

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محمد أوحاج

- البويرة -

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

تخصص اتصال و علاقات عامة

أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة الخدمائية .

دراسة حالة للصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء

(وكالة البويرة)

مذكرة مقدمه ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

تحت اشراف :

سعيد زينب

من اعداد الطالبة:

زكري ياسمين

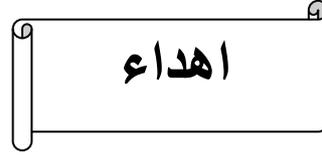
السنة الجامعية :

2021_2020

شكر وتقدير

الحمد لله السميع العليم ذي العزة و الفضل العظيم و الصلاة و السلام على المصطفى الهادي الكريم و على اله و صحبه أجمعين، و بعد مصداقا لقوله تعالى " و لئن شكرتم لأزيدنكم".
أشكر الله العلي القدير الذي أنار لي درب العلم و المعرفة و أعانني على إنهاء هذا العمل.
كما أتقدم بالشكر و الامتنان للدكتورة سعيدي زينب لقبولها الاشراف على هذه الدراسة و تقديم النصيحة و التوجيه لي طيلة إجراء هذه الدراسة من خلال إرشاداتها القيمة و توجيهاتها في كل خطوات البحث.

كما أتقدم بالشكر و الامتنان إلى أساتذتي الأفاضل الذين ساهموا بتوجيهاتهم و نصائحهم طوال مشواري الجامعي و اخص بالذكر الدكتور بورحلة سليمان، و أتقدم بالشكر إلى كل من مدني بيد العون من قريب او بعيد و ساعدني على انجاز هذا العمل بتعاونهم، و أشكر صديقتي فاطمة على تشجيعها لي .



الى اولئك الذين قالوا لي ذات يوم , "لن تستطيعي ".
لقد فعلتها
نجحت !

الملخص :

نظرا للدور الذي تلعبه وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسات، و خاصة الخدماتية منها، فقد انصب اهتمام الكثير من الباحثين على الأثر الذي تتركه على أداء هذه المؤسسات. فقد هدفت دراستنا هذه إلى التعرف على أثر وظائف العلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية (الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء " وكالة البويرة")

و دراستنا هاته تنتمي إلى الدراسات الوصفية، كما اعتمدنا فيها على المنهج الوصفي ، و اشتملت على أداة المقابلة و الملاحظة و الاستبيان في جمع البيانات ، و تمثل مجتمع بحثنا في الموظفين الذين يتعامل معهم القائم بالعلاقات العامة داخل المؤسسة، كما اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية و المتمثلة في 30 موظف متشككين من 10 اناث و 20 ذكور.

و من خلال هذه الدراسة حاولنا الكشف عن وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة و كيفية تأثيرها على أداء المؤسسة ، و توصلنا إلى أن مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء لا يمكنها الاستغناء عن وظائف العلاقات العامة فهي التي تؤدي إلى خلق الثقة بين الموظفين مما ينعكس على أدائهم بالإيجاب و التطور.

Résumé de l'étude :

En raison du rôle que jouent les fonctions de relations publiques au sein des établissements , en particulier les fonctions de service, de nombreux chercheurs se sont concentrés sur l'impact qu'elles ont sur le rendement de ces établissements .

Notre étude visait à identifier l'impact des fonctions de relations publiques dans les institutions de service (Caisse nationale de sécurité sociale pour la non- action « Agence Bouira »).

Notre étude s'inscrit dans le cadre d'études descriptives, car nous nous sommes appuyés sur l'approche descriptive, qui comprenait l'outil d'entrevue , l'observation et le questionnaire dans la collecte de renseignements , représentant la communauté, nous avons examiné les employés traités par le fournisseur de relations publiques au sein de l'établissement, et nous nous sommes également appuyés dans notre étude sur l'échantillon prévu de 30 employés composé de 10 femmes et de 20 hommes.

Grace a cette étude, nous avons essayé de révéler les fonctions de relations publiques au sein de l'institution et comment il affecte la performance de l'institutions, et nous avons constaté que la fondation dispose d'un fonds national de sécurité sociale autre que la procédure ne peut pas.

خطة البحث :

مقدمة

I. البناء المنهجي و المفاهيمي للدراسة:

1. بناء الاشكالية و تساؤلاتها.
2. اسباب اختيار موضوع الدراسة.
3. تحديد المفاهيم و المصطلحات.
4. أهداف الدراسة
5. أهمية الدراسة
6. الدراسات السابقة
7. مجتمع البحث و العينة
8. نوع الدراسة و المنهج المستخدم
9. أدوات جمع البيانات

II. الاطار النظري:

1. الفصل الأول: العلاقات العامة الماهية و الوظائف:

تمهيد

• المبحث الاول: ماهية العلاقات العامة

- **المطلب الاول:** أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة
- **المطلب الثاني:** أهداف العلاقات العامة
- **المطلب الثالث:** أهمية العلاقات العامة
- **المطلب الرابع:** خصائص العلاقات العامة
- **المطلب الخامس:** مبادئ العلاقات العامة

• المبحث الثاني: مرتكزات العلاقات العامة:

- **المطلب الاول:** مهام العلاقات العامة
- **المطلب الثاني:** جمهور العلاقات العامة
- **المطلب الثالث:** الشروط الواجب توافرها في اداء وظيفة العلاقات العامة
- **المطلب الرابع:** وسائل الاتصال في العلاقات العامة
- **المطلب الخامس:** الصعوبات التي يواجهها القائم بالعلاقات العامة

• المبحث الثالث: وظائف العلاقات العامة

- **المطلب الأول:** وظيفة البحث
- **المطلب الثاني:** وظيفة التخطيط
- **المطلب الثالث:** وظيفة التنفيذ

- المطلب الرابع: وظيفة التنسيق
- المطلب الخامس: وظيفة التقييم

خلاصة الفصل

2. الفصل الثاني: مدخل إلى المؤسسة الخدمائية:

تمهيد

• المبحث الاول: ماهية المؤسسة الخدمائية

- المطلب الاول: خصائص المؤسسة الخدمائية
- المطلب الثاني: وظائف المؤسسة الخدمائية
- المطلب الثالث: أهداف المؤسسة الخدمائية

• المبحث الثاني: واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية

- المطلب الاول: دوافع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية
- المطلب الثاني: أهمية العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية
- المطلب الثالث: أهداف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية

خلاصة الفصل.

.III. الاطار التطبيقي:

الفصل الثالث: أثر وظائف العلاقات العامة على أداء مؤسسة الصندوق الوطني للضمان

الاجتماعي لغير الاجراء (وكالة البويرة)

• المبحث الاول: عرض وتحليل نتائج المقابلة

- المطلب الاول: عرض وتحليل وظائف العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء
- المطلب الثاني: عرض وتحليل وسائل العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء
- المطلب الثالث: عرض وتحليل العراقيل التي يواجهها القائم بالعلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء

- المطلب الرابع: عرض وتحليل كيفية تأثير وظائف العلاقات العامة على أداء مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء من منظور القائم بالعلاقات العامة

• المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستمارة

- المطلب الاول: عرض البيانات الشخصية للمبحوثين
- المطلب الثاني: عرض وتحليل اتجاهات الموظفين نحو مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة

- **المطلب الثالث:** عرض وتحليل كيفية تأثير وظائف العلاقات العامة على اداء مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء من منظور الموظفين

نتائج الدراسة

توصيات الدراسة

خاتمة

قائمة المراجع

ملاحق الدراسة

فهرس المحتويات

مقدمة

تعتبر العلاقات العامة بوصفها علما وفنا و ممارسة كما نعرفها اليوم من إفرافات القرن 20م، تطورت و نمت كمفهوم إداري و كوظيفة مهمة في المؤسسة بتطور النسق الاقتصادي و الاجتماعي الإداري و السياسي و الثقافي الذي تعمل فيه، و قد حدث هذا التطور نتيجة للتعقد المتزايد للمجتمع الحديث، و زيادة فهم دوافع و حاجات البيئة الداخلية و الخارجية للمؤسسة، و أصبح كسب رضا المستهلك و تعاونه جزء من العمل اليومي للمؤسسة، و مع بلوغ هذه العلاقات درجة كبيرة من التعقيد و الترابط في المجتمعات المعاصرة تطلب الأمر دراستها دراسة علمية موضوعية، حيث أضحت العلاقات العامة تعبير شائعا في الفكر الإداري.

و من هنا ظهرت العلاقات العامة كعلم حديث نسبيا، و برز الاهتمام بها في المجتمعات الغربية حيث بدأ استعمالها في بيئة الأعمال التجارية و الصناعية، ثم استخدمت بعد ذلك في كافة المؤسسات الأخرى على اختلاف طبيعة نشاطاتها، و ذلك عندما أدركت هذه الأخيرة أنها لا يمكن أن تنجح إذا بقيت بعيدة عن بيئتها أو عزلت نفسها، و أن بقاءها يعتمد بصفة أساسية في مدى قدرتها على الظهور بوجه يرضي أغلب المستهلكين لمخرجاتها.

و مع استمرار هذه التغيرات و التطورات الجديدة، انصب اهتمام المؤسسة على تبنيتها لأساليب التسيير الحديثة، و الوظائف الإدارية المستحدثة في إطار البحث عن الاستراتيجية التنافسية لتحسين أدائها، و بالتالي تحقيق أهداف المؤسسة و التي من أهمها، تكوين ميزة تنافسية تمتاز بالديمومة و الاستمرار، فكانت العلاقات العامة عنصرا حيويا و مهما من الوجهة التنظيمية، و من هنا أدركت المؤسسة مدى أهمية و فائدة العلاقات العامة من خلال ما تؤديه من رسم و تكوين صورة ذهنية جيدة عن المؤسسة و ذلك لضمان تحقيق الأهداف.

و لإظهار الدور الهام لوظائف العلاقات العامة في المؤسسة، التي تركز على العنصر البشري و أدائه، و الذي يظهر من خلال إدارة و تسيير المؤسسة بطريقة استراتيجية، و كذا ربط هذا الدور الحيوي بالاستراتيجية العامة للمؤسسة لأنه يحدد لها أهدافها و اتجاهاتها في مختلف المجالات و يجب التركيز على الجوانب الأكثر ارتباطا بالأداء و دوره في سلوك الفرد العامل داخل المؤسسة.

و من هنا حاولنا معرفة أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة الخدمائية – الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء- وكالة البويرة نموذجا.

ولمعالجة هذا الموضوع قسمنا دراستنا إلى الإطار المنهجي و الذي تطرقنا فيه إلى بناء إشكالية الدراسة و تساؤلاتها ، و أسباب اختيار الموضوع، و تحديد المفاهيم و المصطلحات، أهداف الدراسة و أهميتها، و الدراسات السابقة، مجتمع البحث و العينة، و كذا نوع الدراسة و

مقدمة

المنهج المستخدم، و أدوات جمع البيانات، ، كما تم تقسيم الإطار النظري إلى فصلين ففي الفصل الأول تطرقنا إلى ماهية و وظائف العلاقات العامة و قسم إلى ثلاث مباحث ، المبحث الاول شمل الماهية حيث تطرقنا الى أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة، و أهداف العلاقات العامة، و أهمية العلاقات العامة، و خصائصها ، و مبادئها.

و في المبحث الثاني تطرقنا الى اساسيات العلاقات العامة و هي: مهام العلاقات العامة، جمهور العلاقات العامة، الشروط الواجب توافرها في أداء وظيفة العلاقات العامة، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، و الصعوبات التي تواجه القائم بالعلاقات العامة.

و في المبحث الثالث تطرقنا الى وظائف العلاقات العامة و هي : البحث، التخطيط، الاتصال، التنسيق، التقييم.

أما الفصل الثاني تطرقنا إلى ماهية المؤسسة الخدمائية من خصائص و وظائف و أهداف المؤسسة الخدمائية، و فيما يخص المبحث الثاني فاشتمل على دوافع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية، و فوائد العلاقات العامة و أهدافها في المؤسسة الخدمائية. أما الاطار التطبيقي اشتمل على المعالجة الكمية و الكيفية للبيانات الميدانية من خلال عرض و تحليل البيانات و عرض نتائج الدراسة و الخاتمة.

1_ اشكالية الدراسة وتساؤلاتها :

تعتبر العلاقات العامة وظيفة إدارية لا غنى عنها في المؤسسات، فهي نشاط حيوي متخصص في إقامة علاقات جيدة بين المنظمة و جماهيرها الداخلية و الخارجية، فهي تسعى إلى التعريف بالمؤسسة و نشاطاتها و تحسين صورتها و تسهر على إقامة و تدعيم التفاهم المتبادل بين المؤسسة و جمهورها ، كما تقدم العلاقات العامة خططا و برامج تدرس من خلالها توجهات المؤسسة و تعديلها بما يتفق و مصلحة جماهيرها .

و قد أصبحت العلاقات العامة بمثابة الركيزة الأساسية التي تعتمد عليها أي مؤسسة، حيث أنها تقوم بوظائف إداري لا يمكن الاستغناء عنها، و هذا لامتلاكها مكانة كبيرة و متميزة في إدارة المؤسسات.

وتكتسي وظائف العلاقات العلامة أهمية كبيرة في الوقت الراهن نتيجة التحولات التي طرأت على بيئة الادارة، و التي تتطلب توعية و فهم و اقناع الافراد العاملين بها و حثهم على التجاوب السلوكي لها. و ادراكا لأهمية هذه الوظائف و حساسية دورها في المؤسسات المختلفة، خصوصا المؤسسات الخدمائية التي تساهم بشكل كبير في تطور العديد من الخدمات تلبية لاحتياجات الافراد و المجتمع، فقد أصبحت شريكا و عامل أساسي في صنع و اتخاذ القرارات.

فالعلاقات العامة وظيفة إدارية مستمرة و حيوية ، تعتمد على التخطيط، و تعمل بين طرفين هما المنظمة و جماهيرها الداخلية و الخارجية و ذلك باستخدام وسائل الاعلام و الاتصال الملاءمة بهدف تحقيق أهداف الطرفين بكفاءة و فعالية.

و في المقابل نجد أن ادراك أهمية هاته الوظائف قد انعكس ايجابيا على العديد من المؤسسات التي تسعى جاهدة لتحقيق التوازن بينها و بين جماهيرها، و هذا ليس لكونها مؤسسات ذات طابع تجاري ربحي فحسب ، فهي تركز على التحسين و التطوير من قدرات و مهارات العاملين بالمؤسسة من أجل انجاز المهام الموكلة اليهم بفعالية و كفاءة عالية، و هذا من خلال تفعيل الأداء الوظيفي لهم.

و بناء على ما سبق تأسس موضوع دراستنا الذي يحاول البحث في وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة والتي تعمل على تحسين أداء الموظفين في المؤسسة الخدمائية وتقدم خدمات مختلفة في المجالات التي تنشط فيها إدارة العلاقات العامة، من بينها مؤسسات الضمان الاجتماعي، باعتبارها واحدة من المؤسسات الخدمائية التي هي بأمس الحاجة إلى العلاقات العامة، و تعد نوعا خاصا من أنواع المؤسسات توجه خدماتها إلى الجمهور الخارجي و الذي غالبا ما يحتك بجمهور المؤسسة (الجمهور الداخلي)، محاولين معرفة الدور الذي تلعبه وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية، و للوصول إلى النتيجة اخترنا مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء " وكالة البويرة " و هي مؤسسة خدمائية تعمل على تأمين الفئة غير المأجورة للولاية، و تحسين الخدمات لجمهورها. و من خلال ما سبق نطرح التساؤل الآتي:

الاطار المنهجي و المفاهيمي

ما هو أثر وظائف العلاقات العامة على أداء مؤسسة " الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الجراء (وكالة البويرة) "؟

و يثبت عن هذا التساؤل، التساؤلات الفرعية التالية:

_ ما هي وظائف العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الجراء؟

_ ماهي الوسائل التي يستخدمها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الجراء لتأدية وظائفهم؟

_ ما هي العراقيل التي يواجهها القائمون بالعلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الجراء لتأدية وظائفهم؟

_ كيف تؤثر وظائف العلاقات العامة على أداء مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الجراء؟

2_ أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع من أهم مراحل البحث العلمي، مما لا شك فيه أن اختيار موضوع دون مواضيع أخرى يعود بالدرجة الأولى الى اسباب ذاتية و أسباب موضوعية، و هناك عدة أسباب دفعتني الى البحث في موضوع أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة الخدمائية التجارية منها:

أ- الاسباب الذاتية :

➤ الرغبة الشخصية في التعرف على وظائف العلاقات العامة على مستوى الممارسة في المؤسسة الخدمائية التجارية

➤ الاهتمام الشخصي بنشاطات وبمقياس العلاقات العامة باعتباره من بين أهم النشاطات التي تحتاجها المؤسسات اليوم بالنظر إلى ما يمكن أن تؤديه من دور ايجابي للمؤسسة بشكل خاص، وللمحيط الخارجي بشكل عام.

ب الأسباب الموضوعية:

_ نقص الدراسات السابقة التي تطرقت الى هذا الموضوع.

_ الرغبة في ابراز أهمية وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية التجارية.

_ اهمال مكانة العلاقات العامة في معظم المؤسسات.

3_ أهمية الدراسة:

لهذه الدراسة أهمية كبيرة تفيد الموظفين في المؤسسات الخدمائية، و تتمثل هذه الأهمية في:

الاطار المنهجي و المفاهيمي

الدور المحوري الذي تلعبه وظائف العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسات الخدمائية.

تظهر أهمية الدراسة من أهمية الموضوع بمختلف متغيراته، فالعلاقات العامة تعتبر ظاهرة مهمة للعديد من المؤسسات الخدمائية.

وظائف العلاقات العامة عنصر بارز يساعد على تحقيق أهداف المؤسسة و يزيد من أهمية العلاقات العامة كوظيفة استراتيجية في المؤسسة الخدمائية.

إبراز دور العلاقات العامة داخل المؤسسة و تأثيرها على مختلف علاقات العمل، حيث تزيد الانتاجية و المردودية و تحسين الأداء الوظيفي.

4_ أهداف الدراسة:

انطلاقاً من أهمية الموضوع قيد الدراسة، كانت الأهداف المرجو الوصول إليها كالتالي:

محاولة معرفة أثر وظائف العلاقات العامة في أداء المؤسسة الخدمائية (الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء وكالة البويرة)

محاولة التعرف على وظائف العلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء " وكالة البويرة " .

محاولة تحديد الوسائل التي يستخدمها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء (وكالة البويرة) لتأدية وظائفهم.

محاولة معرفة العراقيل التي يواجهها القائمون بالعلاقات العامة لتأدية وظائفهم في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء (وكالة البويرة) .

5_ تحديد المفاهيم :

➤ العلاقات العامة:

لغة: هي عبارة عن مفهوم لفظي مركب من كلمتين، الاولى العلاقات، و الثانية عامة، و العلاقات جمع علاقة و العلاقة بالفتح هي الربط بين موضوعين أو أكثر، و بذلك فالعلاقات هي الروابط و الآثار المتبادلة التي تنشأ استجابة لنشاط أو سلوك، و الاستجابة شرط أساسي لتكوين علاقات اجتماعية .¹

¹ محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، ص 364

الاطار المنهجي و المفاهيمي

و تعرفها مجلة أخبار العلاقات العامة بأنها وظيفة الإدارة التي تقوم بتقييم اتجاهات الجمهور و ربط سياسات و أعمال فرد أو منشأة بالصالح العام، و تنفيذ برنامجا لكسب تأييد الجمهور و تفهمه.²

كما يعرفها معهد العلاقات العامة البريطاني بأنها الجهود الادارية المرسومة المستمرة التي تهدف الى اقامة و تدعيم تفاهم متبادل بين أي هيئة و جمهورها.³

_ قاموس علم الاجتماع: هي بناء ينظم نظريات و تكتيكات تفيد في دراسة و تحديد العلاقات ما بين المؤسسة و جماهيرها.⁴

_ قاموس le petit la rousse: عرف العلاقات العامة بأنها نشاط محترف يهدف الى اعلام الرأي العام بما حققته المؤسسة، و هذا من اجل تحسين صورتها الذهنية.⁵

و ترى الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها: وظيفة ادارية مخططة و مستمرة تقوم بها المنظمات و الهيئات بهدف كسب تأييد جماهيرها المستهدفة عن طريق اتجاهات الرأي العام لتحقيق التعاون و خدمة المصالح المشتركة.⁶

ان العلاقات العامة هي وظيفة إدارية تساعد المنظمات في تحديد أهدافها و تحقيقها، و يمارس رجال العلاقات العامة العمليات الاتصالية مع الجماهير الداخلية و الخارجية التي تتعامل معها المنظمة لخلق علاقات جيدة، و تحقيق الانسجام و تطلعات المجتمع.⁷

² المرجع نفسه , ص18

³ علي بن فايز الجحني، مدخل الى العلاقات العامة و الانسانية، دب.ن، ط1، الرياض، 2006، ص19

⁴ لعراية سوريا , البعد الاتصالي لإستراتيجية التسويق في المؤسسة الاقتصادية _ رسالة ماجستير _ قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة، 2009، ص32

⁵ illustre , 2002, le petit la rousse. p40

⁶ عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة و العولمة، ، دار جرير للنشر و التوزيع، ط1، 2005، عمان ، ص(31، 32)

⁷ محمد الجمال راسم، معوض عياد خيرت، ادارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2005، ص37

الاطار المنهجي و المفاهيمي

التعريف الاجرائي:

العلاقات العامة في هذه الدراسة هي عملية مستمرة تسعى ادارة مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء من خلالها لمحافظة و تعزيز الفهم و الثقة بين موظفيها (الجمهور الداخلي) وتحسين صورتها بين الجمهور الخارجي بشكل عام.

المؤسسة الخدمائية :

المؤسسة:

لغة: هو اسم مكان للفعل اسس و مصدره تأسيس و معناه جعل الشيء اساسيا اي قاعدة معينة و يعني عملية جمع عوامل معينة او معطيات و ترتيبها من اجل تحقيق هدف معين اي ان المؤسسة هي المكان الذي ينظم فيه مختلف هذه العمليات و تعد المؤسسة مكانا لاجتماع اشخاص تتكامل قدراتهم من اجل انتاج خدمة و كل ما ينفع المجتمع.⁸

و يعرفها بأنها : هي اصغر مجموعة من الوحدات القانونية التي هي وحدة الانتاج التنظيمية للسلع و الخدمات مع وجود درجة من الاستقلالية في اتخاذ القرار، خاصة لتخصيص مواردها الحالية.⁹

المؤسسة الخدمائية

اصطلاحا: هي كل تنظيم اقتصادي مستقل ماليا في اطار قانوني و اجتماعي معين هدفه دمج عوامل الانتاج لتبادل الخدمات مع اعوان اقتصاديين آخرين، بغرض تحقيق نتيجة ملائمة و هذا ضمن شروط اقتصادية تختلف باختلاف الحيز المكاني و الزماني الذي توجد فيه، و طبقا لحجم و نوع النشاط.¹⁰

التعريف الاجرائي: هي هيكل تنظيمي يتشكل من عوامل مادية و بشرية تعمل لتحقيق رضا الزبائن و الحصول على أكبر عائد ممكن، و تتمثل في دراستنا في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء

الاداء المؤسسي:

الاداء: لغة:

⁸ عبد الله محمود عبد الرحمان، سوسيولوجية التنظيم، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، دس، ص30

⁹ jean daniel kant, *theorie de l'entreprise 1 introduction management*, université de pierre marie curie, 2013 et jean daniel kant

¹⁰ المنجد الابجدي دار المشرق، بيروت، ص 183

الاطار المنهجي و المفاهيمي

هو اىصال الشيء الى المرسل اليه، يقال فلان أدى السوء أي أوصله الى جهته، بمعنى عمل ما عليه و قام بما هو ملزم به.¹¹

اصطلاحاً : يعرف بأنه أي نشاط، او سلوك يؤدي الى نتيجة و خاصة السلوك الذي يغير المحيط بأي شكل من الاشكال.¹²

هو عبارة عن المخرجات التي تنتجها المؤسسة في شك لسلمة أو خدمة، تكون ذات أثر و انطباع، و هي أساس بقاء المؤسسة و تعزيز قدرتها التنافسية.¹³

الاداء المؤسسي هو محصلة لكل من الأداء الفردي، و أداء الوحدات التنظيمية بالإضافة الى تأثيرات البيئة الاجتماعية و الاقتصادية، و الثقافية عليها .¹

التعريف الاجرائي: هو قدرة المؤسسة (الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء " وكالة البويرة") من خلال وظائف العلاقات العامة على تحقيق أهدافها الاستراتيجية من خلال الاستخدام الجيد للموارد المتاحة بطريقة فعالة، و بكفاءة عالية.

➤ وظائف العلاقات العامة:

الوظيفة: منصب، عمل مُسند إلى عامل ليؤدّيه مع اختصاصات يحدّدها له القانون "أدى وظيفته على النحو الأكمل".¹⁴

اصطلاحاً: هي وحدة من وحدات العمل، تتكون من عدة أنشطة مجتمعة مع بعضها في الموضوع و الشكل، و يمكن ان يقوم بها فرد واحد أو اكثر .¹⁵

و هي كذلك كيان نظامي يتضمن مجموعة من الواجبات، و المسؤوليات توجب على شاغلها التزامات معينة، مقابل تمتعه بالحقوق ، و مزايا الوظيفة.¹⁶

¹¹ المنجد في اللغة و الاعلام، طبعة جديدة و منقحة، دار المشرق، بيروت، لبنان، دون سنة، ص 06

¹² مصطفى عشوي , أسس علم النفس الصناعي التنظيمي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992، ص 244

¹³

Birlman Jean : les meilleurs pratiques de management au cœur de la performance, ED , organisation, paris, France, p113.1998.2eme tirage.

¹⁵ موقع عرب ديكت، معجم اللغة العربية المعاصرة، 18 جوان 2021

الاطار المنهجي و المفاهيمي

و الوظيفة مجموعة من العمليات او الواجبات او المسؤوليات، التي يكلف بأدائها فاعل واحد(عامل) فاذا شغلت جميع الوظائف في اية مؤسسة، فان عدد الوظائف يكون مساويا لعدد الفاعلين الذين يشغلونها .¹⁷

التعريف الاجرائي: هي تلك المهام المكلة إلى القائم بالعلاقات العامة داخل المؤسسة والمتمثلة عموما في البحث والتخطيط والتنسيق والتقييم والتقويم.

6_ الدراسات السابقة :

➤ الدراسة الاولى :

واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية لرضا نبائس
تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي الآتي:

هل للعلاقات العامة مكانة في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الاقتصادية الجزائرية؟¹
و تفرع عنه التساؤلات الفرعية التالية:

1 ماهي العلاقات العامة؟ و ما هي الخصائص التي يجب ان تتوفر في هذا الجهاز حتى يقوم بالمهام المنوطة به؟

2 ماهي الاساليب و الوسائل التي يستخدمها هذا الجهاز لكسب تأثير و ثقة الجمهور الداخلي و الخارجي؟

3 ماهي مكانة العلاقات العامة في واقع الممارسة عند مسيري مجتمع الاسمنت لعين الكبيرة؟

4 ماهي العراقيل التي تواجه سير العلاقات العامة في المؤسسة؟

و اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما اشتملت الدراسة على الادوات التالية: الملاحظة، الاستمارة، المقابلة.

و قد تم الاعتماد على¹⁸ العينة العشوائية المنتظمة" لطبقات المجتمع المدروس فكانت فئات هذا المجتمع متنوعة بين إطارات مسيرة و إطارات عادية و عمال الصيانة و عمال بسطاء، و الموزعين و هذا حسب التوزيع الوظيفي .

¹⁶ عماد بوحوش , وصف الوظائف و تحليلها، المجلة الجزائرية للعلوم الفضائية و الاقتصادية و السياسية، جوان 1982، عدد 1273، ص 346

¹⁷ البرعي محمد و التوبجري محمد، معجم المصطلحات الادارية، مكتبة العبيكان المملكة العربية السعودية، الطبعة الاولى، 1993، فقرة: 442، ص 185

الاطار المنهجي و المفاهيمي

و خلصت الدراسة الى النتائج الآتية:

- واقع العلاقات العامة في هذه المؤسسة لم يرقى الى المستوى المطلوب الذي يجب ان يكون عليه و ذلك رغم وعي المؤسسة بضرورة الحصول على رضا الجماهير و تقديرهم لضمان الاستمرار إلا أنها لم تعي بعد أهمية العلاقات العامة في هذا الميدان.
- الاساليب التي تعتمدها هذه المؤسسة في كسب ثقة الجمهور هي أساليب بالية و غير فعالة.
- الممارسات التقليدية غير الناجحة التي تربي عليها مستخدمي المؤسسات العمومية في الجزائر أصبحت تمثل عائقا كبيرا للنمو.
- النموذج الذي تعتمد عليه المؤسسة في ممارسة العلاقات العامة هو نموذج الاعلام العام لا غير.
- لا تحظى العلاقات العامة بمكانة هامة في المؤسسة محل الدراسة.
- غياب مجلة أو جريدة خاصة بالمؤسسة و التي يكون لها عادة أهمية كبيرة في تحسين الاتصال بالجمهور الداخلي.
- تهميش دور العلاقات العامة في المؤسسة و ذلك من خلال عدم ادراج خلية الاتصال في الهيكل التنظيمي و غياب مصلحة العلاقات العامة جملة و تفصيلا.
- يقتصر نشاط العلاقات العامة على المهام الروتينية و السطحية.
- غياب الاطارات المتخصصة و المؤهلة في مجال العلاقات العامة و لا حتى في مجال الاتصال و الاعلام.

➤ الدراسة الثانية :

وظيفة العلاقات العامة و انعكاساتها على اداء المؤسسة العمومية الجزائرية لبوخناف هشام، تمحورت اشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي: هل لوظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر بعناية تأثير على أدائها المؤسسي؟ و قد جزأ هذا التساؤل الى مجموعة من الاسئلة الفرعية جاءت كالتالي:

18 رضا نيايس, واقع العلاقات العامة في المؤسسة الصناعية الجزائرية, جامعة منتوري, قسنطينة , ص3

الاطار المنهجي و المفاهيمي

1_ ما هي الدرجة التي تحتلها وظيفة العلاقات العامة في التفكير الاستراتيجي لمؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟¹⁹

2_ كيف يمارس فعل العلاقات العامة بمؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟

3_ ما تأثير فعل العلاقات العامة على أداء مؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة؟

وظفت هذه الدراسة المقاربة المنهجية الوصفية للحصول على أدق المعلومات النظرية و الميدانية التي تخدم أغراض الموضوع المدروس، كما اعتمدت الدراسة على الأدوات التالية: أداة الاحصاء، الملاحظة، المقابلة التشخيصية، استمارة المقابلة، الوثائق و السجلات، قياس الاتجاهات، و قد تم الاعتماد على العينة القصدية.

و خلصت الدراسة الى النتائج التالية:

- واقع ممارسة العلاقات العامة بعيد كل البعد عن الواقع الحقيقي لها و انها غير مؤسسة على اسس علمية صحيحة، كما لازالت تعاني الكثير من سوء الفهم و التهميش، و هذا لوجود عدة عوائق تحد من وظيفتها، ما أدى الى فشلها في الوصول لتحقيق الاهداف التي أعدت من أجلها.
- عدم اقتناع الادارة العليا للمؤسسة بأهمية العلاقات العامة كوظيفة ادارية، لها دورها في الاداء المؤسسي، و هذا ما يتبين من خلال البنية التنظيمية حيث هناك غياب مكتب أو مصلحة أو قسم خاص بالعلاقات العامة.
- وظيفة العلاقات العامة بعيدة الى حد كبير عن القيام بعمليات البحث و التخطيط و رسم السياسة العامة في مجال العلاقات العامة.
- يوجد انعدام للمخصصات المالية اللازمة لوظيفة العلاقات العامة داخل مؤسسة اتصالات الجزائر.
- غالبا ما تلجأ مؤسسة اتصالات الجزائر الى عملية التكوين، التي ليس لها علاقة بفن ممارسة وظيفة العلاقات العامة و يكون خارج الاختصاص و لم تأت بالجدوى المنتظرة منها، و هو ما انعكس سلبا على الاداء المؤسسي بشكل عام.
- أغلبية المناصب الحساسة و المسؤوليات في مؤسسة اتصالات الجزائر قد تم منحها للإطارات القديمة التي تعرف قطاع الاتصالات جيدا قبل هيكلته.

¹⁹ _ بوخناف هشام, وظيفة العلاقات العامة وانعكاساتها على اداء المؤسسة العمومية الجزائرية, جامعة باجي مختار, عنابة, ص 16.

الاطار المنهجي و المفاهيمي

- وجود فجوة كبيرة بين الادارة المركزية العليا للمؤسسة و فلسفة و وظيفة العلاقات العامة، لذلك لم يتم اظهارها ضمن الوظائف الرئيسية في بنيتها التنظيمية.

➤ الدراسة الثالثة:

العلاقات العامة داخل المؤسسة "دراسة حالة مؤسسة الصناعات DENITEX النسيجية
لحاج أحمد كريمة²⁰

تتركز مشكلة الدراسة أساسا في التعرف على ماهية العلاقات العامة داخل مؤسساتنا الوطنية، و مدى فاعليتها في تغيير مسار المؤسسة نحو الأفضل حيث تتلخص الاشكالية في: ما مدى أهمية و فاعلية العلاقات العامة كجانب اتصالي في المؤسسة؟

و على هذا الاساس فإن الدراسة تتوجه للإجابة على التساؤلات التالية:

- ما موقع العلاقات العامة في المؤسسة الوطنية؟
- ما موقع العلاقات العامة في مؤسسة الصناعات النسيجية دنيكس؟
- ما حجم ادارة العلاقات العامة في مؤسسة دنيكس؟
- ما هي مهام و وظائف العلاقات العامة في مؤسسة دنيكس؟
- ما مدى مساهمة العلاقات العامة في صنع القرار بمؤسسة دنيكس؟
- ما مدى استيعاب الافراد داخل المؤسسة لمفهوم العلاقات العامة؟
- هل استعمال التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال تثبتت للعلاقات العامة داخل المؤسسة؟
- ما مدى أهمية الاتصال الداخلي للمؤسسة؟
- ما مدى مساهمة العلاقات العامة في التخطيط الاستراتيجي للمؤسسة؟
- ما علاقة الاشهار كجانب اتصالي بوظيفة العلاقات العامة داخل المؤسسة؟

اعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة حالة، اما عن أدوات البحث فقد اعتمدت على الاستمارة و المقابلة و الملاحظة بالإضافة الى الاطلاع على الوثائق الادارية.

و قد اعتمدت هذه الدراسة على عينة عشوائية من المسؤولين و الإطارات و العمال.

²⁰ لحاج احمد كريمة ,العلاقات العامة داخل المؤسسة , جامعة وهران , السانيا , ص 7 .

الاطار المنهجي و المفاهيمي

و توصلت الدراسة الى النتائج التالية:

- عدم وجود مكان لإدارة العلاقات العامة كفرع مستقل بذاته عن باقي الإدارات في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، و عليه فإن موقع العلاقات العامة بمؤسسة الصناعات النسيجية غير موجود.
- الدور الذي يمكن ان تلعبه العلاقات العامة كإدارة مهمة في تسيير شؤون المؤسسة تسييرا عصريا و أكثر تطورا غير متجسد داخل المؤسسة.
- كافة المهام و الصلاحيات التي يمكن ان تنسب الى ادارة العلاقات العامة تتم تحت اشراف مديريات المؤسسة و المتمثلة في مديرية الامور المالية و المحاسبة، الموارد البشرية، مديرية الصيانة، مديرية الاستغلال، تسيير المخزون، مديرية الامور التجارية، و من ثم يبقى هناك نقصا واضحا في الهيكل التنظيمي للمؤسسة و المتمثل في غياب ادارة العلاقات العامة.
- مساهمة العلاقات العامة في ادارة الازمة غير موجود، و هذا كله راجع لعدم استيعاب المفهوم و دوره و اسهاماته في تحسين و تطور المؤسسة.
- يمثل الاتصال الداخلي لأي مؤسسة الركيزة الاساسية في تطورها و تقدمها نحو الاحسن و بالنسبة للاتصال داخل المؤسسة فإنه يقوم بدور هام في ترابط العلاقات بين الافراد من جهة و بين إدارات المؤسسة و نشاطاتها من جهة أخرى.
- دور العلاقات العامة يبقى محدودا في صناعة القرار بالمؤسسة و ذلك لان ادارة العلاقات العامة لم تتجسد بعد على أرض الواقع ما يمكنها من المساهمة في صناعة القرار داخل المؤسسة.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة بمؤسسة الصناعات النسيجية لم يرق بعد الى المستوى المطلوب و هذا نظرا للاستخدامات المحدودة لها.
- استخدام الاشهار في مؤسسة الصناعات النسيجية أمر كل من له علم بإيجابيات و فعالية هذا الجانب الاتصالي في المؤسسة.

➤ الدراسة الرابعة :

العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية " دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس " قسنطينة . لياسين مسيلي²¹

تتلخص اشكالية الدراسة في التساؤل الرئيسي التالي : هل يوجد اهتمام خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة موضوع الدراسة؟

و تتدرج تحتها الاسئلة الفرعية التالية:

- ما مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية؟
- هل هناك متخصصون قائمون على نشاطات العلاقات العامة؟
- ما هي مختلف الاساليب و الوسائل الاتصالية المستعملة في ادارة العلاقات العامة؟
- ما هي العراقيل التي تحد من فعالية نشاط ادارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية؟

و اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، حيث استخدمت الادوات التالية: الملاحظة، المقابلة، الاستمارة، و قد تمثل مجتمع البحث في الموظفين داخل المستشفى الجامعي بقسنطينة ، والبالغ عددهم 3422 موظف موزعين في مصالح اقسام المستشفى ، وقد اعتمدت الدراسة على العينة الطبقية العشوائية، كون مجتمع البحث غير متجانس .

و خلصت الدراسة الى النتائج التالية:

- العلاقات العامة لازالت مهملة و لا تحظى بأهمية كبيرة، و لا تحتل مكانتها التي تستحقها كإدارة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى.
- نقص الاهتمام بالعلاقات العامة و عدم فهم دورها الكبير في النهوض بالمؤسسة.
- توزيع وظائف العلاقات العامة على بعض الاقسام في المستشفى تؤديها بصفة تقليدية و وسائل متواضعة تنافي تماما أسلوب عمل العلاقات العامة الحديثة.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

²¹ لياسين مسيلي ، العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، ص15 .

الاطار المنهجي و المفاهيمي

أفادتنا الدراسة الأولى في صياغة الاطار النظري، فهي تشترك مع موضوع دراستنا في المتغير المستقل ألا و هو العلاقات العامة، و قد كانت الدراسة وصفية تحليلية من خلال التعرف على ماهية العلاقات العامة و ماهية خصائصها، و ما هي الوسائل و الاساليب التي تستخدمها، و ماهية مكانتها، لهذا اعتبرنا هذه الدراسة مشابهة للموضوع الذي تطرقنا اليه.

أفادتنا الدراسة الثانية في الاجابة عن التساؤل الرئيسي للدراسة فقد طرحت تساؤل مفاده ما تأثير فعل العلاقات العامة على أداء مؤسسة اتصالات الجزائر بعنابة، فالتساؤل الرئيسي لدراستنا كان ما هو أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة الخدمائية (مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء " وكالة البويرة").

7_ مجتمع البحث والعينة :

مجتمع البحث : هو مجموعة من العناصر لها عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى , والتي يجرى عليها البحث أو التقصي .²²

و في دراستنا لأثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة الخدمائية يتمثل مجتمع البحث في الموظفين الذين يتعامل معهم القائم بالعلاقات العامة داخل مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء و الوظائف التي تؤثر على أدائهم المهني.

عينة الدراسة : هي أهم الاجراءات المنهجية المعتمدة في معظم البحوث و الدراسات المسحية , يستعين بها الباحث عند دراسة مجتمع يضم عدد معين من المفردات.

يمكن تعريف العينة على أنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة , وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج , وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.²³ و في دراستنا كان سيتم الاعتماد على المسح الشامل فعدد الموظفين في المؤسسة 69 موظف لكن ليس لكل الموظفين خلفية عن العلاقات العامة و لم يتوفر الوقت الكافي لتوزيع الاستمارات فاعتمدنا على العينة القصدية المتكونة من 30 موظف مقسمين من 10 اناث و 20 ذكور, و العينة القصدية يعتمد فيها الباحث على موضوع الحكم الموضوعي للباحث وليس على الاختيار العشوائي, أي يتدخل الباحث في اختيارها .²⁴

²² مورييس انجرس. منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية ، ط2، دار القصة للنشر ، الجزائر، 2004 ، ص298 .

²³ السعدي الغول السعدي, العينات وأنواعها ,الدبلوم الخاص في التربية,أم البواقي, 2019, ص 2 .

²⁴ المرجع السابق، ص 3

8_ نوع الدراسة والمنهج المستخدم :

أ_ نوع الدراسة:

تنتمي دراستنا إلى النوع الدراسات الوصفية لأنها تستهدف وصف و تشخيص أثر العلاقات العامة في المؤسسة ميدان البحث، بحيث تهدف إلى وصف هاته الوظائف على أداء المؤسسة الخدمائية التجارية.

تعريف الدراسات الوصفية: هي البحوث التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع و وصف الظواهر و صفا دقيقا و تحديد خصائصها تحديدا كيفيا أو كميا و كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر و كيف وصلت إلى صورتها الحالية و تحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل و باختصار فهي تهتم بـماضي الظواهر و حاضرها و مستقبلها.²⁵

²⁵ مروان عبد المجيد ابراهيم، اسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق ، الاردن، 2000، ص40

الاطار المنهجي و المفاهيمي

و الدراسات الوصفية تعنى بوصف و ملاحظة و جمع الحقائق و تقريرها كما هي، كما تهتم بالتشخيص و ما ينبغي أن تكون عليه الظاهرة المدروسة و اقتراح الصورة الممكنة لها. أي بحوث تقويمية معيارية، فالبحوث الوصفية تصور بدقة خصائص فرد أو جماعة أو موقف، و قد نحتاج إلى صياغة الفروض و يمكن ان لا نحتاج لذلك .²⁶

ب _ المنهج المستخدم:

المنهج هو مجموعة من القواعد العلمية المستعملة من أجل الوصول إلى الحقيقة في العلم.²⁷

_ منهج البحث يعني الاساليب و الاجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات و الوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شروح أو تنبؤات تتعلق بموضوع البحث. و ينبغي على الباحث عند تقديمه خطة البحث أن يحدد المنهج الذي اختاره لبحثه، و يجب أن يذكر في خطته نوع منهج البحث الذي سيستخدمه في دراسة موضوعه، (و قد يحتاج إلى أكثر من منهج)، و المبررات التي أدت للاعتماد على هذا المنهج.²⁸

و يعتبر المنهج خطوة رئيسية في ترتيب و تنظيم أفكار الباحث للوصول إلى نتائج منطقية، فالمنهج يعرف أنه: " الطريق المتبع للكشف عن هذه الدراسة، بواسطة استخدام مجموعة من القواعد، و التي ترتبط أساسا بتجميع البيانات و تحليلها، حتى تساهم في التوصل إلى نتائج ملموسة".²⁹

و من أجل الاجابة على إشكالية بحثنا، فالمنهج الأكثر ملاءمة لموضوع الدراسة ، من أجل الكشف عن أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة الخدمائية هو الوصفي .

²⁶ سعود الطاهر، محاضرات في المنهجية العامة، جامعة سطيف2، 2003، ص 83

²⁷ عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، عمان، دار المسيرة للنشر و التوزيع، 2008، ص 40

²⁸

²⁹ محمد الهادي محمد، اساليب توثيق البحوث الاكاديمية، الجزائر، ط1، 1995، ص 287

المنهج الوصفي: هو إجراء من أجل الحصول على حقائق و بيانات مع تفسير لكيفية ارتباط هذه البيانات بمشكلة الدراسة. و المنهج الوصفي يجب أن يمتد ابعداً من مجرد جمع البيانات فإذا لم تكن البيانات بمثابة الدليل الذي يحمل معنى لمشكلة البحث. فإن عملية جمع هذه البيانات تصبح غير ذات قيمة.³⁰

9_ أدوات جمع البيانات :

تعرف أدوات البحث بأنها الوسيلة أو الطريقة التي يستطيع بها الباحث حل مشكلة مهما كانت تلك الأدوات، حيث ان المشكلة المطروحة هي التي تحدد الأدوات التي يستعملها الباحث في بحثه مما يتناسب مع أداة المشكلة.³¹

و اعتمدنا في بحثنا على أكثر من أداة حتى نستطيع أن ندرس الموضوع، و نلم بجميع أبعاده و تتمثل هذه الأدوات في: الملاحظة، المقابلة، الاستبيان

الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان الاداة الرئيسية في عملية جمع البيانات، و لقد تمت صياغتها انطلاقاً من مشكلة البحث و الأسئلة التي اثارها لتحقيق أهداف الدراسة، و تعرف بأنها نموذج يضم مجموعة أسئلة توجه الى الافراد من أجل الحصول على بيانات معينة.³²

و الاستبيان من أكثر أدوات البحوث العلمية شيوعاً مقارنة بالأدوات الأخرى، و ذلك بسبب اعتقاد كثير من الباحثين أن الاستبيان لا يتطلب منهم الا جهداً يسيراً في تصميمها و تحكيمها و توزيعها و

³⁰ مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي، ط1، مؤسسة الوراق، الاردن، دس، ص126

³¹ وجيه محجوب، طرائق البحث العلمي و مناهجه، بغداد، دار الحكمة للطباعة و النشر، ط1، 1993، ص133

³² رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هومة، ط1، الجزائر، 2002، ص194

الاطار المنهجي و المفاهيمي

جمعها، و لإمكانية استخدامه في جمع المعلومات عن موضوع معين من عدد كبير من الأفراد يجتمعون أو لا يجتمعون في مكان واحد .³³

و تضمن استبيان دراستنا ثلاث محاور، حيث تمثل المحور الاول في البيانات الشخصية، و المحور الثاني عنوانه اتجاهات الموظفين نحو أهمية الاداء الوظيفي للعلاقات العامة، يتشكل من ثماني عبارات، و المحور الثاني عنوانه اتجاهات الموظفين حول أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة و تشكل من عشر عبارات وتم صياغها وفق لمقياس ليكرت الثلاثي، ، حيث كان الاستبيان موجه للموظفين في المؤسسة قيد الدراسة.

و لقد تم عرض استمارة الاستبيان على الاستاذة المشرفة و مجموعة من المحكمين³⁴ بجامعة اكلي محند اولحاج البويرة وذلك للحكم على الاستمارة و الاسترشاد برأيهم و التعرف على وجهة نظرهم و ملاحظاتهم حول محاورها و درجة موافقة الفقرات لأغراض الدراسة و وضوح الصياغة و سلامتها و أي اقراحات يرونها مناسبة، بدءا باستمارة الاستبيان لم تكن هناك ملاحظات كثيرة غير ان العبارات يجب ان تكون موجبة.

المقابلة:

يقصد بالمقابلة: تفاعل لفظي منظم بين الباحث و المبحوث لتحقيق هدف معين، حيث يحاول أحدهما و هو القائم بالمقابلة ان يستشير بعض المعلومات أو التغيرات لدى المبحوث و التي تدور حول آرائه و معتقداته، كما تعرف المقابلة بانها محادثة بين شخصين، يبدأها الشخص الذي يجري المقابلة " الباحث" لأهداف معينة. و تهدف الى الحصول على معلومات وثيقة الصلة بالبحث. و كذلك تعرف المقابلة بانها محادثة أو حوار موجه بين الباحث من جهة و شخص أو أشخاص آخرين من جهة أخرى بغرض جمع المعلومات اللازمة للبحث، و الحوار يتم عبر طرح مجموعة من الأسئلة من الباحث التي يتطلب الاجابة عليها من الاشخاص المعنيين بالبحث. و المقابلة بهذا المعنى عملية مقصودة، تهدف الى اقامة حوار فعال بين الباحث و المبحوث أو أكثر، للحصول على بيانات مباشرة ذات صلة بمشكلة البحث.³⁵

و بالنسبة للمقابلة التي أجريناها مع القائم بالعلاقات العامة بالمؤسسة كانت مقسمة الى خمس محاور، المحور الاول يشمل البيانات الشخصية و المحور الثاني يتمثل في وظائف العلاقات

³³ سعد سليمان المشهداني، *مناهج البحث الاعلامي*، دار الكتاب الجامعي، الطبعة الاولى، الامارات، 2017، ص94.

³⁴ بورحلة سليمان: استاذ بجامعة اكلي محند اولحاج البويرة كلية العلوم الانساني و الاجتماعية قسم التاريخ تخصص اعلام و اتصال

عفان صونيا: استاذة بجامعة البويرة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية تخصص اعلام و اتصال

اوشن جميلة، استاذة بجامعة البويرة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، تخصص اعلام و اتصال

³⁵ سعد سليمان المشهراني، المرجع السابق ص113

الاطار المنهجي و المفاهيمي

العامّة بالمؤسسة، و المحور الثالث الوسائل التي يستخدمها القائم بالعلاقات العامّة بالمؤسسة، و المحور الرابع حول العراقيل التي يواجهها القائم بالعلاقات العامّة بالمؤسسة، أما المحور الخامس و الاخير حول كيفية تأثير وظائف العلاقات العامّة على اداء المؤسسة. فمنه كان مجموع الاسئلة 23 سؤال .

في حين استمارة المقابلة هي كذلك لم تسلم من الملاحظات من بينها يجب ان تكتب دليل المقابلة عوض استمارة المقابلة، و انها نوعا ما مطولة، و تبويب أو ترقيم الأسئلة يكون مستمر من البداية الى النهاية، كما يجب اعطاء المبحوث خيارات بعد طرح السؤال.

الملاحظة:

تعد الملاحظة مصدرا من مصادر الحصول على لبيانات فهي تهدف الى جمع المعلومات عن الأشياء و المواقف المحيطة بالمبحوثين ، كما تكشف عن التعارض الذي يحدث بين تصريحات المبحوث و بين مشاعره و ادواته حول الاسئلة المطروحة، و التي تظهر في ردود أفعاله، كما تساعد أيضا في التعرف على معلومات خفية لم يذكرها المبحوث من قبل.

و تعرف الملاحظة بأنها الانتباه المقصود و الموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين، بقصد متابعته و رصد تغيراته ليتمكن الباحث من وصف السلوك فقط، أو وصفه وتحليله، أو وصفه وتقويمه .³⁶

و لقد استخدمنا الملاحظة في دراستنا هاته من خلال الاحتكاك المباشر للموظفين أثناء تأدية وظائفهم.

10_ مجالات الدراسة:

المجال المكاني:

_ تقديم المؤسسة محل الدراسة:

إن صندوق الضمان الاجتماعي لغير الاجراء " وكالة البويرة " هو مؤسسة إدارية تنظيمية، ذات طابع خدماتي، تعمل على تأمين الفئة غير المأجورة للولاية، أي كل العمال الذين يمارسون نشاطات مهنية غير مأجورة في إطار التشريع الخاص بأعمال المنظمة (المهن الخاضعة للقيود في السجل التجاري) الخاصة لولاية البويرة التي تعني:

○ الصناعيين

³⁶ مناهج البحث الاعلامي، مرجع سابق ، ص 118

الاطار المنهجي و المفاهيمي

○ الحرفيين

○ التجار

○ الفلاحين

○ أصحاب المهن الحرة (محامين، خبراء محاسبة، صيادلة، أطباء و غيرهم)

○ السائقين بمختلف أنواعهم (القطاع الخاص)

○ أصحاب المؤسسات الخاصة

و كل من يمارس النشاط الحر المقيد في السجل التجاري. (دليل الضمان الاجتماعي لغير الأجراء)

يندرج نشاط صندوق الضمان الاجتماعي لغير الأجراء " وكالة البويرة" في إطار نظم الضمان الاجتماعي لغير الأجراء الذي يتكفل بتغطية فئات العمال الذين يمارسون نشاطا مهنيا غير مأجور من الناحية الاجتماعية و لاسيما التجار، الحرفيون، الصناعيون، الفلاحون، أعضاء المهن الحرة. و كذا كل الأشخاص الذين يمارسون نشاطا مهنيا يدخل في إطار التشريع الخاص بمهن المنظمة.

جاء انشاء صندوق الضمان الاجتماعي لغير الأجراء وفقا للقانون رقم 92/07 المؤرخ في 1992/01/04 المتعلق بتنظيم الاطار القانوني و الاداري و المالي و ذلك من خلال :

○ التغطية الاجتماعية لغير الأجراء (التعويضات و الاداءات)

○ تحصيل الاشتراك من غير الأجراء.

○ استعمال الاشتراكات المحصلة لتغطية التعويضات و الاداءات الاجتماعية.

تم الحصول على استقلالية الصندوق سنة 1995، و يتكفل هذا الصندوق بالتغطية الاجتماعية للفئات التالية:

السائقين، التجار، الحرفيين، الصناعيين، الفلاحين، المهن الحرة.¹

المجال الزمني:

امتدت هذه الدراسة من حيث وقت انجازها من بداية شهر مارس إلى غاية شهر جويلية و انقسمت هذه الفترة إلى:

الدراسة النظرية:

الاطار المنهجي و المفاهيمي

و امتدت من اختيار موضوع الدراسة، و كان ذلك في شهر مارس إلى غاية شهر ماي 2020.

الدراسة الميدانية:

و امتدت من بداية شهر جوان الى غاية نهايته، سبقتها زيارة استطلاعية للمؤسسة لأخذ نظرة مبدئية لاختيارها كمجال دراسة أم لا.

المجال الشري:

و هو المجال الذي ينتقي فيه الباحث أفراد العينة، و تمثل مجال البحث في الجمهور الداخلي للمؤسسة:

من جانب التعداد تضم الوكالة 69 عامل، و من حيث النوع استخدمنا العينة القصدية لملائمتها و صلاحيتها لدراسة الموضوع و جمع البيانات ذات المصدقية عن الموضوع مجال الدراسة.

حجمها: تقتضي دراستنا التعامل مع مسؤول العلاقات العامة في المؤسسة من خلال المقابلة المقننة المفتوحة، كما استخدمنا وسيلة أخرى الا و هي الاستبيان حيث وزع على 30 موظف في المؤسسة وذلك للاستقصاء حول أثر وظائف العلاقات العامة في المؤسسة.³⁷

المقاربة النظرية للدراسة :

³⁷ الجريدة الرسمية رقم (3) الصادرة بتاريخ 19 جانفي 1993.

الاطار المنهجي و المفاهيمي

مسلمات النظرية البنائية الوظيفية : تقوم هذه النظرية على أن تنظيم المجتمع و بناءه هو ضمان استقراره، و ذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن، يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه العناصر. فالبنائية تشير الى تحديد عناصر التنظيم و العلاقات التي تقوم بين هذه العناصر، و الوظيفة تحدد الأدوار التي يقوم بها كل عنصر في علاقته بالتنظيم الكلي، و هو مدى مساهمة العنصر في النشاط الاجتماعي الكلي، و يتحقق الثبات و الاتزان من خلال توزيع الادوار على العناصر، في شكل متكامل و ثابت.

و التنظيم في رأي هذه النظرية هو غاية كل بناء في المجتمع، حتى يحافظ هذا البناء على استقراره و توازنه، و لا يسمح بالتنظيم بوجود أي خلل في هذا البناء سواء من حيث العلاقات او الوظائف، يؤثر على التوازن و الاستقرار.

و يتفق الباحثون على عدد من المسلمات الخاصة بهذه النظرية و هي:

1_ النظر الى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة، و تنظيم لنشاط هذه العناصر بشكل متكامل.

2_ يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن، و مجموعة عناصر تضمن استمرار ذلك، بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن، فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لاستعادة هذا التوازن.

3_ كل عناصر النظام و الأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام.³⁸

4_ الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورية لاستمرار وجوده، و هذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجات المجتمع .

يعد المنظور البنائي الوظيفي من أهم المنظورات و أكثرها واقعية، باعتبارها تنظر للمؤسسة باعتبارها شبكة للعلاقات الاجتماعية، بحيث ان استمرار التنظيم و وجوده يعتمد على مدى التوافق و الانسجام في شبكة العلاقات، و من ثم فإن دراسة دور العلاقات العامة كإدارة في ظل البنائية الوظيفية يضع لها دورا محددًا في التنظيم بما يحقق الكفاءة و الفعالية في الاداء.³⁹

³⁸ الدكتورة مي عبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، ص97

³⁹ نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص97

الفصل الأول

العلاقات العامة

''الماهية و الوظائف''

تمهيد :

أصبحت العلاقات العامة جهازا ضروريا في كافة المؤسسات و المنظمات على اختلاف أنواعها و نشاطاتها، حيث لا يمكن الاستغناء عنها في أي مؤسسة أو منظمة كانت، و هذا لأهميتها البالغة في تحقيق أهداف المؤسسة.

و تلعب العلاقات العامة دورا هاما في تحسين صورة المؤسسة و سمعتها أمام الرأي العام، و كما تعزز العلاقات بينها و بين جمهورها الداخلي و الخارجي على أساس الثقة و التفاهم من خلال الاتصال الدائم و المستمر معه لكسب تأييده، مما يحقق نجاح المؤسسة. و لإزالة الغموض حول المعنى الحقيقي للعلاقات العامة لابد من التطرق إلى ذكر أهميتها و وظائفها و أهدافها. و عليه سوف نعطي هذا الفصل نظرة شاملة عن العلاقات العامة و وظائفها .

المبحث الاول : ماهية العلاقات العامة .

1_ أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة .

لقد ظهرت العلاقات العامة كمهنة و ذلك نتيجة العديد من العوامل التي أدت إلى زيادة الاهتمام بها كنشاط إداري متخصص يحظى باهتمام الإدارة العليا في معظم المؤسسات، و يمكن أن نوجز هذه العوامل في الآتي:

1_ التوسع الصناعي و التقدم التكنولوجي:

على أثر التطور الصناعي و توسعه و اتساع رقعة النشاطات الاقتصادية، ازداد التنافس بين المؤسسات و المنظمات الصناعية و التجارية، و رافق الإنتاج الكبير الذي يستلزم أسواقا بوسائل الاعلان و الترويج، في ظل أجواء المنافسة الشديدة، و تطورا للدعاية. و ارتبط هذا التطور ببعض مشاكل العلاقات الانسانية، و مشاكل العمل على سوء المعاملة و قسوة أصحاب الانتاج، و قيام الاضرابات اعتراضا على الأعمال و زاد ضغط الرأي العام لإنصاف العامل و تهيئة ظروف العمل المناسبة، ففي هذا النطاق يكون لإدارة العلاقات العامة دور كبير من خلال تعاونها مع إدارات الاعلان و الترويج و الأبحاث و التسويق.

2_ دور نقابات العمال:

رافق التطور الصناعي ظهور تجمعات و نقابات عاملية أخذت تلعب في عملية الانتاج و توجيه جمهور العمال، و أصبح لهذه النقابات دورا في قوة مؤثرة تشارك في توجيه العمل بالمؤسسة و النقابة بشكل يخدم المصلحة العامة.

3_ دور الحكومة في الإنتاج:

يمكن النظر إلى الحكومة أو الإدارة العامة على أنها تأكيد لاستمرار الحياة اليومية في الدولة بوحداتها المختلفة، و أصبح تدخل الحكومة لابد منه إما المباشر أو غير المباشر في تنظيم الاقتصاد الوطني أمرا، خلال اشرافها و تنظيم أعمال المؤسسات و إصدار القوانين و اللوائح المختلفة التي تحدد طبيعة العلاقات بين الإدارة و العاملين من جانب، و التطور في النظم الاقتصادية و الاجتماعية من جانب آخر، فهنا تقوم في تفسير هذه العلاقات و الضوابط و تنسق العلاقات العامة بين المؤسسات و الجهات الحكومية العليا.

4_ دور الرأي العام و أهميته:

و من أجل تطور المجتمعات و تقدمها بدأت تحترم إدارة الانسان و حقه في التعبير عن رأيه، دون وساطة أو وصاية فقد أصبح المواطن قوة لا يستهان بها، و أصبحت أجهزة الحكم في خدمة هذا المواطن، الذي تدور حوله كل سياسات الانتاج و التسويق و الخدمات و غيرها.

5_ تقدم و تطور وسائل الاتصالات:

في تبسيط أو تعقيد عملية أداء أساسيا تقوم عملية الاتصالات دورا الفرد لعمله، من خلال تأثيرها على متطلبات و آراء العاملين و الجمهور الخارجي، و تعتبر وسائل الاتصال جوهر عملية العلاقات العامة حيث تهدف إلى تحقيق التفاهم المشترك بين أفراد المؤسسة و إدارتها من جهة، و بين المؤسسة و جمهورها الخارجي من جهة أخرى فقد ساهم التقدم الهائل في وسائل الاتصال في تقريب المسافات بين بقاع العالم المختلفة، حتى أصبح العالم من الناحية الإعلامية أصغر مما هو عليه نتيجة لسرعة تناول الأنباء و انتقال المعلومات و الآراء، و كان ذلك سببا من أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة في المجال الدولي، و الحرص على تأييد الرأي العام العالمي، و في نفس الوقت انعكس هذا الاهتمام مرة ثانية على المجال الداخلي سواء على مستوى المنظمات أو على مستوى المجتمع ككل.¹

6_ زيادة حدة التنافس:

قد نتج عن التطور في الانتاج زيادة حدة التنافس بين الشركات في محاولة لإرضاء المستهلك و إشباع رغباته، و لم تقتصر المنافسة على الشركات فقط بل امتدت أيضا إلى الصناعات المختلفة، كالمنافسين بين الصناعات الكيماوية و صناعة المنسوجات من الألياف الصناعية و بين صناعات الورق و الزجاج و البلاستيك و غيرها خاصة في مجال التعبئة و التغليف و بين صناعات البلاستيك و اللب بالنسبة لعدد كبير من المنتجات.² و قد أدت هذه المنافسة إلى الاهتمام بإرضاء حاجات و رغبات المستهلكين كأحد المجالات الأساسية لأي منظمة و جعلها في المقام الأول عند وضع و إعداد خطط المشروع، حيث بدأت الشركات المختلفة بالاهتمام بإقامة علاقات طيبة مع جماهير الشركة المتصلة بها. و جماهير الرأي العام لمحاولة كسب ثقته و تأييده، و العمل على خلق صورة ذهنية جيدة للشركة في أذهان و أعين الجماهير مقارنة بالشركات الأخرى، و لاشك أن هذه الأسباب جميعها قد أدت إلى الاهتمام بالعلاقات العامة كأحد وظائف الإدارة المتخصصة و التي تسعى لتحقيق هذه الاهداف.³

¹ الموقع: عربي e عنوان المقال: ماهي اسباب الاهتمام بنشاط العلاقات العامة، تاريخ الزيارة: 2021/6/3 ساعة 23:20، عربي E.com

² عبد المحي محمود صالح و آخرون، العلاقات العامة و الاعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الاجتماعية، د.ط، مصر، 2004، ص 36

³ سمير حسن منصور، مناهج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، د.ط، الاسكندرية، 1999، ص 39

7_ بروز علم الإدارة كعلم مستقل له خصوصيته المميزة:

و وظائفه المحددة، و بروز وظيفة الاتصال كأحد أهم وظائف الإدارة و أنشطتها الرئيسية التي لا يمكن أن تقوم بدونها، الأمر الذي أصبح يمهد الطريق لبروز نشاط العلاقات العامة و يجسده في صورة وظيفة إدارية رئيسة من وظائف المنظمات المعاصرة. و قد تدعمت هذه الوظيفة بعد نشأة و انتشار الاتجاهات السلوكية في الإدارة، و معرفة ان سلوك المنظمة لا ينعزل عن سلوك العاملين فيها و سلوك البيئة من حولها، و أن نجاحها و فعاليتها تعتمد على توحيد العاملين و المجتمع حول اهداف المنظمة و مصالحها و سياستها.¹

8_ ظهور الآثار السلبية للهجرة من الريف إلى المدينة:

و ما ترتب على ذلك من تغيرات اجتماعية غير منتظمة أخلت بتوازن فئات المجتمع و كذلك أثرت على اتجاهات و نوعية الانتاج و الاستهلاك معا على المستوى القومي و أدى ذلك إلى زيادة الاهتمام بإجراء بحوث الراي العام لدراسة التركيبة الاجتماعية للسكان و عناصر تحولها و معدل هذا التحول و هذا أحد اختصاصات نشاط العلاقات العامة .²

¹ عبد المعطي محمد عساف، محمد فالح صالح، اسس العلاقات العامة ، دار حامد للنشر و التوزيع، د.ط، الاردن، 2004، ص(28_29)

² محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1، القاهرة، مصر، ص(42_43)

2_ اهداف العلاقات العامة :

ان اهداف العلاقات العامة في اي منظمة تركز على توجيه ممارسيها في تحقيق الانسجام و التوافق المتبادل بين المنظمة و جماهيرها الداخلية و الخارجية بهدف الوصول الى الرضاء الكامل لكل من الطرفين.

حيث ان الهدف الاسمى للعلاقات العامة هو تحقيق الانسجام و التوافق بين المنظمة و جماهيرها، و من وجهة نظر المنظمة فإن الهدف الاساسي للعلاقات العامة هي تحقيق أهداف المنظمة ذاتها، و من وجهة نظر جماهير المنظمة فإن الهدف الاساسي للعلاقات العامة هو تحقيق مصالحهم، و من هنا يأتي دور العلاقات العامة لتحقيق التوازن المطلوب بين المصلحتين .¹ و يمكن تقسيم أهداف العلاقات العامة على محورين أساسيين و هما:

1 _ أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي:

_ بناء جسور من الثقة المتبادلة بين المنظمة و جمهور العاملين.
_ العمل على رفع "الروح المعنوية" للعاملين من خلال تنمية روح الولاء و الانتماء للمنظمة.
_ العمل على تدفق المعلومات الى جميع العاملين، التي توضح و تشرح كافة سياسات و خطط و قرارات الادارة العليا بالمنظمة و تحديد و تعظيم دور العاملين في انجازها.
_ نشر الوعي بين العاملين و تعريفهم بدورهم و أهميته في كسب ثقة الجمهور الخارجي.
_ تقديم النصح و المشورة للإدارة العليا بشأن المشكلات و المواقف التي تعوق العمل أو تطوير نوعية المنتج أو الخدمة، أو بشأن سياستها و خططها الحالية و المستقبلية.

_ التنسيق بين جميع قطاعات المنظمة و تسهيل تناقل المعلومات و الخدمات فيما بينها في سبيل تحسين نوعية السلعة أو الخدمة.

_ التنسيق مع وحدة (ادارة العلاقات العامة) بالمنظمة لحل مشكلات العاملين و المشاركة في تحسين ظروف العمل المادية و النفسية و الاجتماعية و الثقافية، في سبيل رفع أو تحسين الكفاءة الانتاجية، أو الخدمات الجماهيرية.

2 _ أهداف العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي:

_ تحسين سمعة أو صورة المنظمة الذهنية لدى جمهورها من خلال التقديم الجيد للمنظمة، مع شرح سياستها و أهدافها في المناسبات المختلفة.

¹ د.حمدي شعبان, وظيفة العلاقات العامة الاسس و المهارات، مؤسسة الطوبجي للتجارة و الطباعة و النشر، د.ط، القاهرة 2008، ص 36، 37

- _ التعرف على انجازات الجماهير (الرأي العام) نحو المنظمة و ما تقدمه من سلعة أو خدمة، و رفعها الى الادارة العليا.
- _ المشاركة في حل مشكلات المجتمع في اطار " المسؤولية الاجتماعية" لترسيخ دور المنظمة و صورتها الطيبة لدى الجماهير.
- _ امداد الادارة بقطاعاتها المختلفة بالمعلومات اللازمة عن نوعية الجماهير و تطلعاتها، و مدى المواصفات المطلوبة في السلعة أو الخدمة.¹

¹ د.حمدي شعبان, مرجع سابق , ص37 .

3_ أهمية العلاقات العامة :

- تزايد تدخل الدول في الحياة الاقتصادية والاجتماعية مما يتطلب ضرورة جمهورها للخطط التي تضعها و القرارات التي تتخذها و التي تمس حياة مواطنيها.
- _ اتساع السوق و زيادة حجم الانتاج و تعاضم النفقات مع وجود منافسة حادة تهدف الى جذب أكبر عدد من المستهلكين.
- _ تعاضم قوة الرأي العام و اتساع المشاركة السياسية، و ازدياد ثقافة الجماهير مما يتطلب اتصال الدولة و مؤسسات الاعمال بالجماهير لكسب تأييد الجمهور الخارجي.
- _ بناء اسم المنشأة و صبغ هذا الاسم بشهرة رسمية تلقى استحسان الجماهير.
- _ نصح المنشأة عند تحديد سياستها حتى تراعي فيها اتجاهات الرأي العام.
- _ التوعية بأهداف المنظمة و العمل على ايضاح خططها للجمهور.
- _ الارتفاع بمستوى الخدمات المقدمة.
- _ تنمية و تنسيق التعاون مع المنظمات الأخرى في المجتمع.
- _ تنمية و تدعيم تفاهم مستمر مع وسائل الاعلام.
- _ مواجهة الازمات أو الطوارئ التي قد تتعرض لها المنشأة، و هذا لا يتعارض مع ما تردده أدبيات العلاقات العامة من ان وظائفها تدور في فلك خمس وظائف وهي: البحث، التخطيط، الاتصال، و التنسيق، و التقييم.
- _ توفر وسائل الاتصال الحديثة ساعد على ايجاد الكثير من منافذ الوصول الى الجمهور.
- _ الاهتمام المتزايد بالمجتمع و مصالح أفرادهِ.¹

- _ زيادة الاتصال بين دول العالم لإقامة أسس علاقات طيبة بين أعضاء الاسرة الدولية.
- _ بناء سمعة حسنة للمؤسسة في البيئة التي تعيش فيها، و ذلك لدعم بقاءها و استمراريتها و تأكيد هويتها و انتماءها للبيئة.²

¹ علي بن فايز الجحني، مدخل الى العلاقات العامة و الانسانية، الرياض، ط1، جامعة نايف العربية للعلوم الامنية، 2006 ص 24، 25

² علي بن فايز الجحني، مرجع سابق، ص 25 .

4_ خصائص العلاقات العامة :

نظرا للمكانة التي اكتسبتها العلاقات العامة منذ نشأتها الى حد الان اذ توسع نشاطها في شتى المؤسسات رغم اختلاف مجالاتها، واصبحت غاية لابد من بلوغها حيث تكتسي مجموعة من الخصائص و السمات التي تميزها عن باقي الاجهزة في المنظمة و من بين هذه الخصائص نذكر ما يلي:

_ العلاقات العامة وظيفة ادارية: تدخل ضمن العملية الادارية في اي منشأة، وهي وظيفة ادارية لا غنى عنها بوصف أن كل منشأة أو منظمة انما تسعى الى نجاح أهدافها و تحقيق الغاية من وجودها و هذا هو صلب أهداف العلاقات العامة.

_ العلاقات العامة عملية مستمرة: حيث تتصف أنشطتها بالديمومة فتوجد مع المنشأة وجودا و عدما، و أنها ليست عملية وقتية أو لمناسبات معينة و انما هي وظيفة دائمة من المنظمة.

_ العلاقات العامة جهود مرسومة و مخططة: أي انها ليست عملية عشوائية، تنتظر ردود الأفعال و انما تقوم على مجموعة من المبادئ و الوظائف الادارية.

_ العلاقات العامة في مكان الصدارة من الهيكل التنظيمي لأي منشأة: و يرتبط بذلك أنها وظيفة استشارية تتصل مباشرة بخط السلطة المتصل بقيادة المنشأة حتى يمكن أن تقوم بوظيفتها على أكمل وجه.

_ العلاقات العامة علم و فن: فهي علم يستند الى مجموعة من الأسس و المبادئ العلمية، و هي فن يتطلب ممن يمارسها الالمام بتكتيك الاعلام و الادارة و التحلي بمجموعة من السجايا الشخصية التي تساعد على الابداع و الابتكار مما يؤدي في النهاية الى نجاح هذه الوظيفة .¹

_ العلاقات العامة أداة اتصال ذات اتجاهين: الاول ينقل اتجاهات الجماهير الى الادارة و الثاني يوصل السياسات و الممارسات الى الجماهير.

_ العلاقات العامة نشاط يبدأ من داخل المنشأة: فيكون العلاقات الطيبة بين العاملين في المنشأة قبل الاتجاه الى الجماهير الخارجية.

_ العلاقات العامة مسئولية اجتماعية: فلا بد ان يتعزز لدى المنشأة بأن جهودها هو من أجل المجتمع، و أن نجاحها و فشلها يمكن أن تؤثر فيه علاقاتها بذلك المجتمع الذي تعيش فيه و تتعامل معه.

_ تستخدم العلاقات العامة وسائل الاتصال او الاعلام الشامل لتحسين الصورة الذهنية لدى جماهير المنظمة و ايجاد نوع من العلاقات الطيبة.

_ توفر بعض الصفات في من يؤدي وظيفة العلاقات العامة منها : العلم، الفن، المهارة، الخبرة.¹

¹ حمدي شعبان، مرجع سابق , ص 17، 18

¹ د.علي بن فايز الجحني, مدخل الى العلاقات العامة, جامعة نايف العربية للعلوم الامنية, الرياض, ط1, 2006, ص(32_33)

5_ مبادئ العلاقات العامة :

من خلال ما تم عرضه من أهمية و أهداف و خصائص للعلاقات العامة و تحديد ماهيتها، يمكن القول بأن هذا النشاط (العلاقات العامة) يستند الى مجموعة من المبادئ و من خلالها تسعى لتحقيق أهداف و هي كالتالي:

- 1_ ان العلاقات العامة هي وظيفة ادارية مستمرة و مخططة، تحتاج الى ممارسة العملية الادارية كالتخطيط و البحث العلمي و التنظيم و التنسيق و التقييم، شأنها شأن وظائف المؤسسة الأخرى.
- 2_ تقوم بين طرفين كلاهما مؤثر و متأثر في الوقت نفسه، فهي تتصف بالديناميكية و الحيوية و قوة الفاعلية، فالعلاقات العامة تقوم على الأخذ و العطاء و الفهم المتبادل و الاستجابة المباشرة و الايجابية من جانب كل من الطرفين، و هي سياسات و أعمال ثم اتصال و اعلام، فهي تعكس وجهة نظر فئات الجمهور فهي بذلك اتصال ذو اتجاهين.
- 3_ انما لا تقتصر على مؤسسات على مؤسسات معينة، بل أنها تشمل جميع المؤسسات الحكومية و الخاصة سواء كانت تجارية ام صناعية ام اجتماعية.
- 4_ أهمية العنصر الأخلاقي في ممارسة نشاط العلاقات العامة، و هذا يتضمن الفلسفة العامة للمؤسسة و إحساسها بمسئولياتها الاجتماعية، و التزامها الصدق، فيما يصدر عنها من معلومات، و كذاك قيامها بتنمية الثقة و الاحترام المتبادل بين طرفين (المؤسسة و جمهورها).
- 5_ معرفة بالأسباب النظرية و العملية لتشكيل الاتجاهات و تغييرها، و هذا يستوجب تفهما لطبيعة السلوك البشري.
- 6_ ضرورة جعل العلاقات العامة مسؤولية الادارة العليا حيث لا بد أن تكون برامجها متطابقة مع سياسات المؤسسة، كما أن سياسات المؤسسة يجب أن تلتقي مصالح الجماهير المختلفة.¹
- 7_ يرتبط نشاط العلاقات العامة بشكل رئيس بالرأي العام، حيث من دون وجود الجمهور لا يكون هناك نشاط للعلاقات العامة، فهي تعمل على تبادل التفاهم مع الرأي العام على أساس من الحقيقة و الصدق لكسب تعاطفه و ثقته، فعندما يكون للرأي العام قيمة و أهمية بالنسبة لإدارة المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تؤدي دورها بشكل فعال.²
- 8_ العلاقات العامة تبدأ من داخل المؤسسة بمعنى أنه يجب أن يوجد تفاهم متبادل بين المؤسسة و العاملين بها على اختلاف مستوياتهم، و تحسين العلاقات بالجمهور الداخلي هو بداية العلاقة الناجحة

¹ د عبد الناصر أحمد حرادات، اسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، لبنان هاتف الشامي، دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، الطبعة العربية، 2009، ص(25_26)

² عبد الناصر أحمد حرادات، مرجع سابق، ص26.

- مع الجمهور الخارج، حيث ان الصورة الذهنية التي تنطبع في أذهان الجمهور الخارجي ما هي إلا انعكاس للصورة الذهنية للجمهور الخارجي.¹
- و هناك مجموعة من المبادئ حيث يجب ان يسترشد بها ممارسي العلاقات العامة:
- _ كسب ثقة الجماهير و ذلك عن طريق القيام بواجبات المؤسسة على أكمل وجه و أن تتسم أعمال المؤسسة بالصدق و الأمانة.
- _ نشر الوعي بين الجماهير و ذلك عن طريق شرح سياسة المؤسسة و توجيه الرأي العام الى أفضل السبل للتعامل مع السياسة العامة للمجتمع.
- _ إتباع سياسة عدم اخفاء الحقائق و ذلك بتقديم المعلومات الصادقة الأمين.²

¹شديوان علي شيبية , مرجع سابق, ص (59_60)

²شديوان علي شيبية , مرجع سابق , ص66 .

المبحث الثاني : أساسيات العلاقات العامة .

1_ مهام العلاقات العامة :

العلاقات العامة وظيفة من وظائف الادارة العليا في المنشأة سواء أكانت تابعة للإدارة العليا أم في مستوياتها. و هي بذلك لابد أن تشارك في رسم السياسات و اتخاذ القرارات. و تؤهلها لذلك طبيعة عملها التي تحتم عليها الاتصال بالجمهور الداخلي و الخارجي للمؤسسة التي تعمل لذلك الجمهور و تعمل من أجله. و هي في ذلك تعمل على خطين متوازيين في اتجاه واحد، و هو الوصول الى هدف المؤسسة، فكلما أن لها دورا كبيرا مع الجمهور الخارجي للمؤسسة، فهي في نفس الوقت لها نفس الدور مع الجمهور الداخلي لتلك المؤسسة، و لن تكون العلاقات ناجحة مع الجمهور الخارجي ما لم تكن ناجحة مع الجمهور الداخلي للمؤسسة.¹

1_ دور العلاقات العامة مع الجمهور الداخلي للمنشأة:

يتنوع العاملون في المنشأة الواحدة من حيث المستوى الوظيفي أو التأهيلي، او الإداري أو الفني، و طبيعة العمل، و طبيعة بيئة العمل... الخ، و العلاقات العامة تتعامل مع كل هذه المستويات لتؤدي دورها الذي يتمثل في:

_ تقديم معلومات كاملة و صادقة لجمهور المنشأة، تتضمن نشاط المنشأة الانتاجي و الخدمي الحالي و المستقبلي.

_ تكوين علاقة طيبة بين جمهور المؤسسة و الادارة العليا بها، تنشأ من نقل احتياجات و مشاكل و اتجاهات العاملين الى الادارة العليا، و حثها على أن تأخذها في الاعتبار في عملية اتخاذ القرار، و شرح و تفسير قرارات و أعمال الادارة للعاملين و حث الادارة على مشاركة العاملين في صنع القرار من خلال تشجيع سياسات الباب المفتوح التي تتمثل في عقد الاجتماعات، و مناقشة المشكلات، و تلقي الاقتراحات و الشكاوي.

_ تكوين علاقة طيبة بين العاملين أنفسهم داخل المنشأة عن طريق القضاء على الخلافات التي قد تنشأ بينهم، و مساعدتهم و تشجيعهم على مشاركة بعضهم بعضا في المناسبات و الاحداث الشخصية السارة او المحزنة، و عمل لقاءات جماعية في أوقات مختلفة سواء داخل المنشأة أو خارجها، ليحدث بينهم التفاعل الطيب، و يشعرون كأنهم أسرة واحدة.

¹ يحيى محمد عبد المجيد، مرجع سابق، ص18

التأكد من حرص الإدارة على حل مشاكل العاملين التي تواجههم في مجتمعهم كمشكلات الانتقال أو الإسكان أو الصحة.

حث الإدارة على رفع المستوى الاجتماعي و الثقافي و المهني للعاملين، مما يساعد على رفع روحهم المعنوي و زيادة انتماءهم و ولائهم للمنشأة.

2_ دور العلاقات العامة مع الجمهور الخارجي للمنشأة:

يكون الجمهور الخارجي اكثر تنوعا من الجمهور الداخلي، و ذلك في مستوياته الاجتماعية، و العلمية، و الوظيفية، و البيئية... الخ¹ و بالتالي تزداد مهام رجال العلاقات العامة للحصول على ثقة الجماهير الخارجية في المنشأة و الاحتفاظ بهذه الثقة من خلال قيامهم بالأعمال التالية:

توفير معلومات كاملة و صادقة عن نشاط المنشأة.

الالتزام بالمعايير الاخلاقية فيما تقدمه المنشأة للجمهور من معلومات.

العمل على تقديم المنتج المناسب خاليا من أية أضرار يسببها للمستهلك او البيئة، مع تعريف المستهلك بطريقة إنتاجه و استهلاكه و حفظه و صيانتة، و مراعاة كل ذلك مع إدارة التسويق. و العمل الدائم على رفع مستوى المنتج.

إشعار المساهمين بتحقيق أفضل عائد لاستثماراتهم.

العمل على ان تساهم المنشأة في حل مشكلات المجتمع.

خلق اتصال فعال بين المنشأة و جماهيرها يهدف الى تحقيق مصلحة الطرفين.²

¹ يحيى محمد عبد المجيد، مرجع سابق , ص19

² يحيى محمد عبد المجيد، مرجع سابق, ص20

2_ جمهور العلاقات العامة :

لكل مؤسسة من المؤسسات جمهورها الذي تتعامل معه و ترتبط به بصورة مباشرة أو غير مباشرة، و يشمل مفهوم الجمهور جميع المجموعات التي يكون من مصلحتها الإبقاء على وجود المنشأة و يكون للمنظمة مصلحة من وجودها و يمكن تقسيم هذه الجماهير إلى:

أ الجمهور الداخلي : و يشمل جميع من يعمل بالمنظمة من رؤساء و مرؤوسين أو موظفين و عمال و فنيين.

ب الجمهور الخارجي : و يشمل كل المتعاملين مع المنظمة في وقت معين مثل المستهلكين و الموزعين و المصدرين و كل من يستفيد أو يستخدم منتجات أو خدمات المنظمة أو المجتمع عامة.¹ العلاقات العامة و الجمهور الداخلي:

يتكون الجمهور الداخلي من كافة العاملين في المؤسسة في المستويات الادارية المختلفة و العاملين بالأقسام و الفروع التي تضمها المؤسسة، و تسعى العلاقات العامة إلى تدعيم علاقاتها بالجمهور الداخلي كخطوة أساسية للانطلاق إلى علاقات جيدة مع الجمهور الخارجي.

و تمثل الجماهير الداخلية جماعة من الأفراد تربط بينهم وحدة اجتماعية يكون الولاء لها، و يتميز الجمهور الداخلي بقدر من الاستقرار نتيجة لتواجدهم داخل بناء تنظيمي له قواعده و نظمه، بما يكفل خلق المواقف الاجتماعية المشتركة بين أفراد الجمهور الداخلي.

العلاقات العامة و الجمهور الخارجي :

و يشمل جميع الأفراد الذين يتعاملون مع المؤسسة من الخارج و يرتبطون بها ارتباطاً مباشراً أو غير مباشر، و ينقسم الجمهور الخارجي إلى جمهور نوعي باختلاف علاقاته بالمؤسسة، و لقد كانت العلاقات العامة فيما مضى تعطي أكبر اهتمامها إلى الجمهور الخارجي على حساب الجمهور الداخلي لكسب تأييد الجماهير و اقبالها على خدمات، أو منتجات المؤسسة، إلا أن المؤسسات أخذت تواجه بالعديد من الصعوبات، مما دفع خبراء العلاقات العامة إلى الاهتمام بالجمهور الداخلي و رفع الروح المعنوية للعاملين و تحسين ظروف العمل و الاهتمام بدراسة و قياس آرائهم مما ينعكس بتحقيق

¹ حمدي شعبان، مرجع سابق، ص(18_19)

الرضا الذي ينتقل عن طريق الصورة الذهنية إلى الجمهور الخارجي. و تأسيسا على ما سبق فإن إدارة العلاقات العامة الناجحة تهتم بوضع الجمهور الداخلي و الخارجي محلا للاهتمام، و الدراسة، بحيث يكون هدف المؤسسة التعرف على آراء، و اتجاهات و ميول جماهيرها الداخلية، و الخارجية على حد سواء لتحقيق الهدف النهائي و هو كسب التأييد لصالح المؤسسة.¹

¹ شدوان علي شيبه، مرجع سابق، ص 252

3_ الشروط الواجب توافرها اثناء اداء وظيفة العلاقات العامة :

هناك شروط أساسية لابد من توافرها في المشتغلين بمهنة العلاقات العامة أيا كان نوع المؤسسة التي يعملون بها. يضاف إلى ذلك صفتين أساسيتين هما الشخصية الحبوبة، و القدرة على الاتصال، و هذه الشروط تتمثل في مواصفات يجب أن يتميز بها القائم بالعلاقات العامة تجعله يؤثر في الافراد داخل المؤسسة و من بين هذه الخصائص:

1_ الجاذبية: و إن كان من الصعب تحديد هذه الصفة تحديدا دقيقا، إلا أنه من السهل أن نشعر بها و نراها في معاملاتنا مع الغير، و العوض تولد معه هذه الخاصية، و البعض الآخر يكتسبها من الآخرين. و من مظاهر هذه الصفة سماحة الوجه، و رقة الحديث، و تناسب القوام، و حسن الهندام.

2_ الإحساس العام: أن يكون لديه القدرة على الشعور بمدى توافقه مع الغير او نشازة عنهم، و أن يعرف متى يتكلم و متى ينصت، و متى يدافع أو يهاجم، و متى ينتظر ظروفًا أفضل للدفاع أو الهجوم. كما أن الحرص ضروري حتى لا تؤدي زلة لسان إلى مشكلات يصعب حلها.

3_ حب الاستطلاع: لابد أن تتوافر للمشتغل بالعلاقات العامة الرغبة المستمرة في ان يعرف عناصر الأحداث: ماذا، لماذا، كيف، متى، أين، من، فبدون ذلك لن يحصل على الحقائق، و لن يكون قادرا على تفسير الاحداث.¹

4_ الكياسة: يتوقف نجاح مسؤول العلاقات العامة على مدى تأثيره في تفكير الآخرين، و هو ما يتطلب قدرا من الدقة و الكياسة، فالغلطة دائما تولد الامتعاض و الاستياء.

5_ الانتران: من ضمن نشاطات العلاقات العامة الاتصال بالأفراد و خلق انطباع طيب عند الجماهير عن المؤسسة التي تمثلها العلاقات العامة، و الانتران هو أحد مكونات هذا الانطباع الطيب إضافة إلى أنه يساعد رجل العلاقات العامة على مواجهة المشكلات.

6_ الاهتمام بالآخرين: أي أن يكون محبا للآخرين مقبلا عليهم حتى يتعرف على طريقة تفكيرهم و أساليب التأثير فيهم.

7_ الموضوعية: و هي القدرة على النظر بتجرد عن الذات إلى المشكلات المعروضة و التوصيات المطروحة و أسلوب العمل و التعرف على العيوب، حتى لو كان مصدرها الشخص نفسه، و عدم التحيز لأي فريق على حساب الآخر.

8_ الحماس: العلاقات العامة عملية مستمرة لبيع الأفكار إلى الآخرين و التأثير فيهم و ما لم يكن البائع متحمسا لما يبيع فأولى بالمشتري أن يزهّد في الشراء منه.

¹ علي عجوة, مرجع سابق , ص 52,53

- 9_ الاستمالة: أي أن يكون قادرا على استمالة الغير للأفكار التي يعبر عنها بأسلوبه الشيق القريب من الناس.
- 10_ الاستقامة: أي أن يكون مهذبا مخلصا لوظيفته، صادقا في طرحه لأن نجاحه رهن بثقة الناس من القريب.
- 11_ الخيال الخصب: العلاقات العامة وظيفه خلاقة تعتمد على الابتكار في مواجهة المشكلات الجديدة و التغلب على الآراء المعارضة أو إضعافها لكسب فئات المترددين، لذلك عليه أن يمتلك خيالا خصبا ليتمكن من ذلك.
- 12_ النشاط: أي أن يكون متحركا و قادرا على العطاء بجهد كبير فليس عليه أن يجلس وراء مكتب أنيق يعمل من خلف ستاره.
- 13_ قابلية التنظيم: كرجل إداري، يحتاج موظف العلاقات العامة إلى قدرة على تنظيم أعماله بشكل مرتب، و إلى تبويب موارده المتوفرة و توقيت أعماله و مواعيده و جدولتها بدقة حسب الأولويات.¹
- 14_ اشجاعة: قد يواجه رجل العلاقات العامة أمورا محرجة في علاقة مؤسسته بالجمهور، و يحتاج إلى اتخاذ قرارات حاسمة و حازمة، و سريعة أحيانا، لذا يحتاج إلى شجاعة و سرعة بديهية.¹

¹ فمهي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار اسامة للنشر، الاردن، عمان، ط1، 2011، ص162، 164

مهام القائم بالعلاقات العامة :

نجاح وظيفة العلاقات العامة مرتبط بمن يمارسها و يختص في نشاطها، إذ لابد من توافر الشروط و الخصائص السابق ذكرها، و يلاحظ أن موظف العلاقات العامة تختلف مهامه من منظمة إلى أخرى و ليس بالضرورة أن يقوم جميع الموظفين بنفس العمل و لكن هناك قواسم مشتركة بين جميع هؤلاء العاملين، منها ما يلي:

- العمل كفريق واحد من أجل إظهار صورة المنظمة في أفضل ما يمكن.
- تحسين علاقاتهم بالمجتمع الذين يعملون فيه و كذا علاقاتهم بزملائهم في نفس المنظمة.
- جمع البيانات و الحقائق اللازمة لرسم سياسات المنظمة و تحقيق أهدافها.
- إصدار نشرات التوعية للموظفين و المجتمع الخارجي.
- الاتصال بالصحافة و الإذاعة و التلفزيون و وسائل الاعلام المختلفة لتبليغها عن نشاطات المنظمة.
- القيام ببرامج التعليم و التدريب بما يخص أعمال العلاقات العامة و الترتيب لأعمال التدريب و التعليم للأقسام الأخرى بالمنظمة.
- استقبال الوفود و وداعهم و القيام بعمليات حجز الفنادق لهم و الحصول على التأشيرات اللازمة من الجهات الرسمية.
- أي مهام أخرى يكلفهم بها الرئيس المباشر و لا تتعارض مع طبيعة أعمالهم.¹

¹ محمد عبده حافظ، مرجع ذكر سابقاً، ص 124 .

4_ وسائل الاتصال في العلاقات العامة :

للعلاقات العامة كمية كبيرة من الوسائل، تتوافق كلها مع خصائص و أهداف العلاقات العامة، و الجهات المعنية تستطيع استخدام مختلف وسائل الاتصال الداخلية، و يعتبر البعض أن العمل مع الصحافة هو أساس نشاطات العلاقات العامة. و من بين هذه الوسائل يوجد الوسائل المكتوبة، الوسائل المنطوقة، و الوسائل المرئية.

1 الوسائل المكتوبة:

الصحف: تعد الصحف من الدوريات، أو تلك المطبوعات التي تصدر بشكل منتظم و لها عنوان متميز في الكتابة فيها عدد من الصحفيين، و تغطي صفحاتها الموضوعات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية و الثقافية.¹

و يستفيد رجل العلاقات العامة من العرض الواسع للصحف حيث يستطيع نشر رسالته التعريفية أو الدعائية أو الترويجية .. الخ، التي يريد توصيلها للجمهور المعني بها، و هنا عليه أن يصوغ تلك الرسالة بطريقة اخبارية مشوقة و واضحة، بما يضمن وصولها و تحقيق الهدف منها. كما يمكن الاستفادة من الصحف لنشر التقارير المتعلقة بنشاط المؤسسة المعنية، و تعريف الجمهور بحجم هذا النشاط، و خاصة ما يتعلق منها بالميزانيات العمومية و غيرها.²

مجلة المؤسسة: يستعمل هذا النوع من الوسائل للاتصال بالجمهور و تزويده بشكل المعلومات التي يرغب في معرفتها بغرض تفسير و شرح المعلومات و الأحداث من ثم تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة أو للإعلان.³

إن هذه المجلة الداخلية تعتبر همزة الوصل بين الإدارة من جهة و العمال و الموظفين من جهة أخرى، فهي الوسيلة التي يمكن بواسطتها تفسير مواقف و قرارات و تعليمات الإدارة لموظفيها، كما أنها تعمل على خلق شعور الولاء للمؤسسة بين موظفيها.⁴

البريد: تقوم إدارة العلاقات العامة باستخدام البريد للاتصال بالجمهور، و إيصال المعلومات إليه، و ذلك عن طريق ارسال الرسائل الخاصة و الكتيبات، و النشرات، و البطاقات، و الاستبيانات، و غيره من المنشورات الدعائية و الاعلامية، و يتم ذلك عادة إما بطريقة دورية أو عند الحاجة.⁵

¹ ربحي مصطفى عليان و محمد عبد الدبس: وسائل الاتصال و تكنولوجيا الاتصال، عمان، دار صفاء للنشر و التوزيع، 2005، ص200

² عبد المعطي محمد عساف و محمد فالح صالح، مرجع سابق، ص(11 _ 19)

³ محمد منير حجاب ، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2007، ص 214

⁴ عبد المعطي عساف، محمد فالح صالح، مرجع سابق، ص95، 96

⁵ عبد المعطي عساف، محمد فالح صالح، مرجع سابق ، ص 96، 97

النشرات و الكتيبات: تحتوي النشرة على موضوع واحد و تسلم باليد او ترسل بواسطة البريد، بينما تتنوع موضوعات الكتيب، و تتعدد صفحاته و معالجات الموضوعات فيه، و قد يكون الهدف من الكتيب شرح برنامج إنتاجي جديد، أو تقديم خدمة جديدة، و تهتم المؤسسات بنوع الورق و الغلاف و الإخراج الفني، و الأحرف و العناوين، لكي يعبر الكتيب عن الصورة المشرفة، التي تريد المنظمة إظهار نفسها بها.¹

التقارير السنوية و الدورية: يأتي التقرير السنوي في مقدمة وسائل الاتصال بالمساهمين بالنسبة للمنشآت التجارية و الصناعية. و يشغل المركز الثاني في وسائل الاتصال بغير المساهمين من العاملين و المجتمع المحلي و الموزعين و الموردين. و يعتبر هذا التقرير الفرصة السنوية التي تستطيع فيها المنشأة أن تقول للمساهمين و غيرهم ماذا تم إنجازه خلال هذا العام المنصرم، و ماذا

يجري الآن، و ماهي خطط المستقبل. و يعكس هذا التقرير صورة المنشأة و كفاءة رجال الادارة بها و هو ما قد يؤدي إلى جذب المستثمرين الجدد و زيادة اسعار اسهمها.²

2_ الوسائل المنطوقة:

الإذاعة: لقد شهد القرن العشرين منافسة جديدة للصحف تتمثل في الإذاعة، و أصبح الكثيرون يطلقون عليها الصحافة المسموعة، كون لها دورا خطيرا في التأثير على الرأي العام، و يمكن ان يكون لها تأثير أقوى من الصحف و لذلك سميت بالصحف الناطقة.³

الندوات: تنبع أهميتها باعتبارها تضمن الحوار و المناقشة بين المحاضر، و جمهور المستمعين من جهة، و بين المستمعين و بعضهم من جهة أخرى، تستخدمها إدارات العلاقات العامة للتعرف على آراء المختصين في بعض المواضيع، و كذلك لخلق روح الفريق عند الجمهور الداخلي.⁴

الزيارات: تعتبر هذه الوسيلة كنوع من الأحداث الخاصة تعدها إدارة العلاقات العامة في المؤسسات، فهي تعمل على إبراز مهام المؤسسة و وظائفها و إمكانياتها للجماهير المختلفة التي تتعامل معها و حتى للجمهور العام بهدف زيادة التفاعل و الاحتكاك الذي يسمح بترسيخ صورة حسنة عن المؤسسة.⁵

¹ عايد فضل الشعراوي، الاعلان و العلاقات العامة، ط1، دار الجامعة للطباعة و النشر، بيروت، 2006، ص 231

² محمد عبده حافظ، مرجع سابق، ص 268

³ محمد عبد الفتاح محمد: العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية (أسس و مبادئ)، المكتب العلمي للكمبيوتر و النشر و التوزيع، الاسكندرية، 1994، ص 175

⁴ عذراء عيواج، مرجع سابق، ص 51

⁴ communication d'entreprise, nexx visuels communicants , brochure, montpellier, France, p 12

__ الاحتفالات: هي من أقوى وسائل الاتصال التي تساعد إدارة العلاقات العامة على إيجاد صلات ودية بال جماهير خاصة مع جماعات النفوذ.¹

__ المؤتمرات: هي من أهم أنشطة العلاقات العامة، إذ تقدم فرصا هائلة للدعاية للمؤسسة، و تساعد على تحقيق وحدة التصور بين المهتمين و تحقيق التعاون بينهم، و هي عدة أنواع منها المؤتمرات الصحفية، التي لها اهمية خاصة في ميدان العلاقات العامة لنشر المعلومات و الأحداث المهمة.²

3_ الوسائل المرئية:

__ لوحة الإعلانات: تسهل لوحة الإعلانات مهمة خبير العلاقات العامة في إيصال رسائله الاتصالية للجمهور، شريطة بقائها جذابة مثيرة للانتباه.

__ صفح الحائط: عبارة عن صفحة من الورق المقوى، تحتوي على إرشادات وأخبار تهم المؤسسة، توجه بالدرجة الأولى إلى الجمهور الداخلي أكثر من توجيهها إلى الجمهور الخارجي.³

__ المعارض و الأسواق الدولية: تعتبر المعارض و الأسواق الدولية من أهم أدوات العلاقات العامة، نظرا لأهميتها و هي تتطلب الاستعداد و التحضير المسبق لها بشكل جيد.⁴

__ الصور الفوتوغرافية: تعد من أكثر الوسائل دلالة و وضوح للكثير من الأشياء التي يصعب التعبير

عنها بالكلام أم الكتابة، أو قد يكون الطرف الآخر غير قادر على فهم او قراءة الشيء المكتوب و لأسباب كثيرة فتكون الصورة أفضل وسيلة للتعبير عن الفكرة، فضلا عن بقاءها في الذاكرة لفترة أطول قياسا بما هو عليه في الأشياء المكتوبة.⁵

1 عذراء عيواج، المرجع السابق ص51

2 عذراء عيوج، المرجع السابق، ص 51

3 عذراء عيوج، المرجع السابق، ص50

4 عذراء عيوج، المرجع السابق، ص51

5 ثامر البكري، الاتصالات التسويقية و الترويج، دار حامد للنشر و التوزيع، ط1، الأردن، 2006، ص 294

5_ الصعوبات التي يواجهها القائم بالعلاقات العامة :

- _ عدم وجود معايير تكفل الاختيار الصحيح للعاملين في لدارة العلاقات العامة.
- _ عدم حصول العاملين في ادارات العلاقات العامة على خلفية علمية مناسبة لممارسة المهنة.
- _ عدم حصول العاملين في ادارة العلاقات العامة المختلفة على خلفيات تدريبية مناسبة لممارسة المهنة.
- _ عدم الالتزام بأخلاقيات ممارسة مهنة العلاقات العامة.
- _ عدم اهتمام الادارة العليا بالعلاقات العامة و عدم اقتناعها بقدراتها.
- _ ضعف مشاركة العاملين في ادارات العلاقات العامة في عملية اتخاذ القرار في المؤسسة.
- _ عدم وضوح اختصاصات ادارة العلاقات العامة.
- _ عدم وضع العلاقات العامة في مستوى اداري مناسب.
- _ عدم توافر الموارد المالية لإدارات العلاقات العامة بشكل كاف.
- _ عدم الاستخدام الامثل لوسائل الاعلام في تحقيق أهداف العلاقات العامة.
- _ عدم استخدام التكنولوجيا الحديثة في العلاقات العامة في بعض المؤسسات.

مواجهة البيروقراطية الحكومية التي تعطل عمل العلاقات العامة .¹

المبحث الثالث : وظائف العلاقات العامة .

1_ وظيفة البحث :

لوظيفة البحث أهمية كبيرة في مجال العلاقات العامة، فالبحث يستطيع أن يبين لنا اتجاهات الجمهور ومطالبه و رغباته و ميوله اتجاه المؤسسة و فيما يلي نشير للبحث و أهدافه في مجال العلاقات العامة:

البحث طريقة للدراسة يمكن التوصل بواسطتها إلى حل مشكلة معينة من خلال التحري الشامل و الدقيق و جمع و استنتاج الأدلة التي لها علاقة بالمشكلة المعنية.²

و تتضمن دراسة الجمهور و المؤسسة و الإلمام بكل المتغيرات المتعلقة بهم، و دراسة المشكلات الظاهرة و الكامنة و وضع الحلول لها، أيضا دراسة الجماهير النوعية للمؤسسة و وضع أفضل الاستراتيجيات لكسب تأييدها.³

و تتمثل هذه الوظيفة في كافة الجهود المتعلقة بمعرفة اتجاهات و آراء الجمهور حول ممارسة العلاقات العامة سواء كان فردا أو مؤسسة، و تختلف هذه الجهود حيث تستخدم في الممارسة الحديثة للعلاقات العامة كافة السبل المتاحة لقياس و معرفة آراء الجمهور و رغباته.⁴

إن البحث العلمي من وجهة نظر العلاقات العامة نوع من النشاط البشري، يهدف إلى استقصاء الحقائق و المعلومات، و قياس آراء الرأي العام و تفسيرها و الاستفادة منها، فالتجربة العلمية برهنت أنه لا يمكن لأخصائي العلاقات العامة تأكيد معرفتهم بالمواقف و التوصية بحلول معينة دون استخدام البحوث ، كما لخصت التجارب الى ان البحوث هي المنظم للمعلومات , قصد فهم المواقف وتحليلها و التأكد من صحة الافتراضات عن الجماهير، و عن نتائج العلاقات العامة، و تقديم مقترحات و حلول

¹ علي عجوة، محمد يوسف، مرجع سابق , ص 115

² عبد المعطي محمد عساف، فالح صالح، مرجع سابق , ص 13

³ شدوان علي شيبية، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، 2016، ص 50

⁴ _ عماد الدين تاج السر فقير عمر، اعداد و انتاج المواد الاعلامية للعلاقات العامة، د.د.ن. ط1، ، الامارات، 2013، ص28، 27

مدعمة بالأدلة، و تقليل عدم التأكد من عملية اتخاذ القرارات، و قد أضحى البحث واحدا من أهم أجزاء العلاقات العامة.¹

مراحل البحث في العلاقات العامة:

يمر البحث العلمي في العلاقات العامة بالمراحل الآتية:

_ تحديد المشكلة: تشكل أصعب جانب من جوانب البحث المنظم، و يكون تحديدها من خلال التعرف عليها، أو تحديد طبيعتها، و مدى عمقها.

_ تحديد الأهداف: و يقصد بها الغرض من الدراسة.

_ وضع فرضيات للدراسة: نقصد بالفرضية الاقتراح الذي ننتقل منه للتفكير في حل مشكلة ما، مع مراعات الدقة في صياغتها.

_ تحديد المنهج: المنهج يجب على سؤال مؤداه كيف يمكن حل المشكلة؟

و توجد عدة مناهج يمكن لخبير العلاقات العامة الاستعانة بها.
_ اختيار العينة: شرط أن تكون ممثلة لفئات المجتمع المدروس.

_ اختيار أدوات جمع البيانات: أي تحليل البيانات من أجل استخلاص النتائج، و وضع التوصيات و الاقتراحات.²

¹ عنراء عيواج، العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية بين النظرية والتطبيق، الفا للوثائق، ط1، الجزائر، 2018 ص 61

² عنراء عيواج، مرجع سابق، ص63.

أهداف بحوث العلاقات العامة:

تسعى وظيفة البحث في العلاقات العامة لتحقيق مجموعة من الأهداف و أهمها:

_ توفر البحوث للإدارة معلومات كاملة عن آراء و رغبات و اقتراحات جمهور المنظمة الداخلي و الخارجي، مما يساعدها في بناء سياستها و تحديد أهدافها و رسم استراتيجياتها، و وضع برامج العلاقات العامة على أسس علمية سليمة.

_ توفر البحوث المعلومات الكافية لاتخاذ القرارات السليمة على أسس علمية سليمة بعيدا عن التخمينات و التقديرات الشخصية الأمر الذي يضمن سلامة القرارات، كما يضمن تنفيذها و تطويرها.

_ تتيح البحوث الفرصة للتعرف على آراء جمهور المنظمة و توقعاته و اقتراحاته مما يمكن سلطة القرار من التعرف على نواحي الضعف و القصور في سياساتها و ممارستها، و أن تعمل على تلافيها، و في نفس الوقت تنمي روح المشاركة لدى جماهيرها و إشعارهم بأن المنظمة هي منظمتهم، و أن نجاحها سيؤدي إلى تقديم الأفضل لهم سواء من حيث الكم أو الكيف، أو السعر الخ.

_ تقوم البحوث بدراسة المتغيرات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية.. الخ، و انعكاساتها على السياسة العامة للمنشأة، و توفر البحوث جميع الحقائق عن هذه المتغيرات مما يساعد الإدارة على معرفة المشكلات المتوقعة، و اكتشاف أسبابها قبل الوقوع فيها و معالجة تلك الأسباب، مما ينعكس إيجابا على مستوى الخدمات و الإنتاج الذي تقدمه المنظمة للجمهور.

_ تميز البحوث بين الجماهير التي تتعامل معها المنظمة و تبرز الفروقات في طبقاتها و مستوى دخلها و تعليمها و ثقافتها، كما تراعي الاختلافات من حيث السن، و الجنس و التوزيع الجغرافي و المهني، مما يساعد إدارة العلاقات العامة على اختيار وسائل الاتصال المناسبة للتأثير على كل فئة من هذه الجماهير على حدة.¹

¹ عبد المعطي محمد عساف ، محمد صالح، مرجع سابق , (134 _ 135)

2_ وظيفة التخطيط :

العلاقات العامة كوظيفة ادارية مستمرة داخل المنظمة، صارت أساسية و حيوية، فهي لم تعد عملية عشوائية او هامشية، و إنما عملية منظمة، تعتمد على التخطيط الفعال لتحقيق أهداف المنظمة، فالتخطيط هو الوظيفة ذات الاهمية الأعظم بين وظائف الادارة المختلفة، و يرجع ذلك إلى أن جميع الوظائف الأخرى تعتمد على ما تنتهي إليه وظيفة التخطيط.

و فيما يلي نشير لماهية التخطيط في العلاقات العامة :

التخطيط عملية ذهنية و قدرات فكرية تعتمد على الخبرات العلمية و العملية معاً، و تتعامل مع الحقائق بهدف الوفاء بالاحتياجات و الوصول إلى الاهداف¹.

_ مفهوم التخطيط في مجال العلاقات العامة:

تخضع العلاقات العامة " كوظيفة إدارية ضمن الوظائف الادارية المختلفة داخل أي منظمة" لمقتضيات التخطيط، على أنه يجب ان نلاحظ أن عملية تخطيط العلاقات العامة تأتي في إطار عملية التخطيط الشاملة التي تهتم بها المنظمة، و تتكامل مع عمليات التخطيط الجزئي للوظائف الإدارية الأخرى كالإنتاج و التسويق و الشؤون المالية و الأفراد... الخ.

لقد أصبحت العلاقات العامة نشاطا هادفا، لا يمكن أن يتحقق إلا من خلال التخطيط بمفهومه العلمي، فلا بد من صياغة خطة متكاملة إذا كانت هناك قناعة كاملة بالاستثمار الامثل للعلاقات العامة. و يتوقف نجاح العلاقات العامة في تحقيق أهدافها، على الاستراتيجية التي وضعت لبلوغ تلك الأهداف، و على ذكاء الحملات الاعلامية التي تترجم هذه الاستراتيجية .

و إذا كان التخطيط في جملته مجموعة من المراحل و الخطوات التي تتيحها الإدارة لمواجهة ظروف المنظمة خلال فترة زمنية مستقبلية فإنه من المنطقي أن يبدأ بالتفكير و محاولة " التنبؤ" بما يمكن أن تكون عليه ظروف المنظمة و أحوالها خلال هذه الفترة المستقبلية، مع الأخذ في الاعتبار بالظروف و المتغيرات البيئية المحيطة التي يمكن أن تكون لها تأثيرات على طبيعة المنظمة في المستقبل، و كذلك توفير الامكانيات و الموارد و الجهود البشرية اللازمة لتنفيذ هذه الخطة.²

¹ حمدي شعبان , وظيفة العلاقات العامة الاسس و المهارات , مؤسسة الطوبجي للتجارة والطباعة والنشر, مصر , 2008, ص50

² _ حمدي شعبان , مرجع سابق, ص 52

فالتخطيط يعني خطة الوصول إلى الأهداف المرسومة للمؤسسة لتوقعات المستقبل، لا يتم التخطيط بدون عملية فكرية منظمة و منطقية لتحليل الإمكانيات البشرية و المادية و المعنوية، بأفضل أسلوب لتحقيق الأهداف المخططة، و التخطيط عملية ضرورية مطلوبة لكل عمل هادف.

يعتبر تخطيط العلاقات العامة بمثابة حجر الأساس في القيام بالأنشطة المختلفة للعلاقات العامة داخل أي منشأة، و يقصد به الاختيار الأمثل للموارد و الطاقات المتاحة لتحقيق أهداف معينة في فترة زمنية محددة، و من هذا يتبين أن المتغيرات الاساسية التي تحكم عملية التخطيط هي الأهداف المطلوب تحقيقها، و الموارد و الامكانيات و الوقت المتاح او المحدد للتنفيذ.

و عموما فإن التخطيط في حقل العلاقات العامة يدلنا أين نذهب و المسار الذي نتخذه وصولا إلى الأهداف المرسومة، و هكذا لا يمكن استمرار مؤسسة أو إدارة علاقات عامة في غياب التخطيط الناجح والفعال .¹

¹ فهدي حمدي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار اسامة للنشر والتوزيع، ط1والاردن، عمان، 2010، ص203

اهمية التخطيط :

التخطيط من العمليات و المهام الضرورية لمختلف المنظمات لما يحتويه من فوائد عديدة، و من أهمها:

__ التخطيط يوفر تفهما مشتركا داخل المؤسسة حول الأهداف و الانجازات التي تسعى إلى تحقيقها.

__ التخطيط يوفر تفهما مشتركا داخل المؤسسة حول الخطوات الواجب اتخاذها لتحقيق تلك الإنجازات.

__ التخطيط يساعد على رصد الموارد و تحديد أفضل الطرق لاستخدامها.

__ التخطيط يبقي المنظمة و أعضائها في الاطار الصحيح.

__ التخطيط يساعد على تحديد دقيق للأهداف و الأدوار و لمؤشرات قياس الاداء.

__ الخطة نقطة ارتكاز لتقييم أداء المنظمة.

__ الخطة أداة يمكن استخدامها للتواصل مع بيئة العمل الخارجية.¹

__ يعزز التخطيط قدرات المؤسسة على المنافسة.

__ يساعد على تحقيق أمثل استخدام ممكن لوسائل الاعلام المتاحة في الوصول إلى الجماهير المستهدفة.

__ يساعد على حسن اختيار وسائل الاتصال و الموضوعات و الأوقات الملائمة والأساليب الاكثر فاعلية في التنفيذ.²

¹ فهدى حمدي , مرجع سابق , ص204

² العلاقات العامة، محمد عبده حافظ، مرجع سابق ص61

3_ وظيفة التنفيذ (الاتصال) :

و هنا يتم وضع الخطة (البرنامج) موضوع التنفيذ، وفقا للتوقيت السابق الاتفاق عليه، و يشار إلى إمكانية أن يكون تنفيذ الخطة (مرحليا) بحسب الموضوع أو زمنيا، و يكون جميع العاملين في العلاقات العامة مسؤولون عن أداء أدوارهم طبقا لما حددته الخطة و برامجها مع مراعاة التفرقة بين دور القادة أو الإدارة العليا في التوجيه و الإشراف، و دور من دونهم في التنفيذ.¹

الاتصال هو العملية الاجتماعية التي يتم بمقتضاها تبادل المعلومات و الآراء و الأفكار في رموز دالة، بين الأفراد أو الجماعات داخل المجتمع، و بين الثقافات المختلفة، لتحقيق أهداف معينة.²

و عرفه ماكفار لاند : على أنه عملية تفاعل ذات مغزى بين الأفراد.³

إن الاتصال لا يعني مجرد توجيه رسالة من طرف إلى آخر، و هي العملية التي يمكن أن يطلق عليها البث أو النشر أو الإرسال من جانب واحد، فلكي يتم الاتصال لابد ان يتلقى الطرف الأول ردا فوريا أو مؤجلا على الرسالة، و أن تستمر الردود مع استمرار توجيه الرسائل، فإذا انقطعت الردود أصبحت الرسائل بثا أحادي الاتجاه .⁴

¹ وظيفة العلاقات العامة-الاسس و المهارات ، مرجع سابق ص 74

² محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2004، ص 25

³ Macfar Land, Dalton Management : foundations andpractice , new macmillanpublishing co, Inc . p566

⁴ حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، دار العلم المصرية اللبنانية , ط1، القاهرة، مصر، 1997، ص 23 .

أهداف الاتصال :

يتمثل الهدف الرئيسي للاتصال في تبادل المعلومات بين الأفراد و العمل على تحريك و تعديل سلوكهم نحو الاداء الجيد، أما الاهداف الفرعية على المستوى الوظيفي يتمثل فيما يلي:

- 1_ شرح أهداف و خطط المنظمة للعاملين.
- 2_ إقامة الثقة و الاحترام و التفاهم بين المنظمة في المجتمع.
- 3_ نقل المعلومات و التأكد من تحقيق التعاون بين الأفراد.
- 4_ قيادة و توجيه الأفراد و التنسيق بين جهودهم و تحفيزهم للعمل.
- 5_ تهيئة المناخ التنظيمي الجيد لتحقيق الرضا في العمل و رفع الروح المعنوية.
- 6_ تحقيق التفاهم بين العاملين و بين أعضاء الإدارة العليا.¹

و تعد عملية الاتصال في إدارة العلاقات العامة هي القاعدة الجوهرية لقيادة الأفراد المعنيين بتلك العمليات، و تقوم فعالية العلاقات العامة على قدرتها على تحقيق التواصل ما بين المؤسسة و الجمهور، مما يتطلب تنوع في وسائل الاتصال و تحديد فئات الجمهور، و الواقع أن أي برنامج للاتصال لابد و أن يكون أحد طرفيه الجمهور الداخلي، لذلك يقع على مسؤولي العلاقات العامة مسؤولية وضع الخطط و اعداد البرامج التي تحقق المشاركة.²

¹ د.محمد عبده حافظ، العلاقات العامة ، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، مصر، 2009، ص 142

² شدون علي شبيهه، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق ، دار المعرفة الجامعية ، د.ط. ، د.ب.ن، 2016، ص206

اساليب الاتصال :

تتعدد أساليب الاتصال و تختلف حسب طبيعة الحالات و الظروف، و بشكل عام يمكن ذكر الأساليب الأساسية التالية:

1_ **أسلوب الرسائل المكتوبة أو المدونة:** و يتم توصيلها إلى الطرف المعني بها، و هذا ما تمثله الرسائل التي هي في صورة جوابات، أو صورة كتب أو منشورات أو بلاغات أو غير ذلك مما يتم تدوينه كتابه و يتميز هذا الأسلوب بأنه يحقق شرط الوضوح، و يحول دون التلاعب بالرسائل أو تشويه المعلومات فيما لو تم نقلها بوسائل أخرى، و خاصة إذا كانت الرسائل كاملة و مختصرة و دقيقة في اصطلاحها.

2_ **أسلوب الرسالة الشفوية:** و هو الذي يتم نقل المعلومات خلاله عن طريق تبادل الحديث بين المرسل و المستقبل مباشرة أو لا مباشرة، و ذلك يتم إما بالمواجهة أو بالتلفون أو بإرسال رسول أو خلاف ذلك. و يتميز هذا الأسلوب بالسرعة عادة، و يتم اتباعه في الظروف التي تقتضي ذلك، كما يتميز بأنه يحافظ على قدر كبير من السرية، حيث يخشى أن تتسرب المعلومات فيما لو تم إرسالها كتابة، و يكون ذلك مهما في حالات الاتصال ذات الأهمية العالمية، أو التي تقتضي السرية.

3_ **أسلوب الرسائل المرزمة أو الاتصال (بالشيفرة) :** و في هذه الحالة يشترط أن يكون المستقبل قادرا على فك الرموز و فهمها، و عادة ما يتم اتباع هذا الأسلوب في البيروقراطية العسكرية حيث يجري الاتفاق على رموز بين القادة في الأماكن المختلفة لهم , ويتم الاتصال بينهم حسب هذه الرموز حتى لا يفهمها سواهم .¹

¹ عبد المعطي محمد عساف، محمد فالج صالح، اسس العلاقات العامة ،دار الحامد للنشر والتوزيع، د.ب.ن، 1900 ، ص 76،77

4_ أسلوب اللمس أو الإشارة: حيث ان ذلك يتضمن غالبا معان أساسية يفهمها من توجه إليه، و عادة ما تكون هذه اللمسات و الاشارات ذات معان مألوفة و متداولة و أهمها مثلا، غمزة العين، أو الربت على الكتف، أو الايماء بالرأس...الخ. و عادة ما يتم اتباع هذا الأسلوب في حالات الاتصال المباشر و غير المباشر .¹

1 عبد المعطي محمد عساف، محمد فالح صالح, مرجع سابق , ص77 .

4_ وظيفة التنسيق :

التنسيق هو تكوين علاقة متعاونة بين الأفراد و الجماعات الذين تتداخل أعمالهم، و هو واحد من أهم المشاكل المهمة التي تقابلها المنظمات. فعمل الإدارات متداخل كما أن عمل من بداخل الإدارة الواحدة أكثر تداخلا و قد حاول " هنري فايول" مواجهة هذه المشكلة بإقامة ما أسماه الجسور، أي قنوات يمكن بها للمديرين على نفس المستوى الاتصال المباشر دون حاجة إلى أن يمر الموضوع من خلال الرؤساء و التدرج الهرمي الصاعد و الهابط فعندما يتصل بالمعاونين مباشرة فإنهم بذلك يساهمون في سرعة عمليات الاتصال و عادة ما ينسقون جهودهم بشكل أكثر كفاءة.¹

و تكمن هذه الوظيفة في قدرة العلاقات العامة على التقريب بين مكونات شبكة العلاقات بالمنشأة على المستويين الداخلي و الخارجي، كذلك تفعيل العلاقة بين مكونات شبكة العلاقات لأجل خدمة أهداف المنشأة.²

¹ علي عجوة، محمود يوسف، ادارة و تخطيط العلاقات العامة، التعليم المفتوح كلية الإعلام، القاهرة، 2005، ص20

² عماد الدين تاج، اعداد و انتاج مواد العلاقات العامة ص28

5_ وظيفة التقييم :

لا يتوقف نجاح عملية التخطيط للعلاقات العامة على الجهود الرامية على إعداد خطة دقيقة مناسبة للمنظمة فحسب، بل تتعدى ذلك على جودة التنفيذ و دقة التقييم، و ليس معنى ذلك أن التقييم هو أهم مراحل التخطيط و لكنه حلقة من حلقاتها الهامة و الضرورية.

وظيفة التقييم للعلاقات العامة هي التأكد من سلامة برامج العلاقات العامة، و تحديد مدى قدرتها على تحقيق الأهداف المطلوبة خلال فترة معينة. بينما عملية التقييم هي ادخال التعديلات اللازمة على الخطط و البرامج لتجنب السلبيات، و تعظيم الايجابيات التي أبانت عنها العملية الاولى (التقييم) .¹

تهدف عملية التقييم إلى قياس مدى نجاح برنامج العلاقات العامة الذي تم وضعه و تنفيذه. و إذا كان التقييم هو الخطوة الأخيرة " تقريباً" في العلاقات العامة، فإنه في الحقيقة امتداد للخطوة الاولى، و هي عمل الدراسات و البحوث، حيث انهما تستخدمان نفس أساليب القياس و الدراسة. و إذا كانت هناك صعوبة في عملية التقييم حيث إنه لا توجد مقاييس دقيقة تصلح للاستخدام في تلك العملية، كما أنه من الصعب قياس التغير المعنوي الذي تعمل العلاقات العامة في مجاله، و بطء ظهور هذا التغير، إلا أن التقييم يمكن أن يصل إلى هدفه عن طريق معرفة الايجابيات و السلبيات التي نتجت بعد عمل الدراسات و البحوث، و القيام بالتنفيذ و بالاتصال، و عن طريق معرفة الأهداف التي تحققت، و الأهداف التي لم تتحقق، و أسباب ذلك من أجل التركيز على الوسائل و الطرق النافعة و استبعاد غير النافعة منها. كما يمكن عمل تقييم مرحلي أو جزئي أثناء عملية تنفيذ البرنامج عن طريق عرفة حجم تغطية البرنامج للجماهير , اي معرفة حجم الجمهور الذي وصلت اليه الرسالة ,

¹ حمدي شعبان, مرجع سابق, ص75

و درجة استجابة هذه الجماهير للرسالة، و حجم الأثر المرغوب أو المستهدف الذي حدث.

و يمكن أيضا عمل دراسات تستهدف التعرف على اهتمامات القراء في الصحف، و اهتماماتهم الإذاعية في الراديو و التلفزيون، كل ذلك حتى يتم رسم برنامج علاقات عامة فعال تقل فيه العيوب إلى أكبر درجة ممكنة، ثم يعاد تقييم هذا البرنامج مرحليا و كليا.. و هكذا تستمر دورة الدراسة و البحوث ثم التخطيط، ثم التنفيذ و الاتصال ثم التقييم، وذلك بدون توقف كأنشطة أساسية لوظيفة العلاقات العامة.¹

و يهدف التقييم في مجال العلاقات العامة على امداد الادارة العليا بالمعلومات الدقيقة حول:

_____ ماذا قامت به العلاقات العامة من أنشطة لتحقيق الأهداف الموضوعية في خطتها، و المستمدة من السياسة العامة للمنشأة، و فلسفتها الاجتماعية.

_____ ماهي النتائج الكمية التي حققتها العلاقات العامة في المجالات المعنوية، و التي تتمثل في ارتفاع نسبة التأييد، أو الاقبال على المنشأة أو النشر عنها في وسائل الاتصال العامة.

_____ دلالات هذه النتائج من الناحية الكيفية، و التي توضح آثار هذه الأنشطة على صورة المنظمة في أذهان الجماهير.²

أساليب التقييم: هنالك ثلاثة أساليب تنتهجها العلاقات العامة لتقييم برامجها و هي كالاتي :

1_ التقييم السابق على تنفيذ البرامج: يتم ذلك عن طريق اختيار عينة محددة ممثلة للجمهور المرتقب، و دراسة مدى تأثير المادة الاتصالية عليها، و إجراء التعديلات اللازمة قبل تعميم هذه المادة ، أو نشرها على كل فئات الجمهور.

2_ التقييم الجزئي أو المرحلي: يوظف عادة في البرامج التي تحتاج إلى فترات طويلة، حيث يواكب البرنامج قصد التعرف على مواطن الخلل، إذ من الطبيعي أن يتخلل فترة تنفيذ البرامج بعض الوقفات المرحلية التي تفرضها الظروف المحيطة، و من الأجدر استغلالها لتقييم البرامج خطوة بخطوة.

3_ التقييم الشامل أو النهائي: يكون بعد الانتهاء من تنفيذ البرنامج للتعرف على النتائج التي تحققت في ضوء الأهداف المراد بلوغها .¹

¹ يحيى محمد عيد المجيد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة و المنهج الإسلامي، مكتبة الساعي للطبع والنشر والتوزيع، الرياض، 2000، ص 23

² علي عجوة ، الاسس العلمية للعلاقات العامة ، عالم الكتب، القاهرة، د.س.ن، ص 122

¹ عذراء عيواج ، مرجع سابق , ص71

خلاصة :

يتضح لنا من خلال هذا الفصل بمختلف عناصره مدى أهمية العلاقات العامة كجزء من الإدارة الحديثة في المؤسسات المعاصرة و بالتحديد في المؤسسات الخدمائية، نظرا لطبيعتها الخاصة، و فيما يلي سنحاول التعرف بالشكل التطبيقي على أثر وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية ألا و هي مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء " وكالة البويرة" .

الفصل الثاني

مدخل الى المؤسسة
الخدمائية

تمهيد :

مع التطور الذي عرفه قطاع الخدمات، أخذت المؤسسات الخدمائية في احتلال مكانة هامة في المجتمعات، و من هنا زاد الاهتمام بالخدمات، حيث أصبحت المؤسسات الخدمائية ضرورة ملحة لتسيير مختلف الخدمات المقدمة.

و تتميز المؤسسة الخدمائية عن غيرها بميزات عديدة تتمثل في خصائص الخدمة التي تقدمها و اختلافها عن السلعة و هذه الخدمات لا تعني بالضرورة أن المؤسسة الخدمائية تختلف عن المؤسسة الصناعية من حيث الهيكلية.

و في هذا الفصل نحاول التطرق إلى خصائص و وظائف المؤسسات الخدمائية، و نتناول أيضا العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية باعتبار أن للعلاقات العامة دور أساسي في المؤسسة فهي تقوم بمهام عديدة و ذلك من أجل تطوير و تحسين صورة المؤسسة الخدمائية.

المبحث الاول : ماهية لمؤسسة الخدمائية .

1_ خصائص المؤسسة الخدمائية :

إن المؤسسة الخدمائية تتميز بخصائص مختلفة عن المؤسسات الأخرى، و من أهم الخصائص نذكر ما يلي:

استعمال الخدمات: حيث ان المؤسسة الخدمائية تقوم بإعطاء فرص لزبائنها لاستعمال الخدمات التي تقدمها، و الاستفادة منها، بذلك تجعل مختلف الادوات المستعملة أو المتوفرة في المؤسسة في متناول زبائنها حتى يتسنى لهم الاستفادة منها كاستعمال الهاتف، الفاكس للاتصال... الخ.

كراء الخدمات: تعتبر خاصية الكراء و الايجار خاصة بالمؤسسة الخدمائية و غير متوفرة في المؤسسة التجارية الصناعية، فزيادة على منح المؤسسة الخدمائية لزبائنها امكانية استعمال أداة من

أدواتها، فهي تمنح لها ايضا امكانية استئجار خدمة معينة هذا لمدة قصيرة، متوسطة أو طويلة الأجل، هذا تبعاً لرغبة زبائنها ككراء المنازل، المحلات، السيارات.

_____ صيانة الخدمات: ان مهمة المؤسسة الخدمائية في مجال الخدمات، لا تتوقف في تأجير و كراء الخدمة، بل تقوم على ذلك بصيانتها، فهي تصون على الخدمة المقدمة من طرفها، مثلاً تصليح الاجهزة التي هي في حالة عطل، ... الخ.

_____ تقديم النصائح: حيث يقوم عمال المؤسسة الخدمائية أو بعض من أعضائها بتقديم نصائح متباينة، و متنوعة لصالح الزبون، ففي المؤسسة الخدمائية القانونية مثلاً النصيحة التي يقدمها المحامي المعتمد عندها. فهو بذلك يقوم بإحاطة الزبون بالمعلومات التي تخص حقوقه و واجباته، كذلك يمكن أن تتمثل في مختلف الاقتراحات، أو الاستشارات التي يقدمها الطبيب لبعض مستخدمي المؤسسة.¹

_____ تكامل الخدمة في ذاتها: تتميز الخدمة بعدم قابليتها للتجزئة أو التقسيم أو الانفصال، فهي مزيج متكامل و مندمج حتى تحقق الغرض منها، إذ لا بد من توفير الخدمات في المكان و الوقت المناسبين و هنا تظهر أهمية سياسات البيع الشخصي المباشر باعتبارها السياسات المثلى لتوزيع الخدمات.

_____ اعتمادها على نظام التسويق الشخصي بدرجة عالية: تعتمد المؤسسة الخدمائية بدرجة كبيرة على القنوات التقليدية للتوزيع من خلال عمليات البيع الشخصي و التي تقوم على جهود العاملين فيها، و الموزعين توزيعاً جيداً من خلال شبكة فروع المؤسسة إذ يجب اختيار موقعها بعناية حتى تكون في أقرب و أنسب مكان للعميل.

_____ الحاجة الى هوية و مفهوم خاص: غالباً ما يلجأ رجل التسويق الى خلق هوية مميزة للمؤسسة، هذه الأخيرة تتضمن تكامل عناصرها، موقعها، فروعها، إطاراتها و الخدمات التي تقدمها و السمعة التي تحصلت عليها و الحملات الإعلانية التي تقوم بها و ابتكار خدمات جديدة من وقت لآخر مما يمكن بناء الهوية المميزة للمؤسسة الخدمائية و التي تساعد في إقناع العميل بتغيير المؤسسة التي يتعامل معها.²

¹ محمد دحماني، الخدمة التسويقية، مذكرة ماجستير، علوم التسويق، كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير، جامعة الجزائر، 2008، ص 53

² زيد منير عبودي، الاتجاهات الحديثة في المنظمات الادارية، دار الشروق للنشر و التوزيع، عمان، 2006، ط 1، ص 26، 27

2_ وظائف المؤسسة الخدمائية :

1_ وظيفة الانتاج: تعتبر وظيفة الانتاج من الوظائف الأساسية للمؤسسة الخدمائية التي تسعى الى زيادة الانتاج و تحسين نوعيته، و تطوير طرق صنعه، و تخفيض تكاليفه، و تحديد مواصفاته و ترتيب عمليات صنعه و الرقابة عليه.

2_ وظيفة التسويق: و يعني التسويق كونه القيام بأنشطة المشروع التي تحقق تدفق السلع و الخدمات من المنتج الى المستهلك النهائي أو المشتري الصناعي .¹

3_ وظيفة التوظيف: و هذه تشمل كل ماله علاقة بتمديد العاملين الذين تحتاجهم المؤسسة لتنفيذ الأنشطة و مؤهلاتهم و كيفية استخدامهم و منحهم الأجور و المكافآت المناسبة و المحافظة عليهم و تدريبهم و تطويرهم.

4_ وظيفة التمويل: و تشمل كل ماله علاقة بالحصول على الاموال الضرورية لعمل المنظمة، بما في ذلك الاهتمام بحساباتهم فلا يمكن لأي منظمة أن تنجح و تبقى دون الاهتمام بعدد كبير من القضايا التي تتعلق بتحديد الاموال الضرورية للعمل.²

اذ لا يمكن لأي مؤسسة أن تقوم بنشاطها من انتاج و تسويق و غيرها من الوظائف، دون توفير الأموال اللازمة لتمويل الإدارات التشغيلية و الهدف من هذه الوظائف هو الاستخدام الحكيم والعقلاني للأموال .³

5_ وظيفة التخزين: تمثل نشاطا حيويا في المؤسسة الخدمائية، فالهدف الأساسي من هذه الوظيفة هو ضمان الاستقرار و الاستمرار في أداء المهام في مختلف وحدات العمل في المؤسسة.⁴

¹ مهدي زوليف، علي العفايلة، ادارة المنظمة، نظريات وسلوك، دار المسيرة للنشر و التوزيع والطباعة، عمان، ط1، 1996، ص 13

² ساعد نايف البرنوطي، الاعمال و الخصائص و الوظائف الادارية، ط3، دار وائل للنشر، عمان، 2004، ص50

³ ساعد نايف برنوطي، مرجع سابق ، ص31

⁴ يوسف مسعداوي، أساسيات في ادارة المؤسسات، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع، الجزائر، د ط، 2013، ص 31،32

3_ أهداف المؤسسة الخدمائية :

تسعى المؤسسة الخدمائية الى تحقيق جملة من الأهداف نذكرها فيما يلي:

_ تحقيق أهداف و حاجات المجتمع الذي تعمل في كنفه.

_ الاهتمام بالمجتمع الذي تعمل فب كنفه.

_ ضمان إشباع حاجات و رغبات العاملين و من ضمنها الاستقرار الوظيفي للفرد العامل و الحاجة للعلاقات الاجتماعية و الدعم الاجتماعي بالإضافة الى الحاجة للنمو الشخصي و تحقيق في مجال معين .¹

_ الاستمرارية و البقاء، بناء و الحفاظ على الصورة الذهنية للمؤسسة، و تحقيق نسبة مئوية ثابتة من العائد على الاستثمار.

_ كل مؤسسة تتصل مع جماعات مستهدفة و متنوعة كالمستهلكين و المشتريين الآخرين، الموردين، الموظفين ، مالكي الاسهم، الصحفيين و المدارس و الجامعات التي تهدف الى التأثير على معرفتهم و اتجاهاتهم و سلوكهم.²

¹ محفوظ جودة، حسين الزعبي، ياسر المنصور، منظمات الأعمال المفاهيم و الوظائف، دار وائل للنشر و التوزيع، د ب، ط2، 2008، ص18

² هاني حامد، الضمور، تسويق الخدمات، دار وائل للنشر، ط1، عمان، 2002، ص91

__ تحقيق الكفاءة و الفاعلية و رضا الزبون.

__ تحسين صورة المؤسسة لدى الزبون.

__ جلب أكبر عدد ممكن من الجماهير.

__ تقديم خدمات متميزة عن غيرها من المؤسسات المنافسة لها .¹

¹ قاسم نايف علوان المحياوي، ادارة الجودة في الخدمات، دار الشروق للنشر و التوزيع، ط1، عمان، 2006، ص51

المبحث الثاني : واقع العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية .

1_ دوافع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية :

أثناء ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية وجب التذكير بعدة عوامل أساسية تساعد على التنظيم الفعال للعلاقات العامة و تتمثل هذه العوامل في:

1_ مدى التزام المؤسسة الخدمائية بالمسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة:

إن المؤسسة الخدمائية التي تدرك المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة لدى جمهورها الداخلي و الخارجي، تضع العلاقات العامة في موقع قريب من قمة الهيكل التنظيمي لتكون قريبة من الإدارة العليا للمؤسسة .¹ إضافة الى الكم و نوعية النسيج الاجتماعي للفئات و القطاعات و الهيئات التي ترتبط بالمؤسسة أو تقدم لها الخدمات، فكلما زاد عدد المتعاملين مع المؤسسة الخدمائية كلما ازدادت أنشطتها و زاد أدائها، و أصبحت الحاجة أكثر للعلاقات العامة، الامر الذي يرفع من مكانتها في الهيكل التنظيمي قريبا من مستوى الادارة العليا، و هذا ما يجعل العلاقات العامة هامة.

2_ طبيعة نشاط المؤسسة و مركزها المالي:

فالمؤسسات التي تعمل في مجال تقديم الخدمات تحتاج الى نوع معين من التنظيم لإدارة العلاقات العامة، تختلف عن مثيلتها في المؤسسات الأخرى من النشاط، و ذلك لممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الخدمائية من أجل خلق صورة ذهنية جيدة لدى جمهورها الخارجي عن المؤسسة و خدماتها المقدمة.

فكلما ازداد مركز المؤسسة المالي يرتفع حجم الميزانية المخصصة لنشاط العلاقات العامة و يسهل ممارستها في المؤسسة الخدمائية بشكل فعال، و ترتقي مكانتها داخل البنية التنظيمية للمؤسسة نتيجة تأثيرها في عمل الادارات الأخرى.

3_ مدى تفهم المؤسسة لفلسفة وظيفة العلاقات العامة:

¹ مهدي حسن زويلف، العلاقات العامة "نظريات و أساليب"، ط2، مكتب المجتمع العربي للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2003، ص 39

من المعروف أن وظيفة العلاقات العامة و فلسفتها تدور حول الانجازات الحقيقية و الملموسة لبناء سمعة و تأسيس هوية للمؤسسة الخدمائية، حيث تبرع العلاقات العامة عند المساهمة في تحقيق أهداف المؤسسة بمستوى أداء متميز، و هذا ما يجعل العلاقات العامة تؤدي ممارسة مهامها بشكل جيد، و يتحقق ذلك بمدى إدراك و إقناع المؤسسة الخدمائية بالتركيز على مهام و أنشطة العلاقات العامة داخل جهاز تنظيمي واحد، و من هنا تعمل إدارة العلاقات العامة بدورها في زيادة درجة فعالية المؤسسة الخدمائية .¹

2_ فوائد العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية :

هناك مجموعة من الفوائد التي تحققها المؤسسة الخدمائية من عملية العلاقات العامة، و من أهم تلك الفوائد:

_ توفر العلاقات العامة وحدة الهدف و التوجيه للمؤسسة الخدمائية.

_ توفر العلاقات العامة الحوافز للمستخدمين إذا شعروا باشتراكهم في وضعها، مما يعزز الانتماء و يزيد من الحوافز لإنجازها.

_ توفر العلاقات العامة اطارا علميا لصناعة القرارات من خلال ادراك أهداف المؤسسة، و طرق تحقيقها، و رجع الصدى حولها.

تؤدي العلاقات العامة الجيدة الى الاستخدام الملائم وفقا لموارد المؤسسة.

_ يؤدي التنبؤ الدقيق في العلاقات العامة الى تقليل عناصر المخاطر و الشك و التردد في اتخاذ القرارات.

_ يؤدي اعداد استراتيجيات للعلاقات العامة الى قيام المديرين بتفحص مؤسستهم من جميع جوانبها و التنسيق الفعال بين جميع انشطتها.

_ تضع العلاقات العامة معايير للأداء و معايير لقياس المؤسسة الخدمائية.

¹ مهدي العزازي و آخرون، العلاقات العامة المعاصرة و فعالية الادارة، ط1، المكتبة العلمية بالزقازيق، مصر، 1998، ص49

- _ تعزز العلاقات العامة قدرات المؤسسة الخدمائية على المنافسة .¹
- _ شرح و تفسير سياسة المؤسسة و أهدافها للجماهير.
- _ الحصول على رضا الجماهير فيما يتعلق بعمل المؤسسة الخدمائية.
- _ رفع الروح المعنوية بين العاملين و ضمان التعاون لتحقيق الاهداف.
- _ توجيه ادارة المؤسسة الخدمائية فيما يتعلق بخطط المستقبل .²

3_ اهداف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية :

كل إدارة من إدارات المؤسسات الخدمائية لها أهداف تسعى لتحقيقها، و تظهر أهداف إدارة العلاقات العامة من الدور الذي تقوم به في المجال الإداري بمعنى أنها تهدف إلى ايجاد و خلق التفاهم المتبادل بين المؤسسة و جمهورها، و كذلك خلق و اقامة سمعة طيبة لها في اوساط العمل و

¹ محمود يوسف، فن العلاقات العامة، مركز جامعة القاهرة، 2001، ص122

² حسن محمد عبد الرحمان، الاعلام و الاتصال، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، 2006، ط1، ص45

المحافظة على استمرار الاتصالات فيما بينهم، مع التصدي لأية محاولة للنيل من هذه السمعة و بشكل جاد فإنه يراعى في تحديد الأهداف الخاصة بإدارة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية ما يلي:

_ أن تكون الأهداف محددة و واضحة و صريحة و مفهومة.

_ أن تكون واقعية و عملية من حيث قابليتها للتحقيق و التنفيذ.

_ أن تكون مرتبطة بأهداف المؤسسة.

و تكمن الاهداف الأساسية للعلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية في:

_ تقديم المؤسسة الخدمائية إلى الجمهور من حيث توضيح أهدافها و سياستها و جودتها الإنتاجية أو الخدمات التي تقدمها.

_ كسب رضا الجمهور و تأييده لسياسة المؤسسة و هذا ما يحتاج إلى حملات إعلامية توضيحية للشرح و الاطلاع على آراء الجمهور قبل إقرار الخطة أو السياسة عند وضعها.

_ التوعية و الإرشاد و الإعلان بمعنى إعلان الموظفين بوجه النشاط الخاص بالمؤسسة بغرض خلق مواطن واعي و المشاركة و المساهمة برأيه و رضاه عن النشاط.¹

¹ _ بشير علاق و آخرون: الترويج و الاعلان، أسس و نظريات، ، دار اليازوري، عمان ،ط1، 1998 ، ص44

_ معرفة الرأي العام واتجاهاته فيما يخص تقييمه لمستوى الأداء العام للخدمات و العمل على تلبية احتياجاته قدر الإمكان.

كسب ثقة الجمهور الخارجي و تعاونه.

_ دحض الشائعات و الحملات المغرضة بإبراز الحقائق.

_ دعم الصلة مع أجهزة الإعلام و تكوين صورة طيبة و مركز ممتاز للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي.

¹ _ بشير علاق و آخرون: الترويج و الاعلان، أسس و نظريات، ، دار اليازوري، عمان ،ط1، 1998 ، ص44

_ دعم العلاقات الإنسانية بين الجمهور و العاملين بالمؤسسة الخدمائية و ربطهم بعلاقات طيبة، و دعم العلاقات مع المؤسسات و الأجهزة الأخرى.

_ الاهتمام بشؤون العاملين و تهيئة الظروف المناسبة و الصحية للعمل و تلبية مطالبهم.

_ متابعة اقتراحات الجمهور و ملاحظاتهم من خلال مساعدتهم على تكوين آراءهم و تزويدهم بكافة المعلومات لتكون مبنية على أسس من الواقع و الحقائق.¹

خلاصة :

نتوصل من خلال ما سبق ذكره أن العلاقات العامة نشاط اتصالي أكثر نجاحا للوصول إلى قلوب الجماهير و رسم صورة جيدة في أذهان المتعاملين مع المنظمة، سواء على الصعيد الداخلي في تحقيق الانسجام و التعاون فيما بين الموظفين، و كسب ثقة الجمهور الخارجي، و تحسين تقديم الخدمات. بهذا تكون وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية ووظائف ادارية لا بد من توفيرها و تجسيدها على أرض الواقع.

¹ بشير علاق و آخرون: الترويج و الاعلان، أسس و نظريات، ، دار اليازوري، عمان ،ط1، 1998 ، ص44

الفصل الثالث

الاطار التطبيقي

تمهيد :

سنتطرق في الاطار الاخير من الدراسة لعرض و تحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الجانب الميداني و التعليق عليها، و تعد هذه المرحلة من أساسيات البحث العلمي و مقتضياته، و هذا لأهمية البيانات المتحصل عليها و علاقتها بمشكلة البحث و أهدافه.

وحاولنا في دراستنا هذه التحصل على بيانات كمية و أخرى كيفية، أما الكمية فكانت في شكل جداول تضمنت نسبا مئوية ، و أما الكيفية فتتعلق بوصف الجداول و تحليل البيانات و تفسيرها و التعليق عليها و محاولة ربطها مع بعضها البعض و بما جاء في الإطار النظري للدراسة ثم استخلاص النتائج.

يأتي الجانب الميداني للتحقق و الكشف عن أثر وظائف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية و التي تمثلت في دراستنا هاته في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء وكالة البويرة، و لأنه لا يكتمل أي بحث إلا بعد أن يتم ربطه بالواقع المعطى و التأكد من نتائجه من خلال البيانات الخاصة بموضوع الدراسة بواسطة الأدوات المنهجية المناسبة و التي تتمثل في المقابلة و الاستبيان من أجل الاحاطة بمختلف جوانب الدراسة، و وصف و تحليل بياناته فإن هذا الفصل يعتبر السبيل الذي من خلاله يستطيع الباحث الإجابة عن تساؤله الرئيسي و تساؤلاته الفرعية.

الفصل الثالث: أثر وظائف العلاقات العامة على أداء مؤسسة الصندوق الوطني**للضمان الاجتماعي لغير الاجراء (وكالة البويرة)****المبحث الاول: عرض وتحليل نتائج المقابلة**

تضمنت المقابلة خمس محاور، و كانت كل أسئلة المقابلة 23 سؤال، تمحورت حول المحور الاول و الذي يحتوي على البيانات الشخصية و المحور الثاني حول وظائف العلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء، و المحور الثالث حول الوسائل التي يستخدمها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء، و المحور الرابع حول العراقيل التي يواجهها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني

للمضمان الاجتماعي لغير الاجراء، و المحور الخامس و الاخير حول كيفية تأثير وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة من منظور القائم بالعلاقات العامة .
المطلب الاول: البيانات الشخصية:

الجنس: أنثى

السن: 29 سنة

التخصص: إدارة المنظمات

الخبرة: 4 سنوات

المطلب الثاني: عرض و تحليل وظائف العلاقات العامة في الصندوق الوطني للمضمان الاجتماعي لغير الاجراء:

يتمحور مفهوم العلاقات العامة بالنسبة للقائم بالعلاقات العامة بأنها المحرك الذي يربط إدارة المؤسسة و الجمهور الخارجي من جهة و الجمهور الداخلي (الموظفين) من جهة، كما لا يوجد جهاز اداري خاص بالعلاقات العام فهي تابعة لخلية الاتصال. رغم ذلك هناك ممارسة فعلية لوظائف العلاقات العامة في المؤسسة. كما نجد أن المؤسسة تعتمد على بحوث جاهزة من المديرية العامة، كما لا تستغني على وظيفة التنسيق بين وحداتها. رغم ان العلاقات العامة تعتبر عنصرا هاما في المؤسسة مهما كان نوعها , لان جهاز العلاقات العامة يحتل مكانة هامة في المنظمة او المنشأة خاصة في تحسين اداء المؤسسة الخدمائية.

لا تقتصر وظائف العلاقات العامة على العلاقات بين المؤسسة و جمهورها الخارجي فحسب، بل تمتد لتشمل كذلك العلاقات مع جمهورها الداخلي، و الذي يجب أن يحظى بأهمية كبيرة، و ذلك من أجل تنمية و تطوير العمل مع الأفراد العاملين بشكل دائم و مستمر ، و الذي يساهم بالأساس في تطور أداء المؤسسة.

و على الرغم من تنوع وظائف العلاقات العامة التي تؤديها المؤسسة لبلوغ الأهداف المحددة، فإن هناك نمطا محددًا من الوظائف يسود أغلب المؤسسات و هو:

- تقديم الاستشارات للإدارة العليا فيما يخص وظيفة العلاقات العامة و أدائها.
- تسهيل مهامها بالنسبة للإدارات الأخرى داخل المؤسسة.
- المشاركة في عملية صنع القرار ابتداء من عملية الرصد للبيئة الداخلية و الخارجية التي تقوم بها وظيفة العلاقات العامة، إلى عملية اتخاذ القرارات فيما يتعلق بالسياسة العامة للمؤسسة.

- ضمان وجود نوع من التنسيق في اتخاذ القرارات بين إدارة العلاقات العامة من جهة و الإدارات الأخرى للمؤسسة من جهة ثانية، على نحو يحقق مبدأ المواءمة و الانسجام و الكفاءة في أداء الوظائف من دون معوقات أو ازدواجية في الأداء.

المطلب الثالث: عرض و تحليل الوسائل التي يستخدمها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء لتأدية وظائفهم:

يعتمد القائمون بالعلاقات العامة عدة وسائل من بين أهمها الوسائل المكتوبة، و لا تستغني على الاتصال المباشر فهو الاتصال الفعال داخل المؤسسة، كما تختار الوسيلة حسب الشخص المراد الاتصال معه و حسب طبيعة الوسيلة. فالالاتصال يعتبر ضروريا لتحقيق التوافق و الانسجام بين الموظفين , وكذا لا يجب الاستغناء عن الاتصال الخارجي الذي يسمح بتقوية العلاقة بين المؤسسة و جمهورها .

هناك من يقسم وسائل الاتصال في العلاقات العامة إلى أربعة مجموعات و هي :

أ_ وسائل مقروءة: و منها الصحف و المجلات و النشرات و الملحقات.

ب_ وسائل مسموعة: و هي الوسائل التي يمكن سماعها دون الحاجة الى القراءة مثل الاذاعة و الندوات و التلفزيون.

ج_ وسائل مرئية: و التي يمكن رؤيتها بالعين منها التلفاز.

د_ وسائل اللغة الصامتة في الاتصال: لا تعتمد على القراءة أو الاستماع أو المشاهدة بل الاشارة و الحركات الجسمية.

و هناك من يقسمها حسب درجة التأثير مثل:

1_ وسائل الاتصال الداخلية أو الخارجية : موجهة للجماهير الداخلية للمؤسسة مثل المطبوعات، كتيبات، لوحة الاعلانات الداخلية، الاجتماعات، مجلة المنظمة.

2_ وسائل الاتصال الخارجية: موجهة الى جماهير المنظمة مثل: صحف، مجلات، راديو، تلفزيون.¹¹⁹

المطلب الرابع: عرض و تحليل العراقيل التي يواجهها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء أثناء تأدية وظائفهم:

¹¹⁹ محفوظ ابو جودة، العلاقات العامة مفاهيم و ممارسات، ط4، دار زهران للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2007، ص 178/179

يواجه القائمون بالعلاقات العامة داخل مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء عراقيل، فغالبا ما يتعرضون إلى عدم تعاون بعض الوحدات معهم، في حين نرى أن علاقة القائمة بالعلاقات العامة جيدة مع باقي موظفي المؤسسة.

و عدم حصول العاملين في ادارة العلاقات العامة على خلفيات تدريبية مناسبة لممارسة المهنة من بين أهم العراقيل، فموضوع التكوين أو اعادة تكوين أو تأهيل العنصر البشري أضحى يرتبط بدرجة كبيرة بالتغيرات الحاصلة على مستوى محيط المؤسسة.

فكفاءة و أداء المؤسسة عامل مهم و حاسم في بقائها في السوق و زيادة من تنافسيتها، كما أن إدراك التغيرات و الاستعدادات لها من خلال استراتيجيات واضحة المعالم تشكل أهم العوامل بالنسبة لواقع المؤسسات اليوم.¹²⁰

المطلب الخامس: عرض و تحليل كيفية تأثير وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة من منظور القائم بالعلاقات العامة:

استطاعت العلاقات العامة ان تحقق أهداف المؤسسة عن طريق التواصل الفعال مع جماهيرها و كسب ثقتهم، كما ساهمت في الكشف عن نقاط الضعف التي تعاني منها المؤسسة من خلال عمليات التقييم المستمرة، حيث نجد أن العلاقات العامة بكافة أنشطتها ساهمت في تحسين صورة المؤسسة.

فالعلاقات العامة تقوم على اشراك العاملين في اتخاذ القرارات الادارية و الاستراتيجية المختلفة عن طريق التعبير عن آراءهم و مقترحاتهم في كل ما يتعلق بنواحي العمل، و كل ما يتعلق بمصالحهم و مصالح المؤسسة، و توفير جو من الثقة و التفاهم في مناقشة مختلف الموضوعات، و تبادل البيانات و المعلومات بين الادارة و مختلف العمال لتحقيق الفاعلية.

كما تؤدي المشاركة في اتخاذ القرارات إلى رفع الروح المعنوية للأفراد العاملين حيث لا يقتصر دورهم على مجرد الخضوع و الطاعة لأوامر و تعليمات الادارة، بل هم يمارسون دورا إيجابيا فيما يتعلق بنظم العمل و إجراءاته.

كما ان أسلوب المشاركة يمثل عنصرا هاما و أساسيا ترتكز عليه العلاقات العامة، بل و يساعد على تنمية أداء المؤسسة و تحقيق شعور الانتماء داخلها كما أن أهداف المنظمة تكون أكثر وضوحا و تحديدا، لأنهم شاركوا في وضعها .

¹²⁰ سموك علي، الاختبار لأغراض التوظيف و التكوين و تنمية العلاقات العامة، محاضرات أقيمت على طلبة الماجستير، تخصص علاقات عامة، دفعة 2007/2006، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، (لم تنشر)

ثانياً: عرض نتائج المقابلة:

- رغم عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة إلا أن وظائفها تمارس في المؤسسة بشكل فعلي و بصفة منتظمة.
 - تعتمد المؤسسة في أغلب الحالات على وسائل مكتوبة .
 - لا يواجه القائم بالعلاقات العامة عراقيل أثناء تأدية مهامه.
 - تساهم العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة و تحقيق أهدافها.
- المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستمارة**

المطلب الاول: عرض البيانات الشخصية للمبحوثين
الجدول(1): يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير الجنس:

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
ذكور	20	63,6
اناث	10	33,6
المجموع	30	100.0

التعليق:

من خلال المعطيات المبينة في الجدول رقم (1) نجد أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الاناث، على الأقر حيث بلغت نسبة الذكور 66 أمل فيما يخص نسبة الاناث فبلغت 33 فقط.

الجدول(2): يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير السن:

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
30_20 سنة	5	16
40_31 سنة	20	66

41 فما فوق	5	16
------------	---	----

التعليق: يتضح من خلال الجدول رقم (2) أن معظم أفراد العينة يتراوح سنهم ما بين 31_40 و ذلك بنسبة 66% في حين الافراد البالغ عمرهم ما بين 20_30 يمثل حجمهم 16% و الفئة التي يتراوح عمرهم من 41 فما فوق 16% .

نلاحظ ان اغلبية الموظفين قد تجاوزوا فئة الشباب , هذا قد يعود الى الاقدمية في العمل , واكتساب الخبرة الكبيرة في مجال عملهم , هذا ما يساعد بالضرورة المؤسسة على الاستمرار والاستفادة من خبرتهم في تحقيق الاهداف المسطرة .

الجدول(3): يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الخبرة:

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
أقل من 5	24	80
من 5 الى 10	5	16
10 فما فوق	1	3

التعليق: نرى أن معظم أفراد عينة الدراسة لديهم خبرة أقل من خمس سنوات و ذلك بنسبة 80% و الافراد الذين تتراوح خبرتهم ما بين 5 سنوات إلى 10 سنوات نسبتهم 16% و الفئة التي تتراوح خبرتهم من 10 سنوات فما فوق نسبتهم 3% فقط . هذا يعود ربما لتوظيفهم الجديد في المؤسسة , ولتخلي الاقدمين عن الوظيفة ربما لطول مدة عملهم فيها . ومن متطلبات العمل في العلاقات العامة ان يتسم بالحيوية والنشاط الدائم , و افراد عينة دراستنا لا شك انهم سيستفيدون من الخبرة من بعضهم , وكذا لاحتكاكهم الدائم بالأفراد .

ومنه يظهر أن الموظفين في المؤسسة هم من فئة الذكور بالدرجة الأولى، وهذا راجع الى ان الذكور هم الاقدر على تولي هذا المنصب , لحركتهم المستمرة التي تتطلبها هذه الوظيفة , ولمواجهتهم لمشاكل قد تكون يومية .

المطلب الثاني: عرض وتحليل اتجاهات الموظفين نحو مكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة:

سنحاول في هذا المحور معرفة اتجاهات الموظفين نحو أهمية العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء " وكالة البويرة "، و للحصول على الاجابة قمنا بتوزيع استبيان يحتوي على مجموعة من العبارات على النحو التالي:

رقم العبارة	موافق	محايد	معارض	المتوسط	الانحراف	النسبة	اتجاه العينة	رتبة العبارة
1 تقوم العلاقات العامة بوظائف أساسية لا يمكن للمؤسسة الاستغناء عنها.	21	9	0	2,70	0,45	90	موافق	1
17 لعلاقات العامة قوة ادارية تحافظ على التسيير الامثل للمؤسسة.	21	9	0	2,70	0,46	90,00	موافق	2
4 العلاقات العامة هي النشاط القادر على حل المشكلات التي يمكن أن تقع فيها المؤسسة.	15	15	0	2,50	0,5	83,33	موافق	3
5 يؤثر وجود العلاقات العامة على أداء المؤسسة.	18	9	3	2,50	0,68	83,33	موافق	4
8 تساهم العلاقات العامة في ادارة الازمة داخل المؤسسة	18	9	3	2,50	0,68	83,33	موافق	5
2 نجاح المؤسسة مرهون بنشاطات للعلاقات العامة.	12	18	0	2,40	0,49	80	موافق	6
6 يقتصر نشاط العلاقات العامة على المهام الروتينية و السطحية.	6	6	18	1,60	0,81	53,33	معارض	7
3 وظائف العلاقات العامة عي ووظائف هامشية يمكن للأقسام و المصالح الاخرى في المؤسسة القيام بها.	0	9	21	1,30	0,46	43,33	معارض	8

التعليق: من خلال عرض الجدول نرى أن أغلب الموظفين قد اجابوا بانهم موافقين على ان العلاقات العامة تؤثر على اداء المؤسسة كما تساهم في ادارة الازمات ، و تحافظ على التسيير الأمثل للمؤسسة و لا يمكن الاستغناء عنها.

الجدول رقم (04) يبين اتجاهات الموظفين نحو أهمية الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة .

التحليل:

1_ **العبرة رقم (01):** و التي تتمثل في : (تقوم العلاقات العامة بوظائف أساسية لا يمكن للمؤسسة الاستغناء عنها): نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 90 بأن العلاقات العامة تقوم بوظائف أساسية لا يمكن للمؤسسة الاستغناء عنها، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2,70 و الانحراف المعياري قدره 0,45.

2_ **العبرة رقم (07):** و التي تتمثل في(العلاقات العامة قوة ادارية تحافظ على التسيير الأمثل للمؤسسة) : نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 90 بأن العلاقات العامة قوة ادارية تحافظ على التسيير الأمثل للمؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2,70 و الانحراف المعياري قدره 0,46.

3_ **العبرة رقم (04):** التي تتمثل في (العلاقات العامة النشاط القادر على حل المشكلات التي يمكن أن تقع فيها المؤسسة) ترى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 83,33 بأن العلاقات العامة هي النشاط القادر على حل المشكلات التي يمكن أن تقع فيها المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2,50 و الانحراف المعياري قدره 0,5.

4_ **العبرة رقم (05):** و التي تتمثل في (يؤثر وجود العلاقات العامة على أداء المؤسسة) : نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 83,33 بأن وجود العلاقات العامة يؤثر على أداء المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2,50 و الانحراف المعياري قدره 0,68.

5_ **العبرة رقم (08):** و التي تتمثل في (تساهم العلاقات العامة في إدارة الازمة داخل المؤسسة) نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 83,33 بأن العلاقات العامة تساهم في ادارة الازمة داخل المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2,50 و الانحراف المعياري قدره 0,68.

6_ **العبرة رقم (02):** التي تتمثل في: (نجاح المؤسسة مرهون بنشاطات العلاقات العامة) نرى بأن لأفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 80 بأن نجاح المؤسسة مرهون

بنشاطات العلاقات العامة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2،40 و الانحراف المعياري قدره 0،49

7_ العبارة رقم(06): و التي تتمثل في: (يقتصر نشاط العلاقات العامة على المهام الروتينية و السطحية) نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم معارضين بنسبة 53،33 بأن نشاط العلاقات العامة يقتصر على المهام الروتينية و السطحية، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 1،66 و الانحراف المعياري قدره 0،81 .

8_ العبارة رقم(03) : و التي تتمثل في: (وظائف العلاقات العامة هي وظائف هامشية يمكن للأقسام و المصالح الأخرى في المؤسسة القيام بها) نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم معارضين بنسبة 43،33 بأن وظائف العلاقات العامة هي وظائف هامشية يمكن لأقسام و مصالح أخرى في المؤسسة القيام بها، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 1،30 و الانحراف المعياري قدره 0،45 .

نستنتج من عرض البيانات أن الموظفين يدركون بأن للعلاقات العامة مكانة هامة في المؤسسة لا يمكن الاستغناء عن وظائفها، فنجاح المؤسسة مرهون بنجاح العلاقات العامة، فهي قوة ادارية لا يستهان بها.

المطلب الثالث: عرض وتحليل كيفية تأثير وظائف العلاقات العامة على اداء مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء من منظور الموظفين:

رتبة العبارة	اتجاه العينة	النسبة	الانحراف	المتوسط	معارض	محايد	موافق	العبارة
1	موافق	100	0	3	0	0	30	5 تعمل العلاقات العامة على التحسين المستمر لصورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي
2	موافق	93,33	0,4	2,8	0	6	24	8 تعمل العلاقات العامة على تعزيز ثقتي و انتماني للمؤسسة
3	موافق	90	0,46	2,7	0	9	21	1 تساهم العلاقات العامة في تحقيق التقارب بيني و بين باقي الموظفين داخل المؤسسة.

4	موافق	86,67	0,49	2,6	0	12	18	2 تلعب العلاقات العامة دورا هاما في حل المشكلات التي تقع فيها المؤسسة
5	موافق	86,67	0,65	2,6	3	3	24	6 وفقت العلاقات العامة في تعزيز ثقة الجمهور الخارجي بالمؤسسة.
6	موافق	86,67	0,49	2,6	0	12	18	7 تساهم العلاقات العامة في تنمية و تطوير مهارات و قدرات الموظفين داخل المؤسسة.
7	معارض	40	0,79	1,2	15	9	6	10 دور العلاقات العامة محدود في صناعة القرار داخل المؤسسة
8	معارض	20	0,46	0,6	21	9	0	3 ضعف العلاقات العامة في تحقيق التنسيق و التكامل بين مختلف الاقسام و المصالح داخل المؤسسة.
9	معارض	13,33	0,4	0,4	24	6	0	4 تؤدي العلاقات العامة الى تراجع الاداء المهني للموظفين داخل المؤسسة.
10	معارض	13,33	0,4	0,4	24	6	0	9 ممارسة العلاقات العامة عائق كبير لنمو المؤسسة

الجدول رقم (05) يبين اتجاهات الموظفين حول اثر وظائف العلاقات العامة على اداء المؤسسة.

نرى من خلال عرض الجدول(05)، أن أغلب أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 100 بأن العلاقات العامة تحقق التقارب بين الموظفين، وكما تساهم في تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها.

التحليل:

- 1_ العبارة رقم(05) :** و التي تتمثل في: (تعمل العلاقات العامة على التحسين المستمر لصورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي) : نرى بان أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بانهم موافقين بنسبة 100 بأن العلاقات العامة تعمل على التحسين المستمر للمؤسسة لدى جمهورها الخارجي، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 3 و الانحراف المعياري قدره 0 .
- 2_ العبارة رقم(08):** و التي تتمثل في: (تعمل العلاقات العامة على تعزيز ثقتي و انتمائي للمؤسسة) : نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 93,33 بأن

العلاقات العامة تعمل على تعزيز ثقتهن و انتماءهم للمؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2،8 و الانحراف المعياري قدره 0،4 .

3_ العبارة رقم(01): و التي تتمثل في: (تساهم العلاقات العامة في تحقيق التقارب بيني و بين باقي الموظفين داخل المؤسسة) : نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 90 بأن العلاقات العامة تساهم في تحقيق التقارب بينهم و بين باقي الموظفين داخل المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2،7 و الانحراف المعياري قدره 0،46 .

4_ العبارة رقم(04): و التي تتمثل في: (تلعب العلاقات العامة دورا هاما في حل المشكلات التي تقع فيها المؤسسة) و نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بانهم موافقين بنسبة 86،67 بأن العلاقات العامة تلعب دورا هاما في حل المشكلات التي تقع فيها المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2،6 و الانحراف المعياري قدره 0،49 .

5_ العبارة رقم(06): و التي تتمثل في: (وفقت العلاقات العامة في تعزيز ثقة الجمهور الخارجي بالمؤسسة) و ترى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 86،67 بأن العلاقات العامة وفقت في تعزيز ثقة الجمهور الخارجي بالمؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2،6 و الانحراف المعياري قدره 0،65

6_ العبارة رقم(07): و التي تتمثل في: (تساهم العلاقات العامة في تنمية و تطوير مهارات و قدرات الموظفين داخل المؤسسة) نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم موافقين بنسبة 86،67 بأن العلاقات العامة تساهم في تنمية و تطوير مهارات و قدرات الموظفين داخل المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 2،6 و الانحراف المعياري قدره 0،79

7_ العبارة رقم(10): و التي تتمثل في: (يعد دور العلاقات العامة محدود في صناعة القرار داخل المؤسسة) و نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم معارضين بنسبة 40 بأن دور العلاقات العامة محدود في صناعة القرار داخل المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 1،2 و الانحراف المعياري قدره 0،79 .

8_ العبارة رقم(03): و التي تتمثل في : (ضعف العلاقات العامة في تحقيق التنسيق و التكامل بين مختلف الاقسام و المصالح داخل المؤسسة) : نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم معارضين بنسبة 20 بأن العلاقات العامة ضعيفة في تحقيق التنسيق و التكامل بين مختلف الاقسام و المصالح داخل المؤسسة، و ذلك بمتوسط يساوي 0،6 و الانحراف المعياري قدره 0،79 .

9_ العبارة رقم(04): و التي تتمثل في : (تؤدي العلاقات العامة إلى تراجع الاداء المهني للموظفين داخل المؤسسة) و نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم معارضين بنسبة

13,33 بأن العلاقات العامة تؤدي إلى تراجع الاداء المهني للموظفين داخل المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 0,4 و الانحراف المعياري قدره 0,4 .

10_ العبارة رقم(09): و التي تتمثل في : (تشكل العلاقات العامة عائقا كبيرا لنمو و تطور المؤسسة) و نرى بأن أفراد عينة الدراسة قد أجابوا بأنهم معارضين بنسبة 13,33 بأن العلاقات العامة تشكل عائقا كبيرا لنمو و تطور المؤسسة، و ذلك بمتوسط حسابي يساوي 0,4 و الانحراف المعياري قدره 0,4 .

نستنتج مما سبق عرضه أن: لوظائف العلاقات العامة أثر على الأداء المؤسسي، فهي تعزز ثقة الموظفين، و تنمي مهاراتهم كما تطور من قدراتهم داخل المؤسسة، كما يبرز دورها في حل المشكلات التي قد تواجهها المؤسسة.

نتائج الدراسة:

- من خلال دراستنا توصلنا الى ان وظيفة العلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء تساهم في تنمية و تطوير العمل مع الأفراد العاملين بشكل دائم و مستمر ، و الذي يساهم بالأساس في تطور أداء المؤسسة , وتقوية العلاقات مع الجمهور الخارجي.
 - اظهرت الدراسة ان الوسائل التي يستخدمها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء هي الوسائل المكتوبة , ولا يستغنون عن الاتصال المباشر , فالالاتصال يعتبر ضروريا لتحقيق التوافق والانسجام بين الموظفين، وكذا لا يجب الاستغناء عن الاتصال الخارجي الذي يسمح بتقوية العلاقة بين المؤسسة وجمهورها .
 - بينت الدراسة ان القائمين بالعلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الأجراء يواجهون عراقيل لتأدية وظائفهم , فغالبا ما يتعرضون إلى عدم تعاون بعض الوحدات معهم ، في حين نرى أن علاقة القائمة بالعلاقات العامة جيدة مع باقي موظفي المؤسسة , و عدم حصول العاملين في ادارة العلاقات العامة على خلفيات تدريبية مناسبة لممارسة المهنة من بين أهم العراقيل، فموضوع التكوين أو اعادة تكوين أو تأهيل العنصر البشري أضحي يرتبط بدرجة كبيرة بالتغيرات الحاصلة على مستوى محيط المؤسسة.
- و كنوع من التعويض عن نقص التخصص المسجل في وظيفة العلاقات العامة ، غالبا ما تلجأ مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء إلى عملية التكوين، التي ليس لها علاقة بفن ممارسة العلاقات العامة، و يكون خارج الاختصاص و لم تأت بالجدوى المنتظرة منها ما يتعكس سلبا على الأداء المؤسسي.

- من خلال الدراسة نجد ان وظائف العلاقات العامة تؤثر على اداء مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء , حيث نجد أن العلاقات العامة بكافة أنشطتها ساهمت في تحسين صورة المؤسسة. فالعلاقات العامة تقوم على اشراك العاملين في اتخاذ القرارات الادارية و الاستراتيجية المختلفة عن طريق التعبير عن آراءهم و مقترحاتهم في كل ما يتعلق بنواحي العمل ، و كل ما يتعلق بمصالحهم و مصالح المؤسسة ، و توفير جو من الثقة و التفاهم في مناقشة مختلف الموضوعات ، و تبادل البيانات و المعلومات بين الادارة و مختلف العمال لتحقيق الفاعلية، كما تؤدي المشاركة في اتخاذ القرارات إلى رفع الروح المعنوية للأفراد العاملين حيث لا يقتصر دورهم على مجرد الخضوع و الطاعة لأوامر و تعليمات الادارة، بل هم يمارسون دورا إيجابيا فيما يتعلق بنظم العمل و إجراءاته.
- عدم اقتناع الادارة العليا لمؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء بأهمية العلاقات العامة كوظيفة ادارية، لها دورها في الأداء المؤسسي ، و هذا ما يتبين لنا فعلا من خلال البنية التنظيمية للمؤسسة، حيث نسجل غياب مكتب أو مصلحة أو قسم أو ادارة خاصة بالعلاقات العامة و هو ما يبينه جواب السؤال رقم: 02 من استمارة المقابلة مع القائم بالعلاقات العامة في المؤسسة.
- اوضحت الدراسة ان وظائف العلاقات العامة تمارس في المؤسسة بشكل تام و صحيح رغم عدم تواجد جهازها بها.
- بينت الدراسة ان المؤسسة تعتمد في الاتصال بين العاملين على الوسائل المكتوبة في المقام الاول دون اهمالها لوسائل الاتصال المباشر لأهمية الاتصال في تحقيق التفاعل و التبادل داخل و خارج المؤسسة .
- اوضحت الدراسة ان العلاقات العامة تساهم في تطوير الاداء المؤسسي وتحقيق الاهداف المرجوة في المؤسسة و المساعدة على بناء صورة حسنة ما يساهم في استمرارها على المدى البعيد .
- من خلال الدراسة وجدنا ان اغلبية العاملين بالمؤسسة ذكور , بنسبة 63 من العدد الكلي.
- بينت الدراسة ان اغلبية العاملين يتراوح سنهم ما بين 31_40 . هذا قد يعود الى الاقدمية في العمل .
- اوضحت الدراسة ان ان العلاقات العامة تؤثر على اداء المؤسسة كما تساهم في ادارة الازمات ، و تحافظ على التسيير الأمثل للمؤسسة و لا يمكن الاستغناء عنها.

- بينت الدراسة ان العلاقات العامة هي النشاط القادر على حل المشكلات التي يمكن أن تقع فيها المؤسسة .
- توصلت الدراسة الى ان للعلاقات العامة مكانة هامة في المؤسسة لا يمكن الاستغناء عن وظائفها، فنجاح المؤسسة مرهون بنجاح العلاقات العامة، فهي قوة ادارية لا يستهان بها.
- بينت الدراسة أن العلاقات العامة تحقق التقارب بين الموظفين، وكما تساهم في تحسين صورة المؤسسة لدى جماهيرها.
- توصلت الدراسة الى ان العلاقات العامة تساهم في تحسين أداء الموظف في المؤسسة الخدمائية.
- توصلت الدراسة الى ان تطوير وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في اتصالها بالجماهير الداخلية والخارجية , ضروري لتحسين صورتها الخارجية .
- بينت الدراسة ان الانتقاء السليم للموظفين وتدريبهم يساعد في التطوير من الاداء المؤسساتي وتحقيق الخبرة الطويلة , للمواصلة والتقدم.

توصيات الدراسة :

- من خلال هذه الدراسة، تمكنا من الخروج بجملة من التوصيات يمكن اعتبارها أساسا و منطلقا لدراسات أخرى نلخصها في:
- ضرورة تعاون الإدارات المختلفة في محيط المؤسسة مع إدارة العلاقات العامة , حتى يتسنى لها أن تقوم بأداء واجباتها على أكمل وجه.
 - تطوير وسائل الاتصال التي تستخدمها إدارة العلاقات العامة في إتصالها بالجماهير الداخلية والخارجية على أن تكون متممة بالمرونة والسرعة.
 - تخصيص غدارة أو قسم خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة.
 - ضرورة تعاون الموظفين فيما بينهم ومع جهاز العلاقات العامة.
 - ينبغي تدريب جميع الموظفين في المؤسسة على فن العلاقات العامة أو التعامل الإنساني وخاصة أولئك الذين يتصلون بالجماهير بحكم عملهم .
 - الاهتمام بالانتقاء السليم للعاملين في إدارة العلاقات العامة , وضرورة تدريبهم وإتاحة فرص التنمية المهنية والعلمية والإدارية أمامهم.
 - اقتناع الإدارة العليا بأهمية وظيفة العلاقات العامة والدور الذي يمكن أن تلعبه في هذا المجال.

الخاتمة

العلاقات العامة ظاهرة قديمة قدم البشرية، ظهرت مع ظهور الإنسان، و تطورت مع تطور أنماط الحياة، حيث تعتبر نتيجة حتمية و طبيعية للتفاعل بين الأفراد والمنظمات المختلفة.

إن العلاقات العامة وظيفية إدارية مخططة، تهدف إلى كسب رضا و دعم و تعاطف الجمهور الداخلي من الموظفين، و جمهورها الخارجي من مستهلكين، و موردين، و عملاء.. و غيرهم، ما يؤدي إلى تنمية أداءها، و توسيع إنتاجها.

و بالرغم من أن العلاقات العامة بمفهومها الحديث لم تظهر إلا في بداية القرن العشرين، إلا أن السعي لكسب ود الجمهور و ولائه يمتد إلى العصور القديمة، إذ اهتمت بها المجتمعات البدائية.

أصبحت وظائف العلاقات العامة ضرورية في كل المؤسسات العمومية و الخاصة على اختلاف أنواعها و طبيعة نشاطاتها، و تهدف من خلالها إلى إقامة علاقات طيبة مع جمهورها ملؤها الثقة و التفاهم و الود و تحقيق السمعة الحسنة لها، و تحسين صورتها، مستخدمة في ذلك مختلف أنواع الوسائل الاتصالية من هاتف، انترنت، مجلات و صحف، معارض، لقاءات، ندوات، مؤتمرات صحفية... و غيرها، و المتميزة بقدرتها الفائقة في التأثير على الجماهير و إقناعهم.

و تساهم وظائف العلاقات العامة مساهمة فعالة في تنمية أداء المؤسسة الخدمائية، و ذلك من خلال الاهتمام بجماهيرها، و تشجيع الاتصال الايجابي بهم و التفاعل المستمر و التنسيق بينهم، و شرح سياستها و أعمالها و أهدافها لهم، و كذلك استطلاع آرائهم، و العمل على تلبية رغباتهم و ميولاتهم، و محاولة الحصول على ودهم بحسن التعامل و الاستقبال، و إقامة المعارض و المؤتمرات، إضافة إلى السعي لتدعيم علاقتها بوسائل الاعلام و الاتصال.

و مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء باعتبارها مؤسسة خدمائية، تحرص على خلق علاقات جيدة مع جمهورها الداخلي و الخارجي، و المحافظة على تلك العلاقة عن طريق الاتصال الدائم مع موظفيها لضمان حسن سير العمل، و التواصل المستمر مع زبائنها و عملائها للحفاظ على استقرارها و استمراريتها.

فمؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء و بالرغم من عدم وجود مصلحة خاصة للعلاقات العامة إلا أنها تمارس مختلف وظائف هذه الأخيرة باستعمال شتى و وسائل الإعلام و الاتصال، و تربط بينها و بين موظفيها رابطة قوية.

الخاتمة

و منه فإن وظائف العلاقات العامة في مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء جيدة، فهي تنعكس ايجابيا على المؤسسة إذ تقوم بتنمية أداء الموظفين و تطويره من خلال الاهتمام بهم، و السؤال عنه انشغالاتهم و مشاكلهم و محاولة حلها، و تحفيزهم على بذل مجهودات، بما ينمي أدائهم و يزيد من إنتاجيتهم، و بالتالي تنمية أداء المؤسسة، و تحسين قدرتها التنافسية بشكل يضمن لها تحقيق أهدافها و المحافظة على بقاى

قائمة المراجع

قائمة المراجع : قائمة الكتب بالعربية:

- 1_ البرعي محمد و التويجي محمد، معجم المصطلحات الادارية، مكتب العبيكان، المملكة العربية السعودية، ط1، 1993.
- 2_ ثامر البكري، الاتصالات التسويقية و الترويج، دار حامد للنشر و التوزيع، ط1، الاردن، 2006.
- 3_ حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة، دار العلم المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1997.
- 4_ حمدي شعبان، وظيفة العلاقات العامة الاسس و المهارات، مؤسسة طوابجي للتجارة و الطباعة و النشر- دط، القاهرة، 2008.
- 5_ ربحي مصطفى عليان و محمد عبد الدبس، وسائل الاتصال و تكنولوجيا الاتصال، عمان، دار صفاء للنشر و التوزيع، 2005.
- 6_ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار هومة، ط1، الجزائر، 2005.
- 7_ سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، لبنان، 2017.
- 8_ سمير حسن منصور، مناهج العلاقات العامة من منظور الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، دط، الاسكندرية، 1999.
- 9_ شدوان علي شبيه، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، دار المعرفة الجامعية، دط، دب، 2016.
- 10_ عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي و أسس و استخدام مصادر المعلومات التقليدية و الالكترونية، عمان ، دار المسيرة للنشر و التوزيع، 2008.
- 11_ عايد فضل الشعراوي، الاعلان و العلاقات العامة، ط1، الدار الجامعية للطباعة و النشر، بيروت، 2006.
- 12_ عبد الرحمان محمود صالح و آخرون، العلاقات العامة و الاعلام في الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الاجتماعية، دط، مصر، 2004.

قائمة المراجع

- 13_ عبد الرزاق محمد الدليمي، العلاقات العامة و العولمة، دار جرير للنشر و التوزيع، ط1، 2005.
- 14_ عبد الله محمود عبد الرحمان، سوسيولوجية التنظيم، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، دس.
- 15_ عبد المعطي محمد عساف، محمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار حامد للنشر و التوزيع، دط، الاردن، 2004.
- 16_ عبد الناصر أحمد حردات، أسس العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، دار البازوري للنشر و التوزيع، عمان، الاردن، 2009.
- 17_ عذراء عيواج، العلاقات العامة في المؤسسة الجامعية، بين النظرية و التطبيق، الفا للوثائق، ط1، الجزائر، 2018.
- 18_ علي بن فايز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة و الانسانية، دب ، ط1 ، الرياض، 2006.
- 19_ علي عجوة الاسس العلمية للعلاقات العامة، عالم الكتب، القاهرة، دس ، دب.
- 20_ علي عجوة، محمود يوسف، ادارة و تخطيط العلاقات العامة، التعليم المفتوح، كلية الاعلام، القاهرة، 2005.
- 21_ عماد الدين تاج سر فقير عمر، اعداد و انتاج المواد الاعلامية للعلاقات العامة، ددن، ط1، الامارات، 2013.
- 22_ عماد بوحوش، وصف الوظائف و تحليلها، المجلة الجزائرية للعلوم الفضائية و الاقتصادية و السياسية، جوان 1982، العدد 1273.
- 23_ فهمي محمد العدوي، مفاهيم جديدة في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر، الاردن ، عمان، ط1، 2011
- 24_ محمد الجمال راسم، معوض عياد خيرت، ادارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2005.
- 25_ محمد الهادي محمد، أساليب توثيق البحوث الأكاديمية، الجزائر ، ط1، 1995.
- 26_ محمد توفيق، منهجية البحث العلمي مع التطبيق على بحث جغرافي، ط1، القاهرة، مكتبة الأنجلو المصرية، 2007.

قائمة المراجع

- 27_ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، عالم الكتب، ط3، القاهرة، 2004.
- 28_ محمد عبد الفتاح محمد، العلاقات العامة في المؤسسات الاجتماعية، المكتب العلمي للكومبيوتر و النشر و التوزيع، الاسكندرية، 1994.
- 29_ محمد عبده حافظ، العلاقات العامة، الاسس و المهارات، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة ، مصر، 2009.
- 30_ محمد عثمان نجاتي، علم النفس الصناعي، دار النهضة العربية، مكتبة علم النفس، ط2، الجزء الاول، دون بلد، دون سنة.
- 31_ محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، ط1، 2007.
- 32_ مروان عبد المجيد ابراهيم، أسس البحث العلمي لاعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، الاردن، 2000.
- 33_ مصطفى عشوي: أسس علم النفس الصناعي التنظيمي، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1992.
- 34_ المليجي حلمي، مناهج البحث في علم النفس، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 2001.
- 35_ مي عبد الله، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، ط1، د.س.ن.
- 36_ وجيه محجوب، طرائق البحث العلمي و مناهجه، بغداد، دار الحكمة للطباعة و النشر، دط، 1993.
- 37_ يحي محمد عبد المجيد، العلاقات العامة بين النظريات الحديثة و المنهج الاسلامي، مكتبة الساعي للطبع و النشر و التوزيع، الرياض، 2000.

قائمة الكتب بالأجنبية:

- 1_ Communication d'entreprise , nexx visuels communicatants ,
brodure , montpellier, France, p12
- 2_ Macfar land, dalton management, foundations and practice, new
macmillan publishing co, inc ,p 566 .

- Le petit la rousse ; illustre, 2002, p40_3
- Jean daniel kant, theorie de l'entreprise ;introduction management, _4
université de pierre marie curie, 2013 , p115
- Birlman jea ; les meilleurs pratiques de management au cœur de la _5
performance, ED, , 1998, organisation paris, France, 2éme tirage,
p113.

المجلات:

- 1_ عماد بوحوش، وصف الوظائف و تحليلها، المجلة الجزائرية للعلوم الفضائية و
الاقتصادية و السياسية، جوان 1982، العدد 1273.

المعاجم:

- 1_ المنجد الابجدي، دار المشرق بيروت.
- 2_ المنجد في اللغة و الاعلام، ط جديدة و منقحة، دار المشرق، بيروت، لبنان، دون سنة.
- 3_ محمد منير حجاب، المعجم الاعلامي، ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع.

المواقع الالكترونية:

- 1_ موقع E عربي، ماهي اسباب الاهتمام بنشاط العلاقات العامة، E .com ، 2021/6/3.
- 2_ موقع عرب ديكت، معجم اللغة العربية المعاصرة، 18 جوان 2021

الدراسات و المذكرات:

- 1_ لعرابة صونيا، البعد الاتصالي لاستراتيجية التسويق في المؤسسة الاقتصادية، رسالة
ماجستير، قسم علوم الاعلام و الاتصال، جامعة قسنطينة، 2007_2009.
- 2_ زعبالة ليندة، التسيير الاستراتيجي للموارد البشرية في الادارة المحلية و إشكالية تحسين
الاداء، رسالة ماجستير، قسم علم الاجتماع، جامعة باجي مختار عنابة، الجزائر، 2007.

الملاحق

جامعة أكلي محند أولحاج "البويرة"
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
قسم التاريخ

دليل مقابلة حول موضوع:

أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة الخدمائية .
دراسة حالة للصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء (وكالة
البويرة)

اشراف الاستاذة
زينب سعدي

اعداد :
ياسمين زكري

السنة الجامعية:

2021/2020

دليل المقابلة مع القائم بالعلاقات العامة:

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجنس:

السن:

نوع التكوين / التخصص:

الخبرة:

المحور الثاني: وظائف العلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير

الاجراء:

س1 _ ما مفهومك للعلاقات العامة؟.....

.....

س2 _ هل للمؤسسة جهاز اداري خاص بالعلاقات العامة؟

الملاحق

- نعم لا
- إذا كانت الإجابة بالسلب ما هو القسم أو المصلحة التابعين لها؟
- س3_ هل تقومون بعملية البحث في أداء نشاطاتكم؟
- نعم لا
- إذا كانت الإجابة بنعم:
- أ- كيف يتم القيام بها؟
- ب- كيف يتم توظيف هذه البحوث في أداء نشاطاتكم داخل المؤسسة؟
- إذا كانت الإجابة ب: لا ، هل تعتمدون على بحوث ودراسات جاهزة؟
- نعم لا
- س4- هل تتضمن نشاطاتكم القيام بعملية التخطيط؟
- نعم لا
- في حالة الإجابة بنعم كيف تتم هذه العملية؟
- إذا كانت الإجابة ب: لا ، من يقوم بعملية التخطيط و البحوث؟
- س5_ هل يوجد تنسيق بين نشاطات العلاقات العامة ونشاطات الاقسام الاخرى داخل المؤسسة؟
- نعم لا
- إذا كانت الإجابة بنعم:
- أ_ كيف يتم عملية التنسيق؟
- ب_ هل تتحقق الأهداف المرجوة من عملية التنسيق؟
- نعم لا
- س6_ هل تقومون بالتقييم والتقويم لمختلف النشاطات التي تقوموا بها داخل المؤسسة؟
- نعم لا
- إذا كانت الإجابة بنعم:
- أ_ هل تقومون ذلك بصفة منتظمة نعم لا
- ب_ ما هي الطرق والأساليب التي تعتمدونها في ذلك؟
-
-
-

س7_ ماهي أهم الاهداف التي تسعى الى تحقيقها العلاقات العامة من خلال تطبيق وظائفها في مؤسساتكم؟

تحقيق المرونة اثناء العمل

تحقيق الاتصال الفعال بين العمال

تحقيق الاداء الفعال بين العمال

خلق الثقة بين الموظفين و المدير

الملاحق

- خلق الثقة بين الجمهور الخارجي والمؤسسة
بناء صورة حسنة للمؤسسة والعمل على التحسين الدائم لها
أهداف أخرى.....
- المحور الثاني: الوسائل التي يستخدمها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء:**
- س1_ ما هي أهم الوسائل الاتصالية التي تعتمدها في تأدية نشاطاتكم؟
.....
- س- هل ترى أن هذه الوسائل كافية للقيام بمختلف النشاطات التي تقومون بها؟
نعم لا
- س2_ ما هي الوسيلة الأكثر فعالية في تأدية وظائف العلاقات العامة داخل المؤسسة؟
.....
- س3_ ما هي الاعتبارات والمعايير التي يتم على أساسها اختيار الوسائل الاتصالية الملائمة لمختلف نشاطاتكم؟
.....
- المحور الرابع: العراقيل التي يواجهها القائمون بالعلاقات العامة في الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء:**
- س1_ هل هناك فهم خاطئ لنشاطات العلاقات العامة من طرف الموظفين داخل المؤسسة؟
نعم لا
إذا كانت الإجابة بنعم:
أ- ماهي المفاهيم الخاطئة عن العلاقات العامة ؟
.....
- ب_ كيف يؤثر ذلك على تأدية وظائفكم؟
.....
- س2_ هل تتعرض في بعض الاحيان الى عدم تعاون الموظفين أثناء التنسيق مع الادارات الاخرى؟
دائماً أحياناً نادر
- س3- كيف تقيم علاقتك مع باقي الموظفين داخل المؤسسة ؟
جيدة مقبولة ضعيفة
- س4_ هل تهتم الإدارة العليا بالعلاقات العامة؟
نعم لا
- س5- هل ترى أن العلاقات العامة تلقى أهمية من قبل موظفي المؤسسة؟
نعم لا
- س6_ هل توفر المؤسسة الموارد المالية الكافية لإدارة العلاقات العامة ؟
دائماً أحياناً نادر
- ث_ إذا كانت الإجابة بأحياناً او نادراً، كيف تتصرفون مع هذا النقص
.....

الملاحق

س7- ما هي مختلف العراقل الأخرى التي تواجهكم في تأدية نشاطاتكم ووظائفكم في المؤسسة؟

المحور الخامس: كيفية تأثير وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة من منظور القائم بالعلاقات العامة:

س1_ هل استطاع قسم العلاقات العامة ان يساعد المؤسسة في تحقيق الأهداف المسطرة؟
نعم لا

إذا كانت الاجابة بنعم، كيف ذلك؟

س2_ هل ترى أن نشاطاتك ساهمت في الكشف عن نقاط الضعف التي تعاني منها المؤسسة؟

س3_ هل ساهمت نشاطاتكم في العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة؟
نعم لا

كيف ذلك

س4_ هل ترى ان الوظائف التي تقوم بها قد ادت الى تحقيق التعاون مع كافة الوحدات؟

س5- هل ترون أن الوظائف التي تقومون بيها ساهمت في زيادة ثقة الجمهور الخارجي بمؤسستكم؟

نعم لا

إذا كانت الاجابة بلا لماذا.....

الملاحق

جامعة البويرة
كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية
قسم التاريخ

استمارة بحث حول موضوع:

أثر وظائف العلاقات العامة على أداء المؤسسة الخدمائية .
دراسة حالة للصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء. (وكالة
البويرة)

اشراف الاستاذة :
زينب سعدي

اعداد :
ياسمين زكري

السنة الجامعية:
2021/2020

المحور الاول: البيانات الشخصية:

س1_ الجنس : ذكر أنثى

س2_ السن:

من 20 الى 31 سنة من 31 الى 40 سنة من 41 فما فوق

س3_ التخصص التعليمي:

س4_ الخبرة:

اقل من 5 سنوات من 5 الى 10 سنوات 10 سنوات فما فوق
المحور الثاني: اتجاهات الموفين نحو أهمية الاداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة:

معارض	محايد	موافق	العبارات
-------	-------	-------	----------

الملاحق

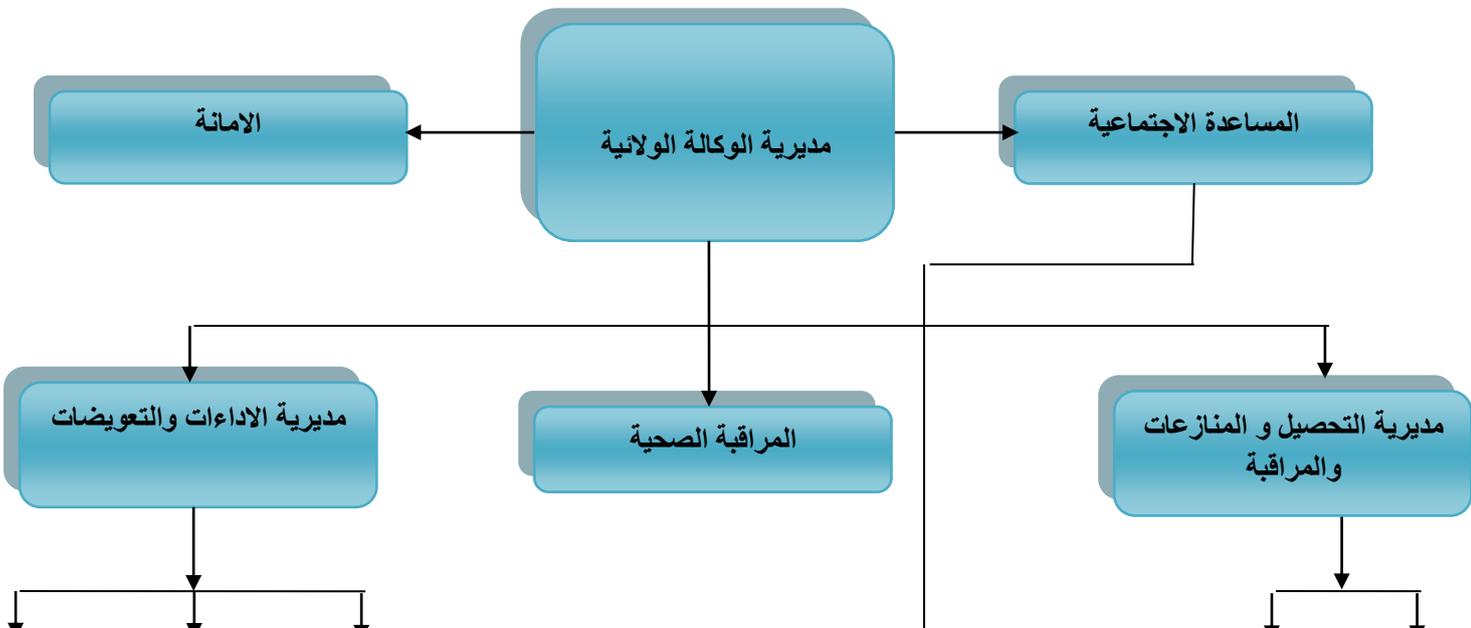
			تقوم العلاقات العامة بوظائف أساسية لا يمكن للمؤسسة الاستغناء عنها.
			نجاح المؤسسة مرهون بنشاطات للعلاقات العامة.
			وظائف العلاقات العامة عي ووظائف هامشية يمكن للأقسام و المصالح الاخرى في المؤسسة القيام بها.
			العلاقات العامة هي النشاط القادر على حل المشكلات التي يمكن أن تقع فيها المؤسسة.
			يؤثر وجود العلاقات العامة على أداء المؤسسة.
			يقتصر نشاط العلاقات العامة على المهام الروتينية و السطحية.
			العلاقات العامة قوة ادارية تحافظ على التسيير الامثل للمؤسسة.
			تساهم العلاقات العامة في ادارة الازمة داخل المؤسسة.

المحور الثالث: اتجاهات الموفين حول اثر وظائف العلاقات العامة على اداء المؤسسة:

معارض	محايد	موافق	العبارات
			تساهم العلاقات العامة في تحقيق التقارب بيني و بين باقي الموظفين داخل المؤسسة.
			تلعب العلاقات العامة دورا هاما في حل المشكلات التي تقع فيها المؤسسة.
			ضعف العلاقات العامة في تحقيق التنسيق و التكامل بين مختلف الاقسام و المصالح داخل المؤسسة.
			تؤدي العلاقات العامة الى تراجع الاداء المهني للموظفين داخل المؤسسة.
			تعمل العلاقات العامة على التحسين المستمر لصورة المؤسسة لدى جمهورها الخارجي

الملاحق

			وفقت العلاقات العامة في تعزيز ثقة الجمهور الخارجي بالمؤسسة.
			تساهم العلاقات العامة في تنمية و تطوير مهارات و قدرات الموظفين داخل المؤسسة.
			تعمل العلاقات العامة على تعزيز ثقتي و انتمائي للمؤسسة.
			ممارسة العلاقات العامة عائق كبير لنمو المؤسسة
			دور العلاقات العامة محدود في صناعة القرار داخل المؤسسة.



الشكل رقم (01) : يبين الهيكل التنظيمي للصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير
الاجراء وكالة البويرة

فهرس الجداول والاشكال

1_ فهرس الاشكال :

الصفحة	العنوان	رقم الشكل
53	الهيكل التنظيمي لمؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء	(01)

فهرس الجداول والاشكال

2_ فهرس الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
56	توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير الجنس	01
57	توزيع أفراد مجتمع البحث حسب متغير السن	02
58	يوضح توزيع أفراد مجتمع البحث حسب الخبرة	03
59	يبين اتجاهات الموظفين نحو أهمية الأداء الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسة .	04
60	اتجاهات الموظفين حول اثر وظائف العلاقات العامة على اداء المؤسسة.	05

فهرس الموضوعات

فهرس الموضوعات :

الصفحة	المحتوى
	الاطار المنهجي
أ_ب_ج	مقدمة
1	الاشكالية
2	التساؤلات الفرعية
9_4	تحديد المفاهيم
4	اهمية الدراسة
4_3	اهداف الدراسة
18_09	الدراسات السابقة
18	حدود الاستفادة من الدراسة
19	مجتمع البحث والعينة
22_20	نوع الدراسة والمنهج المستخدم
25_23	ادوات جمع البيانات
28_25	مجالات الدراسة
30_29	المقاربة النظرية للدراسة
	الاطار النظري
32	التمهيد
33	الفصل الاول: العلاقات العامة
33	المبحث الاول : ماهية العلاقات العامة
36_33	_ اسباب الاهتمام بالعلاقات العامة
38_37	_ اهداف العلاقات العامة
40_39	_ اهمية العلاقات العامة
42_41	_ خصائص العلاقات العامة
44_43	_ مبادئ العلاقات العامة
45	_ المبحث الثاني : اساسيات العلاقات العامة

فهرس الموضوعات

45_47	_ مهام العلاقات العامة
49_48	_ جمهور العلاقات العامة
52_50	_ الشروط الواجب توفرها اثناء اداء وظيفة العلاقات العامة
53_58	_ وسائل الاتصال في العلاقات العامة
59	_ الصعوبات التي يواجهها القائم بالعلاقات العامة
60	_ المبحث الثالث : وظائف العلاقات العامة
63_60	_ وظيفة البحث
67_64	_ وظيفة التخطيط
71_68	_ وظيفة التنفيذ
75_72	_ وظيفة التنسيق
75	_ وظيفة التقييم
76	خلاصة
	الفصل الثاني : مدخل الى المؤسسة الخدمائية
78	تمهيد
79	المبحث الاول : ماهية المؤسسة الخدمائية
80_79	_ خصائص المؤسسة الخدمائية
82_81	_ وظائف المؤسسة الخدمائية
84_83	_ اهداف المؤسسة الخدمائية
85	المبحث الثاني : واقع العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية
86_85	_ دوافع ممارسة العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية
88_87	_ فوائد العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية
90_89	_ اهداف العلاقات العامة في المؤسسة الخدمائية
91	خلاصة
	الفصل الثالث : الاطار التطبيقي للدراسة
93	تمهيد
94	المبحث الاول: عرض وتحليل نتائج المقابلة

فهرس الموضوعات

96_94	_ أثر وظائف العلاقات العامة على أداء مؤسسة الصندوق الوطني للضمان الاجتماعي لغير الاجراء (وكالة البويرة)
107_96	المبحث الثاني: عرض وتحليل نتائج الاستمارة
109_108	خاتمة
107_106	_ توصيات الدراسة
109_108	_ الخاتمة
110	قائمة المراجع
	الملاحق
	فهرس الاشكال
	فهرس الجداول
	فهرس المحتويات