



UNIVERSITE ABDERRAHMANE MIRA. BEJAIA
FACULTE DES SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
DEPARTEMENT DES SCIENCES SOCIALES

MEMOIRE DE FIN DE CYCLE

En vue de l'obtention d'un diplôme de Master

Option : Sociologie du travail et des ressources humaines

Thème

**L'impact de la communication interne sur la
motivation des salariés au sein de l'établissement
public de santé et de proximité de Tazmalt**

Réalisé par :

M^{elle} AMROUCHE Sonia

Encadré par :

D^r BERRETIMA A.Halim

ANNEE UNIVERSITAIRE

2012-2013

Remerciements

Nos remerciements s'adressent en premier lieu au miséricordieux, l'unique et seul qui a mis dans notre chemin les bonnes personnes et nous a confié aux bonnes mains, à travers lui nous remercions le ^{Dr} BERRETIMA A/Halim pour ses paroles encourageantes, ses conseils précieux et sa longue patience, merci infiniment à vous monsieur que le tout puissant vous récompense pour tout.

Ensuite, nous remercions le Directeur de l'E.P.S.P, M^r AREZKI Ali pour son accueil au sein de l'établissement, et tout le personnel de cet établissement pour leurs aides en stage pratique.

Enfin, nos remerciements vont à celles et ceux qui nous ont soutenu, de près ou de loin, merci pour vos tendres paroles et larges sourires, qui nous ont poussés à affronter les obstacles, négliger la fatigue et travailler sans relâche, merci à vous tous.

Dédicace

Je dédie ce modeste travail :

A mes chers parents qui m'ont beaucoup aidé et soutenu, merci mes parents, que le grand ALLAH vous protège et garde notre famille unie ;

A mes frères et mes sœurs ;

A mon encadreur le D^r BERRETIMA A/Halim pour son aide ;

A toute ma grande famille sans exception, cousins et cousines.

A mes amis(es) : (La liste est longue) permettez moi de vous dire, malgré que ma main vous a raté, que je vous porte toujours dans mes souvenirs et dans mes pensées.

Liste des tableaux

Tableaux n°	Titre	page
01	Répartition des unités sanitaires par commune	28
02	Les caractéristiques de la population étudiée	39
03	Répartition des enquêtés selon le sexe	46
04	Répartition des enquêtés selon l'ancienneté	48
05	Répartition des enquêtés selon le niveau d'instruction	50
06	La suffisance d'information chez le personnel de l'établissement	52
07	L'influence des informations données par l'établissement sur le travail au quotidien.	54
08	Evaluation de la bonne information et la nature de la prise de décision	56
09	La facilité de diffuser l'information à la hiérarchie	57
10	La facilité de diffuser l'information aux collègues	58
11	La facilité de diffuser l'information aux autres services	59
12	L'aptitude d'écouter dans l'établissement	60
13	Les attentes des salariés comme moyen de motivation	61
14	Le service de la communication interne	63
15	L'importance de la communication interne	64
16	Le rôle des salariés dans la communication interne	65
17	L'avis des salariés sur la communication interne	67
18	Les outils de communication privilégiés par l'établissement.	68
19	L'usage de l'intranet et la messagerie instantanée dans l'établissement	69
20	l'implication des managers dans l'usage des technologies en communication interne.	71

Sommaire

Introduction

La partie théorique et méthodologique

Chapitre I : Le cadre théorique

1-1 Les raisons du choix du thème.....	6
1-2 Les objectifs du choix du thème.....	7
1-3 Les Etudes antérieures.....	7
1-4 la problématique.....	19
1-5 Les hypothèses.....	22
1-6 Définition des concepts clés.....	23

Chapitre II: Le cadre méthodologique de la recherche

2-1 Présentation de l'établissement public de santé et de proximité de Tazmalt	27
2-2 Environnement et fonctionnement de l'E.P.S.P de Tazmalt.....	28
2-3 La définition de la population de l'enquête.....	35
3-3 La méthode et la technique utilisée.....	36
1- L'échantillonnage.....	36
2- Le déroulement de l'enquête.....	40
3- Les difficultés rencontrées pendant la recherche.....	40

La partie pratique

Chapitre 3: La communication chez l'E.P.S.P de Tazmalt.

3-1 La communication chez l'E.P.S.P de TAZMALT.....	43
3-2 La communication interne chez l'E.P.S.P de TAZMAL.....	43
3-3 Les moyens de communication interne utilisés chez L.E.S.P de Tazmalt.....	44

3-4 Les outils de communication interne existant chez l'E.P.S.P de Tazmalt	44
3-5 La mission de l'E.P.S.P de TAZMALT.....	44

Chapitre 4: Analyses et interprétation des résultats :

4-1- Les caractéristiques personnelles de l'enquêté.....	46
4-2- L'information du personnel et le degré d'influence.....	52
4-3- Le rôle de la communication interne.....	63

Conclusion

Liste bibliographique

Annexes

Introduction

La communication interne existe depuis 1890 avec les premiers journaux dédiés uniquement aux personnels de l'entreprise appelés « document interne » afin que les dirigeants transmettent les consignes et des informations aux salariés.

Par ailleurs, gérer les ressources humaines, c'est prendre en compte comme un actif de la société l'ensemble des personnes qui y travaillent, ceci implique en amont une stratégie, des orientations, des choix, une identification et mutation des compétences et des missions, et des métiers, une gestion de la mobilité. Cette gestion joue aussi un rôle important dans la mise en œuvre d'une politique d'information et de communication.

La communication interne s'effectue entre une organisation et ceux qui fournissent leur force de travail. Elle existe dans chaque type d'organisation, publique ou privée, économique ou associative.

La communication interne est une déclinaison de la communication de l'entreprise, elle apparaît avec l'avènement industriel et s'impose progressivement comme une discipline managériale qui sert à développer les ressources humaines afin d'améliorer l'organisation. Car elle occupe la position fondamentale en affirmant l'identité de l'entreprise et répond aux besoins de relations et de contribution entre toute catégorie d'hommes qui constitue l'environnement socio-économique.

Alors, n'importe quel employé doit savoir le pourquoi et le comment de l'exécution d'une tâche par la diffusion et la circulation des informations, afin d'aboutir à une croissance de la capacité individuelle à agir, en faveur de l'interaction et le dynamisme ainsi que le sentiment d'appartenance et la motivation de chacun.

L'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT, tente de jouer un rôle important qui est l'investissement sur la main-d'œuvre, pas seulement en consacrant le service GRH, mais en créant au sein de ce dernier une communication interne qui s'occupe d'informer et de motiver le personnel . Tout le monde s'accorde alors pour dire que la motivation est le principal facteur de la performance individuelle au travail.

Notre étude s'articule autour de la gestion des ressources humaines et en particulier sur la communication interne et son impact sur la motivation des salariés au sein d'un établissement public de santé et de proximité de TAZMALT

Dans le cadre de notre recherche, « l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés », on a élaboré une étude pour éclaircir certains points relatifs à l'objectif de notre recherche de terrain. Il est très important de préciser que notre objectif à travers cette étude, est de mesurer le degré d'interaction entre les acteurs sociaux et extraire le facteur qui assure la cohésion entre eux.

Nous avons adopté un plan de travail composé de (04) quatre chapitres :

Dans le premier chapitre, nous présentons les raisons qui nous ont incité à étudier notre thème, les objectifs que nous nous sommes fixés, la problématique, les hypothèses et la définition des concepts clés, ainsi que la méthode et la technique utilisée, l'échantillon, les difficultés de l'enquête.

Le deuxième chapitre est constitué d'un cadre méthodologique qui porte sur la présentation et le fonctionnement de l'E.P.S.P de Tazmalt ; les outils utilisés dans cette démarche

Le troisième chapitre porte sur la communication interne au sein de cet établissement public.

Dans le dernier chapitre nous procéderons à l'interprétation des résultats, pour terminer notre recherche par une conclusion

Partie théorique

*Chapitre I: Le cadre
théorique*

Le chercheur doit concevoir sa recherche et penser aux moyens à utiliser à chacune des étapes méthodologiques afin de définir le phénomène de son étude, et d'apporter des solutions au problème étudié.

Par conséquent, nous présenterons dans ce chapitre les raisons qui nous ont motivés à étudier ce thème de recherche.

I-1- Les raisons du choix du thème :

Notre choix de travailler sur l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés au sein d'un établissement public de santé et de proximité de TAZMALT nous a permis :

- d'approfondir nos connaissances dans le fonctionnement et la gestion de la structure.
- La performance d'un établissement est aujourd'hui, indissociablement liée à la capacité de ses dirigeants et de ses équipes à partager et à transmettre avec efficacité l'information.
- L'importance de la communication interne dans un établissement de santé permet aux travailleurs de cet établissement une motivation.
- Le rôle de la communication interne dans l'organisation du travail devient aujourd'hui primordial.
- Savoir quels sont les avantages, les opportunités pour un établissement de motiver ses salariés.

I-2- Les objectifs de choix du thème :

- L'objectif premier de la communication interne est de récolter puis de diffuser, les informations et permettre à l'établissement et à ses acteurs internes d'entretenir l'existence professionnelle de l'établissement.
- Connaître les besoins des salariés en milieu de travail à travers leur motivation et leurs satisfactions.
- La communication interne dans cet établissement a pour objectif de motiver, les salariés, en mettant en valeur leurs ambitions, leurs réalisations
- La communication interne permet ainsi de rassembler et d'établir une relation pérenne entre la direction et les salariés et entre les salariés eux-mêmes, selon leurs métiers et leurs niveaux de responsabilité.

I-3- Les études Antérieures :

La première idée sur la théorie de la motivation était de *Sigmund FREUD* (1856-1936), le père de la psychanalyse est rarement cité et analysé dans la littérature sur le management. A sa place les théoriciens populaires américains comme *David MC-CLELLAND*, *Abraham MASLOW*, *HERZBERG* et *Victor VROOM* constituent des références plus utilisées.

S.FREUD fut pourtant le premier à affirmer : « nous sommes poussés à agir par les forces inconscientes qui nous habitent et qu'il baptise le *subconscient* »¹

Dans les années 30, les organisations cherchent à favoriser le travail de groupe, car celui-ci motive les salariés.

D'après F. Winslow Taylor, «les organisations ont tenté [dans les années

¹Cité par BOULLIGER. D & HOSFED, *Les différences culturelles dans le management*, Les éditions d'organisation, Paris, 1997, p. 213

60-70] de composer les difficultés de travail collectif en rémunérant les performances industrielles et en assurant le bien-être des salariés par des avantages sociaux la motivation s'identifiaient à la satisfaction du travail.»²

Mais dans les années 80, la motivation semble plutôt s'identifier à une application personnelle dans un projet d'équipe développé par les organisations.

A) L'étude de Frederick Winslow TAYLOR³

Taylor considère que la seule motivation du salarié est le salaire, pour mettre en œuvre de nouvelles techniques débouchant sur des gains de productivité. Il suffit d'une faible majoration de salaire et on trouvera toujours des employés qui essaient de modifier leur façon de travailler dans l'entreprise par motivation.

B) L'étude de Lakhdar SEKIOU

D'après cet auteur, «la motivation se définit comme une force qui pousse l'individu à satisfaire ses besoins, ses désirs, ses pulsions et qui détermine un comportement visant à réduire un état de tension et donc, rétablir un équilibre.»⁴

Les principes de la motivation chez cet auteur est de communiquer ; c'est la base de toute stratégie motivationnelle. Le Manager doit savoir communiquer avec ces collaborateurs. Sans communication active, il devient difficile d'entretenir le niveau d'implication d'une équipe, à moins de s'appuyer sur les craintes des salariés.

La communication doit se faire à trois niveaux :

Au quotidien (à travers des échanges opérationnels).

² TAYLOR F. W, *Direction scientifique des entreprises*, Edition DUNOD, Paris, 1991, p. 191

³ MICHEL. Sandra, *Peut-on gérer les motivations*, Edition PUF gestion, Paris, 1989, p. 18

⁴ SEKIOU. Lakhdar, *Gestion de personnel*, Les Editions d'organisation, Paris, 1986, p. 103

À moyen terme (par exemple sur l'organisation et les priorités à venir du service).

A long terme (sur la stratégie globale de l'entreprise).

On notera que par principe cette culture de la communication doit être descendante (voie hiérarchique) mais aussi montante, afin de permettre aux collaborateurs de s'exprimer. Dans cette logique, tous les canaux de communication peuvent être explorés : réunion, lettre d'information, entretien individuel, conversation informelle, etc.

Du côté de l'organisation, une plus grande attention aux individus conduit à modifier profondément les structures hiérarchiques en multipliant les conseils, les voies de communications raccourcies, les contrôles élargies, les soutiens à l'autonomie et à l'indépendance créatrice des producteurs. Plus on prend en compte les potentiels psychologiques du personnel, plus on se trouve ainsi entraîné à façonner d'autres modèles d'organisation.

Abraham MASLOW, McGregor Douglas, Lickert, Leavitt, Drucker et surtout Chris Argyris et Frederick Herzberg, sont les psychologues industriels et les psychologues sociaux qui ont fortement développé la recherche sur les modèles d'organisation capables de prendre en compte la motivation et les capacités cachées du potentiel humain. Dans une époque de forte croissance économique, leur objectif n'étant pas tant de rendre absolument heureux les individus au travail, mais d'inventer des modèles d'organisation qui utilisent toujours davantage les ressources de l'ensemble du personnel.⁵

⁵ Cité par Renaud Sainsaulieu, *Sociologie de l'entreprise*, 2ème édition, Paris, Dalloz, 1995, p. 71-72

C) Abraham MASLOW (1943-1945)⁶

Dans cette perspective Abraham MASLOW a proposé une classification des besoins de motivation dont l'évocation reste toujours une référence dans la pratique sociale de l'entreprise. Sa théorie se base sur les facteurs qui incitent la motivation chez les individus, cela veut dire plus la motivation est importante plus on monte de niveau mais c'est le relationnel qui apporte la satisfaction des besoins de l'individu.

Cette théorie permet de mettre en évidence la hiérarchie des besoins.

Alors *MASLOW* interprète les besoins dans l'entreprise comme suit

a) Les besoins physiologiques :

Dans la hiérarchie des besoins de Maslow, les besoins physiologiques sont prioritaires. Généralement, une personne cherche à satisfaire ses besoins physiologiques avant tous les autres (Maslow, 1970).

Par exemple, une personne qui manque de nourriture, de sécurité et d'amour cherche habituellement à satisfaire son besoin de nourriture avant de satisfaire son besoin d'amour.

Les besoins physiologiques sont les besoins dont la satisfaction est importante ou nécessaire pour la survie. Les êtres humains ont huit besoins physiologiques fondamentaux : les besoins d'oxygène, de liquides, de nourriture, de maintien de la température corporelle, d'élimination, de logement, de repos et de rapports sexuels.

Un nourrisson doit avoir de l'aide pour satisfaire ses besoins de nourriture, de logement, de liquides, de maintien de la température corporelle et d'élimination.

⁶ HAMDI. Kamel, *L'art d'être chef*, Edition ROUIBAH, Alger, 1998, P 98.

À mesure qu'une personne croît et se développe, elle est de plus en plus en mesure de satisfaire ses besoins physiologiques.

b) Les besoins de sécurité

Les besoins de sécurité se consistent dans la protection contre le danger et les déférentes privatisations. *MASLOW* a montré dans son analyse de la « Théorie de la menace », le rôle des conditions de travail et des menaces auxquelles les travailleurs peuvent être soumis, il estime que le public en général et les employés des entreprises peuvent souffrir de troubles psychologiques graves lorsqu'ils sont confrontés à des problèmes.

c) Les besoins sociaux (amour et appartenance)

Ces besoins se présentent dans le besoin de compagnie et d'appartenance à un groupe ou à une communauté. Lorsque les besoins physiologiques et de sécurité sont satisfaits et que le salarié ne craint plus pour son bien être physique, sa sécurité. Ce sont des besoins sociaux qui prendront le relais pour devenir à leur tour facteur déterminants du comportement. Parmi les besoins sociaux, on peut citer les besoins d'appartenance, de regroupement, d'amour et d'amitié. C'est aussi l'affiliation ou l'acceptation des hommes à un ou plusieurs groupes et le fait de sentir accepter par les autres.

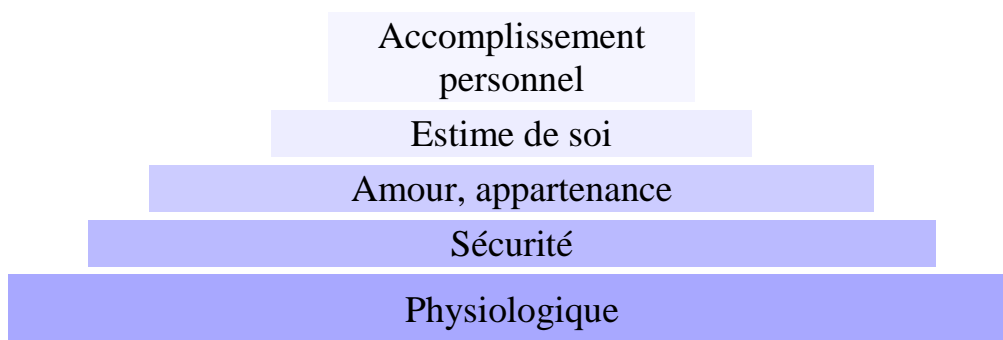
d) Les besoins de considération

Selon *MASLOW*, aussitôt que les hommes commencent à satisfaire leurs besoins d'appartenance, ils viseront l'estime de soi et voudront obtenir celle d'autrui. Ce type de besoin est satisfait par l'acquisition du pouvoir, du prestige, du statut de la confiance en soi.

e) les besoins d'accomplissement

D'après le schéma ci-dessous en haut de la pyramide, se trouve les besoins d'accomplissement ou de développement, c'est la recherche de l'affirmation de soi. L'individu souhaite mettre en contribution ses talents, s'épanouir. Il est à la recherche d'un développement personnel et ceci le motive à utiliser tout son potentiel pour accomplir quelque chose.

Figure n° : 01 Pyramide des besoins de MASLOW



Pyramide des besoins de MASLOW

Source : figure de la pyramide des besoins de MASLOW

A) Etude de Frederick HERZBERG : ⁷

Frederick Herzberg et ses collègues abordent le problème de la motivation au travail à partir de la satisfaction ou de l'insatisfaction que l'individu retire de son travail. Des expériences qu'ils ont conduites, et ont tiré deux conclusions intéressantes :

1- Certaines caractéristiques d'un emploi, appelées « facteurs d'hygiène » sont importantes pour maintenir un niveau acceptable de satisfaction chez le travailleur, telles que les conditions de travail, le climat de travail...etc.

Ces facteurs ne motivent pas tellement mais ils doivent être présents pour éviter l'accroissement de l'insatisfaction.

2- Toutefois, d'autres caractéristiques, apparaissent comme étant des « facteurs de motivation » : la considération, la tâche elle-même, etc., si l'on procure à l'individu ces facteurs en lui donnant l'occasion de jouer un rôle plus actif dans l'organisation, on augmentera sa satisfaction et sa productivité.

La théorie de Herzberg formule que les « facteurs d'hygiène » sont des mobiles négatifs et les « facteurs de motivation » des mobiles positifs.⁸

Les facteurs d'hygiène n'ont pas les caractéristiques suffisantes pour donner un sentiment de développement et de croissance. Au contraire, les facteurs de motivation contribuent à créer une situation psychologique par laquelle l'individu est incité à rechercher la réalisation de soi.

⁷ Cité par Lakhder Sekiou, *Gestion du personnel*, Edition des organisations, Paris, 1986, p. 328

⁸ Ibid, p.329

Le modèle de Herzberg invite les dirigeants à accroître les aspects de défi rattachés au travail afin de rendre celui-ci plus intéressant. Il a donné naissance à la technique de l'enrichissement du travail dont il sera question plus loin. Pour donner plus de motivation au travail et, par conséquent, plus de satisfaction aux travailleurs, il faut, comme le suggère Herzberg, donner un sens au travail en accroissant les responsabilités et en accordant de la considération. Enfin, le modèle de Herzberg, si intéressant soit-il, ne soulève pas moins d'interrogations sur les contrôles et les rapports d'autorités dans l'organisation et il n'accorde pas une place suffisamment importante au rôle des relations humaines comme facteur de motivation.

D) Etude de Kurt LEWIN :⁹

Fut un psychologue américain d'origine allemande spécialisé dans la psychologie sociale. Il s'intéresse également aux nouveaux domaines de recherche centrés autour de la motivation (niveau d'aspiration, apprentissage, concepts de frustration et de régression, etc.). Kurt Lewin considère que les relations d'un individu ou d'un groupe dans son environnement sont régies par des attractions et des répulsions comparables à des champs de force. L'analyse du champ fournit un cadre pour examiner les facteurs (forces) qui influencent une situation, et sont à l'origine des situations sociales. D'après cette théorie, le processus de la motivation se déclenche lorsque l'individu identifie un but qu'il juge important pour lui. Ce but le pousse à un comportement précis. Le résultat des gestes concrets qu'il posera sera satisfaisant ou non pour lui. En d'autres mots, l'individu est motivé pour le travail si trois conditions sont remplies :

⁹ Ibid, p.331

- 1- Si le travail présente pour lui un but important.
- 2- Si sa performance au travail est en conformité avec l'importance accordée à ce but.
- 3- Si sa performance le satisfait

E)- Etude de RENSIS LIKERT¹⁰

Professeur de psychologie industrielle à l'Université de Michigan aux Etats-Unis, Rensis LIKERT conduit des recherches sur les attitudes et les comportements humains au travail. Dans cette perspective, il complète Mayo et Lewin puisqu'il cherche à comprendre dans quelle mesure la nature des relations entre supérieurs et subordonnés peut conduire à des résultats très différents dans un contexte organisationnel identique. Les résultats de ces recherches sont publiés en 1961 dans un ouvrage intitulé *le gouvernement participatif de l'entreprise*.

A partir d'enquêtes auprès de directeurs de grandes compagnies d'assurances, il observe que ceux qui ont les résultats les plus médiocres présentent des traits communs. Leur conception de commandement les conduit à se focaliser sur les tâches à accomplir ; leur mission est avant tout orientée vers la surveillance et le contrôle ; ils adoptent les principes de l'organisation taylorienne de travail. Ce mode de management est devenu dominant après la deuxième guerre mondiale aux Etats-Unis.

Pour autant, il révèle que certains dirigeants semblent obtenir de meilleurs résultats car ils ont une autre attitude vis-à-vis des hommes en situation de travail. En effet, ils ont la conviction qu'il est nécessaire de comprendre les attentes et les valeurs personnelles des salariés afin d'améliorer leur degré de motivation et d'implication au travail, pour ce faire, leur mode de

¹⁰ PLANE Jean-Michel, *théorie des organisations*, 2eme édition, Dunod, Paris, 2003, p.36-38

commandement. Aussi établir une relation de confiance durable dans l'organisation, en adoptant un comportement fondé sur l'empathie qui est la capacité de ressentir les émotions de quelqu'un d'autre, c'est-à-dire l'écoute et la prise en considération des capacités de chacun et des difficultés rencontrées. Cette grande enquête a permis à Likert de poser le principe des relations intégrées, selon lequel les relations entre les membres d'une organisation intègrent les valeurs personnelles de chacun. Cela conduit à considérer que dans une organisation, toute personne doit se sentir considérée et nécessaire à l'entreprise pour travailler efficacement.

Selon Likert, l'efficacité au travail passe par l'abandon de la relation (homme contre homme). Elle nécessite la mise en œuvre d'une organisation par groupe de travail au sein duquel les problèmes rencontrés sont abordés et résolus collectivement. Il développe l'idée d'un mode de management participatif par groupe de travail. Les enquêtes réalisées indiquent que ce mode d'organisation semble plus efficace, car il s'appuie sur des attitudes plus coopératives et sur des relations de confiance. Pour autant, Likert note que ce mode de management est complexe à mettre en place car il nécessite l'acquisition par les salariés de règles et fonctionnement subtiles, ainsi qu'un niveau de convergence suffisant entre les valeurs personnelles de membres du groupe.

F) Etude de Douglas MCGREGOR¹¹

En 1960, *Douglas MC GREGOR* tenta d'expliquer ce qui pousse les gens à travailler en élaborant les théories X et Y. Globalement, ces théories présentent les motivations des employés telles qu'elles sont perçues par les gestionnaires.

Selon la théorie X, les gens, en général, n'aiment pas le travail, n'ont pas d'ambition et fuient toute forme de responsabilités. Les gestionnaires qui adhèrent à cette perspective considèrent qu'il faut continuellement modifier,

¹¹ DOLAND, GOSSELIN. Éric & CARRIERE Jules, *Psychologie du travail et comportement organisationnel*, Les Éditions de la Chenelière, Paris, 2007, P 79

contrôler et diriger le comportement de leurs subordonnés afin de satisfaire les besoins de l'organisation. Ainsi, si les dirigeants n'exercent pas un contrôle strict et rigoureux, les employés risquent de ne pas adopter les comportements conduisant à l'atteinte des objectifs organisationnels.

Selon la théorie Y, les gens aiment travailler, c'est-à-dire qu'ils éprouvent du plaisir à effectuer leur travail. Par conséquent, le travail, au même titre que les loisirs ou les activités récréatives, représente une source potentielle de valorisation et d'émancipation. Les gestionnaires qui adoptent ce point de vue considèrent que les travailleurs recherchent les responsabilités et l'autonomie et qu'ils font preuve d'initiatives et de créativité dans l'accomplissement de leurs tâches.

G) Etude de Shannon et Weaver :¹²

L'acte communicatif existe entre les groupes sociaux depuis des siècles, mais les travaux consacrés à la communication sont de date récente. Parmi les premiers travaux on trouve ceux de « Shannon et Weaver » qui portent sur la théorie de l'information qui est mise au point en 1945 et en 1949.

Son extrême simplicité et sa grande clarté ont servi à définir la communication comme un processus linéaire en plusieurs étapes : une source d'information, un message, un émetteur, un canal, un récepteur et un destinataire avec éventuellement un brouillage possible (le bruit). Si on prend exemple du téléphone, tel que Shannon l'a étudié, on aura donc une personne qui parle (source d'information) et qui émet un message, le combiné du téléphone (émetteur) qui transforme le son vocal en courant électrique

¹² Cité par CACOIN Daniel, communiquer dans les organisations sociales et médico-sociales, enjeu, stratégies, méthodes, 2eme édition, Dunod, Paris, 2004, p.60.

(signaux) transmis par un fil électrique (canal) jusqu'au combiné téléphonique (récepteur) de l'interlocuteur lui-même conçu comme le destinataire, les distorsions éventuelles du son représentent dans ce cas le bruit (parasites).

Ce modèle appliqué à la communication médiatisé, a été complété durant les années cinquante. Par d'autres chercheurs, pour aboutir à l'idée que le processus de rétroaction était souvent décisif et que la communication nécessitait en fait un émetteur, un canal, un message, un récepteur, une relation entre un émetteur et ce récepteur qui produisent un certain type d'effet dans un contexte donné, la communication peut donc être une action sur l'autrui, une interaction avec autrui ou une réaction à l'autrui.

A partir de cette analyse des études antérieures sur « l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés » que nous avons élaboré et problématiser notre objet.

I-4- La problématique :

La communication est l'élément essentiel dans une entreprise. Il faut non seulement une bonne communication interne et externe, mais aussi une bonne communication entre l'employé et sa hiérarchie. Ces relations hiérarchiques passent par la confiance et le respect mutuels, afin de faciliter les échanges entre la direction et les divers services. Le salarié doit se sentir pris en considération par les Managers qui lui proposeraient une stratégie dans la promotion de sa carrière au sein de l'entreprise. La formation est également un bon moyen pour montrer l'engagement de l'entreprise à l'égard des salariés en leur apportant attention et considération professionnelles. En effet, un employeur qui offre au salarié une formation lui prouve qu'il s'intéresse à lui, et que sa présence sur le lieu de travail est importante au sein du groupe. Par cette stratégie de motivation communicationnelle, il lui donnerait la possibilité de se perfectionner et de progresser dans l'exercice de son métier. Une attention toute particulière qui sera un facteur motivant pour tout salarié à la recherche d'une reconnaissance professionnelle.

La communication d'une institution (entreprise, administration, association) recouvre un ensemble de structures et de procédures. Elle permet au salarié de se situer et de se positionner dans son environnement, ceci à travers l'émission, l'écoute et l'échange de messages. Elle vise à adapter l'organisation, ses produits ou ses procédures aux contraintes, aux opportunités et menaces émanant de l'environnement du travail. On comprend alors que la communication dans l'entreprise a pour objectif d'influencer les représentations et comportements des interlocuteurs.¹³

¹³ Nicole d'ALMEDIÀ et Thierry LIBAERT, *La communication interne de l'entreprise*, édition Dunod, 2004, p.9-10

La communication joue un rôle irremplaçable en matière de management. Elle permet de résoudre les problèmes fonctionnels, opérationnels et relationnels et de satisfaire les salariés pour une plus grande motivation. Pour Jean-Marie Peretti, « *l'entreprise de demain ne pourra remplir sa mission et atteindre ses objectifs que si elle améliore sa faculté à communiquer, à informer et à faire participer* »¹⁴

L'entreprise doit chercher à motiver et à améliorer les compétences de ses travailleurs par des moyens adéquats. D'après Levy-Leboyer Claude, « *La compétence et la motivation du personnel, deviennent des éléments décisifs de la survie des entreprises* »¹⁵

De façon plus singulière, la communication interne a comme objectif fondamental d'améliorer la cohésion des travailleurs et donc leur motivation. Cela grâce à un renforcement de la culture d'entreprise et du sentiment d'appartenance, à une amélioration de la circulation de l'information interne afin de décloisonner les différents services au sein de l'entreprise.

Pour Philippe Détrie et Catherine Meslin-Broyez : « *La communication interne a pour rôle de donner du sens pour favoriser l'appropriation, donner de l'âme pour favoriser la cohésion et inciter chacun à mieux communiquer pour favoriser le travail en commun* ». ¹⁶ La communication interne efficace repose alors, plus sur des comportements que sur des supports et donc plus sur le management que sur des techniques. « *La communication est au cœur du management* »¹⁷

¹⁴ Jean-Marie PRETTI, *ressources humaines*, 4ème édition, Vuibert, collection gestion, Paris, 1994, p. 55

¹⁵ Levy-LEBOYER Claude, *La motivation dans les entreprises ; modèles et stratégies*, 2ème édition, Editions d'organisation, Paris, 2003, P14

¹⁶ Philippe Détrie et Catherine Meslin Broyez, *La communication interne au service de management*, édition Liaison, Paris, 1995, p. 19

¹⁷ *ibid*, p.24

Wieman J. M. et Harisson R.P ajoutent que «*quand des employés se trouvent engagés dans un processus de communication inter personnelle efficace, ils augmentent leur propre sentiment de bien-être et d'efficacité* »¹⁸

D'après ces différents auteurs, la communication interne est l'ensemble des flux d'information à l'intérieur d'une organisation. Mais on peut déduire chez Claude Duterme que la communication "*se réfère de plus en plus ces dernières années à une dimension plus construite, une action volontaire au sein de l'entreprise; la gestion de l'information et dans sa version la plus élaborée la recherche de consensus autour de ce qu'on appelle la culture d'entreprise* »¹⁹

A ce sujet, la motivation des salariés au sein de l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT est devenue l'une des préoccupations majeures des responsables en ressources humaines qui s'intéressent aux facteurs déterminant de l'action et du comportement du salarié pour atteindre son objectif ou réaliser son activité. C'est la combinaison de l'ensemble des raisons conscientes ou non, collectives et individuelles, qui inciteraient le salarié dans cet établissement d'agir au sein de son équipe du travail. Un des enjeux de la fonction managériale de cet établissement qui doit assurer la sécurité de l'emploi, la possibilité de l'évolution, la rémunération en fonction des performances individuelles et relationnelles satisfaisantes avec les autres salariés. Il faudrait donc qu'on cherche à comprendre les rapports entre les supérieurs et les salariés dans la définition de la responsabilité et de l'autonomie des salariés dans les stratégies de motivation de cet établissement.

Il nous faudrait démontrer comment la motivation devient-elle le principal facteur de la performance individuelle au travail ? Et comment la communication interne est-elle un facteur de motivation des salariés ? Est-ce

¹⁸ Wierman J .M et Harrison R.P, *Non verbal interaction*, New berg park, CALIFORNIA, Sage, 1983, p.182

¹⁹ Claude Duterme (2002), *La communication interne en entreprise, l'approche de Palo ALTO et l'analyse des organisations*, Edition de BOECK université, p.9

que la motivation des salariés de l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT joue un rôle dans la création d'un climat favorable sur le lieu de travail ?

I-5- Les hypothèses :

Tout travail de recherche scientifique doit être précédé par des suppositions au des réponses préalables aux hypothèses que définit Madeleine Grawitz comme : « *une explication provisoire de la nature des relations entre deux ou plusieurs phénomènes* ». ²⁰

Elle considère qu'« *une hypothèse est une proposition de réponse à la question posée* ». ²¹

Pour répondre aux questions préalables, nous avons formulé deux hypothèses suivantes :

1- La mise en place d'un système de communication interne de la part des responsables de l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT renforce la motivation des salariés.

2- La communication interne au sein de cet établissement public joue un rôle primordial dans la création d'un climat favorable dans le travail.

²⁰ GRAWITZ, Madeleine, *lexique des sciences sociales*, 7e édition, DALLOZ, Paris, 2000, p.211

²¹ Ibid., p.398

I-6- Définition des concepts :

Pour mieux faciliter la compréhension et saisir le sens du contenu de notre recherche, nous allons procéder à la définition des principaux concepts et notions, qui seront utilisés tout au long de ce travail, lesquels se résume comme suit :

Communication :

Lorsque nous pensons « communication » en effet, il nous vient immédiatement à l'esprit l'idée de transmission d'information, si possible mutuelle, entre deux ou plusieurs interlocuteurs. La communication est perçue généralement comme un échange, un processus de partage plus ou moins bien réussi auquel est associée l'idée de meilleure compréhension ainsi que de connaissance partagée ou de rapprochement entre les personnes.²²

Communication au sens étymologique :

Le terme de communication vient du latin *communicare* : mettre en commun être en relation. La communication est l'ensemble de processus physiques et psychologiques par lesquels s'effectue la mise en relation d'un ou plusieurs individus en vue d'atteindre certains objectifs.

Selon Helene BLOCH « *Générer, processus et ensemble de comportements servent à la production, à la transmission et à la réception d'informations pour l'entremise des systèmes symboliques partagés et définis socialement.* »²³

²² Claude Duterme, *la communication interne en entreprise*, l'approche de PALO Alto et l'analyse des organisations, 1ere édition Boeck , Bruxelles, 2002, p.16

²³ BLOCH. Helene et autres, *dictionnaire fondamental de la psychologie*, édition Larousse/VUEF, Paris, 2002, p.692.

Définition opérationnelle :

La communication est fondamentale et essentielle pour l'homme. Elle est l'action de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un.

Communication interne :

Elle peut être définie comme « *l'ensemble des actions de communication destinée aux salariés d'une entreprise ou d'une organisation.....elle se conçoit aujourd'hui comme un instrument d'adhésion interne aux valeurs de l'entreprise et à sa philosophie....* »²⁴

Définition opérationnelle :

Comprendre la **communication interne**, c'est appréhender tous les services qu'elle peut rendre particulièrement en tant qu'outil de motivation des salariés quelle que soit la taille de l'entreprise

Motivation:

Selon le dictionnaire Larousse, le terme de « motivation » a plusieurs sens. Nous nous intéresserons au sens psychologique désignant l'action des forces conscientes ou inconscientes qui déterminent le comportement d'un salarié face à son emploi ou d'un sportif face à ses performances.

Motivation au sens étymologique :

La motivation du latin **movere** « se mettre en mouvement » peut être définie comme le facteur qui pousse quelqu'un à vouloir faire quelque chose ; elle est le processus qui permet de faire le lien entre implication et satisfaction.

²⁴ DECAUDIN Jean Marc, *la communication interne, stratégies et technique*, 2^{ème}. Edition, DUNOD, paris, 2009, P1-2.

C'est parce qu'un individu cherche à satisfaire certains besoins qu'il se motive. Si, par le biais de ses efforts, il obtient ce qu'il cherche, qu'il s'agisse d'un désir conscient ou inconscient, alors il est satisfait. Lorsqu'un manager dit qu'il souhaite motiver un de ses subordonnés, cela signifie en fait qu'il veut que l'employé s'implique, c'est-à-dire qu'il s'investisse dans la réalisation des missions qui lui ont été confiées.²⁵

Motivation :

Dans un sens plus générale, et plus soucieux d'objectivité, on dira que les motivations sont les forces qui déterminent les actes d'un individu. La motivation précède l'acte et se présente comme sa cause.²⁶

Définition opérationnelle :

La motivation est, dans un organisme vivant, la composante ou le processus qui règle son engagement pour une activité précise. La motivation prend de nos jours une place de premier plan dans une organisation. Elle est déterminante pour la productivité chez les employés.

²⁵ Frederick Alexandre-Bailly, Jean Pierre Gruère et autres, *comportements humains et management*, Edition Pearson éducation, France, 2006, p.142

²⁶ - AKOUN André, ANSART Pierre, *Dictionnaire de sociologie*, éd. Le Robert seuil, Tours, 1999, p.353

*Chapitre II : Le cadre
méthodologique*

Chapitre II : le cadre méthodologique

II-1- Présentation du lieu d'enquête :

II-1-1- Présentation de l'organisme d'accueil :

Notre étude « l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés » et en particulier « la motivation du personnel ». C'est pour assurer l'existence de cette dernière sur le terrain, on a choisi l'E.P.S.P de TAZMALT qu'on présentera d'une manière générale avec ses dispositions et ses organes.

II-1-2- Historique et position géographique :

L'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT est un organisme à caractère administratif doté de la personnalité morale et de l'autonomie financière. Il est créé par le décret exécutif N°07-140 du 09 Mai 2007 portant création, organisation et fonctionnement des établissements publics de santé de proximité et des établissements publics hospitaliers. Suites à la promulgation de ce décret, le territoire de l'ex-secteur sanitaire d'Akbou, a été divisé en deux (02) établissements publics de santé de proximité, en plus d'un établissement public hospitalier.

Il s'étend sur le territoire de trois (03) Daïras, composées de huit (08) communes. La population couverte est estimée à 154072 habitants (Année 2006), répartis en 105 villages, d'un relief montagneux et très accidenté, traversé par Oued Soummam qui divise le territoire en deux (02) parties. L'établissement est limité au Nord par la wilaya de Tizi-Ouzou, au Sud par les wilayas de Bordj Bou Arreridj, à l'Est par les communes d'Ouzellaguen et de Tamokra.

Et à l'Ouest par la wilaya de Bouira. Le siège de l'établissement est situé à Tazmalt. Toutes les structures de santé de base relevant des communes de

Tazmalt, Béni Mlikheche, Ighil Ali, Boudjellil, Ait R'zine, Akbou, Ighram et Chellata sont rattachées à cet établissement.

Le renforcement en personnel et moyens matériels s'avère indispensable, surtout avec l'émergence de l'ensemble des centres des santés en polycliniques, ayant en charge les activités de dépistage, d'exploration et de soins de médecine générale, consultation de spécialités de base, exploration radiologiques, analyses de laboratoire et un point d'urgence médicale.

Le tableau n°01 : La répartition des unités sanitaires par commune :

DAIRA	COMMUNE	UNITE
AKBOU	AKBOU	06 salles de soins
	CHELLATA	01 polyclinique 04 salles de soins
	IGHRAM	05 salles de soins
TAZMALT	TAZMALT	01 polyclinique 02 salles de soins
	BOUDJELLIL	01 polyclinique 04 salles de soins
IGHIL ALI	IGHIL ALI	01 polyclinique 02 salles de soins

03 DAIRA	AIT R'ZINE 08communes	01polyclinique 04salles de soins 07polycliniques 34salles de soins
----------	------------------------------	---

Source : Décret exécutif N° 07-140 du 09 Mai 2007.

II-1-3- Environnement et fonctionnement de l'E.P.S.P de Tazmalt:

Comme on a vu dans l'organigramme général, L'E .P.S.P de Tazmalt est constitué de cinq sous-directions, chacune est subdivisée à son tour en services.

3-1- Direction générale :

Elle supervise les activités administratives et médicales de l'établissement. Elle veille au bon fonctionnement de l'établissement public de santé et de proximité de Tazmalt sur le plan juridique administratif.

3-2- Secrétariat de direction :

Est un service annexé à la direction, un intermédiaire entre ce dernier et les autres services ; il a pour tâches :

- Enregistrement du courrier ;
- Classement du courrier ;
- Numérotation du courrier ;
- Etablissement du registre de délibération ;
- Réception des appels téléphoniques ;
- Organisation des réunions ;
- Saisie des lettres adressées aux directions supérieures.

3-3- Sous-direction des ressources humaines :

Il occupe cinq (05) services :

a) Service personnel :

Il s'occupe de la documentation qui concerne tout le personnel (administratif et médical), en l'occurrence :

- la gestion de carrière des fonctionnaires ;
- planning des congés ;
- fiches de notation ;
- suivi des congés de maladie de langue de courte durée.

b) Service contentieux :

Il est chargé des affaires juridiques de personnes physiques et morales.

c) Service de calcul des coûts :

Son rôle est l'estimation des dépenses hospitalières (hôtel, restaurant, pansements, injections...etc.).

d) Service solde :

Il s'occupe de la gestion des finances comme :

- Traitement du personnel (paie) ;
- Rappel des avances et de régulation sur traitement ;
- Traitement des gardes et des conventions.

3-4- Bureau du mouvement et du contrôle :

Superviser le mouvement du personnel, en ce qui est relatif à la discipline et le respect du règlement intérieur :

- Etablissement de la feuille de mouvement ;
- Remplissage des autorisations d'absence ;
- Prise de note des retards et abondons de poste ;
- Suivi des gardes médicaux, paramédicaux et administratifs.

3-5- Sous direction des activités de santé :

Supervise toutes les activités relatives à la santé, elle dispose de :

a) Bureau des activités de santé :

Se charge de :

- Dresser le tableau de garde médicale, paramédicale et administrative ;
- Convention des praticiens, paramédicaux ;
- Suivi des programmes des salles de soins ;
- Statistiques de la vaccination mensuelle, trimestrielle, semestrielle, et annuelle ;
- Rapport relationnel avec les citoyens.

b) Bureau des entrées :

S'occupe de :

- La déclaration des naissances et des décès ;
- Les admissions et les sorties des malades ;
- Etablissement des quittances du paiement ;
- Etablissement des certificats de séjours.

c) Service prévention :

Se charge des :

- Vaccinations (tout type de vaccins) ;
- Statistiques de la vaccination ;
- Maladies transmissibles hydriques (MTH).

3-6- Sous-direction des équipements médicaux :

Divisée en :

a)- Direction des équipements médicaux :

Se charge de l'achat du matériel médical et du parc roulant.

b)- Bureau de la maintenance :

Assure la maintenance de tout équipement médical, la plomberie.

c)- Sous-direction des finances et moyens :

Comprend :

d)- Bureau économat :

Se charge :

- L'établissement des bons de commandes (engagement) ;
- La réception des bons de livraisons, des bons de réception et de la facture qui sera classée dans le registre des dépenses classées.

Le sous service inventaire affilié au bureau cité s'occupe :

- L'établissement de l'inventaire annuel ;
- Recensement du mobilier et du matériel (médical, bureau, roulant...) ;
- Le suivi de l'état des logements de fonction ;
- Le suivi du mouvement du matériel.

3-7- Service des finances : (Bureau du budget et de comptabilité)

S'occupe de l'établissement des mandats pour le paiement du matériel acheté par le bureau économat.

a)- Service magasin :

Son rôle est l'approvisionnement de l'établissement en :

- Fournitures de bureau (casiers, ordinateurs,...)
- Ingrédients (savons, câbles,..)

b)- Service automobile :

Se charge de :

- L'entretien des ambulances et des véhicules de service ;
- L'approvisionnement en carburants ;
- La mécanique et le dépannage ;
- Le contrôle des sorties de véhicule ;
- L'achat de la pièce détachée.

c)- Service d'entretien :

Il a pour fonction :

- Le gardiennage, le nettoyage général à l'intérieur ;
- L'accueil de l'établissement ;
- La sécurité de l'établissement.

d)- La buanderie :

Se charge de :

- Le lavage du linge ;
- La distribution des blousons pour les ouvriers et les médecins et les paramédicaux

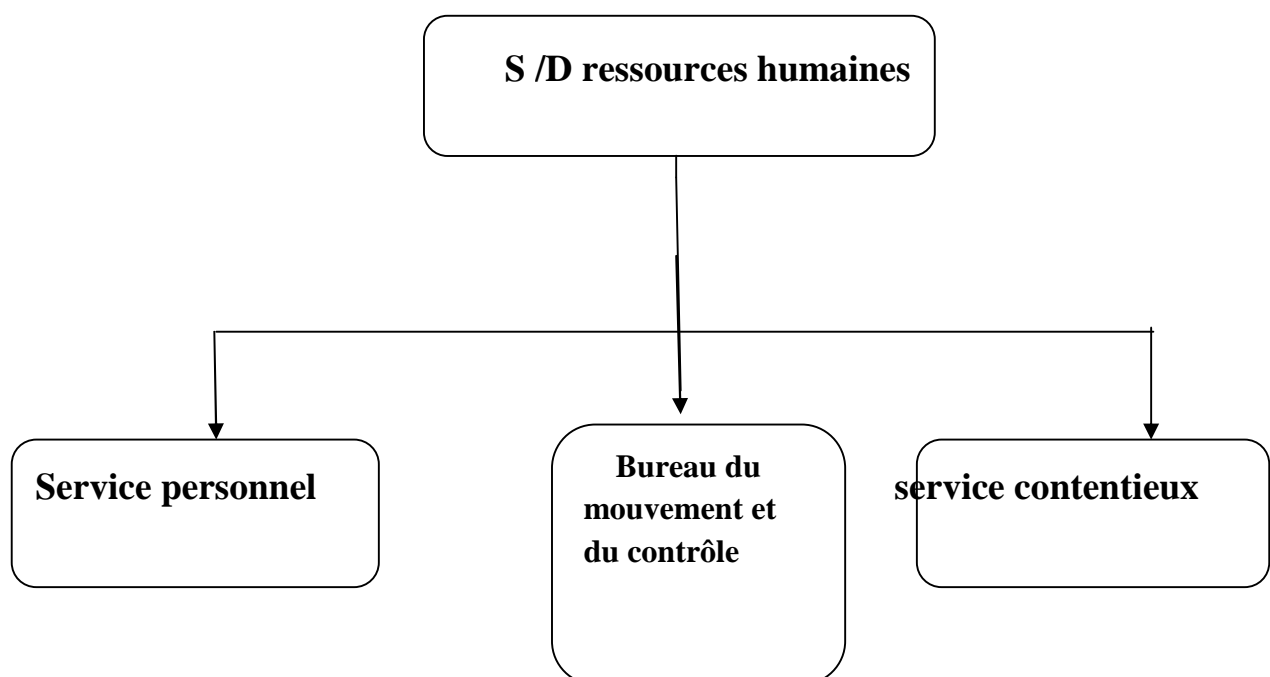
e)- La pharmacie :

Son rôle est :

- L'approvisionnement de l'établissement en médicaments et en sérums (perfuseurs ;...) ;
- L'approvisionnement en droguerie (stupéfiants) ;
- L'approvisionnement en matériel médical).

II-1-4- L'organigramme du champ d'étude :

Notre champ d'étude est représenté dans l'organigramme suivant :



Source : enquête

1. Présentation de l'objet :

Le sujet que nous allons aborder, consiste à concevoir l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés au sein d'un établissement public de santé et de proximité de Tazmalt. Nous pouvons directement comprendre que la population mère de notre recherche est constituée d'environ 280 salariés qui sont répartis en différentes sous directions. Notre échantillon est constitué de 70 individus qui ont répondu à nos questionnaires.

2. La définition de la population mère de l'enquête :

A travers notre thème d'étude nous pouvons comprendre que la population mère de notre recherche est constituée d'environ 280 salariés qui sont répartis en groupes et personnels.

3. La méthode et la technique utilisées dans notre étude :

Dans ce présent chapitre nous présentons la démarche méthodologique et la technique de recherche suivies, par la technique appliquée et enfin le choix de l'échantillon.

3.1 La méthode utilisée :

Avant de parler des techniques de recherche que nous avons utilisé dans notre travail, nous aimerions donner d'abord leur définition.

Selon **Maurice Angers** « *La méthode de recherche est l'ensemble des méthodes et des techniques qui orientent l'élaboration d'une recherche scientifique et guident la démarche scientifique* »¹

²⁸ - Maurice Angers, *Initiation pratique à la méthodologie des sciences humaines*, édition Casbah, Alger, 1997, p.60.

L'impact de la communication interne sur la motivation des salariés au sein de l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT , nous a incité à utiliser la méthode quantitative qui est un moyen qui va nous permettre d'analyser et d'interpréter des données et des réponses recueillies auprès des catégories interrogées au sein de cet établissement. A travers les questionnaires distribués, on va découvrir si la communication interne dans cet établissement motive les salariés.

Cette méthode quantitative qui consiste à recueillir des informations standardisées permettant d'analyser les rapports entre les différents éléments du phénomène étudié, ceci nous permettra donc d'étudier ce dernier en profondeur en interprétant le sens des propos recueillis et les observations retenues.

3.2 La technique d'enquête :

Selon Madeleine Grawitz : « *Toute recherche à caractère scientifique, doit compter sur l'utilisation des procédés opératoires, rigoureux et susceptibles d'être appliqués dans la réalité que l'on appelle technique* »²

Nous avons constaté que la technique du questionnaire qui est la plus employée dans notre domaine d'étude « *vise principalement à recueillir des informations standardisées permettant d'effectuer des analyses quantitatives* »³

Comme l'expliquent R. Quivy et Van Campenhoudt, l'enquête par questionnaire « *consiste à poser à un ensemble de répondants, le plus souvent représentatif d'une population, une série de questions relatives à leur situation sociale, professionnelle ou familiale, à leurs opinions, à leur attitude à l'égard d'opinions ou d'enjeux humains et sociaux, à leurs attentes, à leur niveau de*

² Madeleine Grawitz. *Méthodes des sciences sociales*, 11ème édition, DALLOZ, Paris, p.15.

³ Herve. Fenneteau, *Enquête : entretien et questionnaire*, édition Dunod, France, 2002, p.15.

connaissance ou de conscience d'un événement ou d'un problème, ou encore sur tout autre point qui intéresse les chercheurs »⁴

Le questionnaire comporte des questions fermées, ouvertes et semi ouvertes, dont celle qui portent sur les variables relatives à l'environnement, d'autres portent sur la relation de l'enquêté avec le responsable et enfin les variables sur la motivation des salariés au sein de l'E.P.S.P de TAZMALT.

- **Le questionnaire** : est un ensemble de questions écrites portant sur un sujet particulier et obéissant à des règles précises de préparation, de construction et de passation. Il existe une grande variété de questionnaires que l'on classe selon le but visé : d'opinions, d'intérêts, de connaissances, de motivation.⁵

Le questionnaire est anonyme et a été distribué aux personnes volontaires chaque enquêté devrait évaluer ses données proposées dans le questionnaire.

Au cours de la réalisation de notre questionnaire nous avons essayé d'éviter les questions ambiguës. Nous avons formulé des questions simples, pour que l'enquêté puisse nous répondre. Comme nous avons organisé quelques entretiens lors de la phase de pré-enquête, dans le but de recueillir le maximum d'informations sur notre thème, le questionnaire aussi nous a permis également de recueillir des informations ciblées adaptés aux hypothèses.

L'élaboration de notre questionnaire est enrichie par la réflexion de notre encadreur jusqu'à l'élaboration d'un document final.

Celui-ci contient 19 questions subdivisées en questions fermées, ouvertes et semi ouvertes qui sont rassemblées dans trois axes :

⁴ Quivy R. et Van Campenhoudt L. *Manuel de recherches en sciences sociales*, Bordas, Paris, 1988,p.181.

⁵ Omar Aktouf, *Méthodologie des Sciences sociales et approche qualitative des organisations*, Québec, 1987 p.82

- 1^{er} axe porte sur les caractéristiques personnelles de l'enquêté.
- 2^{eme} axe porte sur l'information du personnel et le degré d'influence.
- 3^{eme} axe porte sur le rôle primordial de la communication interne.

Tableau02 : les caractéristiques de la population étudiée :

Corps	Sexe		Niveau d'instruction				Ancienneté		
	Cadres	Féminin	Masculin	universitaire		Secondaire		Entre 4et 5ans	Plus de 10 ans
00		04	02		02		03	01	
Agents de maitrise	féminin	Masculin	Moyen	secondaire	Universitaire		Entre 4et 5ans	Entre 05 et 10 ans	
	02	05	02	02	03		05	02	
Employés	Féminin	Masculin	Primair e	Moyen	second aire	Univer sitaire	Entre 4et 5ans	Entre 05 et 10ans	Plus de 10ans
	07	13	01	03	07	09	03	12	05
Ouvriers	09	30	07	08	08	16	26	05	08

4. Déroulement de l'enquête :

Notre enquête s'est déroulée durant la période allant du mois de Décembre 2012 au mois de Mars 2013 au sein de l'établissement public de santé et de proximité de Tazmalt. Nous avons distribué 70 questionnaires c'est-à-dire on a pu interroger quatre (04) cadres ; sept (07) agents de maîtrise ; vingt (20) employés et trente neuf (39) ouvriers.

Pour la réalisation de notre travail, nous avons opté pour l'échantillonnage au hasard. On a utilisé le questionnaire car la taille de notre population est nombreuse ; ainsi l'enquête par questionnaire est l'outil qui permet le mieux de collecter des informations auprès de la population avec possibilité de comparer et quantifier le poids respectif des opinions exprimées.

5. Les difficultés rencontrées :

Tout travail scientifique se trouve confronté à des difficultés ; durant notre recherche, on a rencontré des problèmes, on a rencontré quelques obstacles durant la période d'enquête, parmi ceux-là ; nous pouvons citer :

- La recherche connaît quelques limites dues au fait que nous avons interrogé un nombre restreint du personnel, compte tenu du refus de certains de répondre au questionnaire.
- Les réponses incomplètes dans certains questionnaires
- En effet, il nous a été très difficile de consulter les ouvrages qui traitent du rôle de la communication interne en entreprise.

Partie Pratique

Chapitre III : la communication de l'E.P.S.P de Tazmalt :

III-I La communication chez L.E.P.S.P de TAZMALT:

Au siège de l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT, la communication a pour objectif de veiller sur la cohérence des politiques ou sur les stratégies de communication du groupe. Le service se compose de plusieurs divisions ; chacune est dédiée à un métier spécifique : Relations Presse / Coordination internationale, Editions, Communication RH / Communication interne, Evénementiel. Toutes ont cependant le même objectif : communiquer et expliquer les décisions du groupe à toutes les parties prenantes et promouvoir les valeurs et les performances de cet établissement.

III-II La communication interne chez L.E.P.S.P de TAZMALT :

La communication interne dans l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT se situe au service ressource humaine (RH) et son responsable a comme mission de contribuer à la mobilisation et à l'alignement des salariés autour des enjeux majeurs de l'établissement à travers la mise en place d'actions de communication ciblées.

III-III Les moyens de communication interne utilisés chez L.E.P.S.P de TAZMALT

L'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT utilise tous les moyens de communication interne existants : que ce soit les moyens oraux, écrits et audiovisuels.

III-V Les outils de communication interne existants chez L.E.P.S.P de TAZMALT :

Les outils de communication existants dans l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT sont :

- L'entretien individuel,
- La réunion d'information et d'expression,
- Le téléphone et fax,
- Le séminaire,
- La conférence,
- Le tableau d'affichage,
- L'Intranet.

III-VI La mission de l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT :

Un établissement public de santé dont la vocation est assurée des missions connues traditionnellement sous l'expression de service public hospitalier (SPH). Même si cette dernière n'apparaît plus dans le code de la santé publique tel que modifié par la loi de 2009, ces missions de service public peuvent être regroupées comme suit:

- La mission première s'ordonne autour des soins (curatifs et palliatifs) ;
- l'établissement joue un rôle important dans la prévention sanitaire ;
- Un EPSP est un centre de formation important au bénéfice des étudiants en médecine comme des étudiants inscrits à l'Institut de formation en soins infirmiers qui prépare aux métiers d'infirmier et d'aide-soignant. Les différents services reçoivent également très régulièrement des étudiants et des stagiaires dans divers domaines d'activité sanitaire et sociale
- L'humanisme (partage, responsabilité, respect aux autres).

*Chapitre VI: Analyse et
interprétation des résultats*

Chapitre V : Analyse et interprétation des résultats :

Analyse et interprétation des résultats :

Notre recherche qui a été effectuée dans l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT sur le thème de « l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés » tient compte de l'analyse des données et les moyens déployés par l'E.P.S.P pour valoriser la communication interne et veiller à la diffusion de l'information, afin de motiver ses salariés et créer un climat de travail basé sur la satisfaction des salariés.

V-1 Données personnelles :

Tableau N°03 : Répartition des enquêtés selon le sexe :

Effectif Sexe	Nombre d'enquêtés	%
Masculin	52	74.28 %
Féminin	18	25.71 %
Total	70	100%

Source : enquête

Le tableau ci-dessus nous indique la supériorité numérique constatée auprès des enquêtés du sexe masculin qui est de (74.28 %), suivie des enquêtées du sexe féminin avec un pourcentage de (25.71 %).

Dans la faible représentation de la femme dans le monde du travail s'explique par son statut l'influence des traditions sur la sortie de la femme à l'extérieur, L. ADDI souligne, que « *la culture patriarcale limite la vie sociale féminine à l'espace domestique, et interdit à la femme d'en sortir et de se mêler aux hommes. Cette culture est aujourd'hui contrariée par la présence des femmes prenant part aux activités économiques et administratives, notamment dans les villes* »¹. Aussi, dans son ouvrage intitulé : « *Femme, famille et lien social en Algérie* »², déclare que les changements morphologiques qui ont affecté la famille ne peuvent pas être sans conséquences sur les statuts et les rôles de ses membres, dont les intérêts ne sont pas toujours communs. Il ajoute, que la femme est devenue une actrice sociale et essaie de défendre ses intérêts voir de les accroître, ce fait, la femme n'est pas autant passive, développant des stratégies qui lui permettront de s'imposer dans son entourage.

Cela montre que le travail dans l'E.P.S.P n'attire pas beaucoup les femmes, qui travaillent dans l'administration (cadres, secrétaires ou dans le laboratoire). Alors que la majorité des hommes se trouvent sur le terrain.

Mais cela n'empêche pas que les femmes ont trouvé leur statut et prouvé leur existence et leur présence dans le domaine professionnel du secteur sanitaire.

D'après cette analyse, on déduit que le secteur de la santé n'emploie pas énormément de femmes cadres. Ce qu'explique que la place de la femme algérienne dans le monde du travail reste moindre que celle de l'homme. Cette situation reflète le statut de la femme algérienne qui est souvent cantonnée aux activités domestiques. Les femmes algériennes restent alors concentrées souvent

¹ ADDI Lahouari, *les mutations de la société algérienne (famille et lien social dans l'Algérie contemporaine*, éd. La découverte, Paris, 1999, p.127.

² Ibidem

dans des métiers dits "féminins"(Agents d'entretien, enseignantes, infirmières...). Ainsi elles occupent plus que les hommes des emplois non-qualifiés ainsi que temporaires. Et restent moins payées que les hommes. Elles occupent moins de fonctions de direction que les hommes. Cela est confirmé par monsieur Arezki Ali qui est le directeur des ressources humaines de cet établissement.

Contrairement au secteur de la santé en Europe où la femme cadre ou technicienne occupe une place primordiale et bénéficie de l'égalité de chance dans ce secteur, en Algérie elle continue de lutter contre toute discrimination liée au genre, afin de se promouvoir dans les différents domaines de son activité.

Tableau N° 04 : Répartition des enquêtés selon l'ancienneté

EFFECTIF Ancienneté	Nombre d'enquêtés	%
Entre 04 et 5 ans	37	52.85%
Entre 0 5 et 10 ans	19	27.14%
Plus de 10 ans	14	20%
TOTAL	70	100%

Source : enquête

D'après nos résultats, (52.85 %) du total des enquêtés ont une ancienneté entre 4 et 5 ans, et 27.14% entre 5 et 10 ans, suivi de (20 %) qui ont plus de 10 ans.

Cela peut s'expliquer par la politique appliquée dans cet établissement et qui est : la favorisation d'embaucher les moins anciens ou bien les moins expérimentés en raison de leur jeune âge, pour une garantie d'une durée assez longue dans l'établissement et leur donner une chance de promouvoir. L'acquisition de l'expérience au sein de cet établissement selon ces exigences et lois, en attribuant les formations nécessaires.

La bonne rentabilité des employés jeunes dans le secteur de la santé.

Mais ça n'empêche pas de souligner la présence des anciens qui interviennent pour orienter les jeunes employés.

Le recrutement d'un employé marque le point de départ du calcul de son ancienneté. Le contrat de travail délimite ainsi la période d'appréciation de l'ancienneté, période qui s'achève donc lors d'une rupture de contrat. A noter également qu'un salarié qui signe un CDI après une période de CDD garde le bénéfice de l'ancienneté déjà acquise. En cas d'arrêt_maladie, de maternité, ou d'accident du travail, l'ancienneté n'est pas interrompue si le contrat de travail n'est pas achevé. Le bénéfice de l'ancienneté est donc conservé par le salarié même dans le cadre de congés payés ou d'une formation.

Généralement définis par la convention collective d'un établissement, les avantages octroyés en fonction de l'ancienneté d'un salarié peuvent aller de quelques jours de congés payés supplémentaires à un avancement d'échelon en bénéficiant par des primes. En outre, l'ancienneté est un critère déterminant dans le calcul de l'indemnité légale de licenciement.

Lorsqu'un salarié bénéficie de deux ans d'ancienneté continue au sein de la même entreprise, il peut prétendre au droit à l'indemnité légale de licenciement. Par décision de la Cour de cassation, le jour où l'employeur envoie sa lettre de licenciement marque le point de repère du calcul de l'ancienneté. Cependant, c'est bien la date lors de laquelle le préavis s'achève qui est utilisée

pour calculer l'indemnité légale de licenciement lorsque le préavis n'est pas réalisé du fait de l'employeur. En règle générale, si le calcul de l'ancienneté ne correspond pas à un chiffre rond alors l'indemnité de licenciement sera définie au prorata du nombre de mois achevés.³

Ainsi que le salaire à l'ancienneté est de plus en plus remis en cause du fait de l'évolution démographique et de la relative inefficacité d'un mode de rémunération pour inciter les salariés à l'effort.

Même si la rémunération à l'ancienneté a vraisemblablement été une des solutions adoptées. La perspective d'obtenir des augmentations de salaire à l'ancienneté incite le salarié à ne pas quitter l'établissement. Ceci n'empêche pas de souligner la présence des anciens qui interviennent pour orienter les jeunes employés de l'établissement.

Tableau N°05 : Répartition selon le niveau d'instruction :

Effectif Niveau D'instruction	Nombre d'enquêtés	%
Primaire	08	11.42 %
Moyen	13	18.57 %
Secondaire	19	27.14 %
Universitaire	30	42.85 %
TOTAL	70	100%

Source : enquête

³ www.journaldunet.com › *Management* › *Pratique* › *Vie professionnelle*

D'après ce tableau (42.85 %) des enquêtées ont un niveau d'instruction supérieur, suivi de ceux qui ont un niveau secondaire avec (27.14 %), les enquêtés ayons un niveau d'instruction moyen et primaire partagent un taux de (29.99 %) soit (18.57 %) pour les premiers et (11.42 %) pour les seconds.

Nous remarquons aussi l'absence des illettrés et ceci s'explique que cet établissement public de santé et de proximité de TAZMALT exige un niveau d'instruction élevé en raison de l'utilisation de la haute technologie adoptée par cette dernière.

Le niveau d'instruction peut être mesuré par la dernière classe suivie, par le diplôme le plus élevé obtenu ou par le cycle atteint. C'est qu'avec leurs diplômes, ils ont la chance de trouver une activité économique quelconque, qui leur permettra tôt où tard de trouver un emploi. Cette activité économique leur permettre d'avoir un revenu qui leur permettre de veiller au bien-être leurs enfants et de la famille, d'avoir des ressources matérielles et financières pour augmenter le niveau de vie du ménage. La personne instruite a une forte proportion à acquérir des moyens d'informations modernes à travers les journaux, les radios et les télévisions... Puisque le plus souvent, c'est à travers ces médias que sont véhiculées les informations sur les pratiques médicales.⁴

⁴ Jean Claude-Forquin, *les sociologues de l'éducation américains et britanniques*, Boeck Université, Paris, 1997, p.136.

V-2 Analyse des résultats liés à l'information du personnel et le degré d'influence

Tableau N°06 : la suffisance d'information sur l'établissement :

La suffisance d'information	Nombre d'enquêtés	%
Complètement	16	22.85%
Moyennement	46	65.71%
Pas du tout	08	11.42%
Total	70	100%

Source : enquête :

Le tableau ci-dessus explique que la supériorité numérique est attribuée aux salariés qui pensent être moyennement informés sur l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT avec un taux de (65.71 %), suivi de (22.85 %) le déclarent qu'ils sont complètement informés et (11.42 %) et ils n'ont aucune idée sur l'établissement.

La majorité de nos enquêtés (managers et non managers) approuvent que les informations concernant l'établissement sont suffisantes, c'est l'organisme et sa direction qui sont directement responsables de l'exactitude et de la suffisance de l'information relative à l'impact de l'organisme sur l'environnement, que ce soit en termes de résultats. Il s'agit en effet un bilan qui permet d'informer chaque année le salarié du niveau et de la composition de sa rémunération salariale et d'autres composantes comme les primes, les formations...etc.

Outre l'information permet chaque année au salarié de suivre sa situation vis-à-vis de l'assurance retraite (cotisations, calcul du niveau du revenu de remplacement, calendriers, modalités du départ). C'était le Manager de chaque équipe qui détenait l'information et qui la faisait circuler à sa guise. La plupart des théories de l'entreprise affirment que la qualité de l'information au sein d'une entreprise est un moyen efficace pour réduire les coûts de surveillance des dirigeants par les investisseurs et comme le confirme Bozec richard et Zéghal, Pour éviter tout conflit avec les différents partenaires de l'entreprise et préserver ses intérêts personnels, le dirigeant choisit une stratégie de certaines informations. En conséquence, il serait un incitatif pour le dirigeant de publier une information à l'effet positif pour l'entreprise ⁵

La communication suivait donc des règles et des normes établies et la circulation de l'information est codifiée par la hiérarchie. Les trois premières motivations à se former des salariés sont donc :

La possibilité d'obtenir une promotion, l'augmentation des revenus et l'épanouissement personnel et professionnel

A noter qu'il s'agit là des réponses de salariés ayant suivi une formation au cours des trois dernières années.

⁵ Bozec.R richard et Daniel .Zéghal, *Analyse de l'effet de la privatisation des entreprises étatiques sur la divulgation de l'information dans les rapports annuels* , Université d'ottowa, Canada, 2001, p.10

Tableau N° 07 : l'influence des informations données par l'établissement sur le travail au quotidien.

Le degré d'influence des informations	Nombre d'enquêtés	%
Complètement	41	58.57 %
Moyennement	19	27.14 %
Pas du tout	10	14.28 %
Total	70	100 %

Source : enquête

Ce tableau explique que le pourcentage d'influence des informations données par l'établissement sur le travail au quotidien est très élevé chez les enquêtés qui le pensent complètement avec un taux de (58 %), suivi de (27.14 %) pour ceux qui sont moyennement influencés (14.28 %) représentent pour ceux qui ne sont pas du tout informés.

L'explication est simple d'un point de vue professionnel et se change d'un jour à l'autre. Ce qui explique l'influence de l'information et le changement qu'elle engendre.

Sur le pan personnel et psychologique le travailleur peut être influencé par la manière de lui faire communiquer cette information, c'est à dire l'échange et le partage de données à caractère personnel. L'échange. C'est la communication d'informations à un destinataire clairement identifié par un émetteur connu. L'utilisation d'une messagerie sécurisée en constitue un exemple.

Le partage de données permet de mettre à la disposition de plusieurs professionnels fondés à en connaître des informations utiles à la coordination et à la continuité des soins ou à l'intérêt de la personne. Le dossier médical personnel ou le dossier de suivi d'un travailleur social dans le cadre de sa mission d'action sociale en constituent des exemples. Telles que les dérogations au secret professionnel. Ainsi que les professionnels de santé peuvent accéder à toutes les informations concernant la personne prise en charge au sein de cet établissement, sous réserve de respecter des conditions propres tenant, d'une part, au patient (informations et consentement exprès, retrait du consentement possible à tout moment) et, d'autre part, aux professionnels de la santé (qualité du professionnel de la santé, adhésion au projet de santé), comme un moyen efficace d'y parvenir à suivre le travail au quotidien.

Tableau N° 08: évaluation de la bonne information et la nature de la prise de décision :

Une bonne information induit une meilleure prise de décision	Nombre d'enquêtés	%
Absolument	53	75.71 %
Moyennement	13	18.75 %
Pas du tout	04	5.71 %
Total	70	100 %

Source : enquête

D'après ce tableau (75.71 %) des employés affirment qu'une bonne information au bon moment engendre absolument une meilleure prise de décision, (18.75 %) le pensent moyennement et (5.71 %) ne sont pas d'accord.

Par ailleurs, nous remarquons que l'addition des deux premières catégories nous donne un pourcentage de (94.46 %). Ce qui démontre que la formule «*Une bonne information au bon moment engendre une meilleure prise de décision.*» est parfaitement affirmative, et encore tout travail effectué dans ces conditions incite le travailleur à être plus motivé et exécuté sa tâche convenablement.

La qualité de l'information dans un établissement de santé implique la diffusion de cette dernière, à tous les niveaux et plus particulièrement à celui de la direction générale. L'évaluation va permettre ainsi d'uniformiser la qualité des informations, qu'elles proviennent ou non des services internes de l'établissement. L'information doit être pertinente, c'est-à-dire qu'il doit y avoir

adéquation entre le point soulevé et les données fournies. L'information dans l'établissement doit être fournie dans les délais rapides, et sous une forme simple, parfaitement compréhensible. Elle doit pouvoir être exploitée efficacement.

Lorsque ce genre de débats est mené avec succès, le résultat est bien supérieur dans cet établissement.

Tableau N° 09 : La facilité de diffuser l'information avec la hiérarchie.

La facilité de diffuser l'information avec la hiérarchie	Nombre d'enquêtés	%
Oui	49	70 %
Non	21	30 %
Total	70	100 %

Source : enquête

Le tableau ci-dessus nous informe sur la supériorité numérique constatée auprès des employés qui trouvent une facilité de partager l'information avec la hiérarchie (leurs supérieurs) avec un taux de (70 %), et le reste des enquêtés trouvent une difficulté avec leur directeur ou employeur.

Nous constatons que la majorité de nos enquêtés voit que l'information avec la hiérarchie se diffuse facilement.

Nous remarquons que la relation entre un responsable et son subordonné est presque parfaite sur le terrain, ce qui conduit à une entente dans le travail et une satisfaction dans le résultat. La capacité de communiquer de manière

efficace est très importante dans les relations au travail pour que les salariés se sentent à l'aise dans leurs fonctions, et se donner toutes les chances pour réussir et donner leur efforts sur ce qui est important dans l'exécution de leur tâches.

Tableau N° 10 : La facilité de diffuser l'information avec les collègues.

La facilité de diffuser l'information avec les collègues	Nombre d'enquêtés	%
Oui	58	82.85 %
Non	12	17.14 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

D'après ce tableau (82.85 %) des salariés partagent l'information avec leurs collègues, et (17.14 %) négligent cette idée car pour eux l'information ne se partage pas commodément.

Par ailleurs, nous considérons que le partage de l'information est lié à une remarquable présence d'une communication entre les employés.

C'est pour cette raison qu'avoir un réseau qui est un signe de bonne intégration. C'est également d'une grande utilité car c'est en discutant avec des collègues qui permet d'établir des bonnes relations pour un bien être au travail. En effet, si celles-ci sont tendues, elles peuvent rapidement avoir un effet plus que néfaste et devenir invivables au quotidien. Pire encore, elles engendrent une

dépense d'énergie qui serait bien plus profitable à l'atteinte d'objectifs et à la réalisation des activités quotidiennes. Les bonnes relations ne sont pas bénéfiques uniquement pour les salariés, mais pour l'établissement également. D'ailleurs, le sentiment de solitude lié à la charge de travail et à la non communication engendre du stress au travail, ce qui provoque des arrêts de travail et même des risques psycho-sociaux. Les bonnes relations permettent de renforcer la cohésion et l'esprit d'équipe.

Tableau N° 11 : La facilité de diffuser l'information avec les autres services.

La facilité de diffuser L'information avec les autres services	Nombre d'enquêtés	%
Oui	35	50 %
Non	35	50 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

D'après ce tableau les enquêtés partagent le même pourcentage pour les deux catégories est qui est de (50 %).

En vue de ces résultats, nous pouvons dire qu'on terme de partage de l'information avec les autres services notre échantillon montre une égalité assez nette. Ce qui signifie que les salariés communiquent le plus souvent avec les collègues dans des différents services qui définissent l'organisation du travail afin qu'ils partagent plus d'information. Ainsi que ya des données qui montrent que dans cet établissement on utilise un SGD (système de gestion des dossiers)

qui aide les salariés d'échanger les informations en mettant cet outil à leur disposition. Ils permettent aussi de contourner l'intégration des bases de données actuelles. Les SGD sont également un moyen de faciliter l'échange de l'information au sein de l'entreprise et entre les différents salariés.

Tableau N° 12 : L'aptitude d'écouter dans l'établissement.

L'écoute dans l'établissement	Nombre d'enquêtés	%
Complètement	11	15.71 %
Moyennement	37	52.85 %
Pas du tout	22	31.42 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

On constate que (52.85 %) du total des enquêtés sont moyennement écouté dans l'établissement, suivi de (31 %) qui pensent qu'ils ne sont pas écoutés et en dernier lieu (15.71 %) des employés expriment une attention complète et une écoute à leur égard.

L'aptitude d'être écouté dépasse les sens de l'audition à l'application des instructions chez les salariés de notre enquête.

Alors on en déduit que dans cet établissement la participation et l'échange des causes et des informations prennent une place importante, mais (31.42%) non écoutés n'est pas négligeable, si ces derniers n'arrivent pas à faire transmettre et sentir que leurs avis sont pris en compte suite à :

- Le fait de ne pas faire recours aux responsables.
- La politique des rumeurs entre eux.
- Le fait de ne pas être raisonnable dans les avis suggérés.

Tableau N° 13 : Les attentes des salariés comme un moyen de motivation.

Les attentes des salariés	Nombre d'enquêtés	%
Reconnaissance	19	27.14 %
Prime	20	28.57 %
Promotion	14	20
Formation	17	24.28 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

L'analyse du tableau ci-dessus démontre que les salariés adoptent une variation claire dans leur choix de réponses, car (28.57 %) des enquêtés espèrent comme moyen de motivation de recevoir des primes, d'autres préfèrent être reconnus avec un taux de (27.14 %), suivis de ceux qui veulent faire des formations avec (24.28 %). Et enfin (14 %) pour ceux des promotions.

Le tableau montre une variation des avis sur les attentes comme moyen de motivation. C'est-à-dire pour être motivé, il faut avoir un objectif, faire un effort pour l'atteindre et persévérer jusqu'à ce que l'objectif soit atteint. La motivation des salariés établit un lien entre les performances individuelles, la performance collective et la performance de l'établissement. Elle est devenue

une préoccupation centrale dans le management des organisations en général. Les attentes des salariés en matière de reconnaissance concernent essentiellement :

- Les promotions, primes et gratifications financières et les formations.
- Les marques de considération (remerciements, encouragements, missions de confiance, réunions, déjeuners, etc.)

Herzberg distingue deux types de besoins inhérents à l'homme. Les besoins liés aux besoins physiologiques, et les besoins spécifiquement humains de réaliser quelque chose afin de se développer personnellement. Ainsi, Herzberg distingue deux catégories de facteurs de motivation ou de satisfaction.

- Les facteurs d'hygiène, qui sont des facteurs liés aux besoins physiologiques, ne peuvent apporter la satisfaction ou la motivation, mais peuvent en revanche conduire à la démotivation ou l'insatisfaction s'ils ne sont pas présents. Ce sont : la politique et l'administration de l'entreprise, les relations interpersonnelles, les conditions de travail, le statut, la sécurité de l'emploi, la rémunération, les facteurs qui ont un impact sur la vie personnelle (ex. : horaires de travail, mutation).
- Les facteurs de motivation, ou facteurs internes, sont : le sentiment d'accomplissement, la reconnaissance de l'accomplissement, la progression individuelle, le contenu du travail, la responsabilité.

Ainsi, pour améliorer la motivation, Herzberg recommande d'enrichir le travail pour qu'il suscite les facteurs de motivation. L'enrichissement du travail, selon Herzberg, ne doit pas être confondu avec l'élargissement du travail, qui représente une charge de travail supplémentaire sans lien avec les facteurs de motivation. L'enrichissement du travail consiste essentiellement à donner plus

de responsabilités et d'autonomie, à confier des tâches plus complexes, à permettre à chacun de construire une expertise.⁶

En effet, les enquêtes menées auprès des salariés ont montré que la motivation au travail a un effet sur l'efficacité des salariés.

3-Analyse des résultats liés au rôle primordial de la communication interne

Tableau N° 14 : Le service de la communication interne.

L'existence du service	Nombre d'enquêtés	%
Oui	44	62.85 %
Peut-être	26	37.14 %
Non	00	00 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

On comprend que (62.85 %) des enquêtés témoignent de l'existence d'un service qui s'occupe de la communication et (37.14 %) d'entre eux sont pas informer de son existence.

Nous pouvons alors affirmer que le service qui s'occupe de la communication existe d'après la majorité des enquêtés qui le confirment, et en comparant les résultats de ce tableau a ceux des catégories socioprofessionnelles

⁶ http://www.lamicrofinance.org/resource_centers/ressourceshumaines/ressourceshumaines

on trouve que 44 enquêtés ne sont que les Managers qui ont une connaissance de tous les services existants dans l'établissement.

Tableau N° 15 : L'importance de la communication interne.

L'importance	Nombre d'enquêtés	%
Oui	59	84.28 %
Non	11	15.71 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

L'orientation globale du tableau tend vers l'importance de la communication avec un taux de (84.28 %), suivi de (15.71 %) des enquêtés qui ne lui trouvent aucune importance.

En vue de ces résultats, on peut conclure que la communication prend une position importante au sein de cet établissement.

La communication interne a pour rôle principal de favoriser une construction commune du sens dans une entreprise. Elle est souvent liée au mode d'organisation de la structure de fonctionnement de cet établissement. Dans une structure centralisée, de type taylorien, la communication est formelle, le plus souvent écrite. L'information suit donc un sens vertical : de la direction vers les salariés. L'émetteur est le seul à être compétent pour maîtriser les problèmes complexes qu'il doit décomposer en éléments simples et indiquer les solutions précises. Pour bien fonctionner le rouage a donc besoin d'une information et d'une communication optimale. C'est dans cet esprit que Wieman

J. M. et Harisson R.P. (1983) déclarent ceci: « *La communication, en particulier la communication directe inter personnelle est l'âme des organisations. Quand des employés se trouvent engagés dans un processus de communication inter personnelle efficace, ils augmentent leur propre sentiment de bien-être et d'efficacité* »⁷

En conséquence l'objectif global de la communication interne consiste à recueillir puis à diffuser et à transmettre des informations. Elle participe ainsi à la cohésion de l'organisation et permet à ses acteurs internes d'adhérer à ses valeurs. La communication interne a donc un rôle particulier : développer un sens commun. La communication passe par le circuit d'information de l'organisation et par les réseaux internes de communication de cet établissement.

Tableau N° 16 : Le rôle des salariés dans la communication interne.

Le rôle à jouer dans la communication interne.	Nombre d'enquêtés	%
Absolument	16	22.85 %
Moyennement	34	48.57 %
Pas du tout	20	28.57 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

⁷ Op. cit.

La disposition des salariés d'un rôle à jouer dans la communication interne est moyen chez (48.57 %), suivi de (28.57 %) de ceux qui croient qu'ils n'ont aucun rôle à jouer et en dernier lieu (22.85 %) qui disent qu'ils sont absolument impliqués.

On remarque ici que la majorité des enquêtés affirment avoir un rôle à jouer dans la communication que se soit de loin, de près, un petit ou bien un grand rôle. Pour ces enquêtés la bonne communication fait la réussite d'un établissement. Le rôle de la communication interne est d'encourager la relation positive entre les salariés afin de mieux faire travailler les groupes.

La communication interne est alors destinée à toucher un large public interne : l'ensemble du personnel et des populations spécifiques (cadres, agents de production). Ces caractéristiques sont étroites et liées à la taille et à la complexité de l'entreprise. L'existence est rigoureusement construite dans les grandes entreprises où il est important de délivrer une information homogène et commune à l'intérieur de l'entreprise. Elle dépasse une simple transmission de signes et message entre individus, mais elle joue un rôle beaucoup plus important car c'est un acte managérial qui permet de gérer le personnel. En outre, elle sert à mobiliser et motiver les salariés pour une exécution des différentes tâches dans les meilleurs délais.⁸

⁸ [http:// www.bordeauxconseil.com](http://www.bordeauxconseil.com)

Tableau N° 17 : L'avis des salariés sur la communication interne.

L'avis des salariés sur la communication interne et son pouvoir	Nombre d'enquêtés	%
Certainement	57	81.42 %
Moyennement	10	14.28 %
Pas du tout	03	4.28 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

Dans le tableau ci-dessus l'avis des salariés sur le pouvoir de la communication interne de créer un esprit d'équipe et une culture commune est certainement correct pour (81.42 %), moyennement pour certains avec un pourcentage de (14.28 %) et (4.28 %) des enquêtés, ces derniers pensent que la communication interne n'a pas du tout un pouvoir, pour développer un réel esprit d'équipe et de collaboration. Elle se traduit par des gestes concrets, des rencontres avec tout le personnel, des communications uniformes et précises.

D'après ces résultats, on constate que la majorité des enquêtés affirme l'existence d'un pouvoir de la communication interne qui crée un esprit d'équipe et une culture commune. Ainsi que l'arrivée des Technologies de l'information et de la communication (TIC) a bouleversé les modes traditionnels de circulation de l'information. Les TIC apportent de nouvelles formes de circulations de l'information, un partage plus facile des informations, une diffusion plus rapide de l'information, une communication quasi-instantanée. Elles permettent aussi de développer, par le travail coopératif, le partage des compétences et l'esprit d'équipe.

Tableau N° 18 : Les outils de communication privilégié par l'établissement.

Les outils	Nombre d'enquêtés	%
Le journal d'entreprise	05	7.14 %
Réunion de service	15	21.42 %
Revue de presse Séminaires	00	00 %
Entretien individuel	04	5.71 %
Intranet	16	22.85 %
Panneau d'affichage	17	24.28%
Messagerie instantanée	12	17.14 %
Film d'entreprise	01	1.42 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

On obtient de ce tableau la répartition des outils de communication interne, afin de généraliser l'information aux travailleurs de l'E.P.S.P de TAZMALT. On note que le panneau d'affichage vient en première position avec un taux de (24.28 %) d'effectifs interrogés, suivi par l'intranet qui atteint un taux de (22.85 %) des effectifs, suivi par les réunions de service avec un taux de (21.42 %). Puis on trouve la messagerie instantanée avec un pourcentage de (17.17 %), et l'entretien individuel avec (5.71 %) et en dernier lieu par le film d'entreprise avec un taux de (1.42 %). Selon DEPOVER, Christian les outils de communication impliquent donc une construction individuelle parce que pour

pouvoir émettre nos idées, il faut d'abord qu'elles soient implantées et précisées dans notre cognition. Ensuite, ces outils impliquent l'environnement. En effet, la communication exige une interaction entre deux ou plusieurs personnes. Cet environnement peut faciliter l'appropriation des connaissances lorsqu'il est simple comme une discussion entre deux amis. Par contre, l'échange peut être plus enrichissant s'il est fait sur un forum de discussion puisqu'il déstabilise la personne qui l'utilise. Et nous savons que plus le déséquilibre est important, plus l'apprentissage sera significatif.⁹

Cela explique que la majorité des travailleurs, optent pour l'affichage qui reste un moyen ancien, accessible, facile pour faire circuler l'information.

Tableau N°19 : L'intranet et la messagerie instantanée dans l'établissement.

L'arrivée de l'intranet et la messagerie instantanée dans l'établissement est une bonne chose	Nombre d'enquêtés	%
Oui	39	55.71 %
Non	31	44.28 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

D'après les résultats de ce tableau (55.71 %) des enquêtés trouvent que l'arrivée de l'intranet et de la messagerie instantanée dans l'établissement

⁹ DEPOVER, Christian et al. *Enseigner avec les technologies*. Presses de l'Université du Québec. 2007, p.27

est une bonne chose, et (44.28 %) pensent le contraire. Quelques employés jugent que les nouvelles technologies comme l'internet sont indispensables pour l'amélioration de la communication dans l'établissement, contrairement à d'autres enquêtés qui pensent que l'usage de ces outils ralentit le travail étant donné que certains des employés ne se limitent pas sur les conditions de l'utilisation. Intranet accompagne parfaitement des transformations dans les organisations. En favorisant la circulation de l'information, qu'il s'agisse de faciliter le partage des connaissances (procédures de travail collectif, mise à disposition de certaines informations jusqu'alors réservées à certains), en favorisant l'autonomie de chacun dans le travail, il assouplit la structure et la hiérarchie. En conséquence, le positionnement de chacun dans l'organisation se redéfinit : son statut vis-à-vis des uns et des autres, l'organisation de son travail, la perception de son rôle au sein de l'entreprise. Autant de composantes liées à la motivation.¹⁰

Les intranets n'ont pas toujours pris la place des outils traditionnels de circulation de l'information dans des établissements. Ils sont encore souvent juxtaposés. Il est, en effet, courant, de recevoir le journal sur support papier et de le trouver dans sa boîte électronique. Parfois, ils ont permis d'apporter une plus grande visibilité à un document ou de personnaliser les informations en fonction de la cible à qui elles sont transmises dans cet établissement.

¹⁰ Anne-Pauline GARBAR et Magali VERAN, *L'impact de l'intranet sur la motivation dans l'entreprise*, Paris, 2001, p.05

Tableau N°20 :L'implication des managers dans l'usage des technologies en communication interne.

l'implication des managers	Nombre d'enquêtés	%
Oui	59	84.28 %
Non	11	15.71 %
Total	70	100 %

Source : enquête :

Nous remarquons dans ce tableau que (84.28 %) des enquêtés prétendent qu'avec les technologies les managers s'impliquent plus dans la communication interne, et (15.71 %) d'entre eux visent l'inverse.

Cela dit la technologie est fondée pour aider les salariés à s'en sortir dans leur travail, gagner plus de temps et d'argent, ceci ne se focalise pas seulement sur ces derniers mais encore sur la manière adoptée de la part des managers dans l'établissement afin de communiquer avec autrui.

Le développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication dans les domaines sanitaire et médico-social ainsi que des modes d'exercice pluridisciplinaire accroissent le besoin d'échange dans l'intérêt d'une meilleure prise en charge des personnes. Les données de santé et les données médico-sociales sont aujourd'hui des données destinées à être partagées, même si elles relèvent de la vie privée de la personne

L'information est le pivot du système organisationnel dans un établissement. C'est un message ou une donnée perçue par un destinataire, qui modifie sa connaissance sur un sujet ou qui lui permet de résoudre un problème.

Durant de nombreuses années, les Managers pensaient que détenir l'information était une source de pouvoir. Aujourd'hui, la circulation de l'information est devenue une stratégie de communication interne. En effet, lorsqu'elle circule bien, l'information favorise la communication et devient, de ce fait, facteur de cohésion, de motivation, de décision efficace et de créativité. Identifier les circuits d'information est donc une force pour le collaborateur, cela lui permet de se positionner en fonction et de détenir l'information utile au bon moment.

S'il est avéré que détenir l'information utile est primordial pour un collaborateur, il devient, de ce fait, important pour le manager de savoir diffuser l'information et de savoir utiliser ses flux pour le développement de sa communication interne.

Les TIC deviennent un secteur majeur incontournable dans les pays développés affectent toutes les activités économiques et sociales en redéfinissant les notions d'espace et de temps pour échanger, les modèles d'affaire comme les organisations, la compétition économique entre les firmes et d'inventer les nouvelles façons de produire, d'échanger, de financer...etc. L'organisation elle-même change, et évolue.¹¹

Le développement des TIC a également modifié les techniques de gestion des salariés dans les organisations. La gestion des ressources humaines est un ensemble de fonctions et de pratiques ayant pour objectif de mobiliser et développer les ressources individuelles et collectives

L'apport de la communication interne dans la motivation des salariés.

D'après les réponses recueillis on déduit que la motivation au travail est liée à la satisfaction et à la concordance entre ce que le salarié attend du travail

¹¹ Jean-Michel Ledjou et Hanita Randrianasolo-Rakotobe, *Des réseaux et des hommes*, édition GEMDEV et KARTHALA, Paris, 2012,p.300

et ce que le travail est susceptible de lui apporter. C'est donc le goût que le travailleur a de le faire, la mesure dans laquelle il s'y implique, la persévérance, la continuité de l'effort qu'il consent. La motivation résultant de la satisfaction, elle englobe les quelques éléments suivants : le travail lui-même, le niveau économique qu'il représente, les relations dans lesquelles baigne le salarié. Il y a cependant des frustrations, une absence de valorisation du travail, des conflits ce qui abouti finalement à la démotivation des agents ; Mettre en place une bonne communication interne est véritable stratégie d'entreprise. En effet, pour la cohérence de cette dernière, il est important que les salariés s'y sentent considérés comme partie intégrante. Cela renforce le sens collectif, et apporte au chef d'entreprise le soutien de ses employés, ils manifestent à leur tour plus d'intérêt pour l'entreprise. Les salariés étant les vecteurs de l'image de l'entreprise. Une mauvaise communication interne a souvent comme conséquence une mauvaise communication externe.

En cas de mauvaise communication d'entreprise : les salariés ont souvent plus sur l'entreprise par les bruits de couloir que le patron lui-même. Cela peut se révéler dangereux et créer une mauvaise dynamique dans l'entreprise. Les moindres décisions du chef d'entreprise seront discutées et commentées, et bien souvent dramatisées. Il sera alors forcé de faire une mise au point devant ses employés, et devra démêler le vrai du faux. Pas si simple. D'où le fait d'adopter une communication interne transparente.¹²

Pour une meilleure communication interne dans les établissements, il est absolument nécessaire de créer une communication efficace pour faire circuler le message et une bonne motivation du personnel.

¹² Ibidem

Vérification des hypothèses :

D'après les deux hypothèses formulées à savoir :

- L'adoption d'un style de communication interne de la part des responsables permet un renforcement de la motivation des salariés.
- La communication interne joue un rôle primordial dans la création d'un climat favorable dans le travail.

Et d'après les résultats obtenus, nous pouvons dire que nos hypothèses sont confirmées à des degrés divers.

- La majorité de notre échantillon partage facilement l'information soit :
 - (70 %) avec la hiérarchie.
 - (82.85 %) avec les collègues.
 - (50 %) avec les autres services.
- On marque un taux de (65.71 %) pour les enquêtés qui sont suffisamment informés sur l'entreprise.
- Un élément qui nous a interpellé d'une manière très vive est celui de (58.57 %) des enquêtés qui sont complètement pour l'influence des informations données par l'établissement sur le travail au quotidien.
- Un autre élément à signaler est le fait qu'une bonne information diffusée par le responsable au bon moment engendre une meilleure prise de décision pour (75.71 %) des employés.

On peut déduire que l'adoption d'un style de communication informationnel de la part des responsables permet un renforcement de la motivation des salariés.

- La majorité des enquêtés soit (84.28 %) ont déclaré que la communication interne est trop importante au sein de l'E.P.S.P.
- (81.42 %) des employés croient au pouvoir de la communication interne de créer un esprit d'équipe et une culture commune.
- On remarque aussi l'avis des employés sur l'implication des responsables dans la communication interne avec les technologies, (TIC) par exemple.

Et d'après notre étude basée sur le questionnaire, dont les résultats sont présentés dans les pages précédentes, nous avons pu dégager certaines remarques :

L'E.P.S.P de Tazmalt dispose d'un capital humain varié, expérimenté et compétent, ce capital humain représente une force considérable pour l'établissement et offre une grande capacité de communication et d'adoption aux changements et aux défis à venir auxquels l'établissement doit faire face.

La relecture des résultats d'une manière individuelle nous fait remarquer que :

- Avoir un supérieur qui connaît bien son métier.
- Etre à l'aise dans son groupe de travail.
- Etre informé sur l'évolution de travail.
- Faire un travail satisfaisant et favoriser la communication entre les individus

On peut conclure que les employés de l'E.P.S.P de Tazmalt accordent une grande importance aux aspects organisationnels et relationnels dans leurs motivations, ainsi qu'à la qualité de travail, du fait de la bonne communication et la bonne information.

En définitive, on note que l'E.P.S.P donne une importance et une considération à la diffusion de l'information afin de motiver les salariés grâce à la communication interne.

Conclusion

Conclusion :

L'étude qu'on a effectuée au sein de l'établissement public de santé et de proximité de TAZMALT sous le thème « l'impact de la communication interne sur la motivation des salariés », nous a permis de mettre en évidence l'importance qu'accordent les travailleurs et l'administration à la communication interne dans leur travail, ceci malgré les différents niveaux d'instruction et catégories socioprofessionnelles.

Et d'après les résultats obtenus, nous pouvons dire que cette communication interne prend une part importante dans la motivation du personnel, car les employés affirment que les relations entre collègues et responsables sont bonnes avec un taux de (70%) et que les collègues entre eux sont souvent des amis. On a obtenu (82.85%) des interrogées qui affirment ce constat. De plus (65.71%) des salariés sont suffisamment informés par le biais de la communication interne appliquée par l'établissement. Et comme nous montre la pyramide des besoins de MASLOW (p.12) à la sécurité l'estime de soi et l'accomplissement personnel fournissent un accord des salariés sur les besoins qui les motivent et cet accord permet la création d'un climat de travail agréable. Il faut souligner également que pour (81.42%) des employés affirment que la communication interne développe l'appartenance et crée un esprit d'équipe et une culture commune au sein de cet établissement. En ce sens, les missions de communication interne ont toutes un objectif pour favoriser la motivation des salariés dans cet établissement.

Aujourd'hui, avec la mondialisation et la domination de la technologie, les entreprises Algériennes considèrent la communication au sein de l'entreprise, comme un des éléments essentiels de l'établissement de santé pour la motivation des salariés. A l'établissement sanitaire où on a effectué notre enquête, on a constaté que l'existence d'un climat de confiance permet la maîtrise de mise en

place de la technique des outils de communication et aide les salariés à les utiliser au mieux.

En conclusion, et d'après l'analyse que nous avons constatée le rôle de la communication interne au sein de cet établissement est très importante à tous les niveaux, entre le personnel médical, para-médical et administratif, travail homogène et instructif. Cela a induit des résultats certains de cet établissement de santé de Tazmalt au bon fonctionnement des différents services.

Bibliographie

La bibliographie

- **Ouvrages :**

1. ADDI Lahouari, *les mutations de la société algérienne (famille et lien social dans l'Algérie contemporaine*, éd. La découverte, Paris, 1999.
2. Anne-Pauline GARBAR et Magali VERAN, *L'impact de l'intranet sur la motivation dans l'entreprise*, Paris, 2001
3. AKOUN André, ANSART Pierre, *Dictionnaire de sociologie*, éd. Le Robert seuil, Tours, 1999.
4. BLOCH. H et autres, *dictionnaire fondamental de la psychologie*, édition Larousse/VUEF, Paris, 2002.
5. BOULLIGER. D & HOSFED, *Les différences culturelles dans le management*, Les éditions d'organisation, Paris, 1997.
6. Bozec.R richard et Daniel .Zéghal, *Analyse de l'effet de la privatisation des entreprises étatiques sur la divulgation de l'information dans les rapports annuels* , Université d'ottowa, Canada, 2001.
7. CACOIN Daniel, *communiqué dans les organisations sociales et médico-sociales*, enjeu, stratégies, méthodes, 2eme édition, Dunod, Paris.
8. Claude Duterme, *La communication interne en entreprise, l'approche de Palo ALTO et l'analyse des organisations*, Edition de BOECK université, 2002.
9. DECAUDIN Jean Marc, *la communication interne, stratégies et technique*, 2^{ème}. Edition, DUNOD, paris, 2009.
10. DEPOVER, Christian et al. *Enseigner avec les technologies*. Presses de l'Université du Québec. 2007
11. DOLAND, GOSSELIN. Éric & CARRIERE Jules, *Psychologie du travail et comportement organisationnel*, Les Éditions de la Chenelière, Paris, 2007.
12. Frederick Alexandre-Bailly, Jean Pierre Gruère et autres, *comportements humains et management*, édition Pearson éducation, France, 2006.
13. GRAWITZ, Madeleine, *lexique des sciences sociales*, 7e édition, DALLOZ, Paris, 2000,
14. Grand Larousse encyclopédique de langue française, Paris, 2007.
15. HAMDI. Kame1, *L'art d'être chef*, Edition ROUIBAH, Alger, 1998.

16. Herve. Fenneteau, *Enquête : entretien et questionnaire*, édition Dunod, France, 2002.
17. Jean Claude-Forquin, les sociologues de l'éducation américains et britanniques, Boeck Université, Paris, 1997.
18. Jean-Marie Pretti, *ressources humaines*, 4eme édition, Vuibert, collection gestion, Paris, 1994.
19. Jean-Michel Ledjou et Hanita Randrianasolo-Rakotobe, *Des réseaux et des hommes*, édition GEMDEV et KARTHALA, Paris, 2012
20. Levy-LEBOYER Claude, *La motivation dans les entreprises ; modèles et stratégies*, 2eme édition, Editions d'organisation, Paris, 2003.
21. Madeleine Grawitz. *Méthodes des sciences sociales*, 11eme édition, DALLOZ, Paris.
22. MICHEL. Sandra, *Peut-on gérer les motivations*, Edition PUF gestion, Paris, 1989.
23. Nicole d'ALMEDIA – Thierry LIBAERT, *La communication interne de l'entreprise*, édition Dunod, 2004.
24. Omar Aktouf, *Méthodologie des Sciences sociales et approche qualitative des organisations*, Québec, 1987.
25. Philippe Détire, Catherine Meslin Broyez, *La communication interne au service de management*, édition Liaison, Paris.1995.
26. PLANE Jean-Michel, *théorie des organisations*, 2eme édition, Dunod, Paris, 2003.
27. Quivy R. et Van Campenhoudt L. *Manuel de recherches en sciences sociales*, Bordas, Paris, 1988.
28. Renaud Sainsaulieu, *Sociologie de l'entreprise*, 2eme édition ,Paris, Dalloz,1995.
29. SEKIOU. Lakhdar, *Gestion de personnel*, Les Editions d'organisation, Paris, 1986.
30. TAYLOR F. W, *Direction scientifique des entreprises*, Edition DUNOD, Paris, 1991.
31. Wierman J .M et Harrison R.P, *Non verbal interaction*, New berg park,CALIFORNIA, Sage.1983.

- **Sites web :**

www.journaldunet.com > [Management](#) > [Pratique](#) > [Vie professionnelle](#)

[http:// www.bordeauxconseil.com](http://www.bordeauxconseil.com)

http://www.lamicrofinance.org/resource_centers/ressourceshumaines/ressourceshumaines

Annexes

L'impact de la communication interne sur la motivation des salariés

L'établissement public de santé et de proximité de Tazmalt

Questionnaire

I- Données personnelles

1- sexe :

- Masculin
- Féminin

2- Niveau d'instruction

- Illettré
- Primaire
- Moyen
- Secondaire
- Universitaire
- Autre

4- Ancienneté professionnelle

- Entre 04 et 5 ans
- Entre 0 5 et 10 ans
- Plus de 10 ans
-

II- L'information du personnel et le degré d'influence

1- Pensez-vous être suffisamment informé du fonctionnement de votre établissement?

- Complètement
- Moyennement
- Pas du tout

2- Pensez-vous que les informations données par votre établissement ont une influence sur votre travail au quotidien ?

- Complètement
- Moyennement
- Pas du tout

3- Avez-vous le sentiment de pouvoir facilement partager de l'information avec :

Avec votre hiérarchie :

- Oui
- Non

Si non, pourquoi ?

Avec vos collègues :

- Oui
- Non

Avec les autres services :

- Oui
- Non

4- Pensez-vous être écouté dans votre établissement?

- Complètement
- Moyennement
- Pas du tout

5- Quelles sont vos attentes pour animer votre motivation ?

- Reconnaissance
- Prime
- Promotion
- Formation

III- Le rôle primordial de la communication interne

1- Existe-t-il dans votre établissement un service qui s'occupe de la communication interne ?

- o Oui
- o Peut-être
- o Non

2- La communication interne est-elle importante dans un établissement ?

- o Oui
- o Non

3- Avez-vous un rôle à jouer dans la communication interne ?

- o Absolument
- o Moyennement
- o Pas du tout

4- La communication interne crée-t-elle un esprit d'équipe ?

- o Certainement
- o Moyennement
- o Pas du tout

La communication interne crée-t-elle une culture commune ?

- o Certainement
- o Moyennement
- o Pas du tout

5- Quels sont les canaux de communication privilégiés dans votre entreprise ?

- Le journal d'entreprise
- Réunion de service
- Revue de presse Séminaires
- Entretien individuel
- Intranet
- Panneaux d'affichage
- Messagerie instantanée
- Film d'entreprise

6- L'intranet et la messagerie instantanée seraient-elles un bon moyen de communication dans votre établissement ?

- Oui
- Non

7- Avec ces nouvelles technologies, les managers s'impliquent-ils plus dans la communication interne ?

- Oui Non

8- Quel est l'apport de la communication interne dans la motivation des salariés ?

PERSONNEL MEDICAL ET PARA-MEDICAL DE SANTE PUBLIQUE

Etablissements	Médecin spécialiste	Médecin généraliste	Chirurgien dentiste	pharmacien	psychologue	Paramédicaux
CHU BEJAIA	93	66	-	03	04	497
EPH AMIZOUR	22	27	-	01	01	210
EPH AOKAS	11	13	-	01	01	103
EPH AKBOU	18	30	-	01	01	148
EPH SIDI AICH	19	26	-	01	01	187
EPH KHERRATA	12	22	-	01	01	158
EHS IL MATEN	04	02	-	01	02	36
EPSP BEJAIA	07	61	32	01	10	134
EPSP AOKAS	03	41	15	-	01	166
EPSP ADEKAR	-	26	11	-	01	77
EPSP TAZMALT	03	44	22	-	05	102
EPSP SEDDOUK	-	43	12	-	03	102
EPSP EL KSEUR	03	49	22	01	04	128
EPSP SIDI AICH	02	34	16	-	04	119
EPSP KHERRATA	01	37	15	01	03	167
TOTAL	198	521	145	12	42	2334

SOURCE : La direction de la santé de la wilaya de BEJAIA

MOYENS HUMAINES A FOURNIR PAR LES ETABLISSEMENTS
EN CAS DE DECLENCHEMENT PLAN D'INTERVENTION.

ETABLISSEMENT	Moyens humains spécialisés					
	01	02	03	04	05	06
CHU de Bejaia	22	68	57	295	151	29
EPH Aokas	06	04	09	56	16	04
EPH Akbou	08	09	24	105	57	16
EPH S/Aich	06	17	26	151	34	16
EPH Kherrata	07	05	22	59	38	10
EPH Amizour	07	18	23	140	58	13
EHS Ilmaten	-	03	01	04	-	03
EPSP Bejaia	-	01	48	42	34	05
EPSP Aokas	-	02	37	69	52	05
EPSP Tazmalt	-	02	43	29	33	05
EPSP Seddouk	-	-	41	30	23	09
EPSP S/Aich	-	02	31	27	24	08
EPSP Adekar	-	-	22	23	13	08
EPSP Kherrata	-	01	34	36	28	08
EPSP EL Kseur	-	-	45	09	50	11
GLOBAL WILAYA	56	132	463	1075	611	150

Référence :

01/-Chirurgien

02/-Médecins spécialistes

03/-Médecins généraliste

04/-Infirmier diplômé d'état

05/-Infirmier breveté

06/- conducteurs auto

Source : La direction de la santé de la wilaya de BEJAIA.