



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



تأريخ الاستدعاء
د. بن علي مليكة
19-06-2023
م.س.

كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية
قسم العلوم الإنسانية
تخصص اتصال و علاقات عامة

دور الاتصال المؤسسي في تحسين خدمة البنوك

دراسة ميدانية لبنك الفلاحة و التنمية الريفية وكالة عشعاشة

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

تحت اشراف دكتورة:

بن علي مليكة

من اعداد الطلبة:

عفيف عبد الرحمان

فاتح عابد

أعضاء لجنة المناقشة:

- الأستاذة عيسى عبدي
- الأستاذة بن علي مليكة
- الأستاذة صفاح أمال

السنة الدراسية: 2023/2022



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي



كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية

قسم العلوم الإنسانية

تخصص اتصال و علاقات عامة

دور الاتصال المؤسسي في تحسين خدمة البنوك

دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

تحت اشراف دكتورة:

بن علي مليكة

من اعداد الطلبة:

عفيف عبد الرحمان

فاتح عابد

أعضاء لجنة المناقشة:

• الأستاذة عيسى عبيدي

• الأستاذة بن علي مليكة

• الأستاذة صفاح أمال

السنة الدراسية: 2023/2022

شكر و التقدير

الحمد لله الذي أعاننا على إتمام هذا العمل نتقدم بخالص شكرنا إلى جميع أساتذة
شعبة الإعلام و الاتصال وبالأخص استاذتنا الفاضلة بن علي التي لم تبخل علينا
باي معلومات ، و إلى كافة طاقم الموظفين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة
عشعاشة.

و إلى كل من ساندنا من قريب او من بعيد في إنجاز هذه الدراسة

إهداء:

إلى كل من ساعدني بكلمة طيبة أو معاملة حسنة أو ابتسامة صادقة،
أو نية صافية

عفيف

اهداء:

إلى الأصدقاء الطيبين الذين صادفتهم في حياتي ادعو لهم بالخير.
و إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد في إنجاز هذا العمل المتواضع

فاتح

فهرس المحتويات:

رقم الصفحة	الموضوع
II	الشكر والتقدير
III	الاهداء
IV	الاهداء
V	فهرس المحتويات
VI	ملخص
1	مقدمة
الإطار المنهجي	
5	الدراسة الاستطلاعية
7	الاشكالية
8	التساؤلات
8	أسباب إختيار الموضوع
9	اهمية الدراسة
9	اهداف الدراسة
10	منهج الدراسة
10	أدوات الدراسة
11	مجتمع الدراسة
12	الدراسات السابقة
19	تحديد المفاهيم
20	مجالات الدراسة
الاطار النظري	
	الفصل الأول: مدخل إلى الاتصال المؤسسي
23	المبحث الأول: نشأة وماهية الاتصال المؤسسي
29	المبحث الثاني: أشكال وأنماط الاتصال المؤسسي
37	المبحث الثالث: أهداف الاتصال المؤسسي
38	المبحث الرابع: أهمية الاتصال المؤسسي
39	المبحث الخامس: معوقات الاتصال المؤسسي
41	المبحث السادس: مهام الاتصال المؤسسي

44	الفصل الثاني: ماهية المؤسسات المالية
45	المبحث الأول: مفاهيم المؤسسة وأنواعها
50	المبحث الثاني: المؤسسة المالية و أنواعها
51	المبحث الثالث: مفاهيم حول البنك
55	المبحث الرابع: مهام المؤسسات المالية بالأخص البنوك
56	المبحث الخامس: ماهية الخدمة البنكية وخصائصها
الاطار التطبيقي	
64	المقصد الثالث : دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة
65	التعريف لبنك الفلاحة والتنمية الريفية
65	تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة
66	الهيكل التنظيمي
67	أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية
69	المبحث الثاني: عرض وتحليل المقابلات
70	عرض وتحليل المقابلات مع موظفي البنك
86	عرض نتائج الدراسة
87	توصيات وإقتراحات
89	الخاتمة
92	قائمة المصادر والمراجع
96	الملاحق

ملخص:

يعتبر الاتصال المؤسسي من ظواهر القديمة التي صاحبت العمل الاداري في مختلف مراحلہ منذ بروزه باعتباره ضرورة ملحة لا غنى عنها في نشاط اي مؤسسة فهو اساليب والاليات والوسائل التي تربط الانسان بغيره في بيئة العمل. فقد اضحي الاتصال المؤسسي عنصر اساسي لدراسة اي استراتيجيات تقوم بها المؤسسات والمنظمات من اجل نجاح نشاطها وتحسين جودة خدماتها خاصة مع هذا العصر الذي اصبحت يعيش فيه العالم في تحديات جديدة لإقحام تكنولوجيا جديدة في المؤسسات المالية من اجل رفع وتيرة تنافس في مجالاتها وهذا ما دفعنا لطرح التساؤل الآتي:

ما دور الذي يقوم به الاتصال المؤسسي في تحسين خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية بعشعاشة؟

الكلمات المفتاحية: الاتصال المؤسسي، البنوك. الخدمة المصرفية

Summary

Institutional communication is considered one of the ancient phenomena that accompanied the administrative work in its various stages since its emergence as an urgent and indispensable necessity in the activity of any institution. It is the methods, mechanisms and means that connect people with others in the work environment.

Institutional communication has become an essential element for studying any strategies undertaken by institutions and organizations in order to succeed in their activity and improve the quality of their services, especially with this era in which the world is living in new challenges to introduce new technology in financial institutions in order to raise the pace of competition in their fields.

This prompted us to ask the following question:

What is the role of institutional communication in improving banking services?

Keywords: institutional communication, banks. Banking service

مقدمة

مقدمة:

شهد العالم في وقتنا الحالي قفزة تطويرية هائلة في العديد من المجالات منها مجال الاتصال المؤسسي الذي يعد المساهم الرئيسي في تطور العديد من المؤسسات والادارات بشقيها المحلي والوطني لتلبية خدمات الافراد والمجتمعات فقد اضحى الاتصال المؤسسي ضرورة حتمية مسلم بها فلا يمكن تهميشه او تفاديه لنجاح نشاط اي مؤسسة مرتبطا بنمط توظيفها بوسائل والاساليب الاتصالية المتعددة الخاصة بهذا الاخير بغية تحسين جودة خدماتها مقدمة لزيائنها.

ومن اجل هذا تزايد الاهتمام بتناول الاتصال المؤسسي الذي تمارسه المؤسسات في ظل دوره وتأثيره على نشاطها، فقد اصبح معيار نجاح هذه الاخيرة اذا احسنت تفعيل خدماته في عمل موظفيها فجانب كبير منه مرهون بالدور الذي تقوم به اساليب ووسائل الاتصالية تنفيذ المهام المكلفة للموظفين بتسهيلها هذه المهام من خلال نقل وتبادل الأفكار والمعلومات بين مصالح المؤسسة، لذا فإنه من الصعب إغفال هذا العنصر الهام عن اي هيكل تنظيمي لأي مؤسسة كانت.

وعلى اعتبار بان المؤسسة كيان اجتماعي منظم فقد اصبح الاتصال المؤسسي مراق لكل ادارة تسعى لتحقيق ريادة في مجالها، فقد اصبح اكثر من مجرد عملية نقل وتبادل للأفكار والمعلومات فبدون اتصال لا يستمر اي نشاط فهذا معناه ان الاتصال المؤسسي ظاهرة جبرية وحتمية اينما كان اي كيان اجتماعي منظم، فمن بين هذه المؤسسات التي تسعى لتحسين جودة خدماتها هي المؤسسات المالية من اجل نيل رضا عملائها مما استدعى على هذه الاخيرة التي تطرقت الى كافة اليات الاتصال المؤسسي من اجل تعزيز قدرات كفاءاتها البشرية وتعزيزها في ارض واقع من اجل ضمان ولائهم وزيادة قدرتهم من اجل خلق بيئة تنافسية في نشاطها.

و عليه فإن دراسة دور الاتصال المؤسسي بالمؤسسات المالية أصبح من المواضيع المهمة التي من واجب دراستها، ومن اجل هذا تطرقنا الى موضوع دور الاتصال المؤسسي في تحسين الخدمة البنكية في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة، لمعرفة ماهي اليات ووسائل الاتصال التي يستخدمها هذا الاخير من اجل تحسين خدماته.

فقد قسمنا دراستنا الى جانبين ، منهجي و جانب نظري و في الأخير جزء تطبيقي لتحصيل نتائج دراستنا.

جانب المنهجي للدراسة : صغنا الاشكالية و طرحنا التساؤلات وفرضيات الدراسة ، أسباب اختيارنا للموضوع و أهمية الدراسة ، منهج وادوات الدراسة ، الدراسات السابقة، تحديد المفاهيم.

و قمنا بتقسيم الجانب النظري إلى فصلين :

الفصل الأول : تناولنا فيه الى ماهية الاتصال المؤسسي

الفصل الثاني : تطرقنا فيه ماهية المؤسسات المالية وخصائص الخدمة .

في الأخير تطرقنا إلى الجانب التطبيقي : تناولنا فيه بطاقة فنية عن بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة ، تحليل

المقابلات ثم وضعنا أهم النتائج العامة للدراسة ، و التوصيات و الاقتراحات ، ثم الخاتمة و قائمة المراجع ، الملاحق .

الجانب المنهجي

الدراسة الاستطلاعية

الاشكالية

التساؤلات

اسباب اختيار الموضوع

أهمية الدراسة

اهداف الدراسة

منهج الدراسة

ادوات الدراسة

مجتمع الدراسة

دراسات السابقة

تحديد المفاهيم

مجالات الدراسة

1 الدراسة الاستطلاعية:

لقد قمنا بدراسة ميدانية على مستوى بنك الفالحة والتنمية الريفية عشعاشة من اجل الاحتكاك بميدان الدراسة لأخذ معلومات أكثر عن دراستنا في الفترة الممتدة من 15 فبراير 2023 إلى 3 مارس 2023 وقد قمنا بمقابلات مع بعض الموظفين وطرحنا عليهم بعض الأسئلة والتي كانت كالآتي:

- هل تمارسون أنشطة الاتصال؟

- ماهي أهم الأساليب الاتصالية المستخدمة في المؤسسة؟

- هل لديكم قسم خاص بالمتكلف بالإعلام والاتصال؟

- هل تؤثر العملية الاتصالية على تحقيق الانسجام والتناسق في تأدية

وظائفكم؟

ومن خلال طرح هذه الأسئلة على بعض الموظفين توصلنا الى مايلي:

- يستعمل بنك الفالحة والتنمية الريفية عديد من انواع الاتصال على شاكلة

الاتصال الداخلي وبعض الاتصالات الخارجية من خلال فرع الزبائن.

- دور الهام للعملية الاتصالية في تسهيل خدمات بين الموظفين وتقريب بيئة

العمل بين مختلف المصالح.

-الخدمات الضرورية التي تقوم بها خلية الاتصال من خلال تحقيق

- يستخدم البنك العديد من الوسائل الاتصالية سواء القديمة والحديثة، كالهاتف الثابت. فاكس. فيسبوك.

ازداد في الأونة الأخيرة اهتمام العديد من الدول بدائرة الاتصال كونها شكل من أشكال التي تساهم في نجاح نشاط أي مؤسسة إذ أصبحت ذات أهمية بالغة في البحوث العلمية نتيجة تطور المجتمعات فهي من المواضيع التي وجب على الباحث دراستها ومن بين هذه المؤسسات التي تحتاج إلى الاتصال في نشاطها هي مؤسسات المالية التي تعتبر فيها هذه الأخيرة شريان الرئيسي الاستمرار أنشطتها فهي من أبرز القطاعات التي لها تأثير فعال على سلوكيات الفرد والمجتمع بشكل مباشر أو غير مباشر لذلك وجب علينا كباحثين دراستها وتبيان دور الهام الذي يقوم به لاتصال المؤسسات في هذا المجال فقد أصبحت العديد من المؤسسات والمنظمات تعمل بأقصى إمكانياتها سواء البشرية منها او المادية من أجل تحقيق

أكبر قدر من نجاح والازدهار في مجالاتها وفق نظام داخلي مغلق عن محيطها الخارجي يخلوا حتى من تنسيق وانسجام في داخل مما اصبح ضروريا على هذه المؤسسات ادراك الأمر واثراك الاتصال المؤسساتي في العمل الإداري لخلق توازن بين العمل الداخلي والخارجي للقضاء على هذه ثغرة ورسم الاستراتيجيات

المسطرة لتحقيق الأهداف لهذه المؤسسات وفق الأساليب الاتصالية لسير الخطة المرسومة، وال يحدث هذا الى بخلق جو يسوده تكاتف وتلاحم بين الموظفين وتقييم الاتصال سائد بينهم وضمان سيرورة نشاط المؤسسة وفق هذه الأساليب التي تعد امر ضروري ال غنى عنه لنجاح نشاط اي مؤسسة واعطاء صورة مثالية لجمهورها الخارجي وهذا هو محور دراستنا هذه محاولة معرفة الأساليب الاتصالية ي تعتمد بها البنوك من خلال ممارستها للاتصال المؤسساتي لتحسين خدماتها والوصول الى نتيجة مرضية في مجالها.

ومن خلال ما سبق نطرح الإشكال الآتي:

ما الدور الذي يقوم به الاتصال المؤسساتي في تحسين خدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة عشعاشة؟.

3 التساؤلات:

تساعدنا تساؤلات الدراسة الى الولوج للب المشكلة وذلك عن طريق ما تسعى اليه

دراسة بصيغ استفهامية واضحة سعيا للوصول

إلى إجابة لها ومن أهم تساؤلاتنا:

1 ماهي اهم وسائل الاتصال المستخدمة في البنوك؟

2 هل تساهم وسائل الاتصال في تحسين خدمة البنوك؟

3 ما واقع ممارسة الاتصال المؤسسي في العمل الاداري للبنك الجزائري؟.

4 أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا للموضوع ليس صدفة وإنما نتيجة أسباب موضوعية واخرى ذاتية كانت دافعا لنا في اختيار هذا الموضوع.

*أسباب ذاتية:

-حبا منا تجاه تخصصنا ودراسة مدى تطبيقه في الواقع العملي

-نظرتنا للواقع واكتشافنا أن مؤسسة الجزائرية لا تطبق الاتصال المؤسسي بمفهومه.

*أسباب موضوعية:

-نقص دراسات حول الاتصال المؤسسي في البنوك الجزائرية

-قابلية وتعاون الموضوع لدراسة العلمية

-تعريف بالاتصال المؤسساتي في البنوك

-محاولة تعرف على الأساليب الاتصالية داخل البنوك

5 أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في ابراز دور الذي يقوم به الاتصال المؤسساتي في تحسين خدمات المؤسسة المالية لما له في صنع بيئة عمل تسودها الثقة بين موظفي المؤسسة، و ذلك عبر اطلاعهم على فنيات الاتصال واساليبه لتحقيق اهداف المؤسسة وكذلك تسهيل الجهود التي يتم تقديمها في المؤسسة اذ يعتبر هذا الاتصال عنصر حيوي لابقائهم على اطلاع دائم بكل المستجدات التي تدور داخل البنك وخارجه و عمل على تلاحم وتظافر جهودهم م في ادارة المؤسسة من خلال التنسيق دائم بين مختلف المصالح فالاتصال المؤسساتي عامل مهم في تحسين نشاط اي مؤسسة هما كان طابع نشاطها لما له من أثر والبنوك اهم هذه المؤسسات التي تحتاج للاتصال المؤسساتي في نشاطها.

6 اهداف دراسة:

تهدف هذه الدراسة الى ابراز الدور الذي يقوم به الاتصال المؤسساتي في تحسين خدمات البنوك التي نلخصها فيما يلي :

-تنويه المؤسسة بضرورة الاتصال المؤسساتي.

-تبيان مكانة العملية الاتصالية في البنوك الجزائرية.

-تطوير مجال الاتصال في الجزائر وتذكير المؤسسات بضرورة الملحة له

-مدى معرفة الموظفين بالأساليب الاتصالية الحديثة.

7 منهج الدراسة:

هو تلك الطريقة لدراسة الظواهر والذي يمر بعدة خطوات محدودة تبدأ بالملاحظة وإجراء التجارب وتم وضع الفرضيات التي تحدد نوع المعلومات التي ينبغي البحث عنها والتي تنتهي بمحاولة التحقق من صدق هذه الفرضيات توصلنا الى وضع قوانين عامة تربط بين هذه الظواهر ووجود علاقة بينها¹

واعتمدنا في دراستنا على المنهج دراسة الحالة لما له من أهمية في جمع البيانات والمعلومات وتحليلها ولذلك يعتبر هذا المنهج الأنسب لدراسة ظاهرتنا فقد ساعدنا كثيرا في الميدان خلال دراستنا الميدانية التي قمنا بها على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة فقد قمنا بالعديد من المقابلات مع موظفي هذا البنك التي تكلفت بجمع كم وفير من المعلومات والبيانات التي نستحقها في دراستنا.

8 أدوات جمع البيانات

استعنا في دراستنا على العديد من الادوات التي تساعد الباحث منها المقابلة والملاحظة.

المقابلة:

وتعرف على أنها تفاعل لفظي يتم عن طريق موقف مواجهة يحاول فيه الشخص القائم بالمقابلة أن يستشير معلومات أو آراء أو معتقدات شخص آخر أو أشخاص آخرين للحصول على بيانات موضوعية، و يمكن تصنيف أسئلة المقابلة إلى أسئلة مفتوحة غير محددة الإجابة وأخرى مغلقة محددة الإجابة.²

وعلى هذا قمنا باختيار جميع الموظفين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة، حيث استعملنا المقابلة في عملية جمع البيانات والمعلومات من الموظفين في المؤسسة حيث قمنا من خلالها بالتعرف على بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة

1 كمال محمد الغري اساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية دار ثقافة لتصميم والانتاج عمان 2011 ص 95

2 محمد سلطان جمو الاتصالات الادارية ط 1 دار اليا للناشر والتوزيع عمان 2015 ص 137

عشعاشة ومهامه ومهام مختلف مصالحه ومكاتبه بالمؤسسة و مهامها ،و مهمة كل مكتب من المكاتب الموجودة فيه وتعرفنا على اهم الخدمات التي يقدمها والوسائل الاتصال والاساليب التي يستعملها لإدارة نشاطه.

الملاحظة:

إحدى التقنيات المستخدمة في البحوث الميدانية وأسلوب

العمل والممارسة, كما أنها تمتاز بالمعينة المباشرة للموضوع والاعتماد على الجوانب الملموسة¹

اذ تعتبر ركيزة اساسية في دراسات الميدانية ولقد قمنا بالاعتماد عليها لما لها من اهمية في رصد وتتبع سلوكيات العمال والموظفين داخل المؤسسة،فهي تتميز بالتعمق والدقة في جمع المعلومات شيء اهم لاستعمالنا هذه الاداء هو رصد وسائل واساليب الاتصالية داخل المؤسسة وتتبع دور الذي يقوم به الاتصال المؤسساتاتي.

9 مجتمع البحث وعينة البحث:

مجتمع البحث:

ونقصد به الأفراد الذين ستجرى عليهم الدراسة ويعرف مجتمع البحث حسب madlin grafit على أنه مجموعة عناصر لها خاصية او عدة خاصيات مشتركة تميزها عن العناصر الاخرى²

ولقد قمنا باختيار مجتمع بحثنا في هذه الدراسة للإبراز طبيعة المجتمع المتمثل في موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة وبلغ عددهم 12 موظف

عينة دراسة:

¹ موريس النجس منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ترجمة بوزيد صحراوي واخرون ط1 دارالقصبة الجزائر 2004 ص 62

² محمد عبيدات منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات ط2 عمان دار وائل 1999 ص 143

وتعرف العينة على أنها "عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وا جراء الدراسة عليها

ومن تم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.¹

المعينة القصدية هي التي يتم انتقاء افرادها بشكل مقصود من قبل الباحث لتوفر بعض الخصائص في اولئك الافراد دون

غيرهم فلا مجال فيها لصدفة وقدرت عينة بحثنا ب 12 مفردة.²

وقمنا باختبار عينة البحث والتي هي مجتمع البحث التي كانت متمثلة في موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة

عشعاشة، قمنا معهم بالعديد من المقابلات لتقصي معلومات أكثر عن دراستنا.

10 الدراسات السابقة:

وهي الدراسات التي تساعد الباحث على تكوين فكرة عامة عن موضوع دراسته من خلال اطلاعه على مختلف النظريات

المتاحة في موضوع البحث الذي تناوله ومن اهم المواضيع التي ساعدتنا في انجاز موضوعنا هي:

الدراسة الأولى: : هي دراسة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال بعنوان دور الاتصال الداخلي في تحسين

الاداء الوظيفي للعاملين في المؤسسة "دراسة ميدانية بالمؤسسة الاستشفائية محمد الصديق بن يحي جيجل"

من إعداد الطالبتين:

سمية ينين

سناء بوغريرة

وكان الإشكال كالاتي: هل للاتصال الداخلي دور في تحسين الأداء الوظيفي للعاملين في المؤسسة العمومية

الاستشفائية—

محمد الصديق بن يحيي — بجيجل ؟

¹ محمد فتحي الشنيطي، المنطق والمنهج العلمي، دار النهضة العربية، بيروت، ص35

² محمد عبيدات المرجع سابق ص96

وجاءت التساؤلات الفرعية كالآتي:

- هل للاتصال الداخلي دور في رفع الروح المعنوية للعاملين في المؤسسة العمومية الاستشفائية - محمد الصديق بن يحيى -
بجيجل؟

- هل للاتصال الداخلي دور في زيادة الدافعية للعمل لدى العاملين بالمؤسسة العمومية
الاستشفائية - محمد الصديق بن يحيى - بجيجل؟

- هل للاتصال الداخلي دور في تسهيل إنجاز العاملين للأعمال والوظائف بالمؤسسة العمومية
الاستشفائية - محمد الصديق بن يحيى - بجيجل؟

أهمية الدراسة:

وتتجلى أهمية الدراسة من خلال

الدور الحيوي للاتصال الداخلي ومدى مساعده في الارتقاء بمستوى الأداء الوظيفي للعاملين، فهي تحاول أن تمتد إلى محاولة إبراز أهمية الاتصال من خلال تفعيل أداء العامل وتحفيزه لزيادة عطائه كما ونوعا مما يؤثر بصورة إيجابية على مستوى الأداء إضافة إلى اعطاء صورة عن الاتصالات الداخلية في المنظمات الجزائرية، من بينها المؤسسة العمومية الاستشفائية "محمد الصديق بن يحيى"، حيث تعد من أهم المؤسسات العمومية الخدمانية ودورها في تحقيق أفضل أداء للمؤسسة والفرد معا.

وتهدف هذه الدراسة إلى مايلي:

- الفهم المتعمق والصحيح لمختلف جوانب وأبعاد متغيرات الدراسة .
- التعرف على دور الاتصال الداخلي في تحسين الأداء الوظيفي للعاملين .
- التعرف على دور الاتصال الداخلي في زيادة الدافعية للعمل لدى العاملين بالمؤسسة العمومية الاستشفائية - محمد الصديق بن يحيى - بجيجل.

• التعرف على دور الاتصال الداخلي في رفع الروح المعنوية للعاملين في المؤسسة العمومية

توصلت الدراسة إلى أن الاتصال الداخلي في مؤسسة -محمد الصديق بن يحيى- حالياً لا يلعب دوراً في تحسين الأداء

الوظيفي، بسبب النقائص العديدة التي يعاني منها، خاصة على صعيد التنظيم: غياب خلية اتصال بالمؤسسة، فضلاً عن

غياب المشاركة العمالية في اتخاذ القرار ووضع الخطط والسهر على تنفيذها، إهمال التغذية المرتدة وغياب العدل والشفافية

في تبادل المعلومات، كل هذا جعل أغلبية أفراد العينة يؤدون أعمالهم بشكل مقبول، ويستخدمون جزء فقط من طاقاتهم

في الأداء، مما يعني أن رغبتهم في العمل ودافعيتهم دون المستوى المطلوب.

أما الدراسة الثانية: مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال بعنوان دور الاتصال المؤسسي في ترقية أداء

المؤسسة العمومية دراسة ميدانية بمديرية تجارة ولاية برج بوعرييج من. اعداد طالبة زرايبي تحت اشراف د فطوم.

كان اشكال الدراسة كالآتي:

ما مدى اهتمام مديرية تجارة بمسألة الاتصال المؤسسي؟

وجاءت التساؤلات كالآتي:

1 - كيف يساهم الاتصال المؤسسي في تصريف الأعمال داخل المؤسسة؟

2- كيف تتم العملية الاتصالية داخل المؤسسة محل الدراسة؟

3 - ما مدى مساهمة الاتصال المؤسسي في ترقية أداء المؤسسة العمومية؟

أهمية الدراسة:

يعتبر الاتصال عاملاً حيوياً لكل المؤسسات التي ترغب في تجنب المشاكل والصعوبات التي قد تنشأ بين مختلف العلاقات

الإنسانية مما يجعل عملية الاهتمام عاملاً ضرورياً، وتتجلى أهمية هذه الدراسة في الدور الذي يمكن أن يلعبه الاتصال

الداخلي للمؤسسة في تفعيل عملية اتصال مديرية التجارة لولاية برج بوعرييج في ترقية وإحداث والتكامل بين كل

الأطراف المشاركة في تلك العملية.

وقد توصلت الدراسة الى ان الاتصال المؤسسي عبارة عن وسيلة علمية وعملية يجب أن تستخدمها جل المؤسسات الإدارية من أجل التحسين ورفع من مستوى الأداء، والذي بإمكانه إحداث أثر فعال في لعمل الإداري داخل المؤسسة فمديرية التجارة لولاية برج بوعرييج " تعتمد على وظيفة الاتصال في إنجاز العمل الإداري.

الدراسة الثالثة:

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع الاتصال بعنوان: دور الاتصال الداخلي في تحسين الاداء الوظيفي للعمل "دراسة ميدانية بالمحافظة العقارية لولاية قالمة"

من إعداد الطالبتين:

محي الدين نورة

اومدور مفيدة

جاء اشكال الدراسة كالآتي: ما هو دور الاتصال الداخلي في تحسين الأداء الوظيفي لدى العمال؟

اما الاسئلة الفرعية كانت كالآتي:

— ما هو موقع لاتصال الداخلي في المؤسسة؟

— ماهي وسائل الاتصال المستخدمة من طرف المؤسسة من أجل زيادة فعالية الاداء الوظيفي للعمال؟

— هل هناك عالقة بين نمط الاتصال الداخلي وتحسين اداء الوظيفي للعمال؟

وتهدف هذه الدراسة الى:

— التعرف على واقع استخدام الاتصال الداخلي في المؤسسة.

— التعرف على مكانة الاتصال داخل المؤسسة علاقة بأداء العاملين.

- التعرف على واقع الاداء الوظيفي في ظل استخدام وسائل الاتصال الداخلي في المؤسسة.

- التحقق من صحة الفرضيات والإجابة على التساؤلات المطروحة حول الموضوع.

وتكمن أهمية الدراسة في تحسين الاداء الوظيفي الذي يعتبر من المواضيع المهمة التي تحظى باهتمام الكثير من الباحثين والمفكرين في علم الاجتماع وعلوم الاعلام والاتصال و غيرها من التخصصات ، فمن خلال هذه الدراسة نتناول الاتصال الداخلي في المؤسسة باعتباره عملية تفاعل اجتماعي داخل أي مؤسسة كان ولأنه عنصر مسهم في تحقيق اهداف المؤسسة، وكذلك معرفة علاقته بتحسين أداء العاملين، والتعرف على واقع الاتصال وأهم العراقيل التي تواجهها. وتوصلت الدراسة الى نتائج التالية:

- 1 الاتصال الداخلي في المؤسسة يساهم في تسهيل مهام العمال من خلال تبادلهم للخبرات والمعلومات.
- 2 نستنتج ان المؤسسة تفتح المجال للعمال للعمل بكل حرية كما تسمح لهم بإبداء آرائهم وهذا ما أدى إلى تحسين وتيرة العمل وجعلهم أكثر أريحية ورضا في العمل، وبالتالي تحفيزهم على الالتزام والعمل بجدية.
- 3 علاقة العمال مع بعضهم ومع رؤسائهم هي عالقة جيدة يسودها الاحترام والتقدير
- 4 أكثر وسائل الاتصال استخداما في المؤسسة هو الاتصال الشفوي المباشر.
- 5 الاتصال الداخلي في المؤسسة يؤثر بشكل كبير على العاملين وعلى أدائهم، فقوة الاتصال تشكل تحفيز لأداء العاملين وتشعرهم بحس المسؤولية والقيمة، مما يجعلهم أكثر مثابرة في العمل.

التعقيب على الدراسات السابقة:

ساعدتنا الدراسات السابقة في الكثير من الامور اثناء مراجعتنا لها ويمكننا تلخيص هذه المساعدات في:

__ ضبط الاشكالية وصياغة تساؤلاتنا

__ وضع خطة البحث وارساء الخطوات المنهجية كمنهج البحث والادوات التي تحتاجها في دراستنا.

__ اعطائنا معلومات أكثر عن دراستنا وفهمه أكثر من جهة نظرية.

__ انهاء الجوانب الاخرى التي لم تتطرق اليها هذه الدراسات.

دور

لغة: من الفعل دار دورا دارانا بمعنى طاف حول شيء ويقال أيضا دار حوله وبه وعليه وعاد الى الموضوع الذي ابتدأ به¹
اصطلاحا: أتموزج من السلوكيات المنظمة والمتصلة، التي لها قيمة وظيفية وقد تكون لصيقة بمكانة في نسق معين لا يخرج
هذا السلوك عن توقعات افراد النسق (جماعة، مؤسسة. أفراد....)²

تعريف الاجرائي لدور: ويقصد بالدور في موضوع دراستنا جملة الأنشطة التي يقوم بها الاتصال المؤسسي في المؤسسة من
اجل تحسين خدمة هي الأخيرة وترقية تطلعاتها.

الاتصال المؤسسي:

اصطلاحا:

هو تلك العملية التي تهدف الى تدفق المعلومات لازمة لاستمرار العملية الإدارية عن طريق تجميعها ونقلها في جميع
الاتجاهات داخل الهيكل التنظيمي بحيث تضمن سير حسن لعملية التواصل بين العاملين³
تعريف الاجرائي:

هو مختلف الاتصالات التي تكون داخل المؤسسة سواء اتصال الداخلية ام الخارجية ويهدف الى انجاز منظمة وموحدة بين
العاملين لتحقيق تطلعات المؤسسة.

البنك:

لغة: ان كلمة بنك يرجع اصلها لتسمية الفرنسية banque أي الخزنة أو الكلمة الإيطالية banca أي المكتب⁴

¹ ابراهيم مصطفى واخرون المعجم الوسيط المكتبة العالمية للطباعة والنشر القاهرة 1972 ص302

² محمد علي شهاب السلوك الإنساني والتنظيمي دار الفكر العربي مصر 2000 ص20

³ فضيل دليو اتصال المؤسسة اشعار بالعلاقات العامة عالقات مع صحافة دار الفجر لنشر وتوزيع الجزائر 2003 ص28

⁴ طارق طه ادارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنترنت دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2007 ص21

تعريف اصطلاحي: هو كيان اداري منظم يعمل على اشباع الحاجات والرغبات المالية للأفراد والجماعات من خلال

أنشطة مصرفية متنوعة¹

تعريف الإجرائي: هو مؤسسة إدارية تقوم بتقديم خدمات مالية للأفراد والجماعات من اجل تسهيل حياتهم اهم هذه

الخدمات تقديم قروض وفتح حسابات بنكية.

مجالات الدراسة :

المجال المكاني :

تمت دراستنا بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة الموجودة بدائرة عشعاشة ، ولاية مستغانم ، و ذلك لدراسة دور

الاتصال المؤسساتي ، و مدى تحسينه لخدمات هذا الاخير من اجل تحقيقه لأهدافه.

ب-المجال البشري :

قمنا بمقابلات مع كافة الموظفين ببنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة

ج-المجال الزمني :

المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة النظرية و الميدانية ، بدأت دراستنا من يوم 15 فبراير 2023 إلى 15 مارس

. 2023

¹ طارق طه ادارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات دار الجامعة الجديدة الاسكندرية 2007 ص,35

الإطار النظري

الفصل الأول:

مدخل إلى الاتصال المؤسسي

1/ نشأة وماهية الاتصال المؤسسي

2/ أشكال وأنماط الاتصال المؤسسي

3/ أهداف الاتصال المؤسسي

4/ أهمية الاتصال المؤسسي

5/ معوقات الاتصال المؤسسي

6/ مهام الاتصال المؤسسي

الفصل الأول: الاتصال المؤسسي

تسعى المؤسسات على اختلاف نشاطها سواء الداخلية أو الخارجية إلى تحقيق أهداف تجعلها تحقق استمراريتها حتى في أصعب الأوقات التي تمر بها، ولتحقيق هذه الأهداف يجب أن تكون على دراية بالأهمية الكبيرة التي يلعبها الاتصال داخل المؤسسات .

والاتصال الفعال هو مفتاح نجاح المؤسسات؛ وعليه يتوقف بقاؤها، فبدون الاتصال لا يعرف الموظفون ماذا يعمل زملائهم، ولا تستطيع الإدارة أن تستلم المعلومات عن المدخلات التي تحتاجها، ولا يستطيع المشرفون إصدار التوجيهات والتعليمات والإرشادات اللازمة، وبدون الاتصال يصبح التنسيق بين أعمال الوحدات والأفراد مستحيلاً، ولا يمكن التعاون فيما بينها لأن الأفراد لا يستطيعون إيصال حاجاتهم و رغباتهم للآخرين وهذا يؤدي إلى انهيار المؤسسة؛ إذن إنّ أي عمل في الاتصال يؤثر على المنظمة بطريقة ما،

ومن هنا يتضح أن الاتصال هو الركيزة الأساسية التي تبنى عليها المؤسسات، لأن العملية الاتصالية بشكل عام تعتبر عصب العملية الإدارية، فالدور الذي تقوم به الاتصالات لا يقتصر على إيصال المعلومات والبيانات بل يمتد أيضاً إلى إتاحة الفرصة للأفراد للتعبير عن كل ما يدور في فكركم"¹.

ونقطة هامة يجب أن يدركها الموظف هنا وهي أن طبيعة عمل المؤسسة تتطلب منه القيام بتبادل الاتصالات مع البيئة الخارجية التي تتأثر وتؤثر فيها، وهذا النوع من الاتصالات قد يكون مع مؤسسات رسمية كاتصال الوزارات بعضها ببعض الآخر حيث تتكامل أهدافها، أو اتصال الوزارة مع المؤسسات المحلية أو الأجنبية مع أفراد الجمهور"²

¹ حسين حريم، السلوك التنظيمي، سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، ط3، سنة 2009، ص249 .

² صباح حميد علي وأبو زيتون، الاتصالات الإدارية، أسس ومفاهيم ومراسلات الأعمال، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2007، ص 235.

وفي الوقت الحالي نلاحظ أن جميع المؤسسات أصبحت تستند على الاتصال المؤسسي في تحقيق أهدافها أو حتى التواصل بين عمالها وهذا من خلال الاتصال المؤسسي في شقه الداخلي، أو بينها وبين المؤسسات والجمهير الخارجية من خلال الاتصال الخارجي.

1 / نشأة وماهية الاتصال المؤسسي:

1- نشأة الاتصال المؤسسي:

لقد اتخذ الاتصال المؤسسي بعد الحرب العالمية الأولى منحىً للتطور وفقاً لأسس فنية ومنهجية علمية وذلك بفضل جهود المفكرين في هذا المجال خاصة في أوروبا وأمريكا حيث يعتبر Ivy Lee رائد العلاقات العامة الحديثة الذي بدأ حياته الصحفية عام 1903م، ويرجع عليه الفضل في حث مؤسسات الأعمال التجارية والصناعية على نشر سياستها وإعلام الجمهور بأهدافها وأغراضها والعمل على اكتساب ثقة الجمهور فيها وتأييده ومساندته لها ولقد درس المختصون أهمية النشر والإعلام والنشر كميدان جديد في عالم التجارة، ونادوا بأن دور الاتصال المؤسسي ينحصر في نقل اتجاهات الرأي العام إلى المؤسسة والعكس¹.

إذا فقد كان للعلاقات الأثر البالغ في لفت انتباه المؤسسات لدور الاتصال المؤسسي سواء في تناقلها للاتجاهات مع الرأي العام أو توجه الرأي العام نحو هذه المؤسسات.

واستمر نضال اتصال المؤسسة في التطور تحت تأثير وبرعاية الهيئات العسكرية حيث وردت الإشارة في مذكرات الجنرال الفرنسي (foch) إلى دور المكلف بالصحافة الذي قام به أحد ضباطه بصفة مؤقتة وبالموازنة مع مهام أخرى، وفي نفس فترة بداية القرن 20 أنشأ "بيجو" أول صحيفة مؤسسية 1926 وفي فرنسا كانت الشركة الوطنية للسكك الحديدية إنشائها عام 1937 أو مؤسسة تزود بمصلحة صحفية" وخاصة ولم يشهد مجال الاتصال انتعاشاً إلا خلال فترة الثمانينات².

ولقد وصف الإسباني (كراسكوسا) التطور التاريخي للمجال التطبيقي لاتصال المؤسسة تبعا لنظريته الرباعية (الأحرف الأربعة):

¹ محمد العزاري أحمد إدريس، العلاقات العمدة وفعالية الإدارة، المكتبة العلمية، مصر، 2004، ص70.

² صبرينة رماش، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية، رسالة دكتوراه في العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2008-2009، ص 82.

في الستينات كان عصر الإشهار المرتبط بالتكاليف

في السبعينات عصر التسويق التجاري

في الثمانينات الاتصال المؤسسي من أجل النوعية.

Communication Global في التسعينات الاتصال الشامل

2 مفهوم الاتصال المؤسسي :

يعتبر الاتصال المؤسسي عند "لوساد" فساكس " بأنه مجموعة من العلاقات الشاملة، لكل مجالات التفاعل التنظيمي والتي تتم في شكل تعبير رسمي ومقصود للمؤسسة بصفقتها القائمة بعمليات الاتصال وذلك بإدراج كل الوسائل التي بحوزتها بغية تسهيل عملها الداخلي، وتسيير خلق صورة عمومية معينة تنتج عن نشر شخصية محددة مع واقعها وأهدافها وما يتطلبه محيطها"¹

ويتضح لنا من خلال "تعريف" لوساد فاسكس للاتصال المؤسسي أنه اعتبره مجموع العلاقات والتفاعل التنظيمي الرسمي للمؤسسة سواء داخليا أو خارجيا لتسهيل عملها.

_ أما حسب أحمد خاطر: هو عملية نقل المعلومات الخاصة بالمؤسسة وخارجها ، والاتصال كونه عملية إدارية فهو أيضا عملية اجتماعية عن طريقها تتفاعل جماعات العمل ويستطيع الرئيس الأعلى أو معاونه تحقيق التأثير المطلوب في تحريك الجماعات نحو الهدف" ، وهي أيضا: "عملية نفسية تتطلب قدرا مناسباً من فهم الصورة الكاملة لسير العمل، مما ينمي الإحساس بالإسهام في الإدارة والشعور بالاهتمام ، وهذا ما يعزز شعورهم بالرضا و الاستقرار النفسي".

¹ فضيل دليو الاتصال مفاهيمه ، نظرياته وسائله، ط 1 ، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2013، ص 24

وعليه، فالاتصال المؤسسي هو كل عملية يهدف من ورائها أي عضو في المؤسسة تمرير رسالة معينة بهدف إحراز تغيير على الطرف الآخر سواء كانت هذه الرسالة تتضمن معلومات، تعليمات أو توجيهات القصد منها السير الحسن لنشاط المؤسسة".

و يعرفه إبراهيم أبو عرقوب " بأنه " عبارة عن الاتصال الإنساني المنطوق والمكتوب الذي يتم داخل يتبين لنا أن "إبراهيم أو عرقوب في تعريفه هذا اعتبر الاتصال المؤسسي هو اتصال إنساني يتم داخل المؤسسة بصفة رسمية وغير رسمية. أما " روجرز " فيعرفه: " اتصال المؤسسة عملية هادفة تتم بين طرفين أو أكثر لتبادل المعلومات والآراء للتأثير في المواقف والاتجاهات¹

.. " يتضح من خلال هذا التعريف الذي قدمه روجرز " والذي اعتبر الاتصال المؤسسي عملية هادفة بين طرفين أو أكثر، تقوم على تبادل المعلومات بغرض التأثير في الآراء كما يعرف الاتصال المؤسسي بأنه كل ما يتم بواسطة المؤسسة سواء تعلق الأمر بتقديم الأخبار عن نفسها أو عن نشاطاتها، أو تأكيد حضورها أو التعريف بموقفها حول موضوع أو حدث يسمى نشاطها الخارجي²

2/ اشكال وأنماط الاتصال المؤسسي:

1 اشكال الاتصال المؤسسي:

أكثر التصنيفات شيوعا هي الاتصال الداخلي والاتصال الخارجي، الاتصال الداخلي يعرف على أنه: الاتصال الذي يتم بين العاملين في المنشأة وداخل نطاقها، سواء كان ذلك بين أقسامها أو فروعها المختلفة، أو العاملين في جميع المستويات أي يتم داخل المنظمة سواء على شكل اتصال هابط الذي يكون على شكل أوامر وتعليمات وقرارات، أو

¹ عزي عبد الرحمان وآخرون عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992، ص 19

² عطا الله أحمد شاكر، إدارة المؤسسات الاعلامية، ط1، دارأسامة للنشر، الأردن، 2015، 24

على شكل اتصال صاعد يتمثل في الشكاوى والاقتراحات وطلب إجازات، أو قد يكون على شكل اتصالات أفقية بين المدراء في نفس المستوى بقصد التنسيق والتشاور من أجل تحقيق أهداف المنشأة"¹.

ويعتبر الاتصال الداخلي ذلك الاتصال الذي يكون بين كل مستويات التنظيم الإداري، والذي يسير المؤسسة وفق قوانين وسياسات داخلية معينة، من أجل تحقيق الأهداف المسطرة سواء التي تخص الأفراد أو التي تخص المؤسسة في حد ذاتها. ومن هنا يمكن تقسيم الاتصال الداخلي إلى اتصالات رسمية واتصالات غير رسمية:

الاتصالات الرسمية : وهي التي تتعلق بالعمل داخل المؤسسة وتتم بوسائل تعتمد عليها المؤسسة، وتكون ضمن إطار رسمي والهيكلي التنظيمي للمنشأة ومن خلال العلاقات التي تحكمها اللوائح والقوانين أي البيروقراطية، ويتم ذلك بصورة الاتصال الرأسي سواء الاتصال الرأسي الصاعد أو الاتصال الرأسي الهابط، أو الاتصال الأفقي"²

و يعرف الاتصال الرسمي على أنه الاتصال الذي يتم بين المستويات الإدارية المختلفة في هيئة أو مؤسسة بالطرق الرسمية المتفق عليها في نظمها وتقاليدها، ويعد من أهم وظائف الإدارة، ويلاحظ تنوع المادة التي تنقل عبر شبكة الاتصال الرسمي، إذ تتضمن البيانات، الآراء المقترحات المعلومات، الحقائق الخاصة بالوضع الجاري، أو المشكلات والأهداف.

¹ شعبان فرج، الاتصالات الادارية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، سنة 2009، ص 44.

² محمد ناصر العديلي، الأسلوب الانساني والتنظيمي من منظور كل مقارن، ط1، الإدارة العامة، الرياض سنة 1995، ص 471.

وهو ذلك الاتصال الذي يتجه من قمة الهرم المؤسسي إلى القاعدة يسمى بالاتصال النازل، وعادة ما يحتوي على الأوامر والقرارات والتعليمات والسياسات، وتكون طبيعة هذه الاتصالات توجيهية حيث تهدف إلى رقابة العاملين وتوجيههم في الاتجاه الصحيح، وفي هذا النمط يجب على المسؤول أو المدير أن يمد للعاملين في المؤسسة بالمعلومات اللازمة ويتم وضع خطة للاتصال حتى تكون هناك اتصالات فعالة وخلق جو من الثقة بين المرسل والمستقبل هذا يسهل التوافق والاتفاق بين الرئيس والمرؤوس و معرفة قنوات الاتصال وأنواع المعلومات لدى كل من الإدارة والعاملين على حد سواء. إضافة إلى الاهتمام بعامل التوقيت السليم في نقل المعلومات"¹.

وهناك من يعرفه على أنه: الإتصال الذي يكون من أعلى التنظيم إلى أسفله؛ أي من المستويات الإدارية العليا إلى المستويات الإدارية الأدنى. ويمكن تعريفه أيضا أكثر أنواع الاتصال شيوعا وهو يشير إلى التوجيهات والتعليمات التي تصدر من المستويات العليا في الهيكل التنظيمي، وتمر هذه التوجيهات والتعليمات أو الأوامر من خلال المستويات التنظيمية المتسلسلة إلى أدنى المستويات الإدارية أو التنفيذية"²

هذا النوع من الاتصال يسمح للمدير ويمكنه من نقل أفكاره، وتعليماته، وأوامره إلى المستويات الدنيا، التي يقع على عاتقها مسؤولية التنفيذ، كذلك يمكن المرؤوسين من تفهم طريقة العمل المطلوب وكذلك التعرف على مشكلاته.

¹ ضرار العتيبي، العمليات الإدارية مبادئ وأصول وعلم وفن، ط1، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2007، ص 207.

² محمد أبو سمرة، الإتصال الإداري والإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، سنة 2009، ص 121.

· ويعرف الإتصال النازل على أنه: " الإتصال الذي يكون في صورة خطط، وقرارات، وأوامر، وأنباء ومعلومات، وثناء وما إليها. وهذه الإتصالات ضرورية لشرح الأهداف والسياسات وتنفيذ الخطط وتحديد الإختصاصات، أو توضيح الأعمال والبحث في الأمور، كما أنّها ضرورية في العلاقات العامة والعلاقات الانسانية في المؤسسة"¹

¹ هادي نمر، أحمد محمود الخطيب، إدارة الاتصال والتواصل، النظريات، العمليات، الوسائط، الكفايات، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2009، ص 238.

ب - الاتصالات الصاعدة:

و تبدأ من المستويات المؤسساتية الدنيا وتنتهي بالمستويات العليا، وهي تخدم أهداف مثل رفع التقارير والمعلومات العكسية عن المنجزات المحققة من المرؤوسين، وهي وسيلة لتأكيد فهم الاتصالات والمعلومات القادمة من الرؤساء وأيضاً وسيلة لإدارة التنسيق والنشاطات في المستويات الدنيا، ووسيلة لرفع آراء ومقترحات المرؤوسين ويعرف أيضاً على أنه إتصال الموظفين مع الرؤساء في العمل الحكومي و الخاص، وهو يساعد على نقل صورة حقيقية عما يحدث في المؤسسة.¹

ويعرف أيضاً على أنه عملية إرسال المعلومات من الجهات الدنيا أي من المرؤوسين نحو الجهات العليا، متعلقة بأداء المهام ومشكلات التنفيذ وصعوبات تطبيق الإجراءات، وذلك بغرض تحسين فعالية الأداء.²

ج - الاتصالات الأفقية:

يتم هذا النوع من الاتصالات بين نفس المستوى الإشرافي أو بين عاملين ينتمون إلى مستويات مختلفة تربطهم علاقة سلطة رئاسية ولا ينظمهم خط سلطة واحدة.

"الاتصالات الأفقية لا تقتصر على العلاقات الداخلية في المنظمة أو الإدارة الواحدة، وإنما قد تكون بين منظمة وأخرى أو إدارة وأخرى، بمعنى أن الاتصالات الأفقية قد تكون خارجية"³

مزاي الاتصالات الأفقية:

¹ عبد الحافظ سلامة، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار البازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007، ص35.

² ناصر قاسمي، الاتصال في المؤسسة، دراسة نظرية وتطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2011، ص10.

³ بوقلجة غياث، مقدمة علم النفس التنظيمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 1992، ص34_35

تعمل على تكفل وتنسيق جهود المديرين في ذات المستوى الإشرافي أو في المستويات المختلفة نحو تحقيق الأهداف المرسومة للمنظمة، ذلك أن التنسيق يمكن أن يتحقق عن طريق الأوامر الرئاسية فقط، أي عن طريق الاتصال لا على طول خط السلطة، كما كانت ترى النظرية التقليدية للتنظيم وإنما الاتصالات تسهم في تحقيق التعاون الفعال بين جميع المديرين أصبحت تفاريق متكاملة ومتراطة تعطي الفرصة للمديرين من الاستفادة بخبرات زملائهم سواء كانوا يعملون داخل المنظمة أو خارجها في التنظيمات المتشابهة الأخرى.

الاتصال غير الرسمي :

الاتصالات غير الرسمية هي عبارة عن الاتصالات التي تتم بين الأفراد والجماعات وتكون عادة بدون قواعد محددة وواضحة وتمتاز بسرعتها¹.

ويتم الاتصال غير الرسمي خارج التنظيمات والأطر الرسمية حيث تربط بين الأفراد صلات شخصية وعلاقات إنسانية تؤدي إلى التقارب والمشاركة والتفاعل لتبادل الآراء والاتجاهات في سائر الأوقات بعيدا عن كل شكلية التواصل الرسمي يسير الاتصال غير الرسمي بالموازاة مع الاتصال الرسمي في المؤسسة نظرا للطبيعة الاجتماعية الملازمة للإنسان ورغبته في تحقيق أغراضه وأهدافه الخاصة بالتعاون مع غيره²

¹ محمد عبد أبو سمرة، مرجع سبق ذكره، ص 54.

² محمد عبد أبو سمرة المرجع نفسه ص 54.

ويرى الفقه أن الاتصالات غير الرسمية في حد ذاته ظاهرة لأن وجودها دلالة على أن العاملين بالمنظمة لا يهتمون بالمنظمة اهتماما سطحيا¹

ويعرف أيضا على أنه كل اتصال يحدث خارج قنوات الاتصال الرسمي، ويمكن اعتباره مساعد للاتصال الرسمي فطالما أنه ليس بالاتصال الهابط أو الاتصال الصاعد أو الاتصال الأفقي المنظم بين وحدات من نفس المستوى بقصد التنسيق والتشاور والتعاون فيما لم يكن كذلك فإنه يعتبر حينئذ اتصالا غير رسميا²

ونلخص ذلك في أن الاتصال الغير رسمي لا يخضع لقوانين وقواعد وإجراءات إدارية، ويتم غالبا خارج التنظيم الرسمي للمؤسسة.

¹ بوقلجة غياث، المرجع السابق، ص 34_35

² ناصر قاسمي، الاتصال في المؤسسة، دراسة نظرية وتطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 2011، ص 11

- الإتصال الخارجي:

يتمثل الإتصال الخارجي عموماً في الاتصالات التي تتم بين المنظمة الإدارية الواحدة وبين غيرها من المنظمات الإدارية الأخرى في المجتمع أو الدولة، أو على مستوى عالمي.

بينما يرى مختلف الرواد أنه الإتصال الذي يهتم بتحقيق أهداف عمل المؤسسة، والذي يتم أو يقام مع الأفراد أو الجماعات خارج محيط المؤسسة، إذن هو ذلك الإتصال الذي يتم مع مجتمع المنظمة والمتمثل في الشركات الخدمائية، الزبائن، والجمهور بشكل عام¹.

ويعرف كذلك على أنه: إتصال المؤسسة بما هو خارجها من مؤسسات أخرى، أو زبائن وبالنسبة للمؤسسات الإعلامية فإن الإتصال الخارجي يعتبر أساس عملها، إذ أنّ سلعها هي رسائل إعلامية إتصالية موجهة أساساً لمخاطبة جمهورها (الزبون)².

ب - أهداف الإتصال الخارجي: للإتصال الخارجي عدة أهداف نذكر منها :

إشباع حاجات العملاء ورغباتهم من خلال توفير سلع وخدمات تستجيب لهذه الحاجات والرغبات وتوطيد العلاقات وتعزيزها لبلوغ الأهداف.

تزويد الجمهور بالحقائق حول أنشطتها وفعاليتها والحصول على التغذية العكسية.

إبرام الاتفاقيات والمعاهدات بين الأطراف ذات العلاقة لتحقيق منافع متبادلة.

التوفيق بين مصالح كافة الأطراف ذات الصلة بأنشطة المنظمة والمتمثلة في إشباع رغبات المستهلكين وحاجاتهم، والأرباح لأصحاب المنظمة ثم رفاه المجتمع¹

¹ صباح حميد علي غازي فرحان أبو زيتون، الاتصالات الإدارية، أسس ومفاهيم ومراسلات الأعمال، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، سنة 2007، ص25.

² عطا الله شاكر، إدارة المؤسسات الإعلامية، خط دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2015، ص 40

ج- أنماط ووسائل الاتصال الخارجي للمؤسسة: هناك نمطين رئيسيين للاتصال الخارجي للمؤسسات وهما:

__ الإتصال بالمنظمات والمؤسسات من خلال تنفيذ المصالح المشتركة بينهما، ويمكن أن تكون قنوات الإتصال هي قنوات

الإتصال نفسها داخل المؤسسة إتصال فردي إتصال بالهاتف إتصال بالرسائل والبرقيات وغيرها.²

__ الإتصال الجماهيري هو نشاط رئيسي تقوم به دائرة العلاقات العامة في المؤسسة، وهذا النشاط نشاط اتصالي مجاله

علم الإتصال الجماهيري".

2-2 أنماط اتصال المؤسساتي :

ينقسم الإتصال المؤسساتي الى:

أ-الاتصال المالي :

هو ذلك الإتصال الذي يستهدف أطرافا معينة من خلال العديد من الرسائل التي تتضمن معلومات مالية، كالتنتائج المحققة من طرف المؤسسة ورقم أعمالها، كما تستخدم فيه العديد من وسائل الإتصال من بينها التقرير السنوي واجتماع المساهمين، ويهدف هذا النوع إلى تحسين وتعزيز الصورة المالية للمؤسسة، وهو ما يسمح بإقناع المساهمين المحتملين وباقي الأطراف الأخرى بالتعامل معها. إن اكتساب صورة مالية قوية من شأنه أن يشكل هامش ضمان للمؤسسة.

ب -اتصال الأزمة:

تتعرض المؤسسات لعدة أزمات منها الاقتصادية، والاجتماعية، والبيئية، والأخلاقية تؤثر على صورة المؤسسة وسمعتها، فتلجأ إلى إتصال الأزمة لطمأنه المتضررين من أطرافها الفاعلة الخارجية، وإثبات قدرتها على تجاوز مختلف الأزمات، وهو ما يحسن صورتها الخارجية.

¹ حميد الطائي، بشير العلق: أساسيات الاتصال، نماذج ومهارات، دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، سنة 2009، ص 64

² صالح خليل ابو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2004، ص 64

ج - اتصال التوظيف:

يعرف التوظيف على أنه «العمليات التي يتم عن طريقها استقطاب الأشخاص الباحثين عن العمل، من ذوي الكفاءة والصلاحية المناسبة لشغل الوظائف الشاغرة والقيام بعملية قياس وتقدير قدراتهم وصفاتهم، واختيار أكثرهم قابلية للنجاح في أداء تلك الوظائف.¹

¹ صبرينة رماش الغعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية اطروحة دكتوراة في علم الاجتماع كلية العلوم الانسانية والاجتماعية جامعة منتوري قسنطينة الجزائر

3/ أهداف الاتصال المؤسسي:

إن عملية الاتصال تسعى لتحقيق هدف عام وهو التأثير في المستقبل حتى تتحقق المشاركة في الخبرة مع المرسل وقد ينسب هذا التأثير على أفكاره لتعديلها وتغييرها أو على اتجاهه أو على مهاراته، لذا تجد أن "الاتصال الداخلي يهدف إلى خلق التهام فكري ومعنوي في قيم وأهداف مشتركة إذ يستحوذ على ديناميكية تشكيل صورة المؤسسة، مثله مثل الاتصال الخارجي"¹

ونجد أن تحقيق أهداف المؤسسة يتوقف على سلامة الاتصالات الداخلية ووضوح قنواتها، إذ أن هذه الأخيرة تساعد في القيام بالآتي:

توجيه العاملين ونصحهم وإرشادهم، وذلك من خلال إكسابهم اتجاهات جديدة أو تعديل أو تثبيت اتجاهات قديمة مرغوب فيها.

تصحيح الأفكار الخاطئة لدى العاملين عن أهداف وسياسات الإدارة خاصة تلك التي تتصل بهم، إضافة إلى توزيع المسؤوليات وتحسين سير العمل، ودعم التفاهم بين العاملين والمؤسسة.

–التنسيق بين المهام والوحدات المختلفة بما يحقق هدف الاتصال الاجتماعي.

__ تحديد معايير ومؤشرات الأداء.

__ إصدار الأوامر والتعليمات.

__ تقييم الأداء ونتاجية العمل.

__ تعريف المشكلات وسبل إنتاجها.

¹ محمد السيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة، الإسكندرية، ص 33

تحديد الأهداف الواجب تنفيذها.

__ تكوين العاملين وتنمية قدراتهم، وذلك بإكسابهم خبرات جديدة أو مهارات أو مفاهيم جديدة، مما يترجم الهدف

التعليمي للاتصال

تحفيز العاملين، وذلك بتوعيتهم ومساعدتهم المادية والمعرفية.

__ كذلك يهدف الاتصال المؤسسي إلى تماسك أفراد التنظيم وحل النزاعات بين الأفراد واعطائهم قيمة، والعمل على

بناء روح الجماعة.

__ الحصول على دعم من الجمهور... الرد على كل أخبار كاذبة أو غير صحيحة تنتشر عن المؤسسة أو مواقفها و شرح

سياسة المؤسسة وأهدافها.

__ تزويد الجمهور بكفاءة المعلومات والبيانات التي يحتاجون إليها عن المؤسسة ونشاطها.

تحسين إنتاجية وفعالية العمل، فالحصول على المعلومات يخلق الدافعية والرضا عند العاملين الشيء الذي يدفعهم إلى

تقديم مردودية جيدة¹

__ التعرف على آراء الجمهور بقناته المختلفة بشأن مختلفة الوسائل والأمور التي تمهه فيما يتصل بعلاقته بالمؤسسة.

4/ أهمية الاتصال المؤسسي: و تلخص في النقاط الآتية :

__ يمكن للاتصال فتح المجال للاحتكاك البشري، وفتح الفرصة للتفكير والاطلاع والحوار وتبادل المعلومات في شتى

المجالات والميادين، كما أنه لا يبعد الإنسان عن الشعور بالعزلة.

¹ بو غطيط جمال الدين الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي. مذكرة ماجستير جامعة منتوري، قسنطينة 2009_ 2008، ص 58.

- يتيح الاتصال الفرصة للتعرف على آراء الآخرين وأفكارهم عن طريق الحركة التي يحدثها على شكل حوار أو

نقاش، كما أن الاتصال يفسح لكل شخص المجال للمشاركة كما يساعد على نقل الثقافات والعادات والتقاليد

واللغات.¹

_ كما يمكن النظر إلى أهمية الاتصال في المؤسسة حيث تتمثل في: الإعلام أي نقل المعلومات والأفكار إلى المستقبل

وأعلامه عما يدور من حوله من أحداث ومعلومات جديد

_ التعليم: أي تدريب وتطوير الأفراد عن طريق تزويدهم بالمعلومات والمهارات التي تؤهلهم للقيام بوظائفهم وتطوير

إمكاناتهم العلمية وفق ما تتطلبه ظروفهم الوظيفية.

_ الترفيه وذلك بالترويح عن النفس والتسلية.

_ الإقناع: أي أحداث تحولات في وجهات النظر .

5/- معوقات الاتصال المؤسسي

إذا كانت عملية الاتصال تراول بقصد تبادل المعلومات والأفكار والتعليمات من خلال قنوات معينة بين طرفي الاتصال،

فإن أي تشويه في معني أو قصد الرسالة سوف يؤدي إلى مشاكل تؤثر على العمل والعاملين، وهو ما يعرف بمعوقات

الاتصال

أمام تعاضم أهمية الاتصال في نشاط المؤسسة فقد تواجهه عدة صعوبات أهمها:

- كلما كان الهيكل التنظيمي للمؤسسة معقدا وفوضويا غير محدد المهام والفروع كلما تشابكت قنوات الاتصال، فإن

هذا يؤدي إلى الفوضى داخل المؤسسة ، فالحتمية التنظيمية الناتجة من الربط الذي يشكل أساس المؤسسات الكبرى

¹ محمد محمود الخيلة : تصميم وإنتاج الوسائل التعليمية ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000 ، ص 52.

تجعل كل تجاوز للسلم الإداري هو مساس السير المؤسسة لأن كثرة نشاطها وتشعب مستويات الإشراف يؤدي إلى عرقلة الإيصال والوقوع في المشاكل وعليه، يؤدي تشعب التنظيم الهيكلي للمؤسسة والنتائج عن كثرة نشاطها إلى ظهور عراقيل إدارية تتمثل في عدم تمكين الموظفين من توصيل انشغالهم إليها كما تؤدي الفوضى في تقسيم المصالح الإدارية التي تعرض اقتراحات والشغالات الموظفين للتهميش¹

— يؤدي افتقار المؤسسة لوسائل الاتصال المناسب، وكذا عدم تنظيمها و التنسيق فيما بينها إلى فوضى في عملية سريان المعلومات ، وبالتالي إلى ظهور الإشاعات والمعلومات الخاطئة وهذا ما يؤثر سلبا على نشاط الموظفين²

— سوء تعامل المسؤولين وأسالبيهم الطاغية التي ينتهجها على باقي أفراد المؤسسة تؤدي إلى الكراهية بين الموظفين، وهذا ما يؤثر سلبا على نشاطهم، وقد يبرز هذا الاحتكار على مستوى المعلومات الموجهة إلى الموظفين أو في عدم تقبل المسؤولين للاقتراحات الموجهة لهم من قبل هؤلاء الموظفين وفي عدم تقبل هذا يؤدي إلى تكوين فجوة اتصالية بين القمة، والموظفين فبالنتالي يتوجه هؤلاء إلى مصادر أخرى غير رسمية وهذا ما يشكل الخطر بعينه على الاتصالات الرسمية، ومصداقيتها.

— مما يؤثر سلبا على نشاط المؤسسة وجود الاختلافات الفكرية لأفراد المؤسسة والتي تشجع على إحداث اضطرابات على مستوى الاتصالات التي تحدث فيما بين الموظفين

¹ مصطفى العشوي، أسس علم النفس الصناعي التنظيمي للمؤسسة الوطنية للكتاب، الجرائد، سنة 1991 ص 41.

² محمد علي عبد الوهاب، إدارة الافراد منهج تحليلي، منظمة الادارة والناس، ط2، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 1975، ص 327.

6/ مهام الاتصال المؤسسي:

تختلف أوجه النشاط الذي تزاوله المؤسسات فمنها من يكون نشاطها صناعي ومنها التحويلي والإنتاجي أو الخدماتي أو الجمع بين أكثر من نشاط حيث تتنوع نشاطات المؤسسة في العديد من الاتجاهات بقصد تحقيق أكبر استفادة من تحديد مراكز مختلفة للتعرف على العائد الربحي من كل نشاط، ويصرف النظر على الغرض من قيام المؤسسة سواء كان لإنتاج سلعة أو تقديم خدمة ما سواء كان القصد ربحي أو خيري، نجد أن المؤسسة من منطلق المهام التي تؤدي من خلال مزاوله عملية الاتصال ولاحظ أن الاتصال ينفرد بأربع مهام رئيسية: إعلامية، انضباطية، تكاملية، إقناعية.¹

1. المهمة الإعلامية للاتصالات:

وتظهر المهام الإعلامية للاتصال من خلال تدفق المعلومات على كافة المستويات الإدارية والتنفيذية، فالمدير الناجح هو الذي يتخذ القرارات الناجحة والقرار الناجح يعتمد على كمية هائلة من المعلومات السليمة في الوقت المناسب ويعتمد تفق المعلومات على مدى فعالية الاتصال، وعلى المستوى التنفيذي نجد أن العاملين بحاجة إلى الكثير من المعلومات المرتبطة بالأداء الوظيفي وعلى القدر بالدفع المعلوماتي المرتبط بأداء معين نجد أن نوعية الأداء تتأثر هذا إلى جانب أن العاملين بحاجة إلى معرفة الكثير من المعلومات المرتبطة بسياسات المؤسسة، والتغيرات المستمرة ويتم ذلك من خلال المهمة الإعلامية للاتصال.

2. المهمة الانضباطية للاتصالات:

يعتمد سير العمل بالمؤسسة على مزاوله الكثير من العمليات الإدارية من ضبط، رقابة، وتنسيق بين الأنشطة المختلفة وبالتالي يستلزم وجود سياسات واستراتيجيات ومجموعة من التعاليم والقرارات والإرشادات والمذكرات الدورية والتي توضح لأعضاء المؤسسة ما يجب إتباعه وما يجب تجنبه ولا يتم كل هذا إلا بمزاوله عملية الاتصال.

3. المهمة الإقناعية للاتصالات:

¹ سعد يس عمار الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986، ص68

أحيانا لا يكفي تمتع الإدارة بقوة السلطة لضمان سير العمل في الحياة الوظيفية، بل أن تكفل الإدارة للعاملين حرية التعبير

عن وجهة النظر، وحرية الموافقة أو عدم الموافقة مع الرؤساء، ويرتبط ذلك بالهمة لإقناعه في الاتصال ذو الطريقتين،

حيث تعطى الفرصة للمستقبل لإجراء المزيد من الاستفسارات بقصد الإقناع بشيء معين وقد أكد التطور الإداري على

أهمية الإقناع في الأداء الوظيفي

4 المهمة التكاملية للاتصالات:

تتبع أبعاد المهمة التكاملية للاتصال من لكونه تعبير عن الممارسات المختلفة حيث يتفاعل الأفراد من أجل التكامل

الذاتي والجماعي وتساعد هذه المهمة على سيادة روح الوحدة بالمؤسسة، مما يستلزم توفير الوسيلة يستطيع بها الموظف

التعرف على نفسه من خلال الانتماء إلى مجموعة ما من المؤسسة .

الفصل الثاني: ماهية المؤسسات المالية وخصائص الخدمة البنكية

المبحث 1: مفاهيم المؤسسة وانواعها

المبحث 2: المؤسسة المالية وانواعها

المبحث 3: مفاهيم حول البنوك

المبحث 4: مهام المؤسسات المالية بالاختصاص البنوك

المبحث 5: ماهية الخدمة البنكية وخصائصها

الفصل الثاني: ماهية المؤسسات المالية وخصائص الخدمة البنكية

تمهيد :

تعد المؤسسة المالية جزءاً من النظام المالي الذي يخدم المجتمع من خلال تقديم الخدمات المالية التي يحتاج لها لممارسة نشاطاته اليومية وتنمية اقتصادياته. وما النظام المالي إلا شبكة من المؤسسات المالية والوسطاء الماليين ورجال الاعمال والافراد فضلاً عن المكونات التي تشارك فيه وتنظم عملياته وفق آليات وتشريعات تصاغ لذلك وان الوظيفة الاساسية للمؤسسات المالية في ظل هذا النظام هي تحويل الاموال من المقرضين إلى المقترضين أو من الوحدات ذات الفائض المالي إلى الوحدات ذات العجز المالي التي تجمع بين عارضي وطالبي الاموال وايضا من خلال المؤسسات المالية الاخرى التي تتوسط هذه المعاملات مثل (المصارف وشركات التمويل... الخ) لذا جاء هذا الفصل لتسليط الضوء على ماهية تلك المؤسسات واهميتها واهدافها فضلاً عن انواعها والخدمات التي تقدمها مع كيفية ادارتها لمواكبة التحديات التي تشهدها الاقتصاديات العالمية في ظل اقتصاد المعرفة والتطورات التكنولوجية.

إلا ان المتبع لنشأة المؤسسات المالية أنها قد جاءت وليدة الحاجة لها من لدن الافراد والمؤسسات الاخرى، اذ انه مع

التطور الحاصل بين التكنولوجيا وتكنولوجيا الاتصالات الحديثة وزيادة عدد السكان دفع المتعاملين إلى الاستعانة

بالمؤسسات المالية لادارة شؤونهم واموالهم مما ساهم في بروز دور المؤسسات المالية بشكل واضح في حياة الافراد كونها جزءاً

مهماً من النظام المالي لأي بلد.

المبحث الاول: مفاهيم المؤسسة وانواعها1/ مفهوم المؤسسة :

لقد وردت العديد من التعريفات الخاصة بالمؤسسة وذلك لتعدد أنواع المؤسسات ومجالات عملها وتخصصها، وسندرج أهمها فيما يلي:

لغة: مشتقة من أس، الأس، الأسس، و الأساس من كل مبتدئ الشيء و الأسس و الأساس أصل البناء، أس الدار يعني حدودها ورفع قواعدها، أسس البيت فتأسس جعل له أساس، يقال الحجر الأساس: أي أول حجر في أساس البناء.¹

اصطلاحاً: تعرف على أنها ((كل هيكل تنظيمي اقتصادي مستقل مالياً في اطار قانوني واجتماعي معين هدفه دمج عوامل الانتاج من اجل الانتاج أو تبادل السلع والخدمات مع اقرانه أو القيام بكلا العمليتين لغرض تحقيق نتيجة معينة ضمن شروط اقتصادية تختلف زمانياً ومكانياً))،

وقد عرفها اخرون على أنها ((مجموعة من الموارد البشرية والمادية والمالية التي تعمل وفق تركيب معين بشكل متكامل ومهيكل من اجل اداء وظائف مناطة بها وتحقيق اهدافها)).

وسبق أن تم تعريفها على أنّها : " جمعية أو معهد أو شركة أسست لغاية إجتماعية أو أخلاقية أو خيرية أو علمية أو إقتصادية

2

المؤسسة عموماً هي وحدة اقتصادية تضم مجموعة من العوامل التي تهدف الى انتاج مختلف الخدمات والمنافع الموجهة للبيع في الأسواق.

¹ ابن منظور لسان العرب ج1 الطبعة 4 دار الجبل بيروت 2003 ص10

² جبران مسعود، الرائد، معجم لغوي عصري، ط8، دار العلم للملايين للنشر، لبنان، سنة 2001، ص157

ويقال أيضا "هي نظام اجتماعي نسبي واطار تنسيقي عقلائي يبين أنشطة مجموعة من الناس تربطهم علاقة مترابطة ومتداخلة يتجهون نحو تحقيق أهداف مشتركة وتنظم علاقتهم بميكلمة محددة في وحدات ادارية وظيفية ذات خطوط محددة السلطة والمسؤولية 1981 والمؤسسة مصطلح رديف للمنظمة أو المنشأة وتعمل على تلبية حاجات المجتمع بطرق مختلفة ولأغراض مختلفة¹

وهناك من الرواد من اعتبر المؤسسة بأنها " شخص اعتباري ينشأ بتخصيص مدة معينة لعمل ذي صفة إنسانية أو علمية أو اقتصادية، وهناك عدة أنواع من المؤسسة منها المؤسسة العامة والمؤسسة الخاصة ..أي أن المؤسسة ونشاطها مرتبط بمدة زمنية محددة مهما كان نوع هذا النشاط، ولكن ليس بالضرورة أن يكون محمدا وخاصة في المؤسسات ذات الطابع الإنساني التي تحتاج متابعة ومواصلة في النشاطات والخدمات الخيرية التي تقدمها.²

ووصف كل من " كاهان" و"كاتز" المؤسسة بأنها " وحدة إعلامية لكونها تقوم أساسا على البيانات والحقائق المتبادلة بين أفرادها على اختلاف مستوياتها، نلاحظ أنهما قد اعتبرها جزءا أو بمثابة قسم إعلامي، ولكنها قد تكون أكثر من ذلك إذ بإمكان المؤسسة أن تضم عدة وحدات خاصة إذا كانت كبيرة ولها فروع كثيرة"³

في حين يذهب "بيرنارد" إلى تعريف المؤسسة بأنها " النسق التعاوني المتوازن الذي ينهض على وجود منسقه واعية من جانب الأفراد، تقوم عليها المشاركة فيما بينهم بقصد تحقيق أهداف معينة وأن تتحقق على أساس دوافع رغبتهم الذاتية ، كما يتصف هذا النسق بالتوازن بين الدوافع والمشاركة هذا في الجانب الأول، ووضع القرار داخل النسق في الجانب الثاني"⁴

كما تعتبر الاتصالات عملية بالغة الأهمية لضمان الاستمرار و الفعالية التنظيمية.

1 صلاح الدين قبيو، محمد العباسي، أبوبكر الصديق، مذكرة تخرج لنيل الدراسات التطبيقية، تسيير المخزونات، معهد العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001، ص22.

2 معن خليل العمر : معجم علم الاجتماع، دار الشروق، الأردن، 2000ص339

3 مصطفى حجازي: الاتصال في العلاقات الإنسانية و الإدارية، ط2، دار الطليعة، بيروت، 1992ص19

4 محمد علام اعتماد : دراسات في علم الاجتماع التنظيمي، المكتبة لأنجلو، مصرية، مصر، 1994ص72

وقد عرفها بعض الاقتصاديين بأنها " تنظيم إنتاجي معين الهدف منه هو إيجاد قيمة سوقية من خلال الجمع بين عوامل إنتاجية معينة ثم تتولى بيعها في السوق دون مسبقه بالربح الذي ستحصل عليه، وتكون مستقلة من الناحية المالية عن التنظيمات الأخرى"¹.

فيما صرح آخرون "المؤسسة هي شكل اقتصادي وتقني وقانوني واجتماعي لتنظيم العمل المشترك للعاملين فيها وتشغيل أدوات الإنتاج وفق أسلوب محدد لقيم العمل الاجتماعي بهدف إنتاج سلع أو وسائل الإنتاج أو تقديم خدمات متنوعة"² كما عرف درحمون هلال المؤسسة على أنها تجمع إنساني متدرج تستعمل وسائل فكرية مادية ومالية لاستخراج، تحويل، نقل وتوزيع السلع أو الخدمات طبقا لأهداف محددة من طرف المديرية بالاعتماد على حوافز الربح والمنفعة الاجتماعية بدرجات مختلفة"³

ويعرفها غول فرحات على أنها : مجموعة من الوسائل المختلفة الأنواع المادية والمعنوية المستثمرة من طرف مجموعة من الأشخاص، بهدف الوصول إلى إشباع اقتصادي واجتماعي"⁴

¹ صامويل عبود اقتصاد المؤسسة ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1994 ص58.

² درحمون هلال ، المحاسبة التحليلية نظام معلومات لتسيير و مساعدة على اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص نفود ومالية كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 2005، ص13.

³ ناصرادي عدون اقتصاد المؤسسة، دارالمحمدية العامة الجزائر، ط2، 1998، ص08

⁴ غول فرحات الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية الجزائر، 2008 ص08.

2/ انواع المؤسسات:

يمكن تقسيم المؤسسات الاقتصادية حسب المعيار الاقتصادي إلى الأنواع الآتية:

المؤسسات الفلاحية :

وهي المؤسسات التي تمتحن نشاط القطاع الأول في الاقتصاد والمتمثل إنتاج الغذاء، العلف والألياف و سلع أخرى إلى جانب التربية والاستغلال النظامي للنباتات والحيوانات وتستحوذ المؤسسات الفلاحية على 08% من حجم الاستثمارات العالمية.

المؤسسات الصناعية:

وهي المؤسسات التي تنشط في ميدان الاقتصادية المرتبطة باستخراج المواد الأولية وتحويلها من خلال عمليات تقنية مركبة ومعقدة لسلع متفاوتة التصنيع بهدف تسويقها، والمؤسسات الصناعية بدورها تنقسم إلى:

مؤسسات الصناعة الخفيفة: وهي تلك المؤسسات الناشطة في عمليات التحويل الثانوية بهدف الدفع بمنتجات استهلاكية مباشرة للسوق..

مؤسسات صناعية ثقيلة : وهي المؤسسات المتخصصة في عمليات التحويل المعقدة الغالب تكون هذه المؤسسات كبيرة الحجم وكثيفة رأس المال وتنتج بدورها وسائل الإنتاج.

مؤسسات الخدمات:

وهي المؤسسات التي تقوم بتقديم مختلف أنواع الخدمات كمؤسسات النقل، التعليم، الصحة وغيرها، هذا إلى جانب المؤسسات التجارية التي تقوم بتوزيع المنتجات وإيصالها إلى الزبائن دون تحويلها مع المؤسسات المالية التي تقوم بالنشاطات المالية على غرار البنوك ومؤسسات التأمين وغيرها¹

المؤسسات المهنية:

تقوم بإدارة شؤون بعض الجماعات المهنية و تنظيمها و اتخاذ التدابير الفردية الملزمة لأعضائها، فقد نظمت بعض القوانين الخاصة هذه الجماعات المهنية و ضمت تحت لوائها أهل المهن، و أعطيت بعض الصلاحيات الإدارية

المبحث 2: المؤسسة المالية

1/ تعريف المؤسسة المالية:

تشير إلى جميع الاعمال المالية من الخدمات والمميزات والاختصاص والتوجه لذلك عند اخذ المؤسسات المالية من الجانب المالي نلاحظ تغيير المفهوم نحو التوجه إلى القطاع المالي ليعطي تعريف اخر وهو المؤسسات التي تعمل على جمع الاموال واعادة وضعها بهيئة اصول مالية مثل الاسهم والسندات فضلاً على الاصول الملموسة.

اما القاموس الخاص بالاعمال فقد عرفها على انها المؤسسات التي تعبئ الاموال العامة من اجل وضعها بصورة موجودات متداولة (اصول مالية) من اسهم وسندات مقابل دفع فوائد لحملتها .

ومن ذلك نجد ان تعريف المؤسسة المالية غير قابل للحصر بالمعنى الضيق لاختلاف انواع المؤسسات المالية مع امكانية ظهور انواع جديدة منها على المستوى العالمي في الاجل القصير القادم².

¹ لكحل الأمين، محاضرات في مقياس تسيير مؤسسة، جامعة ابن خلدون، كلية العلوم الاقتصادية التجارية، وعلوم التسيير، تيارت، سنة 2021-2022

² سيد عبد النبي محمد، إعادة ابتكار المؤسسات للوصول الى التميز سنة 2022، ص 62.

2/ أنواع المؤسسات المالية :

يمكن تقسيم المؤسسات المالية بصورة رئيسة إلى نوعين: المؤسسات المالية المصرفية، و المؤسسات المالية غير المصرفية،

1- تتمثل المؤسسات المالية غير المصرفية في البنوك الاستثمارية، شركات التأمين، الشركات المالية، شركات الإيجار وغيرها.

المبحث 3: البنك وانواعه1/ تعريف البنوك :

لهذا المصطلح عدة تعريفات ومفاهيم وأبرزها مايلي:

البنك هو مؤسسة مالية خدماتية نشاطه تقديم خدمات مالية.

البنك عون اقتصادي يساهم في التطوير الاقتصادي بواسطة الوساطة المالية بين اصحاب الفائض في المال, و اصحاب العجز في المال

والبنك هو عبارة عن وسيط مالي بين مزودي "مودعي" المال، وبين المقترضين الذين يستخدمونه.

البنك هو منشأة مالية تتعامل بالأموال من حيث قبول ادخار الافراد و الوحدات الاقتصادية المختلفة و تقديم تسهيلات مالية اما على شكل قروض او اعتمادات خاصة وغيرها.¹

" البنك وسيط بين الشخص الذي يملك مالا والشخص الذي لا يملك المال وهذا مايسمى بالوساطة المالية بين طالبي

رؤوس الاموال والذين يمنحون الاموال و بهذا يساهم في تطويرالاقتصاد"²

¹ سيدي عبد النبي محمد، المرجع نفسه، ص63.

² عبد القادر مجيخ، تقنيات أعمال البنوك، دار الخلدونية، الجزائر، سنة 2013، ص69.

البنك هو منشأة مالية تتعامل بالأموال من حيث قبول ادخار الافراد و الوحدات الاقتصادية المختلفة و تقديم تسهيلات مالية اما على شكل قروض او اعتمادات خاصة وغيرها

2/ أنواع البنوك:

1 البنك المركزي: وهو الذي يتربع على قمة الهرم المصرفي سواء من حيث الاصدار او العملات المصرفية وتحقيق الرقابة عليها. فهو الذي يصنع سياسة الائتمان ويحدد سعر الصرف للعملة المحلية او العمليات الاجنبية كما يحدد سعر الفائدة التي تلتزم بها البنوك التجارية العامة او المصرح لها بالعمل داخل الدولة.

2 البنوك التجارية:

يعتبر البنك التجاري نوع من انواع المؤسسات المالية التي يتركز نشاطها في قبول الودائع و منح الائتمان . و هذا بمفهوم يعتبر البنك التجاري وسيطا بين أولئك الذين لديهم فائض و أولئك الذين يحتاجون لتلك الاموال¹

3-البنوك الاسلامية:

هي منشآت مالية تباشر الاعمال المصرفية وتقوم بقبول الودائع المختلفة دون استخدام سعر الفائدة ولكن حصة من الارباح تحدد نسبتها و نجد في الجزائر البنك الاسلامي "البركة" مساهم في بنك الفلاحة و التنمية الريفية "بدر" بنسبة 50%.

4 بنوك الاستثمار:

¹ رياض الحلي. النقود والبنوك، دار صفاء للنشر و التوزيع، سوريا 2000، ص67

نشأت حديثا وتسمى بنوك الائتمان المتوسط و الطويل الاجل، موجهة لمن يسعى لتكوين أو تجديد راس مال ثابت (فهي تعتمد في اقراضها على رأسمالها بالدرجة الأولى ونجد ان هذا النوع من البنوك يسعى دوما لجلب الودائع للأجل بمنح فوائد مغرية. كما تعتمد على منح الحكومة .

البنوك الصناعية:

تقدم تسهيلات مباشرة وغير مباشرة الى المنشآت الصناعية مثل البنك الصناعي و

التجاري الجزائري ABCI

البنوك الزراعية :

تهدف الى تقديم خدمات الى القطاع الزراعي لتمويل كل ما يتعلق بالزراعة و تنمية الثروة الحيوانية .

بنوك الاعمال:

هي بنوك ذات طبيعة خاصة تقتصر عملياتها على المساهمة في تمويل و ادارة المنشآت الأخرى عن طريق اقراضها الاشتراك في رأسمالها او الاستحواذ عليها اذن فهي تعمل في سواق رأس المال في حين تتعامل البنوك الاخرى في سوق النقد اساسا .

6 بنوك الادخار التوفير و الاحتياط:

الهدف الرئيسي من هذه البنوك تعمل على جمع مدخرات الافراد (صغيرة الحجم) التي تكون في كثير من الاحيان مستحقة عند الطلب و تمنح ايضا قروض للمتعاملين معها و بالتالي تأخذ سنوات.

البنوك العقارية:

تتوجه الى تمويل البناء والاسكان مقابل رهانات (ضمانات) عقارية

10- البنوك التعاونية

تقدم خدمات إلى الجمعيات التعاونية بأنواعها المختلفة الزراعية الاستهلاكية و الحرفية مثل

القرض الشعبي الجزائري CPA¹

¹ رياض الحلبي ، المرجع سابق ص70.

المبحث 04: مهام المؤسسات المالية: (وبالأخص البنوك)

تتمثل المهام الرئيسية للمؤسسة المالية المصرفية فيما يلي:

__ قبول الإيداعات،

__ ومن ثم استخدام هذه الإيداعات في تقديم القروض لعملائها، الذين يستخدمونها بدورهم في عمليات الشراء،

__ التعليم.

توسيع الأعمال. __

__ الاستثمار، وغيرها كما يقوم البنك بدور وكيل الدفع من خلال تقديم عدد من خدمات الدفع بما فيها بطاقات

السحب الآلي، البطاقات الائتمانية، خدمات الشيكات، خدمات الإيداع المباشر، الحوالات المصرفية، وغيرها. الهدف

الأساسي لإيداع المال في البنك هو الراحة، الفائدة المنتظرة، والأمان، يتم تحديد قدرة البنك على منح القروض وفقاً لنسبة

الاحتياطيات النقدية التي يملكها .

من السهل نسبياً على البنك جمع المال على اعتبار أن هناك حسابات معينة، مثل الودائع تحت الطلب لا تمنح صاحب

الحساب أية نسبة من الفائدة، يكسب البنك المال من خلال استثمار المال المودع لديه عبر الأصول والسلع المالية أحياناً

، وعبر القروض في أغلب الأحيان"¹.

¹ سيدي عبد النبي محمد، مرجع سابق ص65.

المبحث 5: الخدمة البنكية وخصائصها

1/ ماهية الخدمة وخصائصها

إن من الصعب في بعض الأحيان إعطاء تعريف ومفهوم محدد لنشاط إنساني وفكري متعدد الاتجاهات والأبعاد، ويلاحظ أن الخدمات لا تبتعد عن هذا المضمون كثيرا فبالرغم من تعدد تعريفات الخدمة، إلا أن كل واحد منها يمكن أن يعطي المجاها محدد وإن كانت تشترك في معنى أو أكثر. تلك المفاهيم وفي خصائص معينة تميزها عن السلع.

تعريف الخدمة:

يعرفها البعض على أنها تلبية احتياجات ومتطلبات العميل منذ اللحظة الأولى وفي كل الأوقات، وتقدم السلع والخدمات لتلبية احتياجات وتوقعات العملاء حيث تتوافق معها توافقا متناسقا ومنسجما¹.

وقد عرفت أيضا بأنها: "المنتج غير المادي الذي يحتوي في مضمونه على عمل وأداء لا يمكن امتلاكه ماديا"² وعرفت الخدمة من طرف الجمعية الأمريكية للتسويق بأنها "النشاطات أو المنافع التي تعرض للبيع أو التي تعرض لارتباطها بسلعة معينة"³

أما كوتلر فقد عرفها على أنها: " أي نشاط أو انجاز منفعة يقدمها طرف ما لطرف آخر وتكون أساسا غير ملموسة، ولا ينتج عنها أية ملكية، وأن إنتاجها أو تقديمها قد يكون مرتبطا بمنتج مادي ملموس أو لا يكون"⁴ كما عرفها ستامتون بأنها "النشاطات الغير الملموسة التي تحقق منفعة للزبون أو العميل والتي ليست بالضرورة مرتبطة ببيع سلعة أو خدمة أخرى، أي أن إنتاج وتقديم خدمة معينة لا يتطلب استعمال سلعة مادية"⁵

¹ : Dosoyza Thompson and Gale, The strategic management of service Quality. Quality Progress, 1985, p24.

² Geoff Lancaster and Massing Ham, Lester essentials of marketing. Mc Graw – Hall inc. 2nd ed, 2001, p29

³ هاني حامد الضمور تسويق الخدمات دار وائل للنشر، الطبعة الرابعة، عمان 2008، ص 20

⁴ سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية الدار الجامعية، مصر، 2002، ص 165 .

⁵ شير عباس العلق، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 36

تعريف الخدمة البنكية

يمكن تعريف الخدمات البنكية بأنها عبارة عن مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون المنفعي الكامن في العناصر الملموسة والمقدمة من طرف البنك، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدر لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية أو في الوقت ذاته تشكل مصدر لأرباح البنك من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين"¹.

ويعتبر ناجي معلا أن الخدمة البنكية مصدرا لإشباع الذي يسعى إلى تحقيقه العميل لحاجاته ورغباته، أما من منظور البنك فإنها تمثل مصدرا للربح"²

وهناك تعريف أشمل قدمه عوض بدير الحداد حيث عرف الخدمات البنكية من الناحية التسويقية بأنها عبارة عن تصرفات وأنشطة وأداءات تقدم من طرف إلى آخر، وهذه الأنشطة غير ملموسة ولا يترتب عليها نقل ملكية شيء كما أن تقديم الخدمة قد يقترن أولا عند تقديمها بمنتج مادي ملموس"³

وهناك من يصفها بأنها مجموعة الخصائص الظاهرة (الإدارة) والخصائص الضمنية (المستهلك) والخصائص الخارجية (المجتمع) التي يجب أن تتوافق مع احتياجات ومتطلبات الزبائن من خلال إضفاء مجموعة من المزايا والمنافع والخصائص على كل خدمة"⁴

كما تعرف أيضا بأنها مجموعة الأنشطة والعمليات ذات المضمون النفعي الكامن في العناصر الملموسة وغير الملموسة المقدمة من قبل المصرف، والتي يدركها المستفيدون من خلال ملاحظها وقيمتها المنفعية والتي تشكل مصدرا لإشباع حاجاتهم ورغباتهم المالية والائتمانية الحالية والمستقبلية، وفي الوقت ذاته تشكل مصدرا لأرباح المصرف من خلال العلاقة التبادلية بين الطرفين"⁵

¹ تيسير العجارية، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2005، ص 32.

² ناجي معلا، أصول التسويق المصرفي، دار الفقه للنشر، لبنان، 1994، ص 51.

³ عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطبع والنشر، ط1، القاهرة، 1999. ص 62.

⁴ وعد حسن الصرف، عولمة جودة الخدمة المصرفية، مرجع سابق، ص 30.

⁵ تيسير العجارية، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2004، ص 32.

2/تطور الخدمات البنكية عبر التاريخ:

إن تطور المفهوم التسويقي أثر بطبيعة الحال على تطور الخدمات المقدمة ومنها الخدمات البنكية لذلك نستعرض

تطور مفهوم الخدمات عبر مراحل التطور الاقتصادي وتطور

الأنشطة التسويقية، والتي حددت هذه المراحل بما يلي:

1 الخدمات البنكية في مرحلة ما قبل التصنيع: حيث اعتمدت المجتمعات في هذه المرحلة على الزراعة والصيد في

توفير احتياجاتها، وقد تميزت هذه المرحلة بالخصائص التالية:

الاكتفاء الذاتي: حيث أن كل أسرة تنتج ما تحتاجه من سلع وخدمات لذلك تتصف هذه المرحلة بعدم وجود أي

نشاط تسويقي وعدم وجود أي نشاط مالي أو بنكي..

تبادل الفائض من الإنتاج.

ظهور النقود.

الإيداع والقروض: تعتبر هذه المرحلة البداية لفكرة البنوك والخدمات البنكية بشكل بسيط وهو الإيداع، وقد لجأ

أصحاب الثروات إلى إيداع ثرواتهم لدى صائغي الذهب وأن هؤلاء أخذوا يقومون بإعطاء القروض لقاء فائدة معينة،

ويكون القرض لفترة قصيرة، وفي هذه المرحلة ظهر إيداع القروض والفائدة.

بداية المصارف: إنشاء المصارف وإصدار أوراق البنكنوت لإجراء عملية المقايضة لذلك فإن الأنشطة المصرفية في

هذه الفترة اقتصر على الإيداع القروض الفائدة، إصدار أوراق البنوك"¹.

2- الخدمات البنكية في مرحلة التصنيع

¹ محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المناهج، الأردن 2003، ص 59.

تتميز هذه المرحلة بتراكم رأس المال مما دفع أصحابها إلى استثمارها في المشاريع الصناعية مما أدى إلى زيادة الثروات وهنا ظهرت الحاجة بشكل أكبر إلى مصارف أكثر تخصصا من الفترة السابقة بالشكل الذي جعلها تمثل مؤسسات ذات كيان، لها تنظيم إداري لديه خبرة بالعمل، وذلك نتيجة لزيادة مبالغ الإيداع وزيادة رأسمال للبنوك . زيادة إمكانياتها في منح القروض وإعطاء الاستثمارات"¹

3- الخدمات البنكية في مرحلة التقدم الصناعي:

تتميز هذه المرحلة باستخدام التكنولوجيا المتطورة في تقديم الخدمات البنكية، ولقد أصبحت المؤسسات تتسابق فيما بينها في استخدام الأساليب الحديثة والتقنيات المتطورة لكي تتمكن من تلبية حاجات ورغبات الزبائن وجلب أكبر قدر ممكن من الزبائن، لأن عملية الإيداع والاقتراض والاستثمار أصبحت غير مقتصرة على أصحاب الثروات الطائلة، وإنما أصبح أغلب الأفراد يطلبون الخدمات البنكية وذلك من خلال الإيداع، طلب القروض تحويل الأجور إلى البنوك، طلب بطاقة الائتمان وغيرها من الخدمات البنكية.

الخدمات البنكية في مرحلة ما بعد التقدم الصناعية والظروف الحالية:

إن ما يميز القطاع المصرفي في هذه المرحلة، هو تعاظم دور التكنولوجيا البنكية، والعمل على تحقيق الاستفادة القصوى من ثمار تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، بغية تطوير نظم ووسائل تقديم الخدمات البنكية وابتكار تطبيقات جديدة للخدمة البنكية تتسم بالكفاءة والسرعة في الأداء، وتتميز هذه المرحلة ب:

تزايد الطلب على الخدمات البنكية.

¹ محمد محمود مصطفى، المرجع سابق ص60

زيادة عدد البنوك وتنوع الخدمات المقدمة

زيادة عدد الفروع التابعة للبنك.

الاشتراك في شبكة الأنترنت لتسهيل عملية الترويج والاتصال بالزبائن.

اتساع الرقعة الجغرافية التي تنتشر عليها هذه البنوك وفروعها.

استخدام الحاسوب الآلي في تنفيذ العمليات البنكية¹.

¹ محمد محمود مصطفى، مرجع سابق 2003، ص60

3/ خصائص الخدمات المصرفية:

الخدمات المصرفية تنطبق عليها خصائص الخدمات بشكل عام وبمعاييرها المعروفة، ولكنها تختلف عنها بطريقة أداء العاملين والمعدات المستخدمة وكذلك طبيعة الأنشطة والإجراءات واختلاف حاجات ورغبات الزبائن. حيث أن خصائص الخدمات المصرفية تأخذ سمة واسعة والشمولية كافية للعديد من الجوانب والخصائص هي:

عدم الملموسية: الخدمات المصرفية وثقة المصرف ليس من الممكن الحكم عليها للمشتري، كذلك اللمس، التجربة، ثم مشاهدة سمائها من مكان أو حملها من المصرف لتسويقها.

التلازم: لأن الانتاج والاستهلاك (التوزيع) للخدمة المصرفية مترامنان، إذ أن الاهتمام الرئيسي لرجل التسويق هو في العادة خلق المنفعة الزمانية والمكانية، وهذا يعني أن الخدمة ملائمة في المكان والزمان الصحيحين، كما تطلب الخدمات المصرفية حدوث تفاعل بين العميل والبنك.

التكيف العالي لنظام التسويق: عادة ما يتم اختيار القناة التوزيعية المناسبة في القطاع الخدمي وضمن برنامج تسويقي وفي مستويات مختلفة نظرا لطبيعة الخدمة وأهميتها¹

التغاير (التمايز): الخدمات المصرفية تعمل على تقديم مدى واسع للخدمات والمنتجات لمقابلة الحاجات المصرفية المتنوعة من قبل الزبائن مختلفين في مناطق مختلفة.

التشتت الجغرافي: امتلاك شبكة فروع في أي مصرف في حجم ومجال واسع وبشكل متتابع للتزويد بالمنافع الملائمة .

الموازنة ما بين النمو والمخاطرة: لا بد أن تكون هناك رقابة لإيجاد التوازن بين التوسع في البيع والحذر من ارتفاع المخاطرة. تقلبات الطلب قد يحدث تقلبات في أصناف معينة من الخدمة الأسباب طارئة أو ظروف موسمية مثل الطلب على القروض للمشاريع السياحية الموسمية.

المسؤولية الائتمانية: حماية ودائع ومكاسب العملاء، وهذا مهم ليس في المصارف بل في أغلب المؤسسات المالية الأخرى¹.

¹ صفاء محمد هادي الجزائري وآخرون، قياس وتقييم جودة الخدمات المصرفية : بحث استطلاعي في مصرف الوركاء للاستثمار والتمويل البصرة، ص 171.

ويمكن تلخيص بعض خصائص الخدمة المصرفية الى:

- قابلية الخدمة المصرفية المالية للنفاد أو الاستخدام بسرعة بمعنى تلاشي الخدمة بعد تقديمها، ومن ثم عدم إمكانية تخزينها للاستفادة من نتائجها مرة أخرى.

- التأكد من تقديم ما يطلبه العميل فالخدمات المصرفية وثقة المصرف ليس من الممكن الحكم عليها للعميل بمعنى أن صعوبة تقييم الخدمات المصرفية بسبب عدم ملموسيتها وعدم قدرة المصرف على تقديم عرض ملموس للخدمة المصرفية فإن الحكم النهائي على ما يقدمه الموظف سوف يرتبط بما يطلبه ويتوقعه العميل من هذه الخدمة.

- الاعتماد على الودائع حيث تعتمد المصارف في أداء أعمالها على جميع الودائع من أصحاب الفائض وإعادة إقراضها لأصحاب العجز.

- تنوع وتعدد الخدمات المصرفية فينبغي على المصرف تقديم مجموعة واسعة من المنتجات والخدمات المصرفية التي تلبى الاحتياجات المتنوعة من الرغبات والاحتياجات التمويلية والائتمانية والخدمات المصرفية الأخرى، فالمصرف يحتاج إلى أكثر من مزيج تسويقي لمقابلة هذه الاحتياجات والموجهة للعملاء باختلاف أنواعهم واختلاف مناطق تواجدهم.

- الخدمة المصرفية تصنع فور وصول العميل الى مكان تقديمها حيث يبدأ الموظف بعملية تصنيع الخدمة حسبما يرغب العميل.

- الخدمة التي تقدم للعميل هي في جوهرها عبارة عن خبرة ومعايشة يحصل عليها العميل، والصعوبة في ذلك تكمن في أننا لا نستطيع أن نتج عينات من هذه الخدمة لكي نرسلها الى العميل ونحصل منه على موافقة مسبقة أو ان نصفها للعميل قبل تقديمها.

- ان الخدمة المصرفية بطبيعتها ليست شيئاً مادياً ملموساً يمكن الحكم على مواصفاته بمعايير مطلقة و ثابتة فالحكم عليه مرتبط بما يطلبه العميل ويتوقعه عن هذه الخدمة فكل عميل هو موضع اهتمام خاص.

- ان ما تقدمه للعميل من خدمة غير قابل لإعادة الانتفاع بها، فالخدمة تستهلك في اللحظة التي تقدم فيها وتصبح شيئاً من خبرات العميل عن الخدمات التي تستفيد منها جهات عديدة، وكل ما يبقى للعميل هو الاستفادة بلحظة تقديم الخدمة.¹

¹ محمد أبو تايه صباح، التسويق المصرفي، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2008، صص 69-70

الاطار التطبيقي

الفصل الثالث: دراسة ميدانية لبنك الفلاحة والتنمية الريفية مستغانم فرع وكالة عشعاشة

تمهيد:

الاتصال المؤسسي غاية وضرورة حتمية لنجاح نشاط اي مؤسسة كما عرضنا سابقا في الاطار النظري لدراستنا كل مفاهيم متعلقة به فإننا ندعم بحثنا هذا بفصل تطبيقي الأسقاط عليه ما تطرقنا اليه في الفصول السابقة من خلال قيامنا بتربص ميداني على مستوى بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة من اجل الوصول الى اكبر كم من نتائج واختبار صحة فرضياتنا التي قمنا بصياغتها في بحثنا.

ومن أجل هذا قمنا بتقسيم هذا الفصل الى مبحثين:

المبحث الأول: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية مستغانم وكالة عشعاشة.

المبكل التنظيمي

أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

المبحث الثاني: عرض وتحليل المقابلات

عرض وتحليل المقابلات مع موظفي البنك

عرض نتائج الدراسة

توصيات واقتراحات

المبحث الأول: تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية

1 تقديم لبنك الفلاحة والتنمية الريفية:

نشأ بنك الفلاحة و التنمية الريفية بمرسوم قرار 206-82 الصادر بتاريخ 13 مارس 1982 على شكل شركة مساهمة ويبلغ رأس مالها 33.000.000.000 دينار جزائري، نسبت إليه وظيفة رسمية وهي تمويل المشاريع العمومية و تنمية وتطوير القطاع الزراعي وتعزيز الع الم الريفي ودعم نشاطات الصناعية والتقليدية و الحرفية. و يعتبر بنك الفلاحة والتنمية الريفية مؤسسة مالية وطنية تنموية ومتخصصة لها نظام البنك الخارجي وهو وسيلة من وسائل السياسة الحكومية التي ترمي إلى المشاركة في تنمية القطاع الريفي بصفة خاصة، ومن أجل ضمان مكانة بنك الفلاحة والتنمية الريفية بصفة دائمة .

2 بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة:

تم إنشاء هذه الوكالة في سنة 2019 كامتداد لفروع وكالات بنك الفلاحة والتنمية الريفية في ولاية مستغانم، يقع مقرها في وسط دائرة عشعاشة بالقرب من مبنى البلدية ويجدها من شرق فرقة الإقليمية لدرك الوطني، ويبلغ عدد موظفيها حوالي 13 موظف.

2 الهيكل التنظيمي:

1:المديرالوكالة عشعاشة 879

هو المسؤول الأول على السير الحسن لكل المصالح في البنك هو المشرف من ناحية الرقابة، التمويل، التجهيز... إلخ.

2: السكرتارية: وهي أمانة المدير.

3 - مصلحة الخزينة : وتقوم هذه المصلحة بتقديم الخدمات على مستوى جميع الأقسام التي تضمها، وتنحصر مهمتها

الأساسية في استقبال كل الودائع النقدية والتحويلات التي يقوم البنك أو لحساب زبائنه كضمان صحة المعلومات مدونة

على شيك وتسجيل المعلومات في الحاسوب وتحصيل الأوراق التجارية.

4مصلحة القرض والاستغلال : وتنقسم هذه المصلحة الى مكتبين وهما:

أ مفتشية الالتزامات: وهي الخلية التي تتكفل بمنح ومتابعة الالتزامات، بالإضافة إلى تلقي الضمانات وتحصيل

المستحقات.

ب- المكلف بالزبائن: وهي خلية تقوم بدراسة الملفات وتقييم المخاطر، وتقديم رأي حول كل الملفات التي تقوم

بدراستها.

تقوم هذه المصلحة بالوظائف التالية :

-الاكتتاب في الأوراق المالية

- فتح الحسابات الجارية

4 مصلحة العلاقات الخارجية والادارية : وتقوم هذه المصلحة أساسا بتنفيذ كل العمليات مع الخارج والمحقة من أو لحساب زبائن البنك، في إطار القوانين المعتمدة بحيث تضمن تحويلات الزبائن وتعاملات الخارجية وكذا مختلف الأمور الادارية الاخرى.

5 مصلحة المحاسبة: و تضطلع بالمهام التالية:

- إنجاز ومتابعة ميزانية المجموعة الجهوية للاستغلال و الوكالات التابعة لها.
- السهر على تسير حسابات الخزينة في ظل الاحترام الصارم للحدود القصوى للصندوق.
- التأكد من احترام و تطبيق المبادئ و الإجراءات المحاسبية.
- فحص الحسابات اليومية للوكالات و تسوية الاختلالات و المخالفات و الأخطاء و التناقضات،

3 أهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية:

يركز البنك تمويله في نشاطاته ذات الصلة بالمحاور التالية:

- الفلاحة و النشاطات التابعة لها.
- الصيد البحري و تربية المائيات و النشاطات التابعة لها.
- صناعة العتاد الفلاحي.
- الصناعات الغذائية الفلاحية.
- تسويق و توزيع المنتجات المتعلقة بالنشاطات الاستراتيجية.
- تنمية العالم الريفي خاصة

- تشجيع نشاطات الحرفيين الصغار

- السكن الريفي.

- مشاريع الري الصغيرة.

- صناعة تقليدية.

- صناعة الخشب و المنتوجات الخشبية.

كما وتسعى وكالة بنك الفلاحة والتنمية الريفية لعشعاشة الى:

- جمع مصادر التمويل والكيفية الجيدة لاستغلالها.

- التعريف بالمنتوجات البنكية وبيع أكبر قدر ممكن من خلال ترويج لها.

- الحفاظ على السيولة.

- جذب انتباه قدر أكبر من ساكنة لخدمات البنك

- تطوير القطاع المصرفي باستعمال الوسائل الاتصالية الحديثة كتخصيص برامج للعلاقات العامة

المبحث الثاني: عرض وتحليل المقابلات.

1 تحليل المقابلات

سنقوم في هذا جزء من دراستنا بتحليل وعرض نتائج المقابلات التي قمنا بها مع موظفي البنك بحيث قمنا فيها بتقسيم دليل مقابلتنا الى ثلاثة محاور وطرحنا فيها 12 سؤال وضعنا في كل محور 4 اسئلة وكان عنوان كل محور كالآتي:

المحور الأول: دور الاتصال المؤسسي داخل البنك

المحور الثاني: الوسائل والأساليب الاتصالية داخل البنك

المحور الثالث: أهمية الاتصال المؤسسي في تحسين فعالية العملية الاتصالية داخل البنك.

المحور الأول: الاتصال المؤسسي داخل البنك.

تمهيد:

في هذا المحور سنبرز دور الاتصال المؤسسي داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة ومدى اهميته في تحقيق اهداف البنك وما العمل الذي يقوم به وكيف يساهم في تنظيم هياكل الاتصال الداخلية الفعالة التي تسهل تبادل المعلومات حول المهمة والرؤية والهدف من البنك للموظفين وهذا ما سنحاول اجابة عليه من خلال مقابلات التي اجريناها معهم ودراسة مدى اختلاف فيما بينها.

السؤال الاول: هل اجتماعات التي تعقد داخل البنك بين الموظفين والمسؤولين كافية؟

كانت مختلف اجابات المبحوثين حول اجتماعات التي داخل البنك بينهم. وبين المسؤولين على انها كافية ويسهر الموظفين والمسؤولين على تعزيز تواصل فيما بينهم لتحسين بيئة العمل حيث صرح مبحوث رقم 1 رئيس مصلحة القروض " ان اجتماعات كافية تكون دورية مع مسؤولين وكذا الموظفين فيما بيننا لتعزيز التواصل وتعليق على آراءنا حيال العمل" كما اضاف مبحوث رقم 4 رئيس مصلحة تحويلات "ان اجتماعات العمل داخل بنك كافية ومقبولة نوعا ما مرات تكون بصفة رسمية واحيانا بصفة غير رسمية كاجتماعاتنا فيما بيننا اثناء ايام نقص زبائن لتوضيح بعض امور متعلقة بالعمل"، كما اجاب المبحوث رقم 5 مكلف بالصندوق " ان اجتماعات التي تعقد في بنك مقبولة مرات تكون اسبوعية ومرات تكون شهرية "اي ان اجتماع يعقد حسب ظرف من طرف مسؤول الوكالة ويرى هذا المبحوث ان اجتماعات ضرورة حتمية لا غنى عنها لتبادل الافكار والمعلومات ومناقشة الازمات وصعوبات المتعلقة بظروف العمل ورفع شبهاة عن كثير من امور مبهمه

كما يرى اغلب المبحوثين على ان اجتماعات التي تعقد داخل بنك كافية ومقبولة.

التحليل:

من خلال تحليل هذه المقابلات نلاحظ ان اغلب المبحوثين اجابوا على ان اجتماعات التي تعقد داخل البنك بينهم كموظفين وبينهم وبين المسؤولين كافية ومقبولة وانه شيء دوري يحدث في بيئة العمل، غرض تبادل الافكار والمعلومات واعطاء الاراء والاقتراحات من اجل تحسين بيئة العمل وكذا معرفة لكل موظف بدور الذي يجب عليه القيام به وهذا ما تطرقنا اليه في الجانب نظري لدراستنا.

الاستنتاج:

نستنتج ان الاجتماعات التي تعقد داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة كافية، ومن ضروري وجودها داخل اي مؤسسة لتعزيز تواصل بين الموظفين والمسؤولين

السؤال الثاني: في اعتقادك هل تساهم العملية الاتصالية في تحسين اداء الموظفين

اجاب جميع المبحوثين على ان العملية الاتصالية تساهم في تحسين ادائهم في العمل بحيث يرى المبحوث رقم 6 مكلف بالزبائن جامعي ان العملية الاتصالية من ابرز المقومات التي يعتمد عليها البنك في نشاطه فهي تساعد في تقارب بين الموظفين فيما بينهم وتسهل بيئة العمل من اجل تقديم احسن خدمات لزبائن يرى ايضا المبحوث رقم 12 رئيس مصلحة العلاقات الخارجية والادارية " لولا الاتصال لما تحسنت بيئة العمل فالاتصال يساعد على خلق جو تعاون بيننا ويعمل على نجاح نشاط بنكنا" كما يصرح ايضا المبحوث رقم 8 انثى مكلفة بالأمانة مستوى ثانوي " ان الهدف الثمن العملية الاتصالية هو تحقيق التكامل والانسجام في العمل بيننا كموظفين وكذا تقرب العمل بين جميع مصالح البنك" اما المبحوث رقم 7 انثى جامعي مكلفة بمصلحة المحاسبة «لولا العملية الاتصالية لما تحقق الانسجام في العمل ولا ما اصبح العمل منظما فالاتصال هو الذي ينظم نشاطات التي تكون داخل البنك» ويرى اغلب المبحوثين انه لولا العملية الاتصالية لتوقف العمل.

التحليل:

من خلال تحليل المقابلات نلاحظ ان العملية الاتصالية تساعد في تحسين بيئة العمل بين الموظفين وكذا سهر على تعزيز مردودهم الانتاجي في العمل فالاتصال يعمل على خلق جو تحفيزي للموظفين مما يحقق الرضا الوظيفي لديهم كما يساهم في تعزيز روح تعاون وتناسق بين الوظائف والعاملين فيها وكذا دقة في نقل المعلومات وتوفيرها فيما بينهم مما يؤدي الى اتخاذ القرارات الفعالة في العمل وكذا تقوية العلاقة بين الموظفين ورؤسائهم من اجل تحقيق بيئة مثالية تساعد فالعمل

الاستنتاج:

نستنتج من خلال المقابلات التي اجريناها مع الموظفين في بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة ان العملية الاتصالية تساعد في تحسين الاداء الوظيفي لديهم وكذا تعزيز قدراتهم في العمل وايضا تسهيل بيئة عملهم مما يساهم، في انتاجية اكبر في العمل.

السؤال الثالث: هل تقوم بإعطاء اقتراحات للمسؤولين؟

اجاب أغلب المبحوثين على أنهم يقوموا بتقديم اقتراحات لمسؤوليهم في امور متعلقة بالعمل او في بعض المشاكل التي تواجه المؤسسة اثناء العمل، ويرى المبحوث رقم 2 ذكر جامعي رئيس مصلحة المستخدمين ان اغلب القرارات التي يقوم بها مسؤولين لا تكون فردية بل حتى يتم تشاور فيما بينهم فيقول «شحال من مرة اعطيت اقتراحات للمسؤولين وكانت بنفع على بنك»، ويرى المبحوث رقم 6 ذكر جامعي مكلف بالزبائن انه كم من مرة قام بإعطاء آراءه لمسؤوليه كما ترى ايضا مكلفة بمصلحة المحاسبة مبحوث رقم 7 انو المسؤولين يأخذوا آراءها بعين الاعتبار في كثير من قرارات الحساسة التي تخص البنك وتخصنا نحن ايضا بطبيعة الحال كموظفين.

التحليل:

من خلال اجابة المبحوثين نلاحظ ان اغلب موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية بإعطاء اقتراحات لمسؤولين فبيئة العمل في البنك كالأسرة الواحدة كل يعطي رأيه من اجل ضمان احسن سيرورة للعمل وكذا خلق جو تسوده ثقة بين الموظفين والمرؤوسين، في عملية اتخاذ القرارات التي تعمل على تحقيق اهداف البنك وكذا خلق شعور جيد للموظفين في عملهم الذي يحيطهم بانهم جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة.

تعتبر عملية اعطاء اقتراحات للمسؤولين من اسس التعاون بين المدير والعاملين في البنك عند ممارسة المهام والوظائف الادارية مما يعني مشاركة في اتخاذ القرارات للوصول الى حلول اكثر فعالية من اجل تحسين نشاط المؤسسة.

الاستنتاج:

نستنتج من خلال مقابلات التي قمنا بها مع الموظفين، بأن اقتراحاتهم تلقى اهتماما من قبل المسؤولين مما يزيد في انتاجيتهم مما يحسن طبيعة عملهم.

السؤال الرابع: هل يساهم الاتصال المؤسسي في حل المشكلات التي تظهر داخل البنك؟

أجاب معظم المبحوثين بان الاتصال يساهم في حل المشكلات التي تواجههم داخل البنك فالاتصال يساعد في حل المشكلة في اقصر وقت فأجاب المبحوث رقم 5 مكلف بالصندوق بانه لولا الاتصال لتفاقت الكثير من مشاكل وذهبت الى ما يحمد عقباه فوسائل الاتصال نقوم بالاتصال مع زملاء العمل من اجل تصحيح الخطأ قبل تأكيد عدة عمليات مصرفية كما يرى المبحوث رقم 12 جامعي رئيس مصلحة العلاقات الخارجية والادارية ان الاتصال رافد من روافد البنك في حل المشكلات والعقبات التي تواجههم في العمل من خلال سرعة انية في علاجها وكذا تقريب بين مكاتب المصالح لإعلامهم بالخطأ من اجل تداركه وتصحيحه وتنبه منه كما يرى المبحوث رقم 8 مستوى ثانوي انشئ مكلفة بالأمانة العامة حين تواجههم الكثير من عراقيل والمشاكل الادارية يكون الاتصال سبيل الامل للحد منها من خلال اعلام الاخرين قبل وقوعهم فيها وكذا الحد منها.

التحليل:

ان اغلب المؤسسات تعاني من مشكلات وعراقيل تحد من قيامها بنشاطها على اتم وجه ومن خلال مقابلاتنا لاحظنا ان الاتصال رافد من روافد المؤسسة في حل هذه المشاكل والعراقيل فمن خلال صعوبات يسهل الاتصال عملية تواصل بين الموظفين فيما بينهم خلال هذه الازمات لتدارك الاخطاء وتنبية الاخرين على عدم الوقوع فيها وكذا تصحيحها من اجل ضمان سيرورة العمل بصورة مريحة واكثر اعتيادية.

ومما سبق اشرنا الى انه لولا اتصال لحالت الكثير من المعوقات بين البنك وموظفيه وكذا بين البنك وزبائنه حيث تعد العملية الاتصالية الوسيلة الملائمة لحد من المشكلات والعقبات التي تواجه المؤسسة وخلق جو مثالي لإدارتها في عز تفاقهما

الاستنتاج:

نستنتج ان اغلب المشكلات والعراقيل التي تطال بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة يساعد في حلها الاتصال المؤسساتي فاعل المشكلات التي تواجه البنك فهي اخطاء الموظفين التي تكون اثناء تأديتهم لعملهم جراء ضغط في العمل وبما ان مشكلة شخص واحد قد تعود على الجميع بسلب بسبب عمل متسلسل نرى ان الاتصال هو الذي يجلها وينبه لها الاخرين من اجل اعادتها وتصحيحها، وبالتالي فان الاتصال المؤسساتي يساعد على حل المشاكل التي تظهر داخل البنك.

استنتاج المحور الأول :

تم التوصل في هذا المحور الذي بعنوان "الاتصال داخل البنك" بان الاتصال ضرورة لا غنى عنها في نشاط أي مؤسسة، بحيث يعمل على إيضاح رسالة وأهداف البنك وكذا تبادل المعلومات وتفويض صلاحية لاتخاذ القرارات، وخلق جو فيه

نوع من ثقة العامل بنفسه، واعطائه الأهمية اللازمة بالنتائج التي حققها في بيئة عمله، بالإضافة الى أن من اهم اهداف الاتصال المؤسسي للمؤسسة الاستثمار الأمثل في الموارد البشرية، وخلق حالة من التوازن المطلوب في سلوك الأفراد، بعد اعطائهم البيئة المناسبة لطرح آرائهم وافكارهم وتقديم شكواهم والاشكاليات والعمل على حلها ان وجدت

المحور الثاني: الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة داخل البنك.

في هذا المحور سنتطرق الى اهم الوسائل والأساليب الاتصالية التي يستخدمها موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة سواء كانت وسائل تواصل حديثة او تقليدية، كما سنعرف اي الوسيلة الاتصالية الاكثر استخداما على مستوى البنك وابرار دور الذي تقوم هذه الوسيلة به في تسهيل الخدمات للموظفين هذا ما سنحاول اجابة عليه من خلال بعض المقابلات مع بعض موظفي بنك.

السؤال الأول: ماهي الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها مؤسستكم؟

كانت اجابات المبحوثين حول الوسائل الاتصالية المتعمدة في مؤسستهم الارسال المعلومات وتلقيها كالاتي: حيث اجاب المبحوث رقم 2 ذكر 36 سنة جامعي رئيس مصلحة المستخدمين" اثناء عملنا نستخدم الهاتف، البريد الالكتروني. الفاكس لتسهيل توصل فيما بيننا" كما اضاف المبحوث رقم 7 انشى ليسانس مصلحة المحاسبة " الوسائل التي نستخدمها هي البريد الالكتروني، الهاتف" كما اجاب المبحوث رقم 11 ذ الاستقبال والتوجيه مستوى ثانوي" في خدمة نخدموا بجاتف بزاف" كما اضاف المبحوث رقم 10 عون امن مستوى متوسط" في خدمة نستعمل محادثة مباشرة مع صحابي في الخدمة"

التحليل:

من خلال المقابلات التي قمنا بها مع بعض الموظفين نلاحظ ان الوسائل الاتصالية المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة متنوعة التي تساعد في تسهيل خدماتهم من خلال تبادل الافكار والمعلومات منها البريد الالكتروني، الفاكس، الهاتف، الاتصال المباشر هذي وسائل واساليب تساعد في نقل المعلومة بصورة اسرع وتعتبر صلة بينهم التي تمر عبرها مختلف القرارات، ويمكن القول ان البنك اتجه الى الوسائل الاتصال الحديثة والموافقة بينها وبين القديمة من اجل تبادل المعلومات بسرعة اكبر واكثر دقة لتعزيز اتصال بين الموظفين وضمان سير العمل بسهولة وسرعة.

الانترنت: المراقبة والصيانة، تسيير الفهارس فهارس المعلومات، تبادل الملفات داخل البنك، ويعد الفاكس من اكثر الوسائل الاتصالية الاكثر سرعة والاقل تكلفة في نقل المعلومات التي يستخدمها البنك في نشاطه من بين الوسائل الاتصالية ايضا، واما الهاتف فيستعمل بشكل واسع بغية خلق التنسيق في الأعمال بين مختلف المصالح والفروع، كما يعد وسيلة جيدة وسريعة لحل بعض المشاكل الكتابية والاطفاء الورقية التي تطال نشاط الموظفين داخل البنك بغية تصحيحها.

نستنتج ان بنك الفلاحة والتنمية الريفية يستخدم عدة وسائل واساليب اتصالية تقليدية وحديثة من اجل تسهيل عملية نقل وتبادل الافكار منها الهاتف، الانترنت، البريد الالكتروني، الفاكس، الاتصال المباشر لسرعة وصول معلومات من خلالها.

السؤال الثاني: ماهي الوسيلة الاتصالية الاكثر استخداما؟

أجاب أغلب المبحوثين على ان الوسيلة الاتصالية الاكثر استخداما في البنك هي الهاتف والبريد الالكتروني حيث اجاب المبحوث رقم 6 ذكر جامعي المكلف بالزبائن "نستخدموا هاتف والبريد الالكتروني في خدمتنا" كما صرح المبحوث رقم 3 ليسانس مالية المكلف بالزبائن ايضا ان الوسيلة الاكثر استخداما هي البريد الالكتروني التي لا غنا عنها في عملهم كما صرحت المبحوثة رقم 8 انثى مستوى ثانوي عاملة في الامانة "نستخدموا بتراف هاتف ورسائل الالكترونية" كما اضاف المبحوث رقم 1 ذكر جامعي رئيس مصلحة القروض " اكثر حاجة نستعملوها في الخدمة هي البريد الالكتروني والهاتف مرات نتراسلوا مع بعض في اطار العمل بالمسنجر "

التحليل:

من خلال عرض المقابلات نلاحظ ان هنالك عدة وسائل اتصالية مستخدمة داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية التي يتم من خلالها تبادل المعلومات والافكار اثناء العمل ومن اهم هذه الوسائل والاكثر استخداما هي الهاتف والبريد الالكتروني نظرا لاستخدامها سهل وسريع في نقل المعلومة

الاستنتاج:

نستنتج من خلال عرض وتحليل المقابلات ان الوسيلة الاتصالية الاكثر اعتمادا واستخداما في بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة هي البريد الالكتروني والهاتف.

السؤال الثالث: هل وسائل الاتصال المتاحة في مؤسستكم كافية لتأدية مهامكم؟

اجاب أغلب المبحوثين ان الوسائل الاتصالية المتاحة في مؤسستهم كافية ومقبولة في تأدية نشاطهم اليومي في البنك وكذا تسهيله وتيسيره من خلال ما لها من فوائد جمة في سرعة تبادل ونقل المعلومات والافكار حيث اجاب المبحوث رقم 9 مستوى جامعي موظف في المصلحة القانونية 34 سنة "الوسائل الاتصالية الموجودة في البنك كافية الحمد لله"، واجاب المبحوث رقم 2 ذكر 36 سنة جامعي رئيس مصلحة المستخدمين "الوسائل لكافية في بنك كافية في ادارة الخدمة الحاجة لي نستحقوها رايها كايين" كما صرح المبحوث رقم 6 جامعي مكلف بالزبائن "طبعا الوسائل الاتصالية الموجودة كافية حاجة متخصص".

التحليل:

الوسائل الاتصالية المستخدمة في بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة كافية لتسيير نشاط الموظفين ومساهمة بشكل فعال في تسيير الاحسن للعمل وهذا ما تطرقنا اليه في الجانب نظري لما لوسائل الاتصال من اهمية في تسيير خدمات البنك.

الاستنتاج:

نستنتج من خلال تحليل المقابلات ان الوسائل الاتصالية المستخدمة داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة كافية وفعالة في تأدية مختلف الوظائف وتسييرها الحسن على اكمل وجه لما لها من سرعة في ايصال البيانات والافكار.

السؤال الرابع: ماهي الاتصالات الضرورية في عملك؟

اجتمع جميع الموظفين على ان كلا الاتصالات ضروري في العمل سواء كانت اتصالات رسمية او غير رسمية فأجاب المبحوث رقم 7 اننى جامعي المكلفة بمصلحة المحاسبة "بصفة عامة كلا الاتصالات ضرورية في اداء العمل مرات تكون بصفة غير رسمية ومرات بصفة رسمية وذلك لما لها من دور في تحقيق تنسيق بين وظائفنا"، وأجاب المبحوث رقم 4 ذكر جامعي موظف في مصلحة تحويلات " جميع الاتصالات ضرورية في تأدية عملنا سواء كانت رسمية او غير رسمية فهي تساعد في تلاحم علاقة بيننا كموظفين في البنك"

كما يرى المبحوث رقم 11 ذكر ثانوي الاستقبال والتوجيه "اي حاجة عندها علاقة بالاتصال هي ضرورية في العمل"

التحليل:

ان جميع الاتصالات ضرورية في تأدية العمل في البنك سواء كانت رسمية او غير رسمية، فهي تساعد في خلق علاقة تعاون و تواءم بين العمال والموظفين وبين الإدارة العليا للبنك كما تسمح هذه الاتصالات للعمال عن تعبير عن عواطفهم وما يجول في وجدانهم.

الاستنتاج:

نستنتج ان جميع الاتصالات ضرورية داخل بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة، لما لها من اهمية ودور عظيم في دعم العلاقات بين الموظفين والرؤساء وكذا الموظفين فيما بينهم وتعزيز الثقة بينهم من خلال اطلاع الموظفين على جميع المعلومات ومنحهم القدرة على تعزيز ذاتهم في وسط العمل.

استنتاج المحور الثاني:

تم توصل في هذا المحور الذي بعنوان "الوسائل والأساليب الاتصالية داخل البنك" ان بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة يستخدم عدة وسائل اتصالية منها القديمة والحديثة التي تتمثل في هاتف ثابت والانترنت اضافة الى مراسلات الإلكترونيّة، الفاكس، التقارير، الاجتماعات لتعزيز الاتصال على مستوى لبنك لما لها من اهمية في تبادل ونقل المعلومات

الأفكار ورغم كل هذه الوسائل إلا أن موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية عشعاشة اختاروا الهاتف والبريد الإلكتروني

فقط لتمييز هذه الوسائل بسرعة والحداثة في نقل المعلومة، وتنظيم أفضل لطريقة العمل والأنشطة المختلفة بين سائر

مكاتب البنك كما تساعد في الأداء الأمثل لتخطيط خطط العمل وتوجيهه .

المحور الثالث: أهمية الاتصال المؤسسي في تحسين فعالية خدمات البنكية.

من خلال هذا المحور سنحاول تعرف على أهمية الاتصال المؤسسي في تحسين فعالية الخدمات بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة ودوره في تحسين الخدمات البنكية ، من خلال الحوافز التي يقدمها للموظفين من اجل رفع مردوديتهم وجعلهم اكثر اقبالا على عطاء في عملهم، وابرز كيف يؤثر على اتخاذهم للقرارات، وكيف يؤثر على بناء هيكل تنظيمي ذو فعالية أكثر.

السؤال الاول: هل تساعد الاساليب الاتصالية في تحقيق أهداف البنك؟

اجاب اغلب المبحوثين على ان الاساليب الاتصالية تساعد في تحقيق أهداف البنك

حيث اجاب المبحوث رقم 1 ذكر جامعي مكلف بمصلحة القروض " ان لأساليب اتصال دور مهم في تحقيق اهداف من خلال تقريب مسافات بين مكاتب البنك وجعل تواصل بيننا اسهل مما يربحنا الكثير من وقت " ويرى المبحوث رقم 5 مكلف بالصندوق " لولا الاتصال لما نجح البنك في نشاطه فهو كل شيء بالنسبة لنا"

واجاب المبحوث رقم 12 رئيس مكتب العلاقات الخارجية وادارية " عونتنا بزاف اساليب الاتصال في الخدمة كون مكاش وسائل الاتصال خدمة تتمشى ثقيل وممكن يتوقف البنك "

التحليل:

تساعد اساليب الاتصال في تحقيق اهداف البنك من خلال تسهيل عميلة تواصل بينهم أثناء نقل وتبادل الافكار والمعلومات مما يؤدي الى منتوجه اكبر في خدماتهم التي تعود على البنك بنفع.

الاستنتاج:

نستنتج ان لأساليب الاتصال دور مهم في تحقيق اهداف بنك الفلاحة والتنمية الريفية من خلال تسهيلات التي تقوم في نقل المعلومات والبيانات وذلك بتقليص الزمن المستغرق اثناء العملية الاتصالية مما يؤدي الى تحسين ادائهم الوظيفي الذي يعود على البنك بنفع وبالتالي مساعدة في تحقيق اهدافه.

السؤال الثاني: حسب رأيك ما الهدف من الاتصال المؤسسي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

أجاب اغلب المبحوثين على ان الهدف من الاتصال المؤسسي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية هو تحسين خدماتهم وتسهيلها وجعل بيئة العمل اكثر ايجابية، حي اجاب المبحوث رقم 7 اننى موظفة بمصلحة المحاسبة " حسب رؤيتي الهدف من الاتصال المؤسسي الحفاظ على الاستقرار البيئية الداخلية للبنك ومساعدة في اتخاذ القرار وكذا نقل وتبادل الأفكار والمعلومات " ويرى المبحوث 2 ذكر رئيس مصلحة المستخدمين على ان الهدف من الاتصال المؤسسي هو خلق علاقة تعاون و تواءم بين العمال والموظفين وبين الإدارة العليا للبنك ويرى ايضا المبحوث 5 مكلف بالصندوق ان الهدف من الاتصال المؤسسي هو لا يمكننا تأدية مهمانا من دون اتصال فهو يساعدنا على تأدية ادوارنا بكفاءة وفعالية ومنه فان هدف منه هو تعزيز خدماتنا.

التحليل:

من خلال المقابلات نلاحظ ان الهدف من الاتصال المؤسسي في البنك هو مساعدة في الخدمات التي يقوم بها الموظفين وتعزيز كفاءتها من خلالها إعداد العمليات الإدارية ومراقبتها وفرضها وتبريرها وتقريب المسافة بين مصالح ومكاتب وكذا بين الموظفين والمسؤولين.

الاستنتاج:

نستنتج ان الهدف من الاتصال المؤسسي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة هو زيادة فعالية اداء الموظفين وتنسيق بين مختلف مكاتب ومصالح هذا الاخير اضافة الى تحسين العمل.

السؤال الثالث: هل تعتقد ان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين نشاط البنوك؟

اجاب اغلب المبحوثين على ان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين نشاط البنك

حيث اجاب المبحوث رقم 8 اننى مكلفة بالأمانة مستوى ثانوي اكد يساعد الاتصال المؤسسي على تحسين نشاط البنك فهو عنصر هام وضروري في عملنا لا يجب

الاستغناء عنه، واجاب المبحوث رقم 12 ذكر جامعي الموظف بمصلحة العلاقات الخارجية "نعم الاتصال المؤسسي يعمل على تحسين نشاط البنوك من خلال تحقيق الانسجام وتعاون بيننا".

التحليل:

من خلال تحليل المقابلات نلاحظ ان معظم المبحوثين اجابوا بان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين نشاط البنوك فللا اتصال المؤسسي أهمية بالغة في تحسين الخدمة المصرفية في البنوك، فكل اتصال جيد و متكامل موضوع وفق أسس صحيحة ستقابلة خدمة مصرفية جيدة التي تأذي بدورها لتحقيق رضا الزبون اتجاه البنك ما ينعكس ايجابا على نشاط مكانة البنك.

نستنتج بان للاتصال المؤسسي دور مهم في تحسين نشاط البنوك فهو وظيفة حيوية لتكوين بيئة عمل حيوية تسودها ثقة وتفاهم والانسجام في العمل مما يؤثر على ادائهم الوظيفي الذي يعود على نشاط البنك بالنفع .

السؤال الرابع: هل تعتقد ان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين بيئة العمل؟

يرى اغلب الباحثين ان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين بيئة العمل وجعلها اكثر سهولة من خلال تنظيم اعمالهم ومتابعتها وتوظيف قدراتهم، فيرى الباحث رقم 9 ذكر موظف بالمصلحة القانونية "نعم الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين بيئة العمل من خلال تحسين العلاقات بيننا كموظفين في العمل وتحقيق تناغم ولانسجام في اداء مهامنا*، ويرى الباحث رقم 1 ذكر رئيس مصلحة القروض

" واه الاتصال المؤسسي يحسن جو خدمة اي مشكله تكون راح تصرى هو لي بساعدنا باه نلوهها بلا بيه ميكونش جو مليح" ويرى الباحث رقم 11 ذكر موظف في مكتب الاستقبال والتوجيه الاتصال بساعد بزاف في تحسين بيئة العمل من خلال خلق جو يسوده تفاهم في اطار العمل وتكوين صداقات بيننا"

التحليل:

من خلال المقابلات نلاحظ ان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين بيئة العمل من خلال العمل على خلق جو تعاوني تسوده عملية سهلة لتبادل المعلومات والافكار وخلق جو تحفيزي بين الموظفين

الاستنتاج:

نستنتج ان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين بيئة العمل في بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة من خلال تكوين علاقات اجتماعية بين الموظفين اثناء الاتصال المباشر في العمل وخلق جو تسوده ثقة وتفاهم بينهم وبين مرؤوسيههم مما يعود على شعورهم بالرضى وبالتالي تتحسن بيئة عملهم.

تم التوصل في هذا المحور الذي بعنوان أهمية الاتصال المؤسسي في تحسين خدمات البنوك الى ان الاتصال المؤسسي

يساعد ويساهم بشكل كبير

في تحسين خدمات البنوك سواء على صعيد الداخلي او الخارجي من خلال تحقيق الانسجام بين الوظائف الداخلية بين

مختلف المصالح الادارية وتسهيل خدماتها وجعل جو اكثر ملائمة للإنتاجية مما يعود على صورة مؤسسة الذي بدوره

يجذب انتباه زبائن اكثر و يكسب ثقتهم.

توصلنا الى:

1_ اعتماد المؤسسات المالية على وسائل التواصل الحديثة في تحسين خدماتها نظرا للمقابلات التي قمنا بأجرائها مع موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة حيث تعتبر وسائل الاتصال عنصر مهم لا يجب الاستغناء عنه في نشاط اي المؤسسة من خلال تسهيل عملية نقل وتبادل الافكار والمعلومات على مستوى مكاتبهم بشكل اسرع وفعالية ومن اهم هذه الوسائل الفاكس الانترنت البريد الالكتروني والهاتف النقال .

2_ تأثير الاتصال المؤسسي على خدمات البنك.

يأثر الاتصال المؤسسي بشكل كبير على خدمات البنك من خلال توجيه العمل على مستواه وتحقيق تنسيق والانسجام بين مختلف وحداته الادارية والعمل على تحسين جو العمل مما يؤثر على مردودية الموظفين في عملهم.

3_ الأهمية البالغة لفنيات الاتصال في تسهيل العمل بين الموظفين في البنك لقد تحققت هذه الفرضية ففنيات الاتصال تساعد بشكل كبير في تسهيل اداء الموظفين لوظائفهم من خلال تقريب بين المكاتب ونقل المعلومات والبيانات بشكل اسرع وكذا المساعدة في تصحيح الاخطاء وتداركها ومساعدة في وضع تخطيط افضل للعمل وكيفية القيام به.

3 توصيات واقتراحات:

- ضرورة الاهتمام بالاتصال المؤسسي من اجل ضمان الافضل لسيرورة العمل في المؤسسة.
- العمل على تطوير فنيات واساليب الاتصال في المؤسسة المالية.
- توعية الموظفين بضرورة الاتصال المؤسسي في انشطتهم اثناء مزاولتهم لوظائفهم.
- الاعتراف بأهمية ودور الاتصال في المؤسسة.
- على بنك الفلاحة والتنمية اعطاء مكانة أكبر للاتصال المؤسسي في مهامها.
- قيام بدورات تكوينية للموظفين بخصوص مهارات الاتصال.
- الاستعانة أكثر بالوسائل الاتصالية الحديثة.

خاتمة

لقد قمنا في هذه الدراسة بمحاولة معرفة دور الاتصال المؤسسي في تحسين خدمة البنوك لدى موظفي بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة عشعاشة وللحصول على النتائج في هذه الدراسة اعتمدنا عدة خطوات نظرية وتطبيقية ومنهجية فقد تمثلت المنهجية في قيامنا بدراسة استطلاعية لاستكشاف ميدان دراستنا وقمنا بوضع اشكالية و التساؤلات و اعطاء فرضيات بالاعتماد على أدوات جمع البيانات و التي تمثلت في الملاحظة و المقابلة مع اختيار مجتمع وعينة البحث للوصول لنتائج اعتمدنا على دراسات سابقة لفهم طبيعة الموضوع و كيفية دراسته.

كما و حاولنا ابراز كل الجوانب النظرية لدراستنا كمفاهيم حول الاتصال المؤسسي واهم انواعه ومهام التي يقوم بها اضافة الى فصل اخر كان ملما بمفاهيم عن المؤسسة واهم اصنافها اضافة الى عنصر اخر الذي يشمل الخدمة البنكية وخصائها واهم مراحل التي يتضمنها العمل المصرفي حيث يعتبر هذا جزء اثار لدراستنا لما له من معلومات ومن اهم النقاط التي استنتجناها في هذا جزء انه يجب إعطاء قيمة أكبر لدور الذي يقوم به الاتصال المؤسسي في تفعيل طاقات البشرية في المؤسسة و على الرؤساء معرفة دورهم في تفعيل هذه الدور من خلال اتخاذ قرارات هامة لإدارة الخدمة المصرفية لما لها من اهمية.

أما الجانب التطبيقي فتضمن تعريف بنك الفلاحة والتنمية الريفية لوكالة عشعاشة واهم الخدمات اضافة الى عرض وتحليل مقابلات مع الموظفين وكذلك عرض نتائج دراسة التي تمثلت في ابراز الدور الذي يقوم به الاتصال المؤسسي في تحسين خدمات المؤسسة المالية ومن خلال نتائج اتضح لنا ان للاتصال المؤسسي يحتل دورا بارزا وهاما في جميع المؤسسات دون استثناء مهما تعددت مجالاتها منها " بنك الفلاحة والتنمية الريفية وكالة عشعاشة" فهو الذي يساهم في تحسين الخدمات التي تقوم بها ويسهر على تحسين اداء الموظفين من خلال التسهيلات التي يقدمها لهم اثناء تأديتهم لمهامهم وكذا سهر على تعزيز سبل وتقنيات الاتصال، فقد كان جد مهم داخل البنك. وهذا من خلال نشر

خاتمة

ثقافة الترابط والتلاحم بين موظفي المصالح، وتحفيزهم في العمل لتحقيق النجاح الذي يتطلبه البنك في نشاطه فهو بحاجة ملحة للحافز الإيجابي بين مختلف الموظفين اثناء تأديتهم.

ففي العموم فقد كشفت هذه الدراسة عن انعكاس واضح وجلي لدور الذي يقوم به الاتصال المؤسسي

في تحسين خدمات المؤسسة المالية فان دراستنا قد اوفت نسبيا لما لها من فائدة علمية فقد كانت نافذة بحثية تستحق

الوقوف امامها ونامل ان تكون اضافة للبحوث في ميدان علوم الاعلام والاتصال .

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

1الكتب:

- 1 ابن منظور لسان العرب ج 1 ط 4 دار الجيل بيروت 2003.
- 2 ابراهيم مصطفى واخرون المعجم الوسيط المكتبة العالمية للطباعة والنشر القاهرة 1972.
- 3 بوقلجة غياث، مقدمة علم النفس التنظيمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ، سنة 1992.
- 4 بشير عباس العلاق، تسويق الخدمات، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 5 تيسير العجارية، التسويق المصرفي، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2005.
- 6 حسين حريم، السلوك التنظيمي، سلوك الأفراد والجماعات في منظمات الأعمال، ط3 2009.
- 7 رياض الحلبي .النقود والبنوك، دار صفاء للنشر و التوزيع، سوريا 2000.
- 8 عزي عبد الرحمان وآخرون عالم الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 1992.
- 9 عطا الله أحمد شاكر، إدارة المؤسسات الاعلامية، ط1، دارأسامة للنشر، الأردن، 2015.
- 10 عبد الحافظ سلامة، الاتصال وتكنولوجيا التعليم، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2007.
- 11 عبد القادر بحيح، تقنيات أعمال البنوك، دار الخلدونية، الجزائر، سنة2013.
- 12 عوض بدير الحداد، تسويق الخدمات المصرفية، البيان للطبع والنشر، ط1، القاهرة، 1999.
- 13 غول فرحات الوجيز في اقتصاد المؤسسة، دار الخلدونية الجزائر 2008.
- 14 سيد عبد النبي محمد، إعادة ابتكار المؤسسات للوصول الى التميز سنة2022.
- 15 سعد يس عمار الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986.
- 16 سعيد محمد المصري، إدارة وتسويق الأنشطة الخدمية الدار الجامعية، مصر، 2002.
- 17 شعبان فرج، الاتصالات الادارية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، سنة 2009.

- 18 صامويل عبود اقتصاد المؤسسة ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 1994.
- 19 صالح خليل ابو أصبع، العلاقات العامة والاتصال الإنساني، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2004.
- 20 صباح حميد علي وأبو زيتون، الاتصالات الإدارية، أسس ومفاهيم ومراسلات الأعمال، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان 2007.
- 21 صباح حميد علي غازي فرحان أبو زيتون،الاتصالات الادارية، أسس ومفاهيم ومراسلات الأعمال، ط1، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان 2009.
- 22 طارق طه ادارة البنوك في بيئة العولمة والأنترنت دار الفكر الجامعي الإسكندرية 2007.
- 23 طارق طه ادارة البنوك وتكنولوجيا المعلومات دار الجامعة الجديدة الاسكندرية 2007.
- 24 كمل محمد الغري اساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية دار ثقافة لتصميم والانتاج عمان 2011.
- 25 ضرار العتيني، العمليات الإدارية مبادئ وأصول وعلم وفن، ط1، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، سنة 2007.
- 26 فضيل دليو اتصال المؤسسة اشعار بالعلاقات العامة عالقات مع صحافة دار الفجر لنشر وتوزيع الجزائر 2003.
- 27 فضيل دليو الاتصال مفاهيمه، نظرياته وسائله، ط1 ، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2013.
- 28 محمد ناصر العديلي، الأسلوب الانساني والتنظيمي من منظور كل مقارن، ط1، الإدارة العامة، الرياض سنة 1995.
- 29 محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، سنة 2000.
- 30 محمد أبو سمرة، الإتصال الإداري والإعلامي، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، سنة 2009.
- 31 محمد السيد فهمي: تكنولوجيا الاتصال في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة، الإسكندرية
- 32 محمد محمود الحيلة : تصميم وإنتاج الوسائل التعليمية ، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2000.

- 33 محمد العزاري أحمد إدريس، العلاقات العممة وفعالية الادارة، المكتبة العلمية، مصر، 2004.
- 34 مصطفى العشوي، أسس علم النفس الصناعي التنظيمي للمؤسسة الوطنية للكتاب، الجرائد، سنة 1992
- 35 محمد علي عبد الوهاب، إدارة الافراد منهج تحليلي، منظمة الادارة والناس، ط2، مكتبة عين الشمس، القاهرة، 1975.
- 36 معن خليل العمر معجم علم الاجتماع، دار الشروق، الأردن، 2000.
- 37 مصطفى حجازي لاتصال في العلاقات الإنسانية و الإدارية، ط2، دار الطليعة، بيروت، 1992.
- 38 محمد علام اعتماد دراسات في علم الاجتماع التنظيمي، المكتبة لأنجلو، مصرية، مصر، 1994.
- 39 محمد محمود مصطفى، التسويق الاستراتيجي للخدمات، دار المناهج، الأردن 2003.
- 40 محمد أبو تايه صباح، التسويق المصرفي، دار وائل للنشر، الطبعة الأولى، عمان، 2008.
- 41 محمد سلطان حمو الاتصالات الإدارية، ط1، دار الراية للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
- 42 موريس أنجرس منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ط1 دار القصبه الجزائر 2004.
- 43 محمد عبيدات، منهجية البحث العلمّي القواعد والمراحل والتطبيقات ط2، دار وائل عمان 1999 44 محمد علي شهاب السلوك الإنساني والتنظيمي دار الفكر الغربي مصر 2000
- 45 ناصر قاسيمي، الاتصال في المؤسسة، دراسة نظرية وتطبيقية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، سنة 2011.
- 46 ناجي معلا، أصول التسويق المصرفي، دار الفقه للنشر، لبنان، 1994.50
- 47 ناصر دادي عدون اقتصاد المؤسسة، دارالمحمدية العامة الجزائر، ط2، 1998.
- 48 هادي نهر أحمد محمود الخطيب إدارة الاتصال والتواصل، النظريات، العمليات، الوسائط، الكفايات، عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، عمان 2009.
- 49 هاني حامد الضمور تسويق الخدمات دار وائل للنشر، الطبعة الرابعة، عمان 2008.
- /2 البحوث ورسائل التخرج:

1 بو غطيط جمال الدين الاتصال التنظيمي وعلاقته بالأداء الوظيفي. مذكرة ماجستير جامعة منتوري، قسنطينة 2009
_2008.

2 صبرينة رماش، الفعالية الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية ، رسالة دكتوراه في العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري،
قسنطينة، 2008-2009.

3 صلاح الدين قيبوعة، محمد العباسي، أبوبكر الصديق، مذكرة تخرج لنيل الدراسات التطبيقية، تسيير المخزونات، معهد
العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة الجزائر، 2001.

4 درحمون هلال ، المحاسبة التحليلية نظام معلومات لتسيير و مساعدة على اتخاذ القرار في المؤسسة الاقتصادية، أطروحة
دكتوراه في العلوم الاقتصادية تخصص نقود ومالية كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر 2005.

3 المراجع الاجنبية:

Dosoyza Thompson and Gale, The strategic management of service Quality.
.Quality Progress, 1985.

Geoff Lancaster and Massing Ham, Lester essentials of marketing. Mc :
Graw – Hall inc. 2nd ed, 2

الملاحق

1 دليل المقابلة:

السمات العامة

الجنس

السن

المستوى التعليمي

المحور الأول: دور الاتصال المؤسسي داخل البنك

1 هل اجتماعات التي تعقد داخل البنك بين الموظفين والمسؤولين كافية؟

2 في اعتقادك هل تساهم العملية الاتصالية في تحسين اداء الموظفين

3 هل تقوم بإعطاء اقتراحات للمسؤولين؟

4 هل يساهم الاتصال المؤسسي في حل المشكلات التي تظهر داخل البنك؟

المحور الثاني: الوسائل والأساليب الاتصالية المستخدمة داخل البنك.

1 ماهي الوسائل الاتصالية التي تعتمد عليها مؤسستكم؟

2 ماهي الوسيلة الاتصالية الاكثر استخداما؟

3 هل وسائل الاتصال المتاحة في مؤسستكم كافية لتأدية مهامكم؟

4 ماهي الاتصالات الضرورية في عملك؟

المحور الثالث: اهمية الاتصال المؤسسي في تحسين فعالية خدمات البنكية.

1 هل تساعد الاساليب الاتصالية في تحقيق أهداف البنك؟

2 حسب رأيك ما الهدف من الاتصال المؤسسي في بنك الفلاحة والتنمية الريفية؟

3 هل تعتقد ان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين نشاط البنوك؟

4 هل تعتقد ان الاتصال المؤسسي يساعد في تحسين بيئة العمل؟

2 جدول السمات

المبحوث	الجنس	السن	المستوى التعليمي	الوظيفة
1	ذكر	38	جامعي	رئيس مصلحة القروض
2	ذكر	36	جامعي	رئيس مصلحة المستخدمين
3	انثى	32	جمعي	مكلفة بالزيائن
4	ذكر	40	جامعي	مصلحة تحويلات والمقاصة
5	ذكر	45	ثانوي	الصندوق
6	ذكر	36	ثانوي	مكلف بالزيائن
7	انثى	40	جامعي	موظفة بمصلحة المحاسبة
8	انثى	29	ثانوي	الأمانة
9	ذكر	31	جامعي	مصلحة القانونية
10	ذكر	34	متوسط	عون امن
11	ذكر	36	ثانوي	استقبال وتوجيه
12	ذكر	43	جامعي	موظف بمصلحة العلاقات الخارجية والادارية

3 الهيكل التنظيمي لبنك الفلاحة والتنمية الريفية - وكالة عشعاشة

