

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس



- مستغانم -

كلية: العلوم الاجتماعية.

قسم: علوم الإعلام و الاتصال.

تخصص : علاقات عامة - السنة الثانية ماستر -

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان:

أهمية العلاقات العامة في تسيير المؤسسات الاقتصادية

دراسة حالة : البنك الجزائري الخارجي 104 - BEA نموذجاً - مستغانم.

تحت إشراف الأستاذ:

- بوجمعة العماري

من إعداد الطالبين:

- بن زعيط أحلام .

- بن سعيد سعاد .

لجنة المناقشة:

الرتبة	الأستاذ
رئيسا	د. بوعدة حسيبة
مناقشا	د. عيسى عبيد نورية
مشرفا	د. بوجمعة العماري

السنة الدراسية: 2018 / 2019



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس



- مستغانم -

كلية: العلوم الاجتماعية.

قسم: علوم الإعلام و الاتصال.

تخصص : علاقات عامة - السنة الثانية ماستر -

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر بعنوان :

أهمية العلاقات العامة في تسيير المؤسسات الاقتصادية

دراسة حالة : البنك الجزائري الخارجي 104 - BEA نموذجاً - مستغانم.

تحت إشراف الأستاذ:

- بوجمعة العماري

من إعداد الطالبتين:

- بن زعيط أحلام .

- بن سعيد سعاد .

لجنة المناقشة:

الرتبة	الأستاذ
رئيسا	د.بوعدة حسينية
مناقشا	د.عيسى عبيدي نورية
مشرفا	د.بوجمعة العماري

السنة الدراسية: 2018 / 2019

رَبِّهِمْ
لِللَّهِ
رُفُوفًا



" يَرْفَعِ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ
دَرَجَاتٍ ... "

{ المجادلة - آية : 11 }



شكر و تقدير

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له على كل نعمه
وفضله وكرمه.

تبارك الله ذو الجلال والإكرام.

نشكر كل من قدم لنا يد المساعدة في انجاز هذا التقرير.

ونخص بالذكر عمال البنك الخارجي بمستغانم من الحارس إلى المدير،
وكذلك نقدم الشكر للأستاذ المشرف "بوجمعة العماري" من خلال
إشرافه على عملنا خطوة بخطوة، وبكل جدية وتفاني.

دون أن ننسى كذلك

الأستاذ المؤطر في فترة التبرص " بن شريف حاج محمد "

ونشكر في الأخير كل من قدم لنا يد المساعدة، سواء من قريب أو من
بعيد

فالحمد لله الذي تتم بنعمه الصالحات.



إهداء

أهدي ثمرة هذا الجهد إلى أغلى إنسان في الوجود
أبي الحبيب (عبد القادر) الذي لظالما كان قدوتي
في الصبر و العطاء ..

وإلى أغلى زهرة في الوجود أمي زهرة التي
أعتبرها مفتاح حياتي التي لا ظالما أنارت دربي
وأعانتني بصلاة و الدعاء ...

وإلى كل إخوتي و أخواتي وإلى كل صديقاتي و
إلى زوجي المستقبلي (عبد القادر)

وإلى كل من عرفتني بهم الجامعة..

سعاد

فهرس المحتويات:

الصفحة	المحتويات
أ	✓ تشكر
ب	✓ إهداء
د	✓ فهرس المحتويات
و	✓ قائمة الأشكال
ز	✓ مقدمة عامة

1- الإطار المنهجي:

ص9	✓ الإشكالية
ص10	✓ التساؤلات
ص10	✓ الفرضيات
ص11-15	✓ الدراسات السابقة
ص15	✓ أهمية الدراسة
ص15	✓ أهداف الدراسة
ص15	✓ أسباب اختيار الموضوع
ص16	✓ منهج الدراسة
ص17-20	✓ تحديد المفاهيم
ص20-21	✓ مجال الدراسة
ص21	✓ عينة الدراسة
ص22	✓ أدوات الدراسة
ص23	✓ صعوبات الدراسة

2- الإطار النظري:

	- الفصل الأول: مدخل إلى العلاقات العامة
ص25	✓ تمهيد
ص26-28	- المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة
ص28-29	- المبحث الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة
ص30-31	- المبحث الثالث: أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة

32ص	✓ خلاصة
	- الفصل الثاني: العلاقات العامة في البنك
34ص	✓ تمهيد
35ص- 37	- المبحث الأول: تعريف البنك وأنواعه
38ص	- المبحث الثاني: أهمية العلاقات العامة داخل البنوك
39ص- 41	- المبحث الثالث: تنظيم إدارة العلاقات العامة داخل البنك
42ص	✓ خلاصة

3 - الإطار التطبيقي:

دراسة ميدانية للبنك الخارجي الجزائري بمستغانم BEA 104

44ص	✓ تمهيد
	1- بطاقة الفنية للبنك الخارجي الجزائري – بمستغانم 104.
45ص	- تعريف مؤسسة البنك الخارجي الجزائري بمستغانم.
45ص	- مهام وأنشطة الوكالة .
46ص- 47	- الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي الجزائري بمستغانم.
48ص- 52	- إجراءات تقديم القروض في الوكالة مستغانم 104.
53ص	- الإجراءات المتبعة من قبل الوكالة 104 لاسترجاع حق البنك.
54ص	✓ الخلاصة
	2 – الدراسة التحليلية
55ص- 59	استمارة المقابلة
60ص	نتائج المقابلة
61ص- 62	نتائج الملاحظات
62ص	النتائج العامة
63ص	المقترحات والتوصيات
70ص	✓ الخاتمة
	✓ قائمة المصادر و المراجع

قائمة الأشكال:

الصفحة	الشكل	الرقم
ص40	يوضح النموذج رقم (1) لإدارة العلاقات العامة الصغيرة الحجم في البنك.	1
ص40	يوضح النموذج رقم (2) لإدارة العلاقات العامة متوسطة الحجم في البنك.	2
ص41	يوضح النموذج رقم (3) لإدارة العلاقات العامة كبيرة الحجم في البنك.	3

مقدمة

مقدمة:

للعلاقات العامة أهمية خاصة ضمن الهيكل التنظيمي في إدارات العديد من المنظمات والمؤسسات الحديثة، وعلى الرغم من تفاوت الاهتمام بها داخل المنظمات إلا أنه أصبح من المسلم به أن الحاجة إلى العلاقات العامة حاجة ملحة وأن الاتفاق على أنشطتها و تنفيذ برامجها لا يعد خرقاً بل له مبرراته الموضوعية، كما أنها وظيفة أساسية من وظائف الإدارة، فهي بذلك تعد أحد مجالاتها يكون هناك تواصل مستمر بين الإدارة العليا للمؤسسة و جماهيرها المختلفة.

فالعلاقات العامة في المؤسسات الاقتصادية الجزائرية تعتبر وظيفة حديثة لم ترقى بعد إلى المستوى الذي توصلت إليه الدول المتقدمة، وهذا نظراً لغموض مفهومها ووظائفها و صلاحياته الموكلة، كل ذلك ولد حاجة ماسة في الدول النامية من بينها الجزائر إلى إنشاء قسم مختص يحافظ على العلاقة بين المؤسسة و جمهورها، يطلق عليه قسم العلاقات العامة التي تعتبر من أهم الوظائف التي يمكن أن تحدد مركز نجاح المؤسسة، وبهذا فحاجة المجتمع إلى نشاط العلاقات العامة أصبح ضروري حيث أن هذا النشاط يدرس الجمهور الداخلي للمؤسسة ويرمي إلى تحقيق الأهداف المسطرة لها .

وقد انعكس الإدراك المتزايد لأهمية العلاقات العامة في شكل الإدارات المتخصصة في الهيئات والمنظمات والتي تقوم ببناء مهام العلاقات العامة وأصبحت العلاقات العامة اليوم تمد يد المساعدة للعديد من المؤسسات في المجتمع المعاصر كالإدارات الحكومية والاتحادات التجارية ورجال الأعمال والمدارس والمؤسسات التوعوية والمستشفيات والمؤسسات الاقتصادية وغيرها...

وبهذا كله أصبحت العلاقات العامة اليوم مرافقة لكل إدارة ناجحة وقد تزايدت أهميتها نتيجة لضغوط البيئة المحيطة بالمؤسسة، بغرض تحسين العلاقات بين المؤسسة و جماهيرها وأصبح هناك اهتمام كبير لدى قمة الهرم الإداري في المؤسسة بالعلاقات العامة باعتبارها جزءاً لا يتجزأ من إستراتيجية المؤسسة .

ولذا فإن مسير و المؤسسات ينظرون إلى العلاقات العامة باعتبارها أكثر من مجرد إيصال أوامر للأفراد وتلقي البيانات الخاصة، إذ يجب أن يكون تبادل البيانات في جميع الاتجاهات وتلقيها ومراجعة التنفيذ وتحسين العلاقات الاجتماعية بين العاملين من خلال القيام بأنشطة خارج نطاق العمل ليتحقق التوازن دون الصراع، فنجاح أي مؤسسة يعتمد بدرجة كبيرة على كفاءة وفعالية الموارد البشرية العاملة بها، حيث يعتبر الإنسان المورد الحقيقي لأي

مؤسسة، ولذلك تركز المؤسسات على فهم سلوك الأفراد والجماعات، لأن سلوك الأفراد قد ينعكس سلبيًا أو إيجابيًا على أداء المؤسسة.

فالعلاقات العامة في إطارها العام هي توجه المؤسسات كافة لخدمة الفرد و الجماعة البشرية باعتبارها العنصر الجوهري في أداء الأنشطة، والفعاليات المختلفة سواء كانت اقتصادية أو سياسية أو ثقافية، ويرتبط تطور مراحل العلاقات العامة بالتطور السريع والمتواصل لحياة المجتمعات المتمثلة في التطور الفكري للفرد وقوة رأي الجمهور بالإضافة إلى قوة الرأي العام في المجتمع .

و قد شملت دراستنا التي جاءت بعنوان "أهمية العلاقات العامة في تسيير المؤسسات الاقتصادية" " دراسة ميدانية حول معرفة أهمية هذه العلاقات العامة داخل البنك الجزائري الخارجي ذلك أن البنك جزء من المنظومة المؤسسية ومحاولة معرفة فعالية العلاقات العامة ودورها في إنجاح العمل الإداري، و للتعَمّق في البحث أكثر ارتأينا إلى إعداد مقابلة مستنديين في ذلك على الملاحظة العلمية بالمشاركة، وهذا يضفي الطابع الإمبريقي العلمي على الدراسة .

أولاً: تحديد إشكالية الدراسة:

يعتبر الاتصال عملية أساسية للنشاط الاتصالي، فهو يؤدي إلى تحقيق التماسك بين الأفراد و الجماعات، بل وحتى التنظيمات التي أصبح نجاحها في كثير من الأحيان مرتبط بمدى توظيفها للعديد من أشكال الاتصال المؤسسي، حيث مع ازدياد أعداد المؤسسات و التوسع الكبير في أحجامها وتداخل المفاهيم ظهرت ضرورة لإقامة علاقات مع جمهور المؤسسة سواء داخلي أو خارجي التي جسدت هذه العلاقة في شكل وظيفة إدارية أطلق عليها العلاقات العامة التي تعد فن الاتصال الذي يسعى إلى صناعة علاقات متميزة بين المؤسسة و جمهورها، فمنذ ظهورها في القدم، أصبح الآن كوظيفة حديثة في المؤسسات التي تعمل على تحسين صورة المؤسسة وبناء الثقة لديها من أجل كسب تأييد آراء الجمهور.

ومن المعروف أن العلاقات العامة في المجتمعات البدائية كانت تتسم بالمباشرة و البساطة وأخذت بالتعقد مع التقدم الحضاري و الاجتماعي و بين المجتمعات البشرية في العالم، لذلك تعتبر العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة بمختلف أنواعها وأشكالها سواء خدماتية أو إنتاجية.

وأصبح نجاح الكثير من المؤسسات مرهونا إلى حد كبير بقوة إدارة العلاقات العامة وتنظيمها وفعاليتها، حيث نجد العلاقات العامة على اختلاف مجالاتها تولد اهتمام كبيرا خاصة لكل مؤسسة اقتصادية لما لها من دور كبير في هيكله الاتصال داخليا وخارجيا، وما يلاحظ أن دورها ومكانتها و أهميتها تختلف من مجتمع إلى آخر، فمثلا العلاقات العامة في الدول المتقدمة كالولايات المتحدة الأمريكية قد خطت خطوات جبارة فوصلت إلى مراحل متطورة و المساهمة في اتخاذ القرارات على عكس الدول النامية التي لم تضع لها إلى حد الآن مكانة مخصصة لها بالرغم من أهميتها، نجد المؤسسات الاقتصادية الجزائرية على اختلافها بحاجة ماسة إلى وظيفة العلاقات العامة التي تعتبر هذه الأخيرة أداة من أدوات عمل المؤسسة الاقتصادية وسبب من أسباب نجاحها فهي وسيلة من وسائل تفاعل الجمهور من خلال إطلاعه على أخبار المؤسسة ومختلف سياساتها، حيث أصبحت العلاقات العامة الركيزة الأساسية في العملية الإدارية و التي يمكن أن تزيد من فاعلية وحدات المؤسسة الاقتصادية بتوفير عدة آليات منها فتح قنوات اتصالية مع الجمهور الداخلي و الخارجي وتفعيل التواصل لهما، في ظل ازدياد أهمية كسب تأييد آراء جماهير المؤسسات الاقتصادية الجزائرية ..

ومن هذا المنطلق نجد أن الكثير من الدول قد أدركت مكانة وفاعلية العلاقات ونشير بذلك إلى المؤسسات المالية كأحد هذه المؤسسات ونخص بذكر البنك باعتباره أكبر فرع للمؤسسات المالية ومن هنا تبلورت لنا الإشكالية التالية :

ما مدى أهمية العلاقات العامة في تنسيق عمل البنك الخارجي الجزائري بمستغانم ؟

أسئلة فرعية:

- ماهي المكانة التي تحظى بها العلاقات العامة داخل البنك الخارجي؟
- هل تعمل العلاقات العامة في تحسين صورة البنك الخارجي مع جمهورها الداخلي والخارجي؟
- ماهي المشاكل التي تواجه العلاقات العامة في البنك الخارجي الجزائري؟

ثانيا : فرضيات الدراسة:

- **الفرضية الأولى:**
تحتل العلاقات العامة في البنك الخارجي الجزائري مكانة هامة
- **الفرضية الثانية:**
يعمل البنك على تحسين صورته مع الجمهور من خلال ممارسة أنشطة اتصالية معينة .
- **الفرضية الثالثة:**
تعاني العلاقات العامة في البنك الخارجي الجزائري من مشاكل تعيق أدائها وفعاليتها

ثالثا : الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: دراسة لبصير فطيمة :رسالة ماجستير في اتصال وعلاقات عامة :جامعة منتوري قسنطينة 2007-2008. بعنوان **واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري (مجلس الأمة)¹**

تعتبر هذه الدراسة تكملة لدراستنا من خلال اعتماد الباحثة على أن العلاقات العامة أنها جزء لا يتجزأ من نشاط المؤسسة بمختلف أنواعها، وتزايد الاهتمام بإدخال هذه الوظيفة كنتيجة لما أثبتته الدراسات الحديثة في الإدارة السياسية، والاجتماع والاتصال لأهميتها كوظيفة تهدف إلى تحقيق التوافق والتكيف مع أفراد المجتمع، كما أثبتت الدراسات في مجال العلاقات العامة أهمية الجهود التي تبذل في تكوين الصورة الطيبة لأي مؤسسة لدى جمهورها سواء الداخلي أو الخارجي، فأصبحت بذلك عنصرا من أهم العناصر التي تقوم عليها نجاح المؤسسة أيا كان نوعها .

تمحورت إشكالية الدراسة على التساؤل جوهرى: ما هو واقع ممارسة العلاقات العامة في مجلس الأمة ؟

- حيث قامت الباحثة بصياغة فرضية عامة تطورت عنها مجموعة من الفرضيات الفرعية وكانت كالآتي :
- **الفرضية العامة:** لتولي إدارة مجلس الأمة أهمية كبيرة للعلاقات العامة (من حيث موقعها في الهيكل ولا من حيث الوظائف)
- **الفرضية الفرعية:** لا يتوفر مجلس الأمة على جهاز خاص بالعلاقات العامة.
- تستند وظائف العلاقات العامة في مجلس الأمة لغير المتخصصين في مجال العلاقات العامة.
- تقتصر وظيفة العلاقات العامة في مجلس الأمة على القيام ببعض المهام الكلاسيكية (استقبال الضيوف، التعامل مع وسائل الإعلام ،ضمان الرعاية الايجابية على المنظمة).دون المهام الإستراتيجية (التخطيط، البحوث والدراسات الجمهور).

¹ لبصير فطيمة ، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري (مجلس الأمة):رسالة ماجستير في اتصال وعلاقات عامة :جامعة منتوري قسنطينة 2007-2008.

- يتخذ مجال سير المعلومات داخل مجلس الأمة اتجاهها واحدا (من الإدارة إلى الجمهور الخارجي).

- وللإجابة عن فروض الدراسة لجأت الباحثة إلى استخدام و اعتماد على المنهج الوصفي في عرض أفكار النظرية التي تم جمعها ،وتصنيفها وتسجيلها من مختلف المرجع التي تناولت موضوع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري.

نتائج الدراسة: أكدت نتائج الدراسة أنه لا يوجد جهاز العلاقات العامة في مجلس الأمة ،يحمل هذا الاسم غير أن مهامها موجودة تتقاسمها مجموعة من المكاتب والمصالح ولهذا لم يعطي مجلس الأمة إدارة العلاقات العامة حقها، ولم تحظى بالاهتمام الكافي لتكون فعالة ومؤثرة في المؤسسة وهو ما يثبت الفرضية الأولى في عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة في مجلس الأمة.

تقييم الدراسة:

لقد تطرقت الباحثة إلى جل عناصر العلاقات العامة من خلال تسليط الضوء على واقع البرلمان الجزائري ،حيث ركزت على نشاط العلاقات العامة هو نشاط اتصالي إنساني قديم قدم الوجود الإنساني وترك بصماته على مختلف الحضارات ليخرج في حلته الجديدة في المؤسسات المعاصرة،من خلال المهام و الوظائف التي انطويت به في تلميع صورة المؤسسة.

جوانب الاستفادة ونقاط الاختلاف:

- من خلال تطرق الباحثة إلى واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري ،استفدنا أن العلاقات العامة في الوقت الراهن اكتسحت جميع الميادين دون استثناء لتضع لنفسها مكانة مهمة ومرموقة نتيجة للتغيير الذي مس المجتمعات المعاصرة وجميع المؤسسات على اختلاف أنواعها والبرلمان بصفته من المؤسسات الحكومية لم يغفل عن هذه الوظيفة و استغلها لتحسين صورة المجتمع المدني .

- أما فيما يخص جوانب الاختلاف: اختلفت دراستنا مع الباحثة لقصير في المجال الزمني و المكاني، وكذلك الأهداف التي سعت إليها وكذلك اختلاف في الموضوع الذي تناولته.

الدراسة الثانية:

دراسة أمينة حمراني: رسالة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر باتنة، سنة 2008-2009 بعنوان " الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تكوينه (الامن المروري نموذجا).¹

- تمحورت إشكالية للباحثة أمينة حمراني:
- العلاقات العامة بالشرطة فن يبرز الجهود التي تؤديها الشرطة للمجتمع لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا، فالعلاقات العامة في الشرطة بمدلولها الوظيفي تعبير عن الأسلوب العلمي الأمثل و المخطط سلفا و المتبع للاتصال بالجماهير الواسعة بغرض توعيتهم وإرشادهم وإقناعهم بما تؤديه الشرطة في تحقيق رسالتها ورفع مستوى الأداء في جهازها.
- وفي سبيل إقناع الجمهور بمدى أهمية الرسالة الشرطة يستفيد جهاز العلاقات العامة بالشرطة من دعامتين أساسيتين:
- 1 – الأولى: الإعلام الأمني الذي تتسع فيه ساعات الإعلام العام، تتسع للإعلام الأمني كونه لا يقل أهمية عن أي نوع إعلامي آخر .
- 2 – ثانيا: الإعلام الأمني الخاص: كدعامة ثانية فهو الإعلام العام الذي تتخصص في إعداده الأجهزة الأمنية وجهاز العلاقات العامة فيها بالتحديد، والذي يتم من خلا مقالات الكتاب و المفكرين المنشورة في المجالات الخاصة بالمؤسسة الأمنية وكل ما يتم إعداده إعلاميا من قبل الأجهزة الأمنية .
- انحصر التساؤل الرئيسي في:
- ما هو دور العلاقات العامة في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر؟
- ومن التساؤل الرئيسي تأتي التساؤلات الفرعية التالية:

¹أمينة حمراني الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تكوينه (الامن المروري نموذجا): رسالة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة، جامعة الحاج لخضر، باتنة 2008 2009.

- 1- أين يكمن دور العلاقات العامة بين الشرطة و الجمهور في تطوير الإعلام الأمني بالجزائر؟
 - 2- هل تساهم العلاقات العامة بالشرطة في التوعية؟
 - 3- هل تؤدي العلاقات العامة بالشرطة فعلا في التخفيض من حوادث المرورية؟
- وتحليل موضوع الدراسة الذي يحمل عنوان الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تطويره.

- استخلصت الباحثة أنسب منهج وهو المسح بالعينة ،اعتبرته من أنسب المناهج العلمية الملائمة لدراسة الوصفية وتلك التي تستهدف وصف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه.
- ومنه اعتماد منهج المسح بالعينة لدراسة سلوك المروري لعينة من السائقين ومعرفة رأيهم في دور العلاقات العامة بالشرطة في الإعلام الأمني الصادر عنها ومدى تأثيرهم برسائل.
 - وقد اعتمدت على العينة الحصصية حيث قدرت عدد مفردات العينة ب200 مفردة من مجتمع البحث موزعة بالتساوي بين السائقين المقيمين داخل المدينة والسائقين المقيمين خارجها.
- حيث لخصت الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها:

- العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية وذلك من خلال نجاحها في تعديل السلوك المروري للسائقين حيث نجحت بفضل دورها التوعوي العلاقات العامة بالشرطة تساهم في التوعية المرورية وذلك من خلال نجاحها في تعديل السلوك المروري للسائقين حيث نجحت بفضل دورها التوعوي في إقناع الأفراد بتجنب الإفراط في السرعة مع الإقناع باستخدام حزام الأمن وذلك بنسبة قدرها 56%.
- العلاقات العامة لا تؤدي دورا في تخفيض حوادث المرور بسبب عدم احترام الأفراد لقوانين المرور مما تسبب في وقوع العديد من الحوادث المرورية مما يحول دون مقدرة العلاقات العامة بالشرطة على تحسين مستوى الأمن المروري.

تقييم الدراسة:

لم تتطرق الباحثة إلى وضع أهداف الدراسة التي تعتبر هذه الأخيرة بمثابة الفرضيات التي تقوم عليها الدراسة كذلك لم تفصل بشكل أكبر في الفصل الثالث الخاص بالعلاقات العامة حيث ركزت أكثر على الشرطة و الخطأ المروري، وكذلك ركزت على الجانب السلبي للعلاقات العامة في الإعلام الأمني (الشرطة).

2 - جوانب الاستفادة و نقاط الاختلاف:

من خلال تطرق الباحثة لموضوع الإعلام الأمني في الجزائر و دور العلاقات العامة في تطويره

- استفدنا أن العلاقات العامة بالشرطة بأنها فن يبرز الجهود الصادقة التي تؤديها الشرطة لإقناع الجماهير بمدى أهمية هذه الجهود لحمايتهم وأمنهم جميعا ،ومن خلال تفاقم مشكلة حوادث المرور بالجزائر وبالتالي يقع على عاتق العلاقات العامة واجب تطوير هذا الإعلام الأمني .
- ومن ناحية الاختلاف ما بين دراستنا ودراسة الباحثة أمينة حمراني في مجال أزماني و المكاني كذلك و العينة المستخدمة.

رابعاً: أهمية وأهداف الدراسة:

أهمية الدراسة:

يعتبر موضوع العلاقات العامة داخل المؤسسة على قدر كبير من الأهمية ذلك لأن العلاقات العامة تسمح للمؤسسة بفهم المحيط الذي تنتمي إليه والتعرف على آراء المجتمع

حولها،وبما أن البنك جزءاً من المنظومة المؤسساتية فهو ليس بعيداً عن هذه الامتيازات والنشاطات التي توفرها العلاقات العامة،وبالتالي كان لزاماً علينا أن نبحث عن فعالية هذه الأخيرة في المؤسسة المالية، خاصة في ظل الغموض الكبير الذي تكتسبه تطبيقات العلاقات العامة على أرض الواقع .

أهداف الدراسة:

- التمرن على إعداد البحوث العلمية وتطبيق أدواتها بشكل صحيح .
- كشف عن طبيعة الجهود التي يبذلها البنك في سبيل تحسين صورته مع الجماهير الداخلية والخارجية.
- محاولة معرفة المشاكل التي تعاني منها العلاقات العامة داخل البنك.

- محاولة إثارة مسئولية البنك إلى العلاقات العامة ودورها في إنجاح العمل الإداري.

خامسا: أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا للموضوع ليس صدفة وإنما جاء نتيجة أسباب موضوعية وأخرى ذاتية:

الميل الشخصي والرغبة في إثراء معارفنا .

الارتباط المباشر لموضوع الدراسة لتخصصنا .

فضول التقرب إلى المؤسسات المالية خاصة البنك.

قابلية الموضوع للبحث العلمي وذلك لإمكانية النزول إلى الميدان والتأكد من صحة فرضيتها .

المكانة التي تلعبها العلاقات العامة كونها تعد من أهم الركائز الأساسية لنجاح وديمومة أي مؤسسة.

الأهمية البالغة خاصة بالنسبة للمؤسسات العصرية للوقت الراهن كالبنك .

سادسا: منهج الدراسة:

يختلف المنهج المستخدم في الدراسة باختلاف طبيعة الموضوع الذي يفرض ويحدد نوع الدراسة، والذي يعرفه رشيد زرواتي بأنه " عبارة عن مجموعة من العمليات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه"¹

وقد اتبعنا في دراستنا منهج دراسة الحالة وذلك انه منهج يتجه إلى جمع البيانات العلمية المتعلقة بأي وحدة سواء كانت فردا أو مؤسسة أو نظاما اجتماعيا. وهو يقوم على أساس التعمق في دراسة مرحلة معينة من تاريخ الوحدة أو تاريخ الوحدة أو دراسة جميع المراحل التي مرت بها وذلك بقصد الوصول إلى تعميمات متعلقة بالوحدة المدروسة وبغيرها من الوحدات .

¹ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. الجزائر. دار هومه لطباعة والنشر والتوزيع. 2002. ص 119

سابعا: تحديد المفاهيم:

- مفهوم العلاقات العامة: لكل علم مفاهيمه و مصطلحاته الخاصة به التي يسعى من خلالها إلى توضيحها وفهمها لدى القراء والباحثين والدارسين ومن أهم التعاريف وأبرزها العلاقات العامة التي تعددت تعاريفها وتتنوع لدى مختلف المدارس العربية و الأجنبية ومختلف المفكرين والدارسين الأجانب والعرب وقد تمثلت التعاريف في ما يلي:

أ- لغة:

وهو مصطلح يتكون من جزأين العلاقات وهي جمع علاقة وتعني التواصل الذي يبنى على التفاعل بين فردين أو أكثر والعامة تعني الجمهور أو الناس وهذا المفهوم يشير بوضوح لنطاق شمولية العلاقات العامة، أن العلاقات العامة تشمل عمليات التفاعل مع الجمهور أو الناس بتعدد أبعادها وأهدافها وحسب حاجات الأفراد والجماعات وتنوع مصالحهم واتساعها.

ب: اصطلاحا:

يذكر مصطلح public relation يعني به relations with public أي العلاقات مع الجمهور أكثر دقة في التسمية (من العلاقات العامة)، فالمهمة الأولى في عمل العلاقات العامة تركز على الإتصال بالجمهور النوعي¹

التعريف الإجرائي:

¹ د. عبد المحسن بدوي محمد أحمد: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، دار الحامد، الرياض، ط1، 2014 ص19-20

هي الجهود الإدارية المخططة والمدروسة المستمرة والموجهة لبناء علاقات سلمية والقائمة على أساس التفاعل والإقناع والاتصال المتبادل بين المؤسسة وجمهورها لتحقيق الأهداف ومصالح الأطراف المعنية لتحقيق الانسجام الداخلي القائم لتصحيح الأوضاع والنشاط الخارجي الذي يستعمل جميع وسائل الإعلام لنشر الحقائق والمعلومات والأفكار وشرحها وتطبيق كافة الأسس المؤدية لذلك بواسطة أفراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة.

- التسيير:

يعتبر التسيير طريقة عقلانية لتنسيق بين الموارد البشرية، المادية والمالية قصد تحقيق الأهداف المرجوة تتم هذه الطريقة حسب الصيرورة التي تتمثل في التخطيط والتنظيم الإدارة، الرقابة للعمليات قصد تحقيق أهداف المؤسسة بالتوفيق بين مختلف الموارد ولقد تعددت المفاهيم بتعدد الأفكار والتيارات الفكرية حيث عرفه الكلاسيكي تايلور (Taylor) بأنه علم مبني على قوانين وقواعد وأصول علمية قابلة للتطبيق على مختلف نشاطات الإنسانية.¹

التعريف الإجرائي:

يعتبر التسيير من العلوم الحديثة مقارنة بالعلوم الاقتصادية والاجتماعية وكلمة التسيير هي كلمة مرادفة لعلوم التسيير ظهرت بدافع الحاجة إلى تحسين مردودية المؤسسات بحثاً عن مستوى عالي من النمو والتطور.

- المؤسسة:

أ- اصطلاحاً:

- يمكن أن نعرف المؤسسة على أنها منظمة اقتصادية اجتماعية مستقلة نوعاً ما، تؤخذ فيها القرارات حول تركيب الوسائل البشرية، المالية والإعلامية بغية خلق قيمة

¹ عبد الرزاق بن حبيب: اقتصاد وتسيير المؤسسة ديوان المطبوعات الجامعية، الساحة المركزية بن عكنون، الجزائر، 2002، ص34

مضافة حسب الأهداف في نطاق زمني و مكاني كما يعرفها (SHUMPTER) أنها : مركز الإبداع ومركز للإنتاج.¹

ويعرفها دروكر بأنها عبارة عن مجموعة بشرية متكونة من أخصائيين يعملون معا لأداء مهمة مشتركة وهي تتميز بخلاف التجمعات الاجتماعية التقليدية،المجتمع،الجماعة أو العائلة،بتصميم قصدي ولا تعتمد على الطبيعة النفسية للإنسان ولا حاجاته البيولوجية ومع ذلك فقد صممت صفتها إنتاجا بشريا لتدوم لمدة معتبرة²

التعريف الإجرائي:

المؤسسة هي عبارة عن نظام ديناميكي مفتوح يؤثر ويتأثر بمحيطه الخارجي والداخلي مرتبط بمكوناته الأساسية التي تعتبر العناصر الرئيسية لنشاطه الذي يهدف إلى تحقيق نتائج ايجابية على المستوى الاقتصادي و الاجتماعي.

- المؤسسات الاقتصادية:

تعرف على أنها "اندماج عدة عوامل بهدف إنتاج وتبادل سلع و الخدمات مع أعوان اقتصاديين آخرين وهذا في إطار قانوني ومالي اجتماعي معين،ضمن شروط تختلف إتبعا لمكان وجود المؤسسة وحجم ونوع النشاط الذي تقوم به ،ويتم هذا الاندماج لعوامل إنتاج . بواسطة تدفقات نقدية حقيقية وأخرى معنوية وكل منها يرتبط ارتباطا وثيقا بالأفراد.وتتمثل الأولى في الوسائل و الموارد المستعملة في نشاط المؤسسة،أما الثانية فتتمثل في الطرق والمعلومات المستعملة في تسيير ومراقبة الأولى".³

التعريف الإجرائي:

المؤسسات الاقتصادية هي مؤسسات تنتج خدمات و سلع للأفراد الذين يتعاملون معها، ممّا يساهم في تحقيق أرباح مالتية.

- البنك:

¹ . غول فرحات،الوجيز في اقتصاد المؤسسة،دار الخلدونية للنشر والتوزيع،الجزائر، 2008، ص 08
² فضيل دليو،اتصال المؤسسة (اشهار علاقات عامة ،علاقات مع الصحافة)،دار الفجر للنشر والتوزيع ،دط،القااهرة،2003، ص 19-20 .
³ . ناصر دادي عدون،اقتصاد المؤسسة ،دار المحمدية العامة،الجزائر،ط2، 1998، ص10

أ: لغة: كلمة بنك (bank, banque) أصلها هو كلمة الإيطالية بانكو وتعني مصطبة banc وكان يقصد بها في البدء المصطبة التي كان يجلس عليها الصرافون لتحويل العملة، ثم تطور المعنى فيما بعد ليقصد بالكلمة المنضدة التي فوقها عدّ وتبادل العملات، ثم أصبحت في النهاية تعني المكان الذي يوجد تلك المنضدة وتجرى المتاجرة بالنقود.¹

ب: اصطلاحًا:

- هو تلك المؤسسة التي تقبل الودائع من الأفراد والهيئات تحت الطلب أو لأجل، ثم تستخدم هذه الودائع في منح القروض والسلفيات.²

- البنك هو مؤسسة مهمتها الأساسية والعادية الحصول من الجمهور على الأموال في شكل ودائع، وفي شكل آخر تستخدمها ل حسابها الخاص في عملية الخصم أو القرض أو عمليات مالية.³

التعريف الإجرائي:

البنك مؤسسة مالية تنشط في عالم النقود والأعمال الذي يتميز بوجود حاجة مستمرة لتداول الأموال بمبالغ مختلفة بين أعوان النشاط الاقتصادي، وذلك وفقا لطبيعة وحجم العمليات المراد القيام بها حيث تسمح هذه الحركة المستمرة والنشاط الدائم لبعض الأطراف بتحقيق فائض مالي وفي نفس الوقت تتسبب في عجز مالي.

ثامنا: مجال الدراسة:

أ: المجال المكاني:

البنك الخارجي الجزائري (Banque Extérieur d'Algérie) : عبارة عن مؤسسة حكومية غرضها الرئيسي هو التسهيل والتطوير العلاقات الاقتصادية والمالية الجزائرية مع بقية دول العالم، فهي مؤسسة مصرفية ذات طابع تجاري (agence commerciale) تعمل على المساهمة في سير الاقتصاد الوطني أيضا..

¹ شاكر القرز ويني، محاضرات في اقتصاد البنوك، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص 25
² إسماعيل هاشم، مذكرات في النقود والبنوك، دار النهضة العربية، بيروت، 1996، ص 43 .
³ فريدة بخزار يعدل، تقنيات وسياسات التسيير المصرفي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2005، ص 62 .

ومن بين هذه البنوك اخترنا مؤسسة البنك الخارجي لولاية مستغانم 104 ،فهي وكالة تابعة للمديرية الجهوية ..تم إنشاؤها في أوت سنة 2009 ، مقرها مجلس الثقافة طريق وهران 27000 مستغانم ..

ب: المجال الزمني:

ويقصد بها المدة الزمنية المستغرقة في إجراء الدراسة الميدانية إلى نهاية البحث العلمي، وعليه فقد استغرقت دراستنا الميدانية لموضوع بحثنا 21 يوما حيث دامت من 10 فيفري 2019 إلى 02 مارس 2019 وقسمت هذه الفترة إلى ثلاث مراحل:

✓ المرحلة الأولى: أين تمت الزيارة الميدانية لوكالة البنك الخارجي بمستغانم، حيث تم إعطاء لمحة وجيزة عن عمل الموظفين داخل البنك وطبيعة نشاطهم وكيفية

التعامل مع المعلومات أثناء تبادلها فيما بينهم، وقد استغرقت هذه المرحلة يومين من 10 فيفري إلى 12 فيفري 2019 .

✓ المرحلة الثانية: تم فيها تدريبنا على كيفية ممارسة نشاطات و وظائف داخل وخارج البنك باعتبارها مؤسسة اتصالية تتصل مع الجمهور الخارجي، إضافة إلى ما لاحظناه خلال عملهم أنها تقوم بتحسين العلاقات الاجتماعية وتوطد جسور الثقة بالنسبة لزملائها

✓ المرحلة الثالثة: تم فيها إجراء مقابلة مع نائب المدير والموظفين داخل البنك.

تاسعا: عينة الدراسة:

مما لا شك فيه أن لكل بحث أو دراسة مجتمع تدور حوله الدراسة، وعادة ما يواجه الباحثون مشكلة الأعداد الكبيرة لمجتمع بحث محل الدراسة وهو ما يصعب دراسته خاصة من ناحية الجهد والمال والوقت، إضافة إلى الصعوبات التي توجه الباحث أثناء جمع البيانات مع جميع الأفراد مجتمع الدراسة وهذا ما يجعل الباحث يقلص في مجتمع بحثه إلى عدد صغير يسهل عليه جمع البيانات القدرة على التحكم فيها وهذا ما يطلق عليه "بعينة الدراسة"¹

¹ فرح سعيد محمد، لماذا وكيف نكتب بحثا اجتماعيا؟ دار المعارف، الإسكندرية، 2002، ص135

حيث استخدمنا في دراستنا العينة المتاحة (الصدفة) التي تعتبر الأكثر الأساليب المعاينة الغير الاحتمالية انتشارا وشيوعا تعتمد على مبدأ كل ما صادفناه و متاح بحيث يختار الباحث المفردات التي صادفناها والمتوفرة.

وتمتاز كون مفرداتها يمكن الوصول إليها بسهولة وذلك وفرة الوقت والجهد، كما أنها تقدم للباحث بيانات و معلومات ذات أهمية وفائدة كبيرة قد تساعد في إزالة أو تخلص من العقبات التي تواجه الباحث من خلال المراحل المختلفة لإجراء دراسته.

وتم اختيار هذا النوع من العينة باعتبارها تتناسب مع موضوع الدراسة ولها علاقة مباشرة مع إشكالية البحث، وعليه فقد اخترنا عينة تتكون من 14 موظف ببنك الخارجي مستغانم، حيث قمنا بإجراء المقابلة مع الموظفين من مختلف المكاتب ،وقد تمت عملية إجراء المقابلات في الفترة الممتدة ما بين 18 فيفري إلى 24 فيفري 2019 .

عاشرا: أدوات الدراسة:

❖ أولا: الملاحظة:

تعتبر الملاحظة من أهم الأدوات المستخدمة في جمع البيانات لأنها تسمح للباحث بجمع المعلومات و الحقائق من خلال الحقل الطبيعي للدراسة. وللملاحظة فوائد كثيرة حيث تفسح المجال بملاحظة الظروف التي تنحصر فيها البحث، كما تمكنه كذلك من مشاهدة سلوك وعلاقات وتفاعلات المبحوثين في الأجواء الطبيعية و المميزة لها بعيدا عن التصنع و هذا ما يؤدي إلى الفهم الصحيح و الحقيقي للظاهرة محل الدراسة. والملاحظة نوعان هما:

-**الملاحظة بالمشاركة:** وفيها يشارك الباحث المبحوثين سلوكا تهم وأعمالهم مباشرة مما يؤدي إلى عدم الحصول على نتائج دقيقة، لأن المبحوثين يغيرون من سلوكياتهم عندما يعلمون أنهم محل دراسة ،وهذا ما قمن به من خلال الدراسة حول موضوعنا، قمنا بالملاحظة بالمشاركة في البنك الخارجي الجزائري.

-الملاحظة دون مشاركة:وفي هذا النوع من الملاحظة نجد أن الباحث يكتفي بالملاحظة عن بعد،دون مشاركة المبحوثين في أعمالهم مما يسمح له بجمع معلومات حقيقية غير مصطنعة .

المقابلة:

وهي من بين الأدوات المساعدة في جمع البيانات و المعلومات من الميدان المتعلق بموضوع البحث وتبريرها و تصنيفها وتحليلها عمليا بما يساعد الباحث على التوصل إلى النتائج النهائية التي يستعملها في الكشف عن خبايا الموضوع محل الدراسة.

والمقابلة نوعان:

- المقابلة المقننة: وهي التي يبينها الباحث على مجموعة من الضوابط التي تخدم البحث.
- المقابلة غير مقننة: وهي التي يقوم الباحث بها بفتح مجال أمام المبحوث للتحدث بكل تلقائية عن الخطوط العريضة للموضوع دون أي ضوابط.
- وقد اعتمدنا في دراستنا على المقابلة المقننة بغية الحصول على معلومات تكون دقيقة و محددة حيث أجريت المقابلة مع نائب المدير البنك وكذا الموظفين داخلها.

صعوبات الدراسة:

- قلة الدراسات في المؤسسات المالية .
- تحفظ بعض الإطارات و المشرفين داخل المؤسسة البنكية.
- انعدام التنسيق بين الجامعة و المؤسسات البنكية.



الفصل الأول: مدخل إلى العلاقات العامة

تمهيد

- المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة.
- المبحث الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة.
- المبحث الثالث: أسباب اهتمام بالعلاقات العامة.

خلاصة الفصل



تمهيد:

إزاء التعاضم المستمر في أهمية نشاط العلاقات العامة بشكل جعل من هذا النشاط لا يمكن الاستغناء عنه في المنشأة الحديثة فقد تطورت العلاقات العامة كعلم و كفن لتصبح أيضا مهمة أو وظيفة إدارية في المنشأة و أي مهمة تحتاج إلى التخصص في شأنها كغيرها من المهن .

ولكن هناك من يرى أن هذا الجهاز أكثر خطورة من غيره من حيث الأسباب و الدوافع التي يلعبها في التحكم في العمليات الاتصالية التي تتم بين المستويات الإدارية العليا و الوسطى وكذا الدنيا ، وكذلك تكوين الصورة الذهنية للمؤسسة بالنسبة للجمهوريين الداخلي و الخارجي، و هناك بعض المؤسسات ترى ضرورة وضع العلاقات العامة في الإدارة الوسطى نظرا لما يمكن أن تعمله مثل الإدارة في تكوين الاتصال ناجح بين مختلف الإدارات .

المبحث الأول: مفهوم العلاقات العامة:

1- مفهوم العلاقات العامة عند الغرب:

عرف المعهد البريطاني للعلاقات العامة: "بأنها جهود مخططة مرسومة هدفها إقامة تفاهم مستمر بين المؤسسة و جمهورها"

عرفت الجمعية الفرنسية للعلاقات العامة: " بأنها مجموعة الوسائل التي تستخدمها لخلق جو من الثقة لدى الموظفين والعمال والهيئات المتصلة بها"¹

عرفت جمعية العلاقات العامة الدولية: " بأنها وظيفة الإدارة المستمرة و المخططة والتي تسعى بها المؤسسة، وذلك من خلال قياس اتجاهات الرأي العام لضمان وتوافقه قدر الإمكان مع سياستها و أنشطتها لتحقيق المزيد من التعاون والأداء الفعال للمصالح المشتركة باستخدام الإعلام الشامل".

تعرفها موسوعة العلاقات العامة: " مجموعة من الوظائف الإدارية والإشرافية والتقنية التي تعزز قدرة المنظمة على الاستماع بشكل إستراتيجي للأفراد الذين لديهم علاقات متبادلة مع المنظمة بشكل يساعدها على تحقيق مهامها"

يعرفها قاموس التراث الأمريكي: " الأساليب و الأنشطة المستخدمة لإنشاء و تعزيز العلاقات الإيجابية مع الجمهور". ويعرفها أيضا: " درجة النجاح التي يتم الحصول عليها من خلال تحقيق علاقات إيجابية مع الجمهور".²

ويعرفها قاموس وسائل الإعلام و الاتصال الصادر من لونغمان: " العلاقات العامة على أنها وظيفة إدارية لتقييم اتجاهات الجمهور، ويتبع هذه العملية المستمرة السياسات والأنشطة للمنظمة والتي تتماثل مع مصالح الجمهور".³

¹سعادة راغب الخطيب: مبادئ العلاقات العامة، دار البلدية، ناشرون و موزعون، عمان، ط1، 2009، ص25

²، ياس خضري البياني، عبده محمد داوود وآخرون: مقدمة في العلاقات العامة والإعلان، الأفق المشرقة الناشرون، عمان، 2012، صص34-

³عبودي نعمة جبوري: إدارة العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، دار الأيام للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2016، ص 13 .

ويعرفها قاموس ويسترن: "إنها الفن القائم على أساس عملية لبحث أنسب طرق التعامل الناجحة المتبادلة بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي لتحقيق الأهداف مع مراعاة القيم والمعايير الاجتماعية و القوانين والأخلاق العامة بالمجتمع".¹

ويعرفها كانفيلد ومور: "بأنها الفلسفة الاجتماعية والتي تعبر عنها من خلال أنشطتها وسياساتها المعلنة للجمهور لكسب ثقته وتفاهمه " ويؤكد كانفيلد ومور في شرحهما لهذا المفهوم على أهمية الاتصال المزدوج في تحقيق التفاهم بين المؤسسة و جماهيرها ، وأن الثقة بين الطرفين لا تتحقق بسهولة، وإنما تحتاج إلى جهود مستمرة. وكذلك فإن العلاقات العامة ليس بديلا عن الإدارة الجيدة أو علاجًا للسياسات القاصرة أو المنتجات السيئة أو الخدمات الرديئة، فالإنفاق على العلاقات العامة في هذه الأحوال يضيع سدى لأنه يحقق أي نتائج طيبة للمؤسسة.

وقد عرف جريز ويلد العلاقات العامة بأنها: " الوظيفة التي تقوم بها الإدارة لتقويم الاتجاهات ،وتحديد سياسات الفرد والمنظمة بما يتفق مع مصلحة الجمهور، وتنفيذ برنامج يهدف إلى كسب الرضا الجمهور وتفاهمه ."

ويعرفها بول جاريت: "العلاقات العامة ليست وسيلة دفاعية لجعل المؤسسة تبدو في صورة مخالفة لصورتها الحقيقية، وإنما هي الجهود المستمرة من جانب الإدارة لكسب ثقة الجماهير من خلال الأعمال التي تحضي باحترامه".²

2 - مفهوم العلاقات العامة عند العرب:

يعرفها أحمد كمال وعدلي سليمان في كتاب الخدمة الاجتماعية و المجتمع بأن العلاقات العامة هي: " عملية لقياس و تحليل الرأي العام لتوصيل رأي الجمهور للمؤسسات من ناحية أو توصيل رأي المسؤولين في المؤسسات إلى الجمهور من ناحية أخرى، وهي عملية مستمرة في نشاط العلاقات العامة."

ويعرفها محمود محمد الجوهري: " العلاقات العامة هي فن حصول على رضا الجمهور وثقته وتأييده و الوصول إلى ذلك عن طريق الاتصال و التفسير الكافيين".³

¹ . بسام عبد الرحمان الجرايدة :إدارة العلاقات العامة، دار لأسامة للنشر و التوزيع، الأردن، ط1، 2013، ص 33

² علي عجوى :العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، القاهرة، 2006، ص 15 .

³ محمد فريد الصحن :العلاقات العامة (المبادئ والتطبيق)،الدار الجامعية،الإسكندرية، 2004، ص21.

ويعرفها إبراهيم إمام " بأنها الجهود المتصلة الواعية الموجهة التي تستهدف إيجاد صلات

ودية تقوم على الفهم المتبادل بين هيئة وجمهورها."

ويعرفها محمد فريد الصحن:

"هي نشاط المخطط الذي يهدف إلى تحقيق الرضا و التفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهورها سواء داخليا أو خارجيا من خلال سياسات وبرامج تستند في تنفيذها على الأخذ بمبدأ المسؤولية الاجتماعية."¹

ويوجد مفاهيم قصيرة للعلاقات العامة:

- 1- هي فن التأثير المتبادل على الآخرين.
- 2- هي درجة التأثير المؤسسة على الجمهور .
- 3- هي الجهود التي تبذل للتأثير على الجمهور.
- 4- هي تكوين علاقات طيبة بين المؤسسة والجمهور.
- 5- هي وسيلة اتصال بين طرفين بغرض تحقيق هدف معين.²
- 6-

المبحث الثاني: نشأة وتطور العلاقات العامة:

العلاقات العامة هي نشاط مارسه الإنسان منذ أقدم العصور كوسيلة لتحقيق التفاهم والتعاون مع باقي أفراد المجتمع الذي يعيش فيه وهي على مدى التاريخ، فقد تفهم القادة و الزعماء مدى أهمية التأثير على الرأي العام للجمهور من خلال إقناعهم بأفكارهم وأرائهم.

فالعلاقات العامة نشاط يعتقد كثير من الناس أنه موضوع نشأ حديثا ونشك عقب الحرب العالمية الثانية وأنها كوظيفة جديدة لم تأخذ مكانها في المؤسسات الحديثة إلا قريبا لكن الحقيقة أن العلاقات العامة ظاهرة اجتماعية وجدت بوجود الإنسان ونشأت بالضرورة في كل مجتمع بشري وتطورت بتطور المجتمعات وذلك أن الإنسان كائن اجتماعي بطبعه من الضروري أن يعيش في مجتمع آدمي ويتواصل مع غيره في إطار مجتمعه الصغير والمجتمعات البشرية الأخرى. وهو ما تفرضه حتمية المصالح وتبادل المنافع فتاريخ العلاقات العامة قديم قدم البشرية.

¹ الجوهري محمد محمود: المؤتمرات في العلاقات العامة، مكتبة الدولية لأنجلو مصرية، القاهرة، ص 102 .
² حسن أحمد الشافعي: تطبيقات العلاقات العامة، دار الوفاء لدنيا الطباعة، الإسكندرية، ط1، 2006، ص 16 .

لقد استخدم مصطلح العلاقات العامة بمعناه الحديث لأول مرة في السنوات الأخيرة من القرن التاسع عشر من خلال محاضرة ألقاها المحامي "درمان أيبتون" بعنوان أن العلاقات العامة و واجبات المهنة القانونية، وذلك ما سهل في مستهل عام 1882، أما تعبير مفهوم فقد ظهر لأول مرة relation public لأول مرة في عام 1907 في نصف خطبة الرئيس الأمريكي "توماس جيفري سون" في نص الرسالة السابعة للكونغرس حيث ركز على تعبير حالة الفكر وأدرج تعبير العلاقات العامة.

ويمكن اعتبار هذا أول تنويه تاريخي إلى هذا المجال الجديد للعمل ثم لحقه، في عام 1908، "تيودور فيل" رئيس شركة التليفون و التلغراف الأهلية عندما استخدم مصطلح العلاقات العامة في بداية تقرير الشركة لذاك العام، وقد أدمج المصطلح شائعاً مألوف بعد ذلك في العشرينيات من القرن العشرين.¹

كما يعتبر الصحفي إيڤلي أول من كشف عن العلاقة المتبادلة بين المنشورات الإيجابية في الصحافة حول شركة ما أو مجموعة سياسيين وبين تحقيقهم نجاحات جديدة فلقد بدأ إيڤلي ممارسة الصحافة عام 1903 بعد أن أسس وكالة خاصة به وفي عام 1906 قد أعلن المبادئ الشهيرة التي أضحت موضوعاته تشكل أساس العلاقات العامة المتحضرة واعتبر إيڤلي أن غير مسموح به وضع الأوساط الاجتماعية في متاهة عند تقديم النشرة الصحفية ذلك لأن هذا الأمر غير مفيد ولائق ولأن الكذب سيظهر عاجلاً أم آجلاً في 1914 يبدأ إيڤلي العمل في خدمة المليار دار "جون رد كفييلير" و يجذبه نحو فكرة الأهمية الاجتماعية إدارة الأعمال، وفي السنوات العشرين التي عمل خلالها إيڤلي عند "جون" شكلاً من أشكال ألف كتاب العلاقات العامة في إدارة الأعمال فقد كان إيڤلي من أوائل من استخدم مصطلح العلاقات العامة.²

¹ منال هلال لمزاهرة: إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار الميسرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2015، ص25.

² أحمد محمد مصطفى: الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص19.

المبحث الثالث: أسباب الاهتمام بالعلاقات العامة:

لقد ظهرت العلاقات العامة كمهنة وذلك نتيجة العديد من العوامل التي أدت إلى زيادة الاهتمام إداري متخصص يحظى باهتمام الإدارة العليا في معظم المؤسسات وما يلاحظ على هذه العوامل أنها متداخلة في طبيعتها وتأثيرها على أهمية هذا النشاط ويمكن أن نوجز هذه العوامل في الآتي:

- 1- التوسع الصناعي والتجاري والتقدم التكنولوجي:
 - ✓ التوسع وكثرة النشاطات التجارية و الاقتصادية و التنموية.
 - ✓ ازدياد التنافس بين المنظمات على اختلاف أنواعها ومجالات تخصصها.
 - ✓ زيادة عدد الموظفين في المؤسسات و الشركات و تنامي مشاكلهم وكذلك الحاجة إلى حل هذه المشكلات.
 - ✓ عدم فهم الأهداف المطلوبة لتحقيقها من طرف العاملين بالمنظمة.
 - ✓ تمتين العلاقات بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي الذي يعتبر من أبرز وسائل نجاح المؤسسة وتطورها.¹
- 2- تنامي نقابات العمال ومنظمات الدفاع عن حقوق المستهلكين :

للنقابات ومنظمات الدفاع عن الإنسان لها قوة التأثير لذا لا بد من كل المنظمات توطيد العلاقات مع هذه النقابات والهيئات بشكل يخدم المصلحة العامة لكي لا تكون في المستقبل مصدر تهديد للشركة ونقطة ضعف بالنسبة لها.²

- 3- دور الرأي العام وأهميته :
 - ✓ احترام آراء الجمهور وإعطائه حقه في التعبير دون أي وساطة.
 - ✓ أصبح المستهلك هو سيد السوق وأصبحت كافة السياسات التسويقية والإنتاجية و الخدماتية تدور حوله وفقا لما يريده وما يحتاجه وما يشبع حاجياته.
 - ✓ حق المواطن في معرفة والحصول عليها حيث أجازت كافة التشريعات على مقاضاة المنظمات التي لا توفر له المعلومة الصحيحة.³

¹ محمود جودت ناصر: الدعاية والإعلان والعلاقات العامة، دار المجدلوي، عمان، ط1، 1997، ص196 .
² بشير العلاق: العلاقات العامة وإدارة الأزمات، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2009، ص21 .
³ علي عوجة: الإعلام وقضايا التنمية، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص167.

- 4- تقدم وتطور وسائل الإعلام و الاتصال :
- إن وسائل الإعلام هي عصب العلاقات العامة فمن خلال هذه الوسائل يمكن:
 - ✓ تحقيق التفاهم الدائم والمشارك بين الجمهور الداخلي والجمهور الخارجي من جهة وبين الموظفين وإدارتها .
 - ✓ تقوية الروابط وعلاقات العمل على إيصال المعلومة الآتية والدقيقة والحصول على الأخبار والأحداث فور حدوثها.
 - ✓ تحويل العالم إلى قرية كونية¹.

¹بشير العلق:مرجع سابق،ص22 .

خلاصة:

من خلال ما تطرقنا إليه يتضح أن العلاقات العامة هي نشاط اتصالي قديم القدم البشرية، ولقد مر بعدة محطات تاريخية التي عرفت فيها عدة تغيرات إلى أن أصبح علم قائم بذاته وضع لنفسه مكانة مرموقة في الدول المتقدمة وفق التخطيط الدقيق و البرامج المدروسة من خلال الوظائف والمهام التي انطوت به في تلميع صورة المؤسسة، مرتكزا في ذلك على مجموعة من الأسس و المبادئ و الأخلاقيات، فاحتل بذلك صدارة الترتيب في الهيكل التنظيمي للمؤسسة.

الفصل الثاني:

العلاقات العامة في البنك

تمهيد

تعريف البنك وأنواعه.

أهمية العلاقات العامة داخل البنوك.

تنظيم إدارة العلاقات العامة داخل البنوك .

خلاصة

تمهيد:

تكتسي المؤسسات الاقتصادية أهمية قصوى في حياة الفرد و الجماعات ،حيث تحتل البنوك على وجه العموم أهمية حاسمة ضمن ها ته المؤسسات ،فهي تعد أهم مكونات مؤسسات الإيداع المالية على الإطلاق،ومع تعاظم دورها امتد نطاق أعمالها بصورة لم يسبق لها مثيل وفي ظل التطورات السريعة و المعقدة وانتشار العولمة أصبح من الضروري المتابعة المستمرة .ولهذه الغاية وبصورة متطورة جاءت العلاقات العامة لتضبط سير هذه المؤسسات وتحقق انسجام بين الجماعات المختلفة والتابعة لها ،حيث أصبحت هذه الأخيرة مهنة رئيسية تحتاج لها البنوك للحفاظ على حقوق الأفراد و ضرورة لإيجاد وسائل تحمي مصالح المساهمين فيها و تقييم تصرفات الإدارة ،وكما تعتبر مهنة للمتعاملين من خارج البنك .

سنحاول في هذا الفصل دراسة العلاقات العامة في البنوك حيث قسمنا الفصل إلى ثلاث مباحث تطرقنا في المبحث الأول إلى مفهوم البنك و أنواعه أما المبحث الثاني تناولنا فيه أهمية العلاقات العامة داخل البنوك أما بالنسبة للمبحث الثالث فيعالج تنظيم إدارة العلاقات في البنك وفي الأخير خلاصة الفصل.

المبحث الأول: تعريف البنك وأنواعه.

تعد البنوك من القطاعات الحيوية التي تباشر عملية تنشيط استمرارية الاقتصاد الوطني فهي تساعد على سهولة تبادل الأموال و المنافع، وكذا الخدمات المتوفرة في المجتمع، فالبنوك بمختلف أنواعها تتكفل بحفظ النقود و جمع الموارد و سد الحاجيات.

أ - لغويًا: كلمة بنك ذات أصل أوروبي مشتقة من الكلمة الإيطالية banco والتي تعني المنضدة أو الطاولة¹

ب - اصطلاحًا: هو منشأة مالية تنصب عملياتها الرئيسية على تجميع النقود الفائضة عن حاجة الجمهور أو منشآت الأعمال، لغرض إقراضها للغير وفق أسس معينة أو استثمارها في أوراق مالية (أسهم و سندات). كما يعرف البنك على أنه مكان لالتقاء عرض الأموال بالطلب عليها، أي البنوك تعمل كأوعية تتجمع فيها المدخرات، وتتولى عملية ضخ هذه الأموال إلى الاقتراض على شكل قروض واستثمارات، أي أنها حلقة وصل بين المدخرين و المستثمرين²

من الصعب إيجاد تعريف شامل للبنوك وذلك لاختلاف أنواعها و أشكالها و القوانين التي تحكم أعمالها لذلك سوف نتطرق لبعض التعاريف :

فقد عرفها المشرع الأردني: بأنها الشركة التي رخص لها بتعاطي الأعمال المصرفية وفق أحكام القانون ووردت عدة تعريفات منها الكلاسيكية ومنها الحديثة فمن وجهة نظر الكلاسيكية يمكن القول أن البنك:- هو مؤسسة تعمل كوسيط مالي بين مجموعتين رئيسيتين من العملاء:

- المجموعة الأولى: لديها فائض من الأموال وتحتاج إلى الحفاظ عليه و تنميته.
- المجموعة الثانية: وهي مجموعة من العملاء تحتاج إلى الأموال لأغراض أهمها الاستثمار أو التشغيل أو كلاهما.

أما من الزاوية الحديثة: فهو مجموعة من الوسطاء الماليين الذين يقومون بقبول الودائع تدفع عند الطلب أو لآجال محددة، وتزاول عمليات التمويل الداخلي و الخارجي، وخدمة ما يحقق أهداف التنمية و سياسة الدولة و دعم الاقتصاد القومي³

¹ خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية و الطرق المحاسبية الحديثة. دار وائل للنشر، الأردن، 2004، ص 15

² مؤيد عبد الرحمن، فلاح حسن الحسين، إدارة البنوك. دار وائل للنشر، عمان، 2000، ص 13.

³ محمد فتحي البدوي، إدارة البنوك، المكتبة الأكاديمية، مصر، 2012، ص 15-16.

وفي تعريف آخر: وهي المؤسسات المالية التي تقبل الودائع وتمنح القروض تنطوي تحت مصطلح البنوك التجارية، اتحادات الادخار و القروض. فالبنوك هي الوسطاء الماليون التي يتعامل معها الشخص المتوسط في غالب الأحيان، فالشخص الذي يحتاج إلى قرض لشراء منزل أو سيارة أو غيرها، غالباً ما يحصل عليه

من بنك محلي، وبعض الأفراد يحتفظون بنسبة كبيرة من ثرواتهم المالية في شكل حسابات شيكيه، و حسابات ادخار من الودائع البنكية¹

- **و مجمل القول:** أن البنك هو منشأة تنصب عملياتها الرئيسية على تجميع النقود الفائضة على حاجات الجمهور أو منشآت الأعمال أو الدولة، لغرض إقراضها لآخرين وفق أسس معينة أو استثمارها في أوراق مالية محددة.²

أنواع البنوك:

لا تقوم البنوك جميعها بأعمال مصرفية من نوع واحد، كما أنها ليست كلها خاضعة لنظام واحد، وقد اقتضى تعدد فعاليات المصرفية من حيث الاختصاص أن تصنف إلى أنواع التالية:

1 البنوك المركزية: وهي عبارة عن شخصية اعتبارية عامة و مستقلة، حيث يتولى البنك المركزي تنظيم السياسة النقدية و الإنمائية والمصرفية، والإشراف على تنفيذها، وفقاً للخطة العامة للدولة، وتعتبر أموال البنك خاصة، وله حق الإطلاع في أي وقت على دفاتر البنوك بما يكفل الحصول على كافة المعلومات التي تساعد على تحقيق أغراضه.³

2 البنوك التجارية: وهي البنوك التي رخص لها بالتعاطي الأعمال المصرفية والتي تشمل تقييم الخدمات المصرفية لاسيما قبول الودائع بأنواعه المختلفة (تحت الطلب، توفير، ولأجل، وخاضعة للإشعار) واستعمالها للموارد الأخرى مع البنك، ويطلق عليها أحياناً بنوك الودائع وهي التي تتعامل بالإمتنان (مباشر، وغير المباشر) و أهم ما يميزها قبولها للودائع تحت الطلب، والحسابات الجارية وينتج عن ذلك ما يسمى بخلق النقود.⁴

¹محمود يونس، عبد النعيم مبارك، النقود و أعمال البنوك والأسواق المالية، دار الجامعية، الإسكندرية، 2003، ص 14.

²فؤاد مرسي، النقود والبنوك في البلاد العربية، دار الجيل للطباعة، القاهرة، 1991، ص 37.

³عبد الغفار الحنفي، عبد السلام أبو قط، إدارة البنوك و تطبيقاتها دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000، ص 34.

⁴خالد أمين عبد الله، المرجع السابق، ص 30.

3 البنوك المتخصصة: وتعرف على أنها كل مؤسسة تعتمد على مصادرها الداخلية في القيام بوظائفها، حيث تعتمد في تمويل أنشطتها التي تختص فيها على مواردها الذاتية، ولا تمثل الودائع بالنسبة لها دورا ملحوظا، وكما أن تجميعها لا يمثل إلا واحدة من أغراضها.¹

4 بنوك الاستثمار و الأعمال: وهي البنوك المتخصصة في تمويل الاستثمار و تقوم بعمليات تتصل بالتجميع و تنمية المدخرات لخدمة الاستثمار وفق ل خطة التنمية الاقتصادية و سياسات ودعم الاقتصاد القومي، ويجوز لها أن تنشأ في هذا المجال شركات الاستثمار أو شركات الأخرى تزاوّل أوجه النشاط الاقتصادي المختلف.²

5 البنوك الإلكترونية: وهي عبارة عن نظام يتيح لزبون الوصول إلى حسابه أو أي معلومة يريد الحصول عليها ن خلال شبكة معلومات يرتبط بها جهاز الحاسوب الخاص به أو أي وسيلة أخرى.³

6 البنوك الإسلامية: وهي بنوك حديثة النشأة، فهي مؤسسة بنكية جاءت لتجميع الأموال وتوظيفها في نطاق الشريعة الإسلامية و تحقيق العدالة و التوزيع، ووضع المال في مساره الصحيح لتحقيق التنمية، وهذه البنوك لا تتعامل بفائدة الربا.⁴

¹ محمد فتحي البدوي، مرجع السابق، ص 34.

² عبد الرحمن الحنفي، عبد السلام أبو قحط، المرجع السابق، ص 36.

³ يوسف السعداوي، البنوك الإلكترونية، ورقة بحثية مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية والتحول الاقتصادي- الواقع و التحديات جامعة البليدة، ص 227.

⁴ شهاب أحمد سعيد العز عزي، إدارة البنوك الإسلامية، دار النفائس، مصر، 2000، ص 11.

المبحث الثاني: أهمية العلاقات العامة داخل البنوك

شهدت العلاقات العامة اهتماما كبيرا من قبل الكثير من الدول وساءا على مستوى الحكومات و مؤسساتها و قطاعاتها أو على مستوى القطاع الخاص، نظرا لتطور الاقتصادي و الاجتماعي المتسرع، مما أدى إلى إنجاز إدارات خاصة للعلاقات الأمة جهزت بالوسائل المادية و البشرية اللازمة.¹

فتبرز أهمية العلاقات العامة داخل البنك في رفع المستوى الثقافي للموظفين، وتدريبهم على أداء العمل باعتماد المحاضرات و الندوات و عرض أفلام السينما وتوزيع النشرات، إضافة إلى رعاية الجماهير الداخلية و الخارجية و توطيد العلاقات فيما بينهم.

فمعظم المؤسسات الخدمائية ومنها البنوك تهتم أكثر بالنشاط الإشهاري، وجهود البيع الشخصي مقارنة بباقي الأنشطة الترويجية فهي تسعى إلى برمجة مختلف الأنشطة الثقافية و الاجتماعية و الرياضية التي تتيح الفرص و الموظفي بتجديد طاقاتهم المادية و المعنوية و كذا إعلام الجمهور الخارجي بمختلف أنشطة البنك و تحسين الصلات بينهما، وإعلامهم بدور البنك في تقديم تسهيلات الموضوعية لخدمة الجماهير، وكسب ثقة المتعاملين وتكوين رأي عام إيجابي حول البنك.²

وكما تبرز أهمية العلاقات العامة داخل البنوك من خلال سياسة ترويج التي يتم فيها الاتصال بالعملاء المحتملين و تعريفهم بالخدمات البنك المختلفة، و مواصفاتها وأماكن تقديمها ومن هنا يتعين أن تخطط سياسة ترويج للخدمات البنكية وبما يشبع رغبات العملات ومما له دلالة بهذا الصدد :

- ❖ إشعار العميل باحترام البنك له و تقديره لذاته.
- ❖ إشعار العميل بالقبول الاجتماعي وليس مجرد انتفاع .
- ❖ إشباع حاجة العميل لعنصر الأمان و العمل على تبيان العوامل التي تحد من مخاوفه في المستقبل مع حماية أمواله و تنميتها.

وفي هذا الصدد يتعين أن تسعى العلاقات العامة داخل البنك إلى:

- جذب انتباه العميل وإعلامه بالأوعية الادخارية التي يقدمها البنك.
- عرض مميزا كل وعاء ادخاري و محاولة مقارنتها ببعض الأوعية ادخارية للبنوك و الأخرى عند الضرورة.

¹ علي بن فايز الجحاني، العلاقات العامة و الإنسانية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص23.

² عيواج عذراء، واقع العلاقات العامة في إدارة المحلية الجزائرية، شهادة لنيلي شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009، 2008، ص10.

• تبيان كيفية تحقيق المنافع المختلفة.

• إقناع العميل بالوعاء الادخاري حتى يبدأ عمليات التقسيم على المستوى الذهني.

• استمرار النشاط الترويجي في تذكرة العميل بالمزايا الخدمة التي يقدمها ومدى قدرتها على إشباع حاجاته الرئيسية.

- فسياسة العلاقات العامة تبدل الجهود لتأثير على جمهور العملاء (المودعين - مقترضين) من خلال وسائل الإعلام المختلفة بمعنى أن هذه السياسة لها جانبين :

الأولى: - جمهور العملاء القائمين و المحتملين الذين يسعى البنك إليهم و يعمل على جمع المعلومات و الأفكار عن البنك و خدماته

ثانيا: - أنها أداة لنشر المعلومات و الأفكار عن البنك و شرحها وبما يكفل للجميع فهمها.¹

المبحث الثالث: تنظيم إدارة العلاقات العامة داخل البنوك.

إن تحقيق التكامل و التفاهم بين سياسة البنك وأهداف العلاقات العامة ينبغي أن يكون مسئول عن إدارة العلاقات العامة عضوا في مجلس الإدارة أو نائب لرئيس لبنك، وبهذا الموقع تتمكن العلاقات العامة من القيام بوظائفها متعددة بكفاءة عالية متخطية الكثير من الصعاب، والمعوقات الإدارية التقليدية كما أن المسئول عن العلاقات العامة في هذه الحالة يستطيع أن يمثل الجمهور في المناقشات إدارة العليا و يتأكد من مراعاة مصالحه في كل القرارات التي تتخذ، وينبذ الإدارة إلى مشروعات التي تحقق الصالح العام للمجتمع .

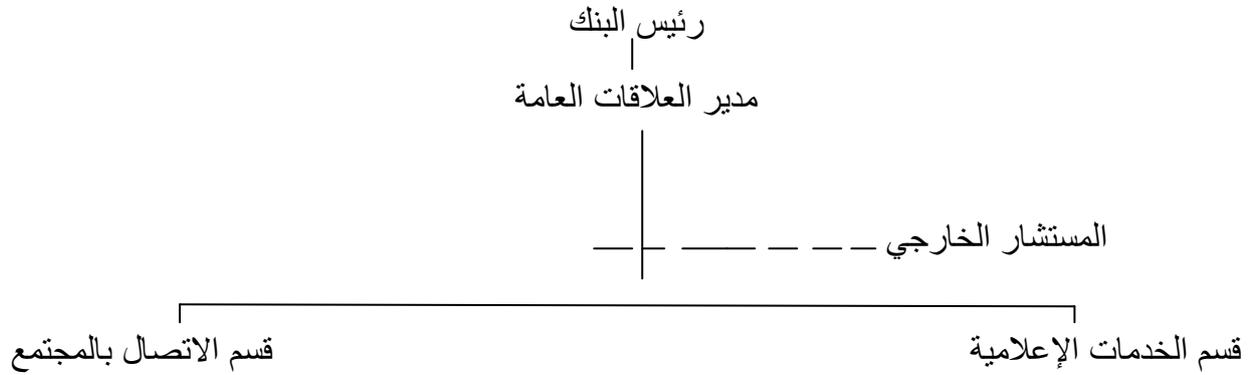
وإذا كان مدير العلاقات العامة بالبنك هو المسئول عن وضع برنامج ليعبر عن سياسة البنك و يروج لها، فهو أيضا المسئول عن تفسير هذه السياسة للجمهور وتوضيح الأعمال التي يحققها البنك لخدمة المجتمع و تدعيم الاقتصاد الوطني، وهذا يتطلب مشاركته الإيجابية و تفاعله المستمر مع مستويات الإدارة المختلف لكي يضمن التأييد الفعلي و التفاهم الكامل .

فإدارة العلاقات العامة في حاجة إلى خطوط الاتصال أفقية لرؤساء الإدارات المختلفة داخل البنك و تزداد مسؤولياتها وتتنوع وظائفها مع اختلاف حجمها، وهذا ما توضحه النماذج التالية:²

¹ محمد سعي أنور سلطان، إدارة البنوك، جامعة الجديدة الإسكندرية، 2005، ص 298-299.

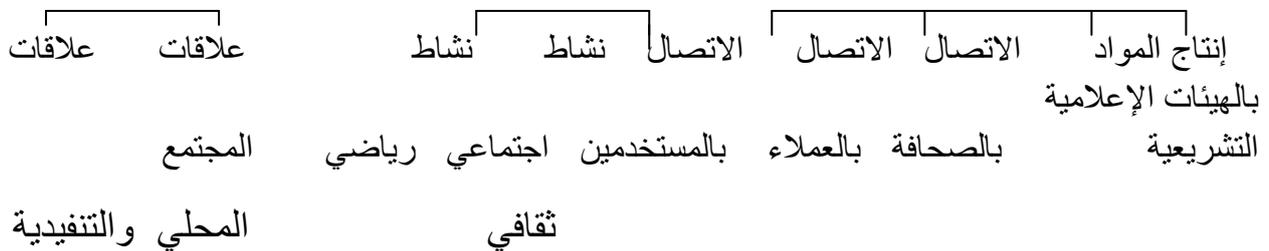
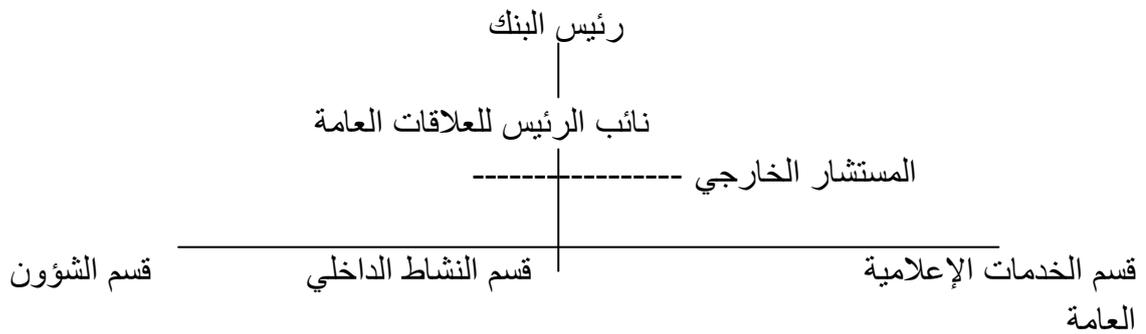
² علي عوجه، العلاقات العامة بين نظريات و التطبيق، عالم الكتب، القاهرة، 2001، ص 32-33.

يوضح النموذج رقم (1) لإدارة العلاقات العامة صغيرة الحجم في البنك.



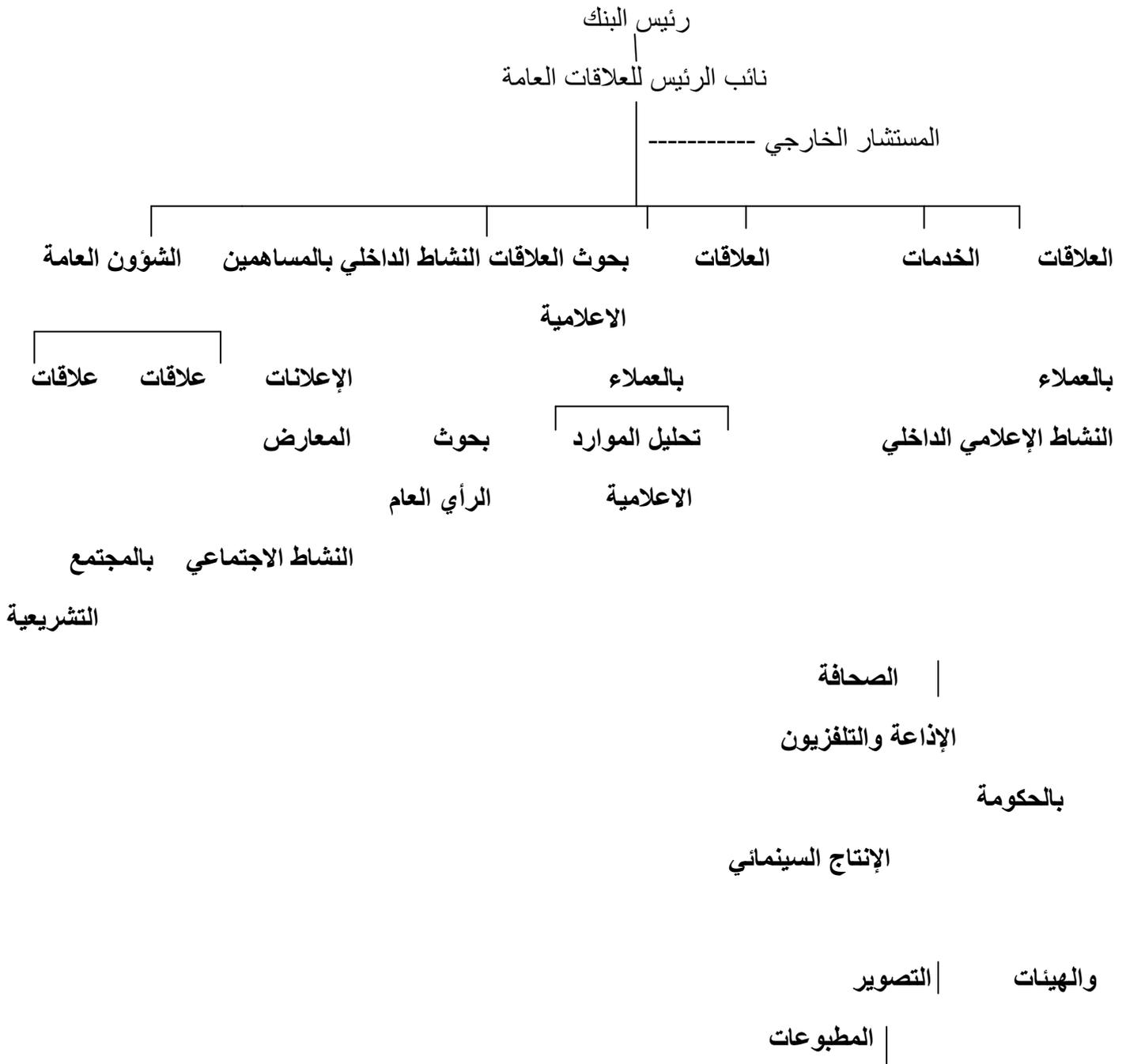
المصدر: علي فجوة. العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق. ص 39.

يوضح النموذج رقم (2) لإدارة علاقات العامة متوسطة الحجم في البنك.



المصدر: علي عجوة. المرجع نفسه. ص 40 .

يوضح النموذج رقم (3) إدارة علاقات العامة كبيرة الحجم في البنك.



المصدر: علي عجوة، المرجع السابق، ص 41.

خلاصة الفصل:

تبيّن لنا من خلال دراستنا لهذا الفصل أنّ البنوك لها أهمية بالغة في تدعيم النمو الاقتصادي، ومع تطور هذه المؤسسات واتساع حجمها، تزايد الاهتمام بالعلاقات العامة لأنها أصبحت جزءاً من التفكير الإستراتيجي، وأدرك المسؤولون أن نجاح أو فشل إستراتيجيتهم يتوقف عن نظرة العالم الخارجي للبنك، ولهذا السبب أصبح لا يخلو الهيكل الإداري والتنظيمي للبنك من إدارة العلاقات العامة .

دراسة ميدانية للبنك الخارجي بمستغانم

تمهيد

1 بطاقة الفنية للبنك الخارجي بمستغانم 104

2 دراسة تحليلية

3 استمارة المقابلة

4 نتائج المقابلة

5 نتائج الملاحظة

6 نتائج العامة

7 مقترحات و توصيات

تمهيد:

بعد تجميع المعلومات حول العلاقات العامة و المؤسسات الاقتصادية و عرضها في الإطار النظري كان لابد لنا من إسقاط هذه المعلومات على أرض الواقع، وذلك من خلال اختيار مجال الدراسة المتمثل في البنك.

وقد تمثل نموذج دراستنا هذه في البنك الخارجي بمستغانم – بغية التعرف والإطلاع على مدى التطابق بين الجانبين النظري و التطبيقي .

بالإضافة على ذلك يجب الوقوف عند مختلف جوانب المشكلة و دراستها الشاملة و واقعية مستنديين في ذلك على الملاحظة العلمية بالمشاركة والمقابلة و هذا يضيف الطابع الإمبريقي العلمي على الدراسة، وفي هذا الفصل سنحاول تحليل و تفسير المعلومات التي جمعت حول هذا الموضوع ثم تحليل نتائج الدراسة المتوصل إليها.

1 - التعريف بالمؤسسة : (بطاقة الفنية للبنك)

تعتبر وكالة مستغانم 104 من بين الوكالات التابعة للمديرية الجهوية لمستغانم.

9 وكالات تابعة لها : مستغانم2، تيارت2، أرزيو2، غليزان1، معسكر1، سيق1.

تأسست في أوت سنة 2009، وهذه الوكالة تتعامل مع الزبائن أصحاب المشاريع الكبرى، فتقدم لهم قروض قصيرة المدى، مثل قروض الاستغلال. وقروض متوسطة المدى، مثل قروض الاستثمار. بهدف توسيع نشاط البنك، وخدمة زبائنه، وتتعامل هذه الوكالة بثلاث عملات : دينار دولار اليورو.

- مهام ونشاط الوكالة :

- استقبال الودائع المتعلقة برؤوس الأموال من طرف الأشخاص.
- منح القروض بكل أنواعها.
- استقبال عمليات الدفع نقدا أو عن طريق الشيك المتعلق بعمليات التوظيف والتحصيل.
- توزيع رؤوس الأموال على الأفراد ومراقبة استعمالها.
- القيام بعمليات اكتتاب للخصم. وشراء الأوراق التجارية.
- التمويل بشتى الطرق لعمليات التجارة الخارجية.

- الهيكل التنظيمي للبنك الخارجي - وكالة مستغانم -

لكل بنك هيكله التنظيمي خاص به، وهو يختلف من بنك إلى آخر وهذا حسب الوظائف التي يمارسها هذا الأخير.

ويمكن إيضاح الهيكل التنظيمي على المستوى التالي:

- 1- **مدير الوكالة:** يعتبر المسؤول الأول على ضمان السير الحسن للوكالة وعلى مستوى نوعية الخدمة المقدمة للزبائن فهو يعمل على:
 - تمثيل البنك الخارجي على المستوى المحلي.
 - متابعة ومراقبة موازنة الوكالة.
 - السهر على تنفيذ اجتماعات دورية مع رؤساء المصالح في الوكالة.
- 2- **مركز المحاسبة:** من خلال اسم هذه المصلحة يتبين لنا مهامها بحيث نجد:
 - تقوم بتأكيد على صحة المحاسبة اليومية.
 - المراقبة العامة لسير حسابات الوكالة.
- 3- **الأمانة العامة: (السكرتارية):** ولها عدة مهام من بينها:
 - القيام بإدارة شؤون المدير بشكل منظم .
 - استقبال الزبائن.
 - إرسال الرسائل إلى بنوك أخرى.
- 4- **مصلحة العلاقات مع الزبائن:** ومن بين مهامها:
 - تحضير خطة عمل من أجل تحقيق أهداف التجارة المسطرة.
 - قرار قبول الدخول في علاقة جديدة مع أي زبون .
 - تسيير ومتابعة استعمالات القروض.
 - تحليل مرد ودية الزبائن.
- 5- **مصلحة أمانة الالتزامات:** وتقوم هذه المصلحة بالمهام التالية:
 - أ- **قسم متابعة الالتزامات:** ويعمل على:
 - دراسة القروض.

- دراسة التعهدات القانونية والتحصيل.
- القيام بدراسات ميدانية للتأكد من سلامة طلب القرض
- إجراء مقابلات مع العملاء والتفاوض معهم.
- العمل على تكوين ملف وتحليله وتسيير الملفات وطلبات القروض.
- ب- قسم متابعة الموارد: يقوم بمتابعة الاستحقاقات القروض والفوائد.
- ت- قسم المنازعات: ومهمته:
- المحافظة على الملفات القانونية للزبائن.
- تكوين وتسيير ومتابعة ملفات المنازعات.
- 6- مصلحة الصندوق: وتقوم هذه المصلحة بعدة مهام نذكر منها:
- عمليات الصندوق: وتقوم بعمليات السحب والدفع وعمليات التحويل .
- المحفظة المالية : تقوم بعمليات المقاصة.
- 7- مصلحة العلاقات الخارجية: ومن بين المهام الرئيسية التي توليها:
- عمليات السحب والدفع بالعملة الصعبة .
- التحصيل بالعملة الصعبة.
- عمليات التجارة الخارجية، التصدير والاستيراد.

إجراءات تقديم القروض في وكالة وكالة مستغانم 104.

تقوم هذه الوكالة بتقديم أنواع مختلفة من القروض، وذلك وفق ضمانات معينة إلى جانب القيام بإجراءات لضمان تحصيلها.

أنواع القروض الممنوحة في الوكالة 104 وضماناتها:

تقوم الوكالة مستغانم 104 بمنح قروض الاستثمار والاستغلال. القروض العقاري، وتمويل التجارة الخارجية.

1. قروض الاستثمار:

تتمثل بصفة عامة في المشاريع الجديدة لزيادة القدرات. وهذا لتجديد المعدات أو الزيادة في قيمة الطاقة الإنتاجية الموجودة.

أ – الدراسة التقنية الاقتصادية:

الدراسة التقنية الاقتصادية للمؤسسة. تسمح للبنك بتقديم المشروع المقترح من الناحية القانونية التقنية الاقتصادية التجارية والمالية، وهذه الدراسة يمكن أن تحتوي على ما يلي:

- الوصف الدقيق للبرنامج الاستثماري المقترح
- تحديد المساحة والطبيعة القانونية للميدان الذي سيقام فيه المشروع الجديد
- مختلف العناصر المكونة لها، مقيمة بالدينار وبالعملة كذلك.
- طبيعة البيانات المتوقعة .
- طبيعة الوسائل و المعدات الإنتاجية اللازمة.
- ميزانية المشروع لمدة تتراوح من 3 إلى 5 سنوات، وهذا يتوقف على بداية استغلاله.
- المخطط التمويلي المقترح طوال مدة تحقيق المشروع من 3 إلى 5 سنوات من بداية استغلال المشروع.
- بيان تعريف لرجل الأعمال و الشركاء الذي يبين العناصر الأساسية التي تسمح للبنك بتقدير الجدارة المهنية و القدرات التقنية.

ب – ملف تقديم قروض الاستثمار:

- طلب قرض معلل ومرقم صادر عن الشخص المؤهل لربط العلاقة
- دراسة تقنية اقتصادية، تحتوي على العناصر التالية:
 - دراسة مالية للمشروع يحدد هيكله الاستثماري.
 - البنية التحتية .
 - مدة استرجاع القرض.

ج – ملف إداري: يحتوي على العناصر التالية:

- نسخة مصادق عليها للنظام الداخلي للمؤسسة.
- نسخة مصادق عليها للسجل الضريبي مؤرخ حديثا أقل من 3 أشهر.
- نسخة مصادق عليها للوثائق شبه الضريبية (Casnos- Snac)
- رخصة البناء لمشروع البناء
- رخصة الاعتماد الصادر من طرف السلطات أو أجهزة الدولة، فيما يخص الأنشطة التي تتطلب ذلك
- عقد مصادق عليه لعقد الملكية، ثروة معروضة ومضمونة للسنوات
- عقود الإيجار
- عقود شراء للتجهيزات المستوردة في حالة وجودها.
- عقد أو عقود تفاهم العروض موقع، أو في طور التوقيع مع مختلف المتعاملين
- عقد إنفاق للتعريف بالمنتجات والسلع.

د – ملف مالي: يتكون من العناصر التالية:

- بالنسبة للمؤسسات الممارسة، الحالة المالية لها تبرز من طرف خبير محاسبي (الميزانية، جدول حسابات النتائج، وضعية الخزينة).الوضعية الحالية و الوضعيات الثلاثة الأخيرة.
- حالة توقعية (الميزانية، جدول حسابات النتائج، ووضعية الخزينة).تغطي مرحلة استرجاع القروض.

ه - الضمانات المقدمة :

- المساهمة الشخصية
- حصة الصندوق الوطني للتأمين على البطالة
- الاشتراك في صندوق التأمين على البطالة
- الرهن الحيازي للعتاد و الرهن العقاري للأراضي
- تفويض كتابي من عند الموثق لنقل قيمة تأمين العتاد الممول لفائدة البنك خلال مدة القرض
- اتفاقية القرض
- سندات لأمر.

2 - قروض الاستغلال:

يتضمن ملف قرض الاستغلال اسم كل من البنك المقرض والمؤسسة المقترضة، وتحتوي على الوثائق التي تتمثل فيما يلي:

أ - وثائق إدارية وقانونية:

- نسخة مصادق عليها من السجل التجاري.
- طلب خطي
- الملف التقني والاقتصادي للمؤسسة
- شهادة تأهيل وتصنيف حسب النشاط.
- عقد الإيجار
- الميزانية الافتتاحية +05 ميزانية تقديرية.
- كشف كمي وتقديري لإنجاز الإدارة.

ب - وثائق جبائية وشبه جبائية:

- نسخة الجداول من مصلحة الضرائب Role de extrait
- شهادة من المستحقات أداء Cnasat
- فواتير شكلية بالمعدات المرغوب شرائها
- نسخة من قرار منح الامتيازات الجبائية من طرف وكالة ترقية الاستثمارات APSI

ج - معلومات حول المؤسسة :

- اسم الشركة .
- تاريخ التأسيس.
- النشاط.
- الالتزامات مع البنوك الأخرى.
- ملكية العقار.
- تاريخ الدخول في علاقة مع البنك.
- أول طلب قرض.

د - الشروط والضمانات المتطلبية:

لتغطية القروض الممنوحة يلتزم المقرض بصفة قطعية بتسليم البنك الضمانات العينية أو الشخصية الصحيحة التالية:

- رهن السندات المالية .
- رهن حيازي للمعدات.
- رهن الصفقات العمومية.
- تأمين ضد مختلف الأخطار.

وَأداء الشروط التالية:

- معدل الفائدة والعملات حسب الشروط البنكية المعمول بها.
- تركيز كلي لرقم الأعمال لدى البنك.
- تحصيل الضمانات المطلوبة.

3 - القروض العقارية:

هو منتج مصرفي للجمهور العريض، قصد تمويل عملية الشراء أو بناء سكنات أو توسيعها، بحيث يجب أن لا تتجاوز مبالغ القرض 80 % . مع احترام مبلغ 3,5 ملايين دينار كحد أدنى، ويحدد حسب قدرة التسديد الشهري للمستفيد.

أ – الوثائق المطلوبة:

- صورة طبق الأصل من بطاقة التعريف الوطنية.
- شهادة الإقامة.
- شهادة ميلاد أصلية.
- شهادة عائلية.
- ثلاث نسخ للأجر الشهري الأخير.
- شهادة أداء المستحقات.
- الإعفاء الضريبي.

ب – المعايير المتخذة من طرف البنك لقبول القرض:

- التمتع بالجنسية الجزائرية.
- يبرهن على وجود دخل مستقر، وثابت بما لا يقل عن 2,800,00 دج.
- يملك عقد ملكية المنزل.

ج – الضمانات المطلوبة لهذا القرض:

- التأمين على الكوارث الطبيعية.
- التأمين على الحياة، ونستنتج ما يلي:
 - مبلغ القرض الممنوح.
 - مدة القرض 30%
 - النسبة 6,25 %

الإجراءات المتبعة من قبل وكالة 104 لاسترجاع حق البنك:

لضمان إسترداد حقوق البنك.تقوم وكالة مستغانم بعدة إجراءات .والتي تتمثل في إرسال إنذارات لتبليغ عملائها بضرورة احترام الأجال والتي تكون كالآتي :

1 – رسالة الاستدعاء :

إن رسالة التذكير هذه هي مرسلة محررة باللغة الوطنية،ترسل من طرف مدير الوكالة عن طريق البريد،مقابل وصل استلام لأي زبون يسجل دفعة غير مسجلة،ويذكر فيها عبارات بسيطة وهي معاينة عدم التسديد،والتي يدعى فيها المدين لتسوية وضعية في ظرف مدته 10 أيام .

2 – رسالة الإنذار الأول قبل الدفع :

هي رسالة محررة باللغة الوطنية.مرسلة من طرف مدير الوكالة إلى الزبون .وذلك بعد عدم استجابة الزبون لرسالة الاستدعاء ،وترسل بنفس الطريقة ويتم فيها إعلام الزبون بضرورة الالتحاق بالوكالة لتسوية الوضعية، وكذا قيمة المبلغ الواجب دفعه، وتكون مدتها 15 يوم.

3 – رسالة الإنذار الثانية:

في حالة عدم استجابة الزبون المقصر للرسائل الأولى و الثانية .يتم إرسال رسالة أخرى بنفس الطريقة السابقة.مع تحديد المبلغ المستحق،وتكون مدتها 15 يوم .

4 – رسالة الإنذار قبل المتابعة القضائية :

بعد كل المحاولات التي قامت بها الوكالة مع زبونها،والتي نددت بدون جدوى،تقوم الوكالة بإرسال الإنذار الأخير .ومن أجل تسديد قيمة الدين الذي في ذمة الزبون مع الفوائد المرتبة عنه.مع ذكر مبالغ الدين والتحذير انه في حالة عدم الاستجابة لهذا الإنذار في خلال 15 يوم من تاريخ استلامه الرسالة.أنه سيتم اتخاذ الإجراءات القانونية و القضائية الأزمة ضد الزبون المقصر .ويتم إرسالها عن طريق المحضر القضائي.وفي حالة عدم الاستجابة لكل هذه المراسيل ،فقد يتم إحالة الملف إلى المحكمة .ويتولى القيام بذلك المحامي المعتمد من طرف البنك.

الخلاصة:

من خلال التربص تعرفنا على البنك الخارجي الجزائري، ومن خلال مختلف مديرياته من جهة، وكذا على مكانته المرموقة بين مختلف البنوك من جهة أخرى، سواء على مستوى الداخلي أو الخارجي. مما يجعله نموذجا لمختلف البنوك الجزائرية التي تسعى لتحقيق أهدافها المنشودة.

وبعد قيامنا بدراسة تطبيقية اتضح لنا أن عملية منح القروض هي عملية أساسية وجد مهمة بالنسبة لأي بنك. وكذا بالنسبة للاقتصاد ككل. لكن هذه العملية تتم حسب معايير وأسس متفق عليها، مع الأخذ الاعتبار حجم القرض والنشاط الاقتصادي الذي يتوجه إليه القرض، وكذا سمعة صاحبه.

2 - الدراسة التحليلية:

أولاً: المقابلة:

أجرينا المقابلة مع 14 موظف داخل البنك، التي تتراوح أعمارهم بين 28 سنة إلى 49 سنة يشتغلون بمختلف مصالح الوكالة واعتمدنا على المقابلة مقننة التي تعتمد على محاور .

1 - المحور الأول:

مكانة العلاقات العامة داخل البنك الخارجي.

من خلال هذا المحور سنتم معرفة مكانة العلاقات العامة داخل بنك مستغانم وهل يوجد قسم خاص بها وهل هي ضرورية في حسن تسيير عمل البنك بالنسبة لسؤال الأول :

هل ترى بأن مهام العلاقات العامة ضرورية داخل البنك؟ وهذا السؤال أجاب عليه أكثر من موظف من جميع الأقسام أجمع معظم المبحوثين على أن العلاقات العامة ضرورية حيث نراها من خلال العمل اليومي مع جميع المسؤولين سواء أفراد أو هيئات داخل و خارج المؤسسة. ونستشهد بالمبحوث رقم 4 ذات خبرة 6 سنوات مستوى الدراسي جامعي قال: " أن العلاقات العامة تسهل عملية التواصل مع الموظفين وحتى الرؤساء إضافة إلى الجمهور الخارجي الذي بدوره يعطي سمعة أما سيئة أو جيدة للوكالة".

أما المبحوث رقم 9 ذات خبرة 9 سنوات من " يعرف قيمة العلاقات العامة في أي مؤسسة كان فيتأكد ستكون مؤسسة ناجحة فيها يكمن نجاح أي وكالة ذلك لما لها من أهمية كبيرة".

وكان هناك توافق بين إجابة رقم 2 بالمبحوث رقم 1 بأن بعض المؤسسات تفتقر بما يسمى بالعلاقات العامة حيث قالو " نشوفو هذه العلاقات من خلال عمل بينهم مشي عاطيينها أهمية إلي تستحقها وخير مثال في وكالتنا نشوفوها من خلال العمل فقط"

أما المبحوث رقم 9 أضافه إلى ما صرح به سابقا والذي تحدث عن قيمة العلاقات العامة أن في بنكنا هذا الذي لا يعمل المهام المطلوب تأديتها سنأخذها بعين الاعتبار ونقوم بإجراءات اللازمة معه .

أما المبحوث 11 قال " منعرفش العلاقات العامة ممكن توضيحها..."

أما بالنسبة للسؤال الثاني: هل توجد خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل البنك؟ إجابة المبحوث رقم 5 خبرة 3 سنوات أنه لا توجد خلية أو جهاز خاص بالعلاقات العامة بالإضافة الى ما صرح به المبحوث 12 خبرة 4 سنوات حيث قالت: "نمارس نشاط ووظائف العلاقات العامة بطريقة روتينية".

أما المبحوث رقم 14 خبرة 3 سنوات أفادنا لا يوجد مكتب خاص بالعلاقات العامة، لآكن سنقوم بالإجراءات حول هذا الشأن".

أما بالنسبة للسؤال الثالث: حسب رأيك من هو المكلف بنشاط العلاقات العامة في مؤسستكم؟

صرح المبحوث 7 خبرة 3 سنوات ليسانس في العلوم التجارية أنه "لا يوجد أي مكلف بالعلاقات العامة" كما أفادنا المبحوث رقم 10 خبرة 5 سنوات أن كل موظف يمارسها أثناء عمله أي لا يوجد مكلف خاص بها. أجمع جل المبحوثين على إجابة واحدة وهي بالرغم من أن المؤسسة تتصل بالجمهور الخارجي إلا أنها لا تتوفر لديهم قسم خاص بها و أصبح أمر حتمي لإدخال هذا القسم باعتبارها مؤسسة إقتصادية وكذلك من أجل التعامل مع زبائنها "

بالنسبة للسؤال الرابع: هل تشاركون في الاجتماعات المدير أو مع المسئول الأول بمؤسستكم؟

أجاب المبحوث 6 ماستار في الاقتصاد قائلاً: يوماً يكون هناك اجتماع يحضره مدراء الأقسام بإشراف مع المدير". أقرأ مبحوثين من بين 14 مبحوث "توجد اجتماعات دورية استثنائية لمناقشة الآراء و تعمل على مبدأ الشورى للخروج بنتيجة تخدم الجمهور الخارجي".

أما المبحوث رقم 13 ماجيستار خبرة 2 قال "واه نشاركو في الاجتماعات وناقشو وكل واحد يمد آراء تاووعه بكل سلمية وبدون مشاكل ونخدمو حاجة وحننا على إتفاق تام".

أفاد المبحوث 8 خبرة 6 سنوات أن "المدير يحضر فقط في الاجتماعات الطارئة فقط".

أما بالنسبة للسؤال الخامس: حسب رأيك، ما هو انطباع الجمهور الخارجي حول المؤسسة البنكية؟

هناك من يأخذ بعين الاعتبار هذا رأي الجمهور وهناك لا يعطيها أي أهمية لأكن في البنك الخارجي جل المبحوثين يعيرونها اهتمام وهناك الكثير أجمعوا على ذلك حيث استشهد المبحوث 10 أن رأي الجمهور مهم حيث إنطاعهم حول مؤسستنا انطباع جيد وهذا ما لاحظناه من خلال الاتصال الدائم مع الجمهور الخارجي و مشاركتهم في كافة النشاطات التي تقدمها المؤسسة".

أما المبحوث رقم 7 كانت إجابة من خلال ما تقدمه من معالجة كافة العمليات المتعلقة باستلام أموال الناس وعمليات القروض وأيضاً وسائل الدفع وتسهيلها تحت تصرف الزبائن أي أننا جذبنا الجمهور من خلال تغطية كافة احتياجاته .

ثانياً:

الدور التي تساهم به أنشطة العلاقات العامة في تحسين صورة

البنك:

بالنسبة للسؤال الأول : هل ترون بأن نشاط العلاقات العامة يقوم بتحسين صورة البنك ؟

صرح الجميع المبحوثين أنه "أكيد يحسن صورة البنك داخليا و خارجيا". كما نستشهد بالمبحوث رقم 12 قال " مبادئ العلاقات العامة إلي يتقيد بها من تفاهم المتبادل و من مراعاة الصدق و الأمانة و الحرص مصرح المبحوث رقم 3 أن الأساس من العلاقات العامة هو عملية كسب الجمهور لها من خلال ما تقوم به والذي سيعود بفائدة للمؤسسة.

أما بالنسبة للسؤال الثاني: في نظرك هل أنشطة العلاقات العامة كافية لتحسين صورة أم أنها بحاجة إلى أنشطة أو مهام أخرى؟

اختلفت الآراء و الأجوبة بين المبحوثين فهناك من يقول نعم أي كافية في تحسين الصورة وهناك من يقول لا في حين أن فئة من المبحوثين يقولون أنها كافية بالإضافة إلى الاتصال وهذا طبيعي لأنه لا بد من عملية الاتصال كونها مؤسسة اتصالية تتصل بالطرف الآخر تحتاج إلى أنشطة العلاقات العامة كذلك من أجل بناء صورة ذهنية جيدة لدى الجمهور الداخلي و خاصة الخارجي.

السؤال الثالث: كيف تقيمون تنظيم أنشطة العلاقات العامة بنظر إلى إمكانياتهم ؟

أجابه 8 مبحوثين من أصل 14 أنه متوسط في ظل غياب قسم أو جهاز العلاقات العامة.

أجابه مبحوث 12 أنه في ظل عدم وجود جهاز خاص بالعلاقات العامة يكون متوسط لأنه يعمل على تنظيم هذه الأنشطة وكافة الوظائف أو المهام.

السؤال الرابع : هل ترون أن مؤسستكم البنكية تعنى باهتمامات و مشاكل جمهورها؟

صرح المبحوث رقم 6 و 8 أنه نعم تحضي باهتمام جمهورها. وذلك من خلال زيارة الزبائن للبنك و بكثرة ". .

كما أفاد المبحوث 11 أن البنك يقوم بتلبية حاجيات الجمهور وحل مختلف مشاكلهم. وباعتبار جمهور وفي للمؤسسة فهنا تعنى بمشاكلهم على غرار البنوك الأخرى.

ثالثا :

أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل البنك الخارجي – مستغانم-

بالنسبة للسؤال الأول: فيما تتمثل أنشطة العلاقات العامة داخل البنك الخارجي بمستغانم ؟

أجاب المبحوث 10 و 11 أن الأنشطة تتمثل في تعريفها بالمصرف، حيث تؤمن انتشار الأوسع عبر الفروع في الوطن و التواجد في الخارج، التأكيد على سمعة المصرف ودوره في المجتمع ، التواصل مع الزبائن .

أما ما صرح به المبحوث 14 أنه تعتبر وسيلة لترويج المنتجات والخدمات . كما تعمل على ترسيخ صورة ايجابية للمصرف عند العامة.

أفاد المبحوث 7 أن دور الذي تلعبه العلاقات العامة داخل البنك من خلال التواصل مع المحيط الخارجي والتواصل الاجتماعي المخصص أو العام.

السؤال الثاني : هل عدد موظفي في البنك كافي بالقيام بهذه الأنشطة داخل المؤسسة؟

أعرب المبحوث رقم 4 و 5 حول السؤال الثاني أنه: بالنسبة لوكالة مستغانم كافي لحد ما ويسمح بقيام بالأنشطة داخل البنك". أما المبحوث رقم 9 قال "نعم كاف وكل موظف يقوم بعمله". .

السؤال الثالث : ما هي الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة من خلال ممارستها لأنشطة العلاقات العامة ؟

صرح جل المبحوثين أن من بين أهداف التي تسعى إليها المؤسسة هي

- تحسين صورة المؤسسة.

- توطيد جسور الثقة.

- تحسين العلاقات العامة مع المحيط الخارجي.

أما بالنسبة للسؤال الرابع : من خلال هذه الممارسات لمختلف أنشطة العلاقات العامة، هل حققت المؤسسة أهدافها المرجوة؟

أفادنا المبحوث 3 و 12: نعم أنها حققت الوكالة معظم أنشطتها و لا تزال تسعى إلى المزيد من أجل تلبية متطلبات جمهورها و التعرف على احتياجات السوق و العمل على تليبيتها.

كما أكد لنا المبحوثين 10 و 14: من خلال ما صرحو به أن البنك يعمل جاهدا على ممارسة أنشطة العلاقات العامة من خلال تلبية حاجيات الزبائن لأنه من الأمر المهم كسب الجمهور ليحقق أهدافه .

السؤال الخامس: وفي الأخير كيف تقيمون نشاط العلاقات العامة في مؤسستكم البنكية؟

أجاب معظم المبحوثين نقول بأن نشاط العلاقات العامة متوسط. كما أفادنا مبحوث 1 ذلك أنه راجع إلى عدم توفر جهاز خاص بالعلاقات العامة أو جهة المكلفة أو البديلة بهذا النشاط .

نتائج المقابلة:

ومن خلال المقابلات التي أجريناها توصلنا إلى النتائج التالية:

- 1 . تشير نتائج الدراسة أن مهام وأنشطة العلاقات العامة ضرورية داخل المؤسسة البنكية وتمارس من خلال العمل اليومي مع جميع المسؤولين سواء أفراد أو هيئات داخل و خارج المؤسسة.
- 2 . أكدت الدراسات أنه لا يوجد جهاز خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة البنكية. بل مهام العلاقات العامة موجودة من خلال النشاطات التي يمارسونها.
- 3 . اتفق جميع المبحوثين بأنه لا يوجد أي جهة مكلفة أو بديلة خاصة بتنظيم أنشطة العلاقات العامة في ظل غياب هذه الخلية، وبالرغم من أن المؤسسة البنكية اتصالية اقتصادية تحتاج أي مكلف خاص بهذه الأنشطة من أجل تسيير و التنسيق بين كافة مصالح المؤسسة.
- 4 . تؤكد إجابات المبحوثين أن المشاركة في الاجتماعات أمر ضروري ومهم ويعتبر بمثابة نشاط دائم وملزم بيه كل موظف وذلك للخروج بنتائج تخدم أفراد المجتمع.
- 5 . انطباع الجمهور الخارجي للبنك بمستغانم جيد من خلال الاتصال الدائم و الفعال من مختلف ولايات الوطن وخارجها.
- 6 . كشفت دراستنا أن أغلب المبحوثين يعتبرون أن مهام ونشاط العلاقات العامة تساهم في تحسين صورة المؤسسة.
- 7 . كشفت النتائج أن أنشطة العلاقات العامة ليست كافية لوحدها لتحسين صورة المؤسسة البنكية وتبقى دائما نسبية نوعية تحتاج إلى مهام أخرى من بينها النشاط الاتصالي ليكمل نشاط العلاقات العامة .
- 8 . يؤكد المبحوثين أن تقييم تنظيم نشاط العلاقات العامة متوسطة في ظل الإمكانيات التي تحضي بها المؤسسة البنكية بمستغانم متوسطة في ظل غياب جهاز العلاقات العامة .
- 9 . تؤكد نتائج دراستنا أن البنك الخارجي بمستغانم تعنى باهتمامات و مشاكل جمهورها، وذلك من خلال المساهمة في تقرب المواطن من الدولة، وتطلعه على مختلف الأنشطة اليومية التي تعمل عليها من أجل تلبية حاجيات الفرد.

- 10 . أفادت النتائج أن أنشطة العلاقات العامة تركز على تعريفها بالمصرف، حيث تؤمن انتشار الأوسع عبر الفروع في الوطن و التواجد في الخارج، التأكيد على سمعة المصرف ودوره في المجتمع ، التواصل مع الزبائن .
- 11 . تشير نتائج الدراسة إلى أن عدد الموظفين كاف لحد ما للقيام بمهام ووظائف العلاقات العامة.
- 12 . تبين الدراسة أن أبرز الأهداف التي تسعى إليها المؤسسة البنكية بمستغانم تتمثل في تحسين صورة المؤسسة، توطيد جسور الثقة، تحسين العلاقات الاجتماعية، التغلب على كافة الأزمات و المشاكل التي تواجه المؤسسة.
- 13 . كشفت دراستنا أنه من خلال أنشطة العلاقات العامة الممارسة من قبل موظفي البنك الخارجي قد حققت أهدافها ،ولكن بالنسبة مقبولة.
- 14 . من خلال نتائج للتقييم العام لنشاط العلاقات العامة متوسط وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى عدم توفر جهاز أو خلية خاصة بالعلاقات العامة.

الملاحظة:

من خلال فترة التربص التي دامت ثلاث أسابيع حيث كانت الملاحظة بالمشاركة فتوصلنا إلى النتائج التالية:

5 . نتائج الملاحظة:

- 1 - إن واقع العلاقات العامة في البنك الخارجي بمستغانم هو عبارة عن نشاط فقط يمارس من قبل الموظفين البنك و بطريقة غير ممنهجة و غير منظمة.
- 2 - العلاقات ما بين الموظفين والمدير هي علاقة أخوة يسودها نوع من التفاهم والتعاون حيث يعتبرونها هي الأسرة الثانية لأن معظم وقتهم يقضونه داخل البنك.
- 3 - كذلك لاحظنا أن بعض الموظفين خاصة القدامى منهم يبذلون جهدا مضاعف (جد عقلي..) خارج نطاق المهام المكلفون بها من أجل حسن سير العمل.

- 4 – استقبال الجمهور الخارجي داخل البنك بطريقة جيدة وأخلاقية وحسن التعامل معهم و تلبية احتياجاتهم على أتم وجه.
- 5 – لاحظنا أن البنك على اتصال مع كافة الولايات (المديريات الجهوية)..و حتى خارج الوطن.
- 6 – يعتمدون على العلاقات الشخصية المنتظمة وغير المنتظمة في بعض الأحيان.
 - العلاقات الشخصية: تكون من طرف الموظف من معارفه.
 - الغير المنتظمة: تكون مندرجة ضمن الهيكل التنظيمي.
- 7 – احترام الوقت ودقة المواعيد بالنسبة للعمال داخل البنك أو حتى للزبائن .
- 8 – كذلك أفراد أو العمال البنك ذوي مؤهلات علمية جامعية مختلفة تتنوع من ليسانس إلى ماستير .
- 9 – أيضا البنك الجزائري يقوم بمنح عروض خاصة و مجانية (بطاقة الدفع المسبق prepaid) وحتى قروض لاقتناء سكن ترقوي عمومي

نتائج العامة:

- 1 – ضعف ممارسة العلاقات العامة بينك مستغانم ،وذلك لعدم وجود قسم خاص بالعلاقات العامة.
- 2 – افتقار البنك بمستغانم إلى متخصصين في العلاقات العامة بحكم أن كل عمال البنك يمارسون نشاط العلاقات العامة بصفة غير رسمية و ممنهجة.
- 3 – تعتمد الوكالة في اتصالها الداخلي شكل اتصال دوري التبادلي (سيران المعلومة بشكل دوري وتبادلي من المدير إلى رؤساء المصالح) وبتالي هنا تسعى جاهدة إلى تنمية روح التعامل والتعاون والتفاهم المشترك لدى العاملين الذي يجعلهم يشعرون بالانتماء و المسؤولية تجاه عملهم.
- 4 – يقوم البنك الجزائري بمستغانم إلى توطيد العلاقات الإنسانية و الاجتماعية داخلها،وتظهر في العلاقات الغير الرسمية بين العمال،مما يكفل التواصل المستمر وخلق روح الفريق والعمل الجماعي وبناء علاقات متواصلة على ضوء التفاهم المتبادل.

المقترحات و التوصيات:

يمكننا وضع بعض التوصيات والمقترحات فيما يلي:

1. ضرورة الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة والعمل على إبراز دورها الفعال داخل المؤسسة البنكية.
2. ينبغي على المؤسسة البنكية توظيف كوادر مؤهلة ومختصة في مجال العلاقات العامة وحسن اختيار العامل الأفضل والكفاء.
3. توظيف إستراتيجيات العلاقات العامة واستغلالها استغلالا أمثل وحسنا.
4. زيادة العمال في كافة المصالح .
5. العمل على زيادة الحوافز المعنوية.
6. يستوجب على إدارة المؤسسة إدراج قسم أو مصلحة خاصة بالعلاقات العامة ضمن هيكلها التنظيمي وكذلك توظيف مكلف أو متخصص بالعلاقات العامة لتنظيم كافة الأنشطة و إعادة تنظيمها.

دليل مقابلة

مذكرة لنيل شهادة الماستر تحت عنوان
أهمية العلاقات العامة في تسيير المؤسسات الاقتصادية

- دراسة ميدانية البنك الجزائري الخارجي - مستغانم

إشراف:

بوجمعة العماري

من إعداد:

بن زعيط أحلام

بن سعيد سعاد

السنة الجامعية:

2019_2018

الزميلات و الزملاء المحترمين:

موظفي بمؤسسة البنك الجزائري الخارجي بمستغانم:

تشكل هذه المقابلة جزءا من دراسة الماستر تخصص اتصال و علاقات عامة بهدف التعرف على أهمية العلاقات العامة بمؤسسة البنك الجزائري ونرجو منكم الإجابة عن أسئلة المقابلة دون تسجيل أي معلومات شخصية علما أن المعلومات ستعامل بالسرية التامة ولا تستخدم إلا لدراسات علمية .

مع جزيل الشكر و الامتنان لتعاونكم.

**أولاً : مكانة العلاقات العامة داخل البنك الجزائري
الخارجي بولاية مستغانم .**

س1: هل ترى بأن مهام العلاقات العامة ضرورية داخل البنك؟

ج1 :

س2 : هل يوجد خلية خاصة بالعلاقات العامة داخل البنك؟

ج2 :

س3 : حسب رأيك، من هو المكلف بنشاط العلاقات العامة في مؤسستكم؟

ج3 :

س4: هل تشاركون في الاجتماعات المدير أو المسئول الأول بمؤسستكم؟

ج4 :

س5: حسب رأيك، ما هو انطباع الجمهور الخارجي حول المؤسسة ؟

ج5 :

**ثانياً : الدور الذي تساهم به أنشطة العلاقات العامة في تحسين
صورة البنك .**

س6 : هل ترون بأن نشاط العلاقات العامة يقوم بتحسين صورة المؤسسة؟

ج6 :

س7: في نظرك، هل هذه الأنشطة العلاقات العامة كافية لتحسين الصورة أو أنها بحاجة إلى أنشطة مهام أخرى؟

ج7 :

س8: كيف تقيمون تنظيم نشاطات العلاقات العامة بالنظر إلى إمكانياتكم؟

ج8 :

س9 : هل ترون أن مؤسستكم تعنى باهتمامات ومشاكل جمهورها؟

ج9 :

ثالثا: أثر ممارسة أنشطة العلاقات العامة داخل البنك الجزائر الخارجي.

س10 : فيما تتمثل أنشطة العلاقات العامة داخل البنك الجزائر الخارجي مستغانم؟

ج10 :

س11 : هل عدد الموظفين في البنك كافي بالقيام بهذه الأنشطة داخل مؤسستكم ؟

ج11 :

س12 : ما هي الأهداف التي تسعى إليها ممارستها لأنشطة العلاقات العامة؟

ج12 :

س13: من خلال هذه الممارسات لمختلف أنشطة العلاقات العامة، هل حققت المؤسسة أهدافها المرجوة؟

ج13 :

س14 : وفي الأخير كيف تقيمون نشاط العلاقات العامة في مؤسساتكم البنكية؟

ج14 :

جدول السيمات العامة:

رقم المبحوث	الجنس	العمر	الخبرة	المستوى التعليمي
01	ذكر	38	8	جامعي
02	أنثى	41	8	///////
03	ذكر	31	4	جامعي
04	ذكر	38	6	جامعي
05	أنثى	28	3	ثالثة ثانوي
06	أنثى	33	6	ماستر في الإقتصاد
07	ذكر	30	3	ليسانس في العلوم التجارية
08	ذكر	41	6	جامعي
09	ذكر	49	9	///////
10	أنثى	35	5	ماجستير
11	ذكر	49	9	///////
12	أنثى	34	4	ماجستير
13	أنثى	29	2	ثالثة ثانوي
14	أنثى	30	3	جامعي

خاتمة:

من خلال دراستنا لموضوع أهمية العلاقات العامة في تسيير المؤسسات الاقتصادية وبتحديد البنك الخارجي الجزائري، أدركنا أن العلاقات العامة تعد وظيفة أساسية من وظائف الإدارة الحديثة باعتبارها همزة وصل بين المؤسسات و الجماهير من أجل إنشاء علاقات وطيدة، كونها تعمل على إحداث تكييف بين كل من المؤسسة و الجماهير المتعامل معها، ورغم اهتمام مؤسسات الدول المتقدمة بالعلاقات العامة إلا أن هذا الاهتمام ناقص في الدول النامية.

و اعتماد على نتائج الدراسة نستطيع القول أن بنك مستغانم لم يستوعب بعد الدور الفعال الذي تؤديه برامج و ممارسات العلاقات العامة لكسب ثقة وتأييد الجمهور المتعامل مع المؤسسة، وهذا راجع لغياب جهاز أو مصلحة خاصة في البنك، إلا أن هذا لم يؤثر سلبا عليها بدليل أنها تحضي بثقة كبيرة لدى جمهورها الداخلي و الخارجي، إذ تبين لها مصداقية في التعامل والتفاهم، بالإضافة إلى الأساليب و الوسائل الاتصالية و الخطوات التي توطر الممارسة السليمة للعاملين في العلاقات العامة تزيد من فعاليتها.

وفي الأخير نرجو أن تكون دراستنا قد أعطت فكرة واضحة عن أهمية العلاقات العامة في وكالة البنك الخارجي الجزائري، وأن نكون من خلالها قد أثرنا اهتمام المسؤولين في البنك بأهمية العلاقات العامة خاصة في المجال الخدماتي و المجال التنموي.

الملخص:

تلخص دراستنا المندرجة تحت عنوان " أهمية العلاقات العامة في تسيير المؤسسات الاقتصادية " - دراسة ميدانية البنك الجزائري الخارجي - مستغانم

وحيث حاولنا من خلال هذه الدراسة تسليط الضوء على أهمية العلاقات العامة و الدور التي تؤديه في تحسين صورة المؤسسة البنكية وإعطاءها سمعة جيدة لجمهورها الخارجي، و برغم من غياب جهاز خاص بالعلاقات العامة أو جهة بديلة ولكن بقيت قائمة من خلال أنشطتها من قبل الموظفين، ومن خلال هذا جاء موضوع بحثنا ليعالج الإشكالية التالية:

كيف تساهم العلاقات العامة في تنظيم عمل البنك الخارجي بمستغانم ؟

وضمن هذه الإشكالية تنفرع إلى ثلاث تساؤلات فرعية:

- ما هو مفهوم العلاقات العامة ؟

- هل تعمل العلاقات العامة في تحسين صورة البنك الخارجي مع جمهورها الداخلي والخارجي؟

- ما هي المشاكل التي تعيق العلاقات العامة داخل البنك؟

حيث تناولنا في دراستنا أربعة فصول فصل منهجي احتوى على إشكالية الدراسة، منهج الدراسة (دراسة وصفية ومنهج دراسة حالة) أما عينة الدراسة استخدمنا العينة المتاحة (الصدفة)، و اعتمدنا في جمع البيانات و المعلومات على استمارة المقابلة المقننة والملاحظة بالمشاركة، من أجل إبراز دراستنا أكثر و اعتمدنا على دراسات سابقة .

إضافة إلى فصلين في الجانب النظري:

فصل خاص بالعلاقات العامة.(مفهومها، نشأتها، أسبابها)

فصل خاص بالبنك .(تعريفه وأنواعه، أهمية العلاقات العامة داخل البنوك، تنظيم إدارة العلاقات العامة داخل البنوك).

أما بالنسبة للفصل التطبيقي:

قمنا بإجراء أربع مقابلات بالإضافة إلى الملاحظة بالمشاركة حيث لخصت الدراسة إلى جملة من النتائج:

- تؤكد نتائج الدراسة أنه يوجد خلط ما بين مفهوم العلاقات العامة و الاتصال واعتبروا أن مهام وأنشطة العلاقات العامة لا تختلف عن مهام الاتصال .
- أكدت نتائج الدراسة أنه لا يوجد جهاز خاص بالعلاقات العامة داخل البنك مستغنام وتمارس من خلال العمل اليومي من طرف الرؤساء و الموظفين .
- أظهرت نتائجنا للتقييم العام لأنشطة العلاقات العامة تقييم متوسط وهذا راجع بالدرجة الأولى إلى عدم توفر جهاز خاص بالعلاقات العامة.
- إن واقع العلاقات العامة في البنك الخارجي الجزائري بمستغنام هو عبارة عن نشاط فقط يمارس من قبل موظفي البنك لكن بطريقة غير منظمة .



قائمة المراجع



قائمة المراجع :

1 .الكتب:

- 1 . أحمد محمد مصطفى، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية ،1999.
- 2 . إسماعيل هاشم، مذكرة في النقود و البنوك، دار النهضة العربية ،بيروت،1996.
- 3 . بسام عبد الرحمان الجرايدة، إدارة العلاقات العامة ،دار لأسامة للنشر و التوزيع ،الأردن ،2013.
- 4 . بشير العلق، العلاقات العامة وإدارة الأزمات ،دار اليازوري العلمية للنشر و التوزيع، عمان،2009.
- 5 . حسن أحمد الشافعي، تطبيقات العلاقات العامة، دار الوفاء لندنيا الطباعة ،الإسكندرية، ط1 ، 2006.
- 6 .محمد محمود الجوهري، المؤتمرات في العلاقات العامة، المكتبة الدولية، لأنجلو المصرية، القاهرة.
- 7 . محمد سعي أنور سلطان ،إدارة البنوك الجامعة الجديدة، الإسكندرية ،2005.
- 8 . محمد فتحي البدوي، إدارة البنوك ،المكتبة الأكاديمية، مصر ، 2012.
- 9 . محمود جودت ناصر: الدعاية و الإعلان و العلاقات العامة، دار المجدلاوي ، ط1 ، 1997.
- 10 .محمود يونس عبد النعيم مبارك، النقود و أعمال البنوك و الأسواق المالية، دار الجامعية، الإسكندرية، 2003.
- 11 . مؤيد عبد الرحمان فلاح حسن الحسين، إدارة البنوك ،دار وائل للنشر ،عمان،2000.
- 12 . منال هلال لمزاهره: إدارة العلاقات العامة وتنظيمها، دار المسيرة للنشر و التوزيع و الطباعة . عمان ط1، 2015.
- 13 . ناصر دادي عدون، اقتصاد المؤسسة دار المحمدية العامة ،الجزائر، ط2 ، 1998.
- 14 . سعادة راغب الخطيب، مبادئ العلاقات العامة، مبادئ العلاقات العامة ،دار البلدية ،ناشرون و موزعون، عمان، ط1، 2009.
- 15 . علي بن فايز الجحاني، العلاقات العامة و الإنسانية، جامعة نايف للعلوم الأمنية، الرياض ، 2006 .
- 16 . علي عجوا، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، القاهرة، 2006.
- 17 . عبد الله العكش، البحث العلمي و المناهج و الإجراءات ،مطبعة عين الحديثة، الإمارات العربية، 1986 .

18. عبد الرزاق بن حبيب ،اقتصاد و تسيير المؤسسة،ديوان للمطبوعات الجامعية ،الساحة المركزية بن عكنون،الجزائر،2002.
19. عبد الغفار الحنفي، عبد السلام أبو قحط، إدارة البنوك و تطبيقاتها، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2000.
20. عبد المحسن بدوي محمد أحمد: العلاقات العامة في الأجهزة الأمنية ودعم تنسيقها مع وسائل الإعلام، دار الحامد، الرياض، ط1، 2014.
21. عمار عوا يدي، مناهج البحث العلمي و تطبيقاتها في ميدان العلوم القانونية و الإدارية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2002.
22. عبودي نعمة جبوري،إدارة العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق،دار الأيام للنشر و التوزيع ،الأردن،ط1 ، 2016.
23. فواد مرسي ،النقود و البنوك في بلاد العربية ،دار الجيل للطباعة ،القاهرة،1991.
24. فرح سعيد محمد،لماذا؟وكيف نكتب بحثا اجتماعيا؟،دار المعارف ،الإسكندرية،2002.
25. فريدة بخزار يعدل،تقنيات و سياسات التسيير المصرفي،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، ط3، 2005.
26. رشيد زرواتي،تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ،الجزائر ،دار هومه لطباعة و التوزيع،2002.
27. شاكر القز ويني،محاضرات في اقتصاد البنوك ،ديوان المطبوعات الجامعية ،الجزائر ،2000.
28. شهاب أحمد سعيد العز عزي، إدارة البنوك الإسلامية، دار النفائس، مصر، 2000.
29. خالد أمين عبد الله، العمليات المصرفية و الطرق المحاسبية الحديثة، دار وائل للنشر، الأردن، 2004.
30. خالد يوسف العمار:أبجديات البحث و إعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية و التربوية و الاجتماعية، دار الإعمار العلمي للنشر و التوزيع، عمان، 2014.
31. يوسف السعداوي،البنوك الإلكترونية،ورقة بحثية مقدمة لملتقى المنظومة المصرفية الجزائرية و التحولات الاقتصادية – الواقع و التحديات ،جامعة البليدة.

2 - المذكرات:

32. أمينة حمراي: الإعلام الأمني في الجزائر ودور العلاقات العامة في تكوينه (الأمن المروري نموذجاً): رسالة ماجستير في الإتصال و العلاقات العامة ،جامعة الحاج لخضر ،باتنة :2008 2009 .
33. لبصير فاطيمة ، واقع العلاقات العامة في البرلمان الجزائري(مجلس الأمة)،رسالة ماجستير في الاتصال و العلاقات العامة ،جامعة منتوري ، قسنطينة،2007-2008.



الملاحق



BEA

