة المئوية هي التعبير عن عدد معين يكون جزءاً من مئة، ويُشار إليه بالإشارة التالية (%)، ويُكتب العدد المشتق منها على شكل كسر مقامه يساوي العدد مئة، لذلك تشير النسبة المئوية إلى علاقة ما بين قيمتين عدديتين. والكسر هو جزء من عدد، أو قيمة، يُؤخذ على شكل نسبة، ومن أنواع الكسور المرتبطة في بعض الأمور التي يستخدمها الناس، القطع النقدية، والأوزان، (الربع 4/1 ، والنصف 2/1)، وغيرهما.

تعد النسبة المئوية، من الوسائل الرياضية التي تساعد في تحديد العديد من الأمور، وتُقرأ الأرقام الخاصة بها على الشكل التالي، مثال: 70% تُقرأ سبعون بالمئة، ومن الأمثلة عليها: النسب المئوية لمعدلات الطلاب في المدارس، كتحقيق أحد الطلاب نسبة 85% من معدله الدراسي. تساهم النسب المئوية أيضاً في حساب نسبة الضرائب، مثل: ضريبة المبيعات، والتي تُفرض على السلع المستخدمة من قبل الأفراد، مثال: تبلغ قيمة السلعة (س) قطعتين نقديتين من غير ضريبة المبيعات، ونسبة ضريبة المبيعات المضافة 8%، فتكون قيمة الضريبة على السلعة (س) $2 \times 8\% = 16\%$ ، وتضاف هذه القيمة على السعر الأساسي للسلعة ليصبح ثمنها بعد إضافة الضريبة (2.16).

كتابة النسبة المئوية في العادة تُكتب النسبة المئوية إلى جانب الرقم باستخدام إشارتها (%)، ومن الممكن الاستعاضة عن الإشارة بكتابة النسبة كرقم عشري (0.00)، بناءً على الأمثلة التالية: الرقم المئوي الرقم العشري 0.10 10% 0.25 25% 0.50 50% 0.75 75% من الممكن استخدام أي نوع من أنواع الأرقام السابقة في حساب

النسبة المئوية، والحصول على قيمتها. استخراج النسبة المئوية لاستخراج النسبة المئوية يجب أن تتوفر بيانات رقمية، يرتبط بها حساب النسبة بشكل مباشر، ومن المعادلات المستخدمة في استخراج النسبة المئوية: القيمة ضرب مئة تقسيم القيمة الإجمالية تساوي النسبة المئوية، رياضياً: (القيمة أو العدد $\times 100 \div$ القيمة الإجمالية أو العدد الإجمالي = النسبة المئوية %). في حين نموذجنا الأكاديمي هذا ارتأينا كفريق بحث استخدام نموذج النسب المئوية المتناسبة أي الإبقاء على التناسب بين الفئات الأربع الرئيسية سالفة الذكر.

7-5- عرض وتحليل بيانات الدراسة المتحصّل عليها و مناقشتها:

جدول رقم 01: يوضح التوزيع النسبي للعينة محل البحث من المجتمع الكلي للدراسة.

النسبة التمثيلية	عينة المبحوثين (عينة من 100 مفردة)	العدد الكلي	التكرار	الطبقة
53.47	53	77		أطباء
23.61	24	34		شبه طبيين
7.63	08	11		إداريين
15.27	15	22		عمّال مهنيين
%100	%100	144		المجموع الكلي

و قد حاولنا كفريق بحث الكشف عبر البيانات الشخصية الأولية عن أهم المعلومات الأساسية المتعلقة بالمبحوثين من جنس ، سن ، و سنوات العمل ، المستوى التعليمي ، و هذا قبل الشروع في عملية جمع المعلومات المتعلقة بالمذكّرة مجال البحث و الإحاطة أكثر بالخصائص المميزة لمجتمع البحث.

جدول رقم 02: يوضح التوزيع النسبي لأفراد عينة الدراسة حسب الجنس.

المجموع الكلي		عمّال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		الأطباء		التكرار	الجنس
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
40	40	60	13	25	2	33.33	08	39.62	21	21	ذكر
60	60	40	9	75	6	66.66	16	60.37	32	32	أنثى
%100	100	%100	15	%100	8	%100	24	%100	23	23	المجموع الكلي

يبين الجدول أعلاه مختلف توزيع مختلف أفراد العينة الممثلة لمجتمع الدراسة الكلي و هذا مع مراعاة التناسب الموجود بين الطبقات من جهة و بين الفئات في حدّ ذاتها من جهة أخرى و نفس الشيء كذلك للنسبة الكلية و التي تبيّن تباين في نسبة العنصر النسوي الغالب عن العنصر الذكوري عبر كل فئات المصلحة محل الدراسة باستثناء العمال المهنيين نظرا لطبيعة المهام المسندة إليهم و التي تتطلب مجهودا عضليا مضاعفا مقارنة بغيرها من الفئات الأخرى و التي تتطلب بذلك تضمن الجنس الذكوري أكثر من النسوي.

أ. وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة التي تتوفر عليها المصلحة محل الدراسة :

جدول رقم 03 : يوضح الوسائل المستخدمة عبر الاتصال و الإعلان الداخلي بالمصلحة.

المجموع الكلي		عمال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		أطباء		التكرار
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
81.30	100	100	15	50	8	100	24	77.94	53	وسائل تقليدية
18.69	23	/	/	50	8	/	/	22.05	15	وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة
%100	123	%100	15	%100	16	%100	24	%100	68	المجموع الكلي

من خلال إجابات الباحثين و المبينة في الجدول أعلاه فان الوسائل المتوفرة و الأكثر استخداما بالمصلحة تتجسد بالأساس في الوسائل التقليدية و هذا من خلال إجابات الباحثين بنسبة 81.30 % من إجمالي إجابات الباحثين المحصل عليها و هي ما تعكس بذلك واقع الاستخدام المرتبط أساسا بالكلاسيكية و أكبر فئة تستخدم هذه الوسائل هي فئتي الشبه طبيين و العمال المهنيين و بدرجة أقل الأطباء و حتى الإداريين ، في حين جاء توفر و استخدام الوسائل التكنولوجية الحديثة في الاتصال إلا على نسبة 18.69 % من الآراء المعبر عنها و الذي نجده منحصر فقط في فئتي الأطباء و الإداريين ، و منه فان الوسائل الأكثر توفرا و استخداما بالمصلحة محل الدراسة حسب إجابات الباحثين هي وسائل كلاسيكية و تقليدية في مقابل تواجد ضئيل لوسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة.

جدول رقم 04: يوضح وجود شبكة إنترنت بالمصلحة.

المجموع الكلي		عمال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		الأطباء		التكرار
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
83	83	26.66	4	100	8	75	18	100	53	نعم
17	17	73.33	11	/	/	25	6	/	/	لا
%100	100	%100	15	%100	08	%100	24	%100	53	المجموع الكلي

من خلال البيانات المستقاة من الجدول أعلاه فان جلّ إجابات الباحثين جاءت بنعم على تضمّن المصلحة بالفعل على شبكة إنترنت بنسبة 83 % من الآراء المعبر عنها حيث جاءت كلية لفئتي الإداريين و الأطباء و بدرجة أقل للشبه طبيين ، في حين و من جهة موازية عبر 17 % من الباحثين عن عدم تضمّن مصلحتهم على شبكة إنترنت بالمصلحة و هو ما يرجح إمكانية عدم علمهم بوجودها فعلا داخل المصلحة.

جدول رقم 05: يوضح إجابات أفراد العينة حول تضمّن المصلحة على
لوحات عرض الكتروني .AFFICHAGE NUMERIQUE

المجموع الكلي		عمّال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		الأطباء		التكرار عرض الكتروني
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	نعم
100	100	100	15	100	8	100	24	100	53	لا
%100	100	%100	15	%100	8	%100	24	%100	53	المجموع

يبين الجدول أعلاه إجابات الباحثين حول واقع لوحات العرض الالكتروني AFFICHAGE NUMERIQUE الموجودة بالمصلحة و التي جاءت كلها ب (لا) بنسبة 100 % كليا لكل الفئات و كلّ الباحثين بعدم تضمّن المصلحة و لو على لوحة عرض الكترونية و هو ما يدل على اقتصار واقع العرض على كل ما هو ورقي تقليدي فقط.

ب. طريقة استخدام وسائل و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال الحديثة التي تتوفر عليها المصلحة محل

الدراسة:

جدول رقم 06 : يوضح إجابات أفراد العينة و تقييمهم لواقع العرض المستخدم عبر نظام الاتصال و الإعلان الداخلي بالمصلحة محل الدراسة.

المجموع الكلي		عمّال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		الأطباء		التكرار واقع العرض
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
1.96	2	/	/	12.5	1	/	/	1.85	1	الكتروني
98.03	100	100	15	87.5	8	100	24	98.14	53	ورقي
%100	102	%100	15	%100	9	%100	24	%100	54	المجموع الكلي

يمثل الجدول البين أعلاه إجابات الباحثين و تقييمهم لواقع العرض المستخدم عبر الاتصال و الإعلان الداخلي بالمصلحة محل الدراسة حيث أجمعت كلّ الفئات الأربع و بنسبة 98.03 % من الباحثين على أن الطابع المستخدم للعرض هو طابع ورقي محض، في مقابل إجابة نسبة 1.96 % من الباحثين فقط على أنه الكتروني كذلك و من خلال واقع الإجابات المحصّل عليها نلتمس بذلك " الكلاسيكية " التي تطبع عرض الوثائق و البيانات و التي تكتسي الصبغة الورقية في العرض مبعده بذلك كل البعد عن آخر الابتكارات الالكترونية و الرقمية في العرض البسيط و الفعال.

ت. انعكاس طريقة استخدام التكنولوجيا المتوفرة بالمصلحة محل الدراسة على انتقال المعلومات عبر الاتصال الداخلي و نوعية الأداء المحصل عليه و الهادف لتحقيق جودة الخدمات الصحية المقدمة:

جدول رقم 07: يوضح إجابات أفراد العينة فيما إذا كانت هناك وسائل و تكنولوجيات للإعلام و الاتصال الحديثة و لو محدودة بالمصلحة و انعكاسها في الرفع من حجم الأداء و سرعة انتقال المعلومات عبر منظومة الاتصال و الاعلان الداخلي.

المجموع الكلي	عمّال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		الأطباء		التكرار	انعكاس وجود تكنولوجيات حديثة
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%		
94	94	93.33	14	100	8	87.5	21	96.22	51	نعم
6	6	6.66	1	/	/	12.5	3	3.77	2	لا
%100	100	%100	15	%100	8	%100	24	%100	53	المجموع الكلي

يبين الجدول المبين أعلاه إجابات الباحثين فيما إذا كانت هناك وسائل و تكنولوجيات للإعلام و الاتصال الحديثة و لو محدودة بالمصلحة و انعكاسها في الرفع من حجم الأداء و سرعة انتقال المعلومات عبر منظومة الاتصال و الاعلان الداخلي حيث أجاب 94% من الآراء العبر عنها ب (نعم) على أنها و بالرغم من قلتها بالمصلحة ستدفع أكثر بالرفع من حجم انتقال المعلومات عبر الاتصال و الاعلان الداخلي بالمصلحة و المؤسسة الصحية ككل و قد جاءت إجابات الباحثين أساسا ممثلة في فئة الأطباء ، و في مقابل ذلك أجاب 6% فقط من الباحثين ب (لا) ، و من خلال ما سبق من بيانات محصلة فهو يدل على قابلية العاملين للرفع من حجم و سرعة انتقال المعلومات بتبنيهم و استخدامهم لوسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و إدراجها ضمن منظومة الاتصال و الاعلان الداخلي نظرا لدورها الكبير و لو بالشكل الضئيل الموجودة عليه حاليا بالمصلحة محل الدراسة.

جدول رقم 08: يوضح إجابات أفراد العينة فيما يتعلق في حالة ما إذا تم توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها عبر منظومة الاتصال و الاعلان الداخلي ، من شأنه أن ينعكس على رفع الأداء و تقليص عناء التنقل الدائم للعاملين داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة لجلب الملفات أو البحث عن الأرشيف مثلا.

المجموع الكلي		عمال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		الأطباء		التكرار تقليص التكنولوجيات للتنقل الدائم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
100	100	100	15	100	8	100	24	/	53	نعم
/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	لا
%100	100	%100	15	%100	8	%100	24	%100	53	المجموع الكلي

يبين الجدول المبين أعلاه إجابات الباحثين في حالة ما إذا تم توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي ، من شأنه أن ينعكس على رفع الأداء و تقليص عناء التنقل الدائم للعاملين داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة لجلب الملفات أو البحث عن الأرشيف مثلا و قد جاءت إجابات كل فئات مجتمع البحث كليا بنسبة 100 % و هذا خير دليل على رغبتهم في التحسن نحو الأفضل و تغيير المجرى " الريتم " الحالي للعمل ، من خلال قابليتهم لاقتناء وسائل أكثر تطورا يوفرون بها الوقت و الجهد أكثر أثناء أدائهم عملهم.

جدول رقم 09 : يوضح إجابات أفراد العينة فيما يتعلق في حالة ما إذا تم توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي ، و انعكاسه على تنمية العلاقات الإنسانية (الرسمية و غير الرسمية) بين مختلف العاملين داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة.

المجموع الكلي		عمال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		الأطباء		التكرار تنمية التكنولوجيات للعلاقات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
84	84	73.33	11	75	6	79.16	19	90.56	48	نعم
16	16	26.66	4	25	2	20.83	5	9.43	5	لا
%100	100	%100	15	%100	8	%100	24	%100	53	المجموع الكلي

يبين الجدول الموجود أعلاه إجابات الباحثين يتعلق في حالة ما إذا تم توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها عبر منظومة الاتصال الداخلي ، و انعكاسه على تنمية العلاقات الإنسانية (الرسمية و غير الرسمية) بين مختلف العاملين داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة، حيث أجاب 84 % ب (نعم) و ما يمكن أن يصنعه إقحام تلك الوسائل المتطورة كامتداد للعلاقات الإنسانية الرسمية و غير الرسمية و كان لفئة الأطباء

حصّة الأسد في نسبة الإجابات ، في مقابل ذلك أجاب حوالي 16 % من المبحوثين ب (لا) على عدم اقتناعهم بمدى ودية الوسائل المتطورة في توسيع شبكة العلاقات الإنسانية و من خلال البيانات المبينة و كترجمة لها ، فإنّ هامش الوسائل المتطورة يعدّ مكسبا هاما للمصلحة لما تتضمنه من خاصية تقريب المسافات و اختزال الوقت كما تفتح مجال التعدد و التنوع البناء لشبكة التواصل الإنساني سواء أكان رسميا أو غير رسمي .

جدول رقم 10 : يوضح إجابات أفراد العينة فيما يتعلّق في حالة ما إذا تمّ توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي ، داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة و تأثيره على تطوير الأداء المؤسساتي و تغيير وجه و نوعية الخدمات الصحيّة المقدّمة بما ينعكس على تحسين الصورة العامة للمؤسسة الاستشفائية

التكرار		الأطباء		الشبه طبيين		إداريين		عمّال مهنيين		المجموع الكلي	
ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
نعم	53	100	24	100	8	100	15	100	100	100	100
لا	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
المجموع الكلي	53	%100	24	%100	8	%100	15	%100	100	100	%100

يوضّح الجدول المبين أعلاه إجابات المبحوثين فيما يتعلّق في حالة ما إذا تمّ توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي ، داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة و تأثيره على تطوير الأداء المؤسساتي و تغيير وجه و نوعية الخدمات الصحيّة المقدّمة بما ينعكس على تحسين الصورة العامة للمؤسسة الاستشفائية و التي جاءت بنسبة كلية 100 % لجميع الفئات الأربع الممثّلة لمجتمع الدراسة و إنّ دلّ على شيءٍ إنّما يدل على الدور الهام الذي أضحت تلعبه تمّ توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها الكبير خصوصا عندما يتمّ إدراجها بشكل جيّد ضمن منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي للمؤسسات و الإدارة و بالأخص القطاع الصحي لما لها من قيمة تكسبه بذلك العصرية و الفعالية في العمل و الأداء المؤسساتي و الانتقال الجيد للمعلومات في الزمن و بالمكان المناسب دون قيود و عراقيل عبر كامل المصالح الاستشفائية و تضمن من خلاله تحسين المردود العام للخدمات الصحيّة المقدّمة للمرضى .

جدول رقم 11: يوضح إجابات أفراد العينة في حالة الإجابة ب (نعم) ما إذا تمّ توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها عبر منظومة الاتصال الداخلي ، داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة و ما يمكن له إن ينعكس فعلا و يتغير عبر أرض الواقع .
(إمكانية تعدد الإجابة في نفس الوقت للمبحوث ذاته)

المجموع الكلي		عمّال مهنيين		إداريين		الشبه طبيين		الأطباء		التكرار
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	تبيان انعكاس استخدام التكنولوجيات الاتصال
15	15	26.66	4	25	2	12.5	3	11.32	6	الانسيابية و السرعة في الأداء
16	16	13.33	2	12.5	1	8.33	2	20.75	11	المؤسسي
13	13	20	3	25	2	25	6	3.77	2	نوعية جيّدة من الخدمات الصحية
4	4	6.66	1	/	/	/	/	5.66	3	العصرية و التطور
13	13	/	/	12.5	1	16.66	4	15.09	8	توفير الجهد
18	18	13.33	2	/	/	8.33	2	26.41	14	تعيين الملفات
21	21	20	3	25	2	29.16	7	16.97	9	فعالية المنظومة الصحيّة و سمعتها (صورتها العامة)
21	21	20	3	25	2	29.16	7	16.97	9	اختزال الزمان و المكان
%100	100	%100	15	%100	8	%100	24	%100	53	المجموع الكلي

يبين الجدول أعلاه في حالة إجابة الباحثين ب (نعم) ما إذا تمّ توفير وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة و استخدامها عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي ، داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة و ما يمكن له أن ينعكس فعلا و يتغير عبر أرض الواقع ، حيث أجاب حوالي 21 % من الباحثين على اختزال الزمان و المكان لتليها بعد ذلك نسبة الإجابات ب 18 % على فعالية المنظومة الصحيّة و سمعتها (صورتها العامة) و بالمركز الثالث إجابات الباحثين و بنسبة 16 % على نوعية جيّدة من الخدمات الصحيّة ، و نسبة 15 % الانسيابية و السرعة في الأداء المؤسسي وفي الأخير نجد إجابة الباحثين و بنسبة 4 % فقط على توفير الجهد و منه و كترجمة للبيانات المحصل عليها من واقع الإجابات السالفة الذكر فإنّ ما ينجر من انعكاس استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي ، داخل المصلحة و عبر مختلف المصالح داخل المؤسسة الاستشفائية و تأثيره في تغيير وجه و نوعية الخدمات الصحيّة المقدّمة بما ينعكس على تحسين الصورة العامة للمؤسسة الاستشفائية محل الدراسة يتجلى واضحا في التغيير الكبير و الملموس الذي سيتركه عبر الارتقاء بمستوى الخدمات المقدّمة من ربح الجهد و الوقت و تحقيق الانسيابية و السعة في الأداء المؤسسي و تحسين نوعية الخدمات و تحسين الصورة القائمة التي تشوب المؤسسات الصحيّة ببلادنا و زيادة فاعلية الخدمات المقدّمة من طرف العاملين أي (ينعكس على مردود يتهم و أدائهم في العمل أكثر فأكثر).

جدول رقم 12 : يوضح إجابات أفراد العينة في ضوء ما سبق رأيهم فيما يتعلّق انعكاس وجود و استخدام وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي ، داخل المصلحة و المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة ككل ، و تأثيره في تطوير الأداء المؤسساتي و تغيير وجه و نوعية الخدمات الصحيّة المقدّمة بما ينعكس على تحسين الصورة العامة للمؤسسة الاستشفائية حيث يستلزم بذلك أن يكون.

التكرار	الأطباء		الشبه طبيين		إداريين		عمّال مهنيين		المجموع الكلي	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
وجود وسائل وتكنولوجيات الاتصال الحديثة المؤسسة	2	3.77	1	4.16	/	/	2	13.33	5	5
اختياري	51	96.22	23	95.83	8	100	13	86.66	95	95
إجباري	53	100%	24	100%	8	100%	15	100%	100	100%

يوضّح الجدول المبين أعلاه إجابات الباحثين في ضوء ما سبق رأيهم فيما يتعلّق انعكاس وجود و استخدام وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي ، و تأثيره في تطوير الأداء المؤسساتي و تغيير وجه و نوعية الخدمات الصحيّة المقدّمة بما ينعكس على تحسين الصورة العامة داخل المصلحة و المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة ككل ، حيث يستلزم بذلك أن يكون إجباري من خلال نسبة إجابات محصّل عليها تقدّر ب 95 % كان فيها لكلّ الفئات الممثلة نسب قاربت الكليّة و تتقدّمها فئة الإداريين ، في مقابل أجاب 5 % فقط من الباحثين على أنّ تزويد المؤسسة الاستشفائية بوسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة هو اختياري ، و منه و كترجمة للبيانات المحصّل عليها من الميدان فإنّ إدراج وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة أضحى يعدّ مطلباً أساسياً لما تلعبه هذه الوسائل المتطورة من دور رائد في تحسين الخدمات المقدّمة و أداء العمل على أكمل وجه من جهة ، و مواكبة التطورات الحاصلة في مجال الاتصال الصحي من عصرنة منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي عبر مختلف المؤسسات الصحيّة من جهة أخرى و الذي من شأنه أن يحسّن الصورة القائمة التي تشوب قطاع الصحة العمومية بالجزائر.

7-6- نتائج الدراسة و مناقشتها : كنتيجة عامة للفرضية الرئيسية للدراسة و التي جاءت كالتالي:

يساهم تحديث منظومة الاتصال و الاعلان المؤسسي الداخلي في الارتقاء بالخدمات الصحية المقدمة و تحسين الصورة السلبية للمؤسسة الاستشفائية العمومية الجزائرية فقد جاءت هذه الفرضية مؤكدة جزئيا نظرا لتوفر بعض الوسائل و التكنولوجيات الحديثة للاتصال و بنسب طفيفة و رغم ذلك التواجد الضئيل فإنه يصنع الفرق بمدى انعكاسه على العمل في المقابل طغيان طابع التقليدي و الكلاسيكية على الوسائل الحالية بالرغم من إجابة كل الفئات الأربع الممثلة لمجتمع الدراسة عبر الجدول الخاص بانعكاس وجود و استخدام وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة عبر منظومة الاتصال الداخلي ، داخل المصلحة و المؤسسة الاستشفائية محل الدراسة ككل ، و تأثيره في تطوير الأداء المؤسسي و تغيير وجه و نوعية الخدمات الصحية المقدمة بما ينعكس على تحسين الصورة العامة للمؤسسة الاستشفائية العمومية و تأكيد الباحثين بنسبة إجابات تقدر ب 95 % على أنّ واقع استخدام وسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة عبر الاتصال و الإعلان الداخلي حسبهم مرهون بالإجبارية و ليس قيد الاختيار و الذي لم تتجاوز فيه نسبة الإجابة 5 % فقط من إجابات الباحثين بالعينة، و هذا لما تمنحه الوسائل المتطورة من انعكاسات إيجابية في دعم المنظومة الاتصالية و الإعلانية الداخلية و التي تتجسد بالأساس بضمان التنسيق عبر مختلف أجزاء المؤسسة الاستشفائية عكس نظيرتها الكلاسيكية و المستخدمة حاليا بدرجة كبيرة و لما لا كسر تلك النظرة السوداوية التي تشوب المنظومة الاتصالية و الإعلانية الداخلية من خلال اقتراحها مرات بالفوضى في الاتصال و الإعلان أو ضعفه في بعض الأحيان فيما يتعلق بإرسال معلومات المرضى من مصلحة إلى أخرى وحتى أخطاء بالجملة من خلال إرسالها لمصالح عوض أخرى كدليل عن عدم الربط المحكم بين مختلف تفاصيل المؤسسة الاستشفائية العمومية بين بعضها البعض، ناهيك عن الامتعاض الدائم المسجل في الأداء و سرعة انتقال المعلومات الأمثل للمرضى و كل ذلك العناية الذي كثرة بين مختلف مصالح المؤسسة الاستشفائية العمومية المترامية جغرافيا، لذلك فالتملك القلبي للوسائل المتطورة واستخدام العاملين يوميا لبيانات و معلومات تمثل نقطة ارتكاز مهمة تستند عليها العديد من المهام التي تجعلهم مستخدمين إيجابيين ، فيتعرضون بذلك لما يساعدهم في تلبية حاجاتهم و اشباعاتهم الرئيسية و التي تتجسد بالأساس في اتخاذ القرارات المناسبة و في الوقت المناسب و دون عناء يذكر مع ضمان الربط المحكم لمختلف القطاعات الوظيفية الأخرى المشكّلة لمفاصل و أجزاء المنظومة الاتصالية الإعلانية الداخلية مهما كان امتدادها التنظيمي ، و التي تصب و ستنعكس لا محال في الأخير في دعم واقع الصحة العمومية و تسرع بطريقة أو بالأخرى من التكفل الجيد بالمرضى بتطور الأداء المؤسسي و تحسن الخدمات الصحية المقدمة، و كتحصيل حاصل ستكون هذه المؤسسة الاستشفائية العمومية في نظر المنظومة الجمعية هي الأمثل و بالتالي تتحسن صورتها تلقائيا لديهم ، وتخرج بذلك من تلك الصورة النمطية السلبية الملازمة لها و لقطاع الصحة بالجزائر ككل ، و منه فالعمل بالتقنيات العصرية سيرتقى بالأداء و يوقر بالتأكيد الكثير من الجهد ، المصاريف، و الوقت من جهة و الوصول إلى تحقيق أهداف المؤسسة بكل دقة ، إتقان و احترافية من جهة أخرى جاعلة بذلك هدفها الأول الارتقاء بالأداء المؤسسي و العصرية عبر ما يقدم من خدمات للمرضى " فصحة الإنسان كنز لا يقدر لا بمال و لا بثمن " و تنتقل بذلك صورتها إلى الأحسن كأحد أهم المؤسسات "المواطنة" التي تحفظ صحة المجتمع.

كما جاءت نتائج دراستنا العلمية هذه و في ضوء الدراسات السابقة المعتمدة من قبلنا و التي سنحاول في على ضوءها أن نبرز مختلف أوجه الاتفاق والاختلاف بين النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا ونتائج الدراسات السابقة: -توصلت دراستنا هذه و على غرار مختلف الدراسات السابقة إلى الأهمية و الدور الذي يمارسه الإعلان و الاتصال الداخلي في المؤسسات الاستشفائية خصوصا في حالة ما إذا تم إدراج مختلف التقنيات المتطورة الأخيرة ، و ضرورة ممارسة أنشطتها من خلال جهاز تتوافر له الكفاءات الفنية والعلمية لذلك، إضافة إلى أنه يجب أن يكون اختيار القائمين على هذا الجهاز حسب التخصص، لأن المسؤولين عن الاتصال و الإعلان المؤسساتي الداخلي. يجب أن يكونوا من بين المتفهمين لطبيعة هذا العمل و دوره المتميز.

-أكدت دراستنا على غرار الدراسات السابقة على ضرورة الأخذ بالمنهج العلمي في قياس الرأي العام ودراسة الجمهور الداخلي و ما يطمح لاستخدامه من وسائل ستعكس بالتأكيد على نجاح الاتصال الخارجي كتحصيل حاصل و تحسين صورة و سمعة مختلف المؤسسات الاستشفائية فيما بعد و الذي يتأتى بالتأكيد إلا من خلال دعم المؤسسة بباحثين مؤهلين علميا و فنيا يسهرون على سير ذلك داخل المؤسسة. وهذه إذن أهم النقاط المشتركة بين دراستي والدراسات السابقة، أما عن أوجه الاختلاف فترز أساسا في المستويات التنظيمية، حيث أنه:

-بينما توصلت دراستنا العلمية على الطابع الإنساني المؤسساتي للإعلان و الاتصال الداخلي و تطويره بمختلف التكنولوجيات جاءت دراسة الباحثة " حورية بولعويديات و المعونة ب " استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية "، مركزة و بشكل مغاير على الطابع الاقتصادي المحض لتطوير منظومة الاتصال و الإعلان المؤسساتي.

-في حين توصلت دراستنا الأكاديمية إلى عدم اعتماد إدارة المستشفى لسياسات تقليدية بعيدة عن العصرية التي تشمل منظومة الاتصال و الإعلان المؤسساتي في ما يخص كسب ثقة و تأييد الجمهور كتحصيل حاصل، نجد أن دراسة الباحث " ياسين مسيلي " و الموسومة ب " العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية " ركزت على تناول الاتصال و الإعلان المؤسساتي داخليا و خارجيا في آن واحد من خلال إدارة العلاقات العامة و التي تعتمد بالأساس حسب الباحث على الكادر البشري بدون أي إشارة للتطور التكنولوجي الراهن و فوائده في الرفع من تحقيق الأهداف و تنفيذ الخطط المؤسساتية الناجحة .

-كما توصلت كذلك دراستنا الأكاديمية إلى نتيجة مفادها الدور المكمل الذي أضحي يمارسه الإعلان للرفع من حجم انسيابية المعلومة داخل المؤسسات الاستشفائية و ما له من انعكاسات ايجابية كشكل اتصالي مكمل لنجاح تلك المؤسسات في تقديمها لمختلف الخدمات الصحية المنوط بها للمرضى الوافدين عليها، تقف دراسة الباحث " مبني نور الدين " و المعنونة ب " واقع الإعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و أساليب تطويره " في زاوية أخرى متناولة بذلك الإعلان في شكله الاقتصادي المحض أي ترى المتلقي للإعلان مجرد مستهلك أو زبون لا غير متناسية بذلك العودة

القوية للإعلان في شكله المؤسساتي و الاتصالي الخفض و المركز بذلك على تسويق الأفكار و القيم و الطابع الاجتماعي كمؤسسات مواطنة بالدرجة الأولى.

- و توصلت أيضا دراستنا العلمية هذه إلى تناول الأثر النهائي لتناولنا بشكل خاص و على وجه التحديد للمؤسسة الاستشفائية الجزائرية و ما ستستفيد منه في حالة ما إذا تمت عصرنه منظومة اتصالها و إعلانها المؤسساتية الداخلية بتحسين صورتها و سمعتها السلبية الملازمة لها لدى عموم البناء الاجتماعي المحلي و التي أصبحت حتى محلا لإثارة الجدل و حتى الرأي العام الوطني بأكمله، في حين و من شق آخر مناقض جاءت دراسة الباحث " نور الدين هميسي و المعنونة ب " صورة هيئات الإدارة العمومية لدى المواطن الجزائري " متناولة لذات الصورة و لكن بشكل عام من خلال تحليل جامع للعديد من القطاعات في آن واحد و هي في حقيقة الأمر متفاوتة فيما بينها في السمعة و الصورة العامة مقارنة بقطاعات أخرى حساسة على غرار تناوله لبعض المؤسسات العمومية الربحية و الناشطة ضمن القطاع الاقتصادي صورتها و سمعتها أقل ضررا من غيرها باعتبار ما لها من إمكانيات غير تلك التي توجد لدى مؤسسات أخرى عمومية غير ربحية و صورتها و سمعتها على المحك.

مقترحات و توصيات (وجهة نظر):

- ❖ يستحسن الاهتمام الجيد بوسائل و تكنولوجيات الاتصال الحديثة عبر مؤسسات الصحة و محاولة إتقان العمل بها و استخدامها بشكل هادف فهي توفر الجهود و الوقت و الذي يصب في الأخير في صالح الارتقاء الأداء المؤسساتي و بذلك يكفل تقديم أحسن الخدمات للمرضى.
- ❖ ضرورة ترقية الدراسات و البحوث العلمية في مجال التكنولوجيا و بالأخص منها تكنولوجيات الاتصال الحديثة و التي تتعلق بالأساس بالمنظومات الصحية التي و جب تسليط الضوء عليها أكثر فأكثر ، سواء أكاديميا أو ميدانيا.
- ❖ ضرورة تزويد مختلف المصالح الاستشفائية بوسائل اتصال و إعلان متطورة أكثر مواكبة للعصر و الخروج من الحقبة الورقية الملازمة لهذا القطاع الحساس.
- ❖ ضرورة تكوين و تدريب المستخدمين و تحيين معارفهم فيما يتعلق بالوسائل التكنولوجية من خلال دورات تدريبية و تكوينية مستمرة لرفع الأداء العام المؤسساتي في العمل.
- ❖ ضرورة وعي المسؤولين بتطبيق البرامج الوزارية الهادفة لعصرنه طبيعة العمل بالقطاع من خلال إدراج التكنولوجيا عبر مختلف مفاصله، و بالتالي مواكبة التغييرات الطفرة الرقبة الراهنة و بالأخص في كل ما يتعلق بتحسين منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي الصحي.
- ❖ ضرورة الوعي بمدى أهمية و فائدة الاتصال و الإعلان الداخلي لما يجسده من عماد للطاقت البشرية مصدر العمل بمختلف المؤسسات خصوصا منها الصحية ، فنجاح الاتصال و الإعلان الداخلي يعد مرآة عاكسة لطبيعة الأداء المؤسساتي و نوعية الخدمات المقدمة و انعكاس للصورة العامة الذهنية عن هذه المؤسسة.

❖ نجاح الاتصال و الإعلان الداخلي تحصيل حاصل لنجاح الاتصال و الإعلان الخارجي و انعكاس مهم لتحسين الأداء المؤسساتي و الصورة العامة للمؤسسة بالوسط المجتمعي .

خاتمة: أصبح تحيين المنظومة المعلوماتية الداخلية قاسما مشتركا بين أغلب المؤسسات سواء العمومية منها أو الخاصة، من خلال إدراج مختلف التكنولوجيات الحديثة للاتصال و التي لها العديد من المميزات التي تتمتع بها على رأسها تقليل نسبة التدخل البشري في العمليات المتكررة، وتحسين صورة و أداء المؤسسات وتسريع عمليات تبادل المعلومات عبر الشبكات، ويحدث تطبيق و استخدام وسائل وتكنولوجيات الاتصال الحديثة عبر منظومة الاتصال و الإعلان الداخلي بالمؤسسات الاستشفائية العمومية تغييرات أساسية في الإدارة ويساعد بشكل خاص في اتخاذ القرار المناسب والسريع المبني على الحقائق والمعلومات، كما يحدث تحولاً تدريجياً من الإدارة التقليدية إلى الإدارة الالكترونية، فالاعتماد على تكنولوجيات الاتصال الحديثة في مجال الاتصال و الإعلان الداخلي بالمؤسسات الصحية العمومية يؤثر على العملية الاتصالية بحيث يزيد من كفاءتها وفعاليتها وتجاوز حاجزي الزمان والمكان.

قائمة المراجع :

1- المراجع باللغة العربية:

- (1). أبو حجاج يوسف: التسويق الالكتروني، مهارات و فنون، دار الوليد للنشر، الطبعة الأولى، الأردن، 2010 .
- (2). أبو سمرة محمد ، الاتصال الإداري والإعلامي، دار أسامة للنشر عمان ، 2008.
- (3). د. أبو طعمية حسام فتحي ، الإعلان و سلوك المستهلك- بين النظرية و التطبيق ،دار الفارق،الأردن ، 2007
- (4). بوعانة عبد المهدي ، إدارة الخدمات و المؤسسات الصحية : مفاهيم، نظريات، أساسيات في الإدارة الصحية، الطبعة الأولى ، دار حامد .لنشر،عمان، الأردن، 2004 .
- (5). بولعويديات حورية ، استخدام تكنولوجيات الاتصال الحديثة في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية، دراسة ميدانية بمؤسسة سونلغاز - فرع تسيير شبكة نقل الغاز بالشرق GRTG - قسنطينة-مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال و العلاقات العامة ،جامعة منتوري قسنطينة، الموسم الجامعي 2008/2009.
- (6). بن نوار صالح ،فعالية التنظيم في المؤسسة الصناعية، مخبر علم اجتماع الاتصال،جامعة منتوري قسنطينة 2010.
- (7). خروف حميد وآخرون،الإشكاليات النظرية والواقع-مجتمع المدينة نموذجاً، منشورات جامعة منتوري قسنطينة، 1999.
- (8) . ربحان المحمدي سعد علي ،استراتيجية الإعلان و الاتجاهات الحديثة في تطوير الأداء المؤسسي ' دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع ، الطبعة الأولى،الأردن ، 2014.
- (9). الشاعر عبد المجيد ،الرعاية الصحية الأولية، الطبعة الأولى، دار اليازوري،الأردن، 2000 .
- (10). الطائي يوسف و العيادي هشام:التسويق الالكتروني،مؤسسة الوراق للنشر، الطبعة الأولى، العراق، 2009.
- (11). العلاق بشير، الإعلان الدولي، دار اليازوردي العلمية ،الطبعة الأولى، عمان، الأردن 2010.
- (12). طلعت إبراهيم لطفي ،علم النفس اجتماع التنظيم، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 1992

- (13). عجوة علي، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، الطبعة، مصر، 2003.
- (14). العديلي ناصر محمد، السلوك الإنساني والتنظيمي، منظور محلل مقارن، معهد الإدارة العامة، الرياض، 1995.
- (15). كريمان فريد، عجوة علي، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الإستراتيجية و إدارة الأزمات، عالم الكتب، الطبعة الثاني، مصر، 2008.
- (16). ميني نور الدين ، واقع الاعلان في المؤسسة الاقتصادية الجزائرية و أساليب تطويره، دراسة ميدانية بالمؤسسات الاقتصادية للمناطق الصناعية للشرق الجزائري-سطيف-برج بوعرييج- قسنطينة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه -علوم- في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، جامعة صالح بونيدر قسنطينة -03- ، الجزائر، السنة الجامعية 2014/2015.
- (17). مجلة العلوم الإنسانية /جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، العدد الثاني، ديسمبر 2014
- (18). محمود حسن الصالح، الصحة العامة بين البعدين الاجتماعي والثقافي، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2003،
- (19). مذکور فوزي شعبان ، تسويق الخدمات الصحية، إيتارك للنشر، مصر، 1998
- (20). مسيلي ياسين ، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية، دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس - قسنطينة- ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال و العلاقات العامة، جامعة منتوري قسنطينة، الموسم الجامعي 2008/2009.
- (21). مكاوي حسن عماد ، عاطف العدلي، نظريات الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، مصر، 2008.
- (22). هميسي نور الدين ، صورة هيئات الإدارة العمومية لدى المواطن الجزائري، دراسة ميدانية بولاية سطيف مذكرة مكملة لنيل شهادة دكتوراه -علوم- في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الاعلام و المجتمع ،جامعة صالح بونيدر قسنطينة -03- ،الجزائر، السنة الجامعية 2014/2015.

2- المراجع باللغة الأجنبية :

- (1). Le guide du centre hospitalo-universitaire ibn badis – Constantine année 2017.
- (2). Philip Kotler, and others, " principles of marketing" 2^{eme} edition, New Jersey, USA: Prentice Hall Europe, 1999, page 793.
- (3). Stephen ROBBINS, Organization Theory: Structure de Signe and Applications Third, edition Nerogersey, Prenticehall, 1990, p03.

للإحالة على هذا المقال:

مراد ميلود، حمزة طلحي، (2019)، « دور استخدام التكنولوجيات المتطورة عبر منظومة الاتصال و الإعلان المؤسسي الداخلية و أثرها على تحسين صورة المؤسسة الاستشفائية العمومية بالجزائر " دراسة ميدانية بالمركز الاستشفائي الجامعي ابن باديس - قسنطينة -" ». الرواق، المجلد: 05 ، العدد: 01، جوان 2019، ص.ص. 49- 70