



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

جامعة عبد الحميد ابن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الصحية

دراسة ميدانية بالمركز الاستشفائي الجامعي خروبة-CHU-مستغانم-

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة

الإشراف :
د. بن شعيب محمد
كلية العلوم الاجتماعية
الأقسام :
الإعلام والاتصال
العلوم الإنسانية
الدراسات والبحوث

اعداد الطلبة

عطار وليد

عزروق يوسف

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة	أسماء الاساتذة
رئيسة لجنة المناقشة	أستاذ محاضر أ	عيسى عبيدي نورية
أستاذ مناقش	أستاذ محاضر أ	بن سفعول هجيرة
أستاذ مشرف	أستاذ محاضر أ	بن شعيب محمد

السنة الجامعية 2022-2023



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM



UNIVERSITE
Abdelhamid Ibn Badis
MOSTAGANEM

جامعة عبد الحميد ابن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الصحية

دراسة ميدانية بالمركز الاستشفائي الجامعي خروبة-CHU-مستغانم-

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة

الإشراف :

د. بن شعبي محمد

اعداد الطلبة

عطار وليد

عزروق يوسف

أعضاء لجنة المناقشة:

الصفة	الرتبة	أسماء الاساتذة
رئيسة لجنة المناقشة	أستاذ محاضر أ	عيسى عبيد نورية
أستاذ مناقش	أستاذ محاضر أ	بن سفغول هجيرة
أستاذ مشرف	أستاذ محاضر أ	بن شعبي محمد

السنة الجامعية 2022-2023

شكر وعرفان

بسم الله والصلاة والسلام على خير خلق الله والحمد لله على خير البرية حبيبنا محمد صلى الله عليه وسلم.

ان الشكر لله رب العالمين الذي خلق وهدى وبعونه انجزنا هذا العمل.

نتقدم بجزيل الشكر الى استاذنا الفاضل الذي أشرف على عملنا الأستاذ "محمد بن شعبي" الذي لم ييخل علينا بنصائحه، وتوجيهاته القيمة، ومعرفته، ووقته.

كما نتوجه بالشكر الى كل أساتذة قسم الاتصال والعلاقات العامة بجامعة عبد الحميد ابن باديس -

مستغانم- على المساعدة والمعرفة العلمية التي قدموها لنا طوال مشوارنا الدراسي في الجامعة.

كما لا ننسى امتناننا الى موظفي المركز الاستشفائي بخروبة مستغانم ونشكرهم على تعاونهم وصبرهم الجميل

اهداء

الى أغلي ما في الوجود الى من اعطتني الحب والحنان

الى من علماني ان الحياة كفاح وجهد وتعب

الى من كانا سندي منذ الصغر حتى الان

الى ابي وامي

اطال الله عمرهما وحفظهما

الى واحد من أحب الناس الى الرجل الذي لم يعاملني سوى بالحب

الى من يحن الفؤاد وتدمع العين لذكرك

جدي رحمه الله

اهداء

اهدي ثمرة جهدي الى روح ابي الغالي اسأل الله ان يتغمده برحمته الواسعة، وان يسكنه فسيح جنانه
الى القلب الرحيم والمرأة العظيمة التي لقتني دروس الفضائل وعلمتني ان الدنيا صمود ومشاكل بلا حدود

امي الكريمة اطال الله في عمرك

الى اخي واختي وكل من شارك معي في انجاز هذا العمل

حفظهم الله جميعا

ملخص الدراسة:

يهدف هذا البحث الى الكشف عن واقع العلاقات العامة وحضورها في المؤسسة الصحية بحيث حاولنا الإجابة عن أسئلة مفادها، ما هي أهمية العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية. هل هناك عراقيل ومشاكل تواجه إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية.

تمت هذه الدراسة في المركز الجامعي الاستشفائي لولاية مستغانم، اعتمدنا فيها على العينة القصدية التي استهدفت 50 مفردة للإجابة على أسئلة الاستبيان، اما بخصوص المنهج فلقد اعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي لأنه المنهج المناسب لهذه الدراسة، وفي ختام هذه الدراسة توصلنا الى عدد من النتائج أهمها ان جهاز العلاقات الهامة لا يتمتع بالأهمية المطلوبة و المكانة الملائمة داخل الهيكل المؤسسة، بالضافة الى ذلك تتبنى إدارة العلاقات العامة في المؤسسة تقنيات اتصالية تقليدية حيث تجد نفسها في مواجهة تحديات و عراقيل مادية و معنوية.

Study Summary :

The aim of this research is to unveil the reality of public relations and its presence within the healthcare institution. We sought to address questions such as the significance of public relations within the healthcare establishment and whether there are obstacles and issues facing the management of PR.

This study was conducted at the University center of Mostaganem province. We employed a purposive sample of 50 individuals to respond to the questionnaire. Regarding the methodology, we utilized the descriptive–analytical approach as it was suitable for this study.

In conclusion, this study yielded several significant findings. Foremost among them is the realization that the PR function lacks the required importance and appropriate position within the organizational structure. Additionally, the management of PR within the institutions adopts traditional communication techniques and finds itself confronting challenges and obstacles of both material and intangible nature.

فهرس المحتويات

- شكر واهداء
- ملخص الدراسة
- فهرس الجداول
- مقدمة

الفصل الأول: الإطار المنهجي لدراسة

1. أسباب اختيار الموضوع 12
2. أهمية اختيار الموضوع 12
3. اهداف الموضوع..... 12
4. الاشكالية..... 13
5. الدراسات السابقة 14
6. تحديد المصطلحات والمفاهيم 16

الفصل الثاني: مفاهيم حول العلاقات العامة

- ❖ تمهيد 20
- 1. تعريف العلاقات العامة 21
- 2. خصائص العلاقات العامة 23
- 3. وظائف العلاقات العامة..... 24
- 4. أهمية العلاقات العامة 28
- 5. جمهور العلاقات العامة وانواعه 29

❖ خلاصة 32

الفصل الثالث: حضور العلاقات العامة داخل المؤسسات الصحية

- ❖ تمهيد 34
- 1. تعريف المؤسسة الصحية 35
- 2. أنواع المؤسسة الصحية 36
- 3. العلاقات العامة في المؤسسات الصحية 38
- 4. معوقات العلاقات العامة في المؤسسة الصحية..... 40

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

1. المجال الزمني والمكاني46
2. المجال البشري53
3. المنهج المستخدم54
4. أدوات جمع البيانات55
5. عرض البيانات وتحليلها56
6. مناقشة نتائج الدراسة والاقتراحات.....65

خاتمة

➤ المراجع والملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
55	يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس	1
55	يمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي	2
56	يبين توزيع المبحوثين حسب الوظيفة	3
56	يبين توزيع المبحوثين حسب الاقدمية في المؤسسة	4
57	يبين توزيع المبحوثين حسب فهمهم للعلاقات العامة	5
57	جدول يوضح إذا كانت وظيفة العلاقات العامة تمارس في جهاز قائم ام ضمن مكاتب أخرى	6
58	يبين توزيع المبحوثين حسب الوظائف التي يقوم بها المكتب الذي يمثل العلاقات العامة في المؤسسة	7
58	يبين توزيع المبحوثين في تقديمهم للشكاوى في حال مواجهة مشاكل في العمل	8
59	يبين توزيع المبحوثين حسب طريقة تقديمهم لشكاوهم	9
59	يبين توزيع المبحوثين عن طريقة تلقي الرد على شكاويهم	10
60	يبين توزيع المبحوثين حسب علاقاتهم مع المكلف بالاتصال داخل المستشفى	11
60	يبين توزيع المبحوثين حسب الاتصال بالمكلف بالعلاقات العامة في المؤسسة	12
61	يبين توزيع المبحوثين حسب رأيهم في الصفات التي يجب توفرها في مسؤول وفريق العلاقات العامة	13
61	يبين توزيع المبحوثين حسب الوسائل التي تعتمد عليها إدارة الاتصال والعلاقات العامة لأداء مهامها داخل المؤسسة	14
62	يبين توزيع المبحوثين حسب اعلامهم بالأحداث والمستجدات التي تطرأ على مؤسستهم في وقتها المناسب	15
62	يمثل توزيع المبحوثين عن طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة في المستشفى	16

مقدمة:

ان نشاط العلاقات العامة يعتبر من النشاطات الأساسية التي تساعد في إدارة المؤسسات الصحية، وتحسين سمعتها وصورتها أمام الجمهور. فعندما يتعلق الأمر بالقطاع الصحي، فإن الثقة والشفافية والاتصال مع المرضى والعامة عموماً، يمكن أن يعمل على نجاح المؤسسة الصحية، حيث تحرص هذه الأخيرة على بناء علاقات جيدة ومفيدة مع الجمهور، وذلك عن طريق إعلانات توعوية وحملات توعية تستهدف الجمهور، وتقديم معلومات دقيقة وشاملة عن خدمات المؤسسة الصحية.

يمكن للعلاقات العامة في المؤسسات الصحية أن تساعد في بناء الثقة بين المؤسسة والمرضى، وتحسين سمعتها وصورتها أمام الجمهور، وتعزيز الرضا عن الخدمات الصحية المقدمة، وذلك بتوفير معلومات دقيقة ومفيدة للمرضى وعائلاتهم حول الخدمات المتاحة، وطرق العناية بالصحة، كما يمكن لدور العلاقات العامة في المؤسسات الصحية أن يساعد في التعامل مع الأزمات والحوادث الصحية المختلفة، وتوفير التوجيه والدعم النفسي للمرضى وعائلاتهم في الأوقات العصيبة.

ومن هذا المنطلق برزت حاجات المؤسسات الصحية الى استخدام العلاقات العامة باعتبارها وظيفة حيوية لا يمكن الاستغناء عنها.

في هذا الإطار سعينا الى دراسة قطاع هام الا وهو القطاع الصحي في مستشفى مستغانم، وهذا قصد الوصول الى معرفة واقع العلاقات العامة فيه، ومعرفة ما إذا كانت مؤسساته تطبق هذا النشاط في أنشطتها وأعمالها، سعياً لذلك تطرقنا في دراستنا هذه الى جانبين نظري واخر تطبيقي، حيث قسمنا الجانب النظري الى ثلاث فصول وهي كالاتي:

✓ الفصل الأول: سنعالج في هذا الفصل الإطار المنهجي للدراسة من خلال طرح سبب اختيارنا

للموضوع وأهميته وأهدافه بالإضافة الإشكالية حول الموضوع وفرضياته الى الدراسات السابقة وتحديد المصطلحات والمفاهيم.

✓ الفصل الثاني: سيتناول بعض من مفاهيم العلاقات العامة حيث سنقوم بالتعريف بالعلاقات العامة

ونذكر خصائصها ووظائفها وأهميتها وفي الاخير التطرق الى جمهور العلاقات العامة

✓ الفصل الثالث: في هذا الفصل سنشير الى تواجد او حضور العلاقات العامة في المؤسسات الصحية

من خلال التعريف بها والتطرق الى أنواعها وكيفية تطبيق العلاقات العامة بداخلها، وكذا أهميتها في هذا القطاع وفي ختام هذا الفصل سنقوم بذكر اهم المعوقات التي تواجه العلاقات العامة داخل ميدان دراستنا.

✓ **الفصل الرابع:** والذي سنخصصه للجانب التطبيقي والذي يضم الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من حيث المجال الزمني والمكاني، والمنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات، ونوع العينة، ومجتمع البحث ونوع العينة.
كما تضمن هذا الفصل تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1. أسباب اختيار الموضوع:

توجد العديد من الأسباب التي تجعل دراسة دور العلاقات العامة في المؤسسات الصحية ضرورية ومن جملة الأسباب التي دفعتنا الى دراسة هذا الموضوع:

أسباب ذاتية: يوجد اهتمام شخصي في مجال العلاقات العامة ودراسة استعمالها في المؤسسة الصحية.

قلة الدراسات في المؤسسات الصحية، فأغلبها تكون في المؤسسات الادارية

أسباب موضوعية: تبرز أهمية هذه الدراسة في أهمية العلاقات العامة التي أصبحت نشاط حيوي داخل المؤسسة، فهي تهتم بالمحيط الداخلي والخارجي لها بهدف تعزيز وتطوير هذا النشاط.

معرفة اهم الوظائف والنشاطات التي يقوم بها جهاز العلاقات العامة في المستشفيات.

تشخيص وضعية العلاقات العامة في المؤسسة الاستشفائية.

إزالة الستار عن المعوقات التي تواجه المكلفين بالعلاقات العامة في المؤسسات الصحية.

2. أهمية اختيار الموضوع:

يكتسب هذا البحث أهمية جهاز العلاقات العامة، خاصة وأن إدارة العلاقات العامة تلعب دور الوسيط الاتصالي للمؤسسة وجمهورها، وتتحدد في عدة جوانب سواء للمؤسسة من خلال التعرف على النقائص والعراقيل التي تحد من فاعلية نشاط العلاقات العامة من جهة، وتحديد المزايا التي تحققها في حالة الاهتمام بها. بالإضافة لأهميتها بالنسبة للمجتمع على اعتبار الكشف عن أوجه ممارسات العلاقات العامة في المؤسسات الصحية العمومية في المجال الصحي.

كما ان الأهمية القصوى لهذا البحث في تعرضه لموضوع العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية الجزائرية.

3. اهداف الموضوع:

لكل دراسة او بحث علمي اهداف يسعى الباحث للوصول اليها وتحقيها ومن خلال هذه الدراسة ومن هذا المنطلق حصرنا اهداف الدراسة في هذه النقاط:

- التعرف على وظائف ونشاطات العلاقات العامة في المؤسسة الصحية.
- معرفة مختلف الوسائل الاتصالية التي تعتمدها إدارة العلاقات العامة في التواصل مع جمهورها.
- محاولة معرفة الصعوبات والمعوقات التي تواجه العلاقات العامة في المستشفى.

- محاولة لفت انتباه المسؤولين في مختلف المؤسسات الاستشفائية إلى الأهمية البالغة لدور العلاقات العامة.

4. الإشكالية:

لقد انتقلت العلاقات العامة من كونها وظيفة ثانوية، الى وظيفة مستقلة ذات أهمية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، ولم تقتصر العلاقات العامة على نوع محدد من الخدمات او المؤسسات، بل ان العلاقات العامة تمارس في جميع المجالات والخدمات.

ومن بين هذه المؤسسات، المؤسسة الصحية التي هي بأمس الحاجة اليها، فهي تتعامل مع المرضى ومع ذويهم والأطباء والممرضين فالمستشفى كغيره من المؤسسات، يقدم خدمات للمواطنين فهو يحتاج لإجراء اتصالات معهم لإعلامهم بأهدافه ومنجزاته.

الا ان الاستفادة من ذلك مازال دون المستوى المطلوب في المؤسسة الصحية الجزائرية، فلا نستطيع القول ان المؤسسات الجزائرية تطبق فعليا العلاقات العامة.

مما تقدم يتضح لنا المسار العام للدراسة والتي تتمحور حول ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الصحية، ولمعرفة ذلك نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى استخدام و حضور العلاقات العامة داخل المركز الاستشفائي الجامعي مستشفى المجاهد

الدكتور بن سماعيل بومدين 240 سرير بمستغانم؟

وللإجابة عن التساؤل الرئيسي نقوم بطرح مجموعة من الأسئلة الفرعية:

- ما هي أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الصحية؟
- ما هي المهام الرئيسية لمدير العلاقات العامة في المؤسسة الصحية؟
- كيف يمكن للمؤسسة الصحية استخدام العلاقات العامة لترويج لخدماتها؟
- هل هناك عراقيل ومشاكل تواجه إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية؟

الفرضيات:

- إدارة العلاقات العامة لا تحظى بمكانة فعلية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية.

5. الدراسات السابقة:

للدراسات السابقة أهمية كبيرة في البحث العلمي حيث انها تساعد الباحث في تسوية الموضوع والتحكم فيه وفق تجربة سابقة، فيجب على الباحث العودة الى البحوث السابقة ومراجعتها، وهذه البحوث تكون تمس الموضوع سواء بطريقة مباشرة او غير مباشرة أي دراسات ضمنية

➤ الدراسة الأولى:

وهي دراسة تقوم على التعرف على دور ممارسي العلاقات العامة في المستشفيات الصحية في إدارة أزمة الحرم المكي 1436-2015، دراسة ميدانية من اعداد سلطان العتيبي، المملكة العربية السعودية.

تهدف الدراسة الى التعرف على العوامل المؤثرة على إدارة هذه الازمة، والاستراتيجيات والوسائل المستخدمة في إدارة هذه الازمة وذلك من خلال اجراء دراسة وصفية باستخدام منهج مسح أساليب الممارسة الإعلامية لإدارة العلاقات العامة، في المستشفيات الحكومية السعودية بمدينة طائف ومكة المكرمة، التي استقبلت مصابي حادة سقوط الرقعة وتدافع الحجاج.

ولتحقيق اهداف هذه الدراسة تم استخدام الاستبيان بالمقابلة مع جميع العاملين في الإدارة.

اشارات النتائج ان عدد من يرون ان إدارة العلاقات العامة تساعد دائما في إدارة أزمات المؤسسة حين وقوعها نسبة 60% من مجتمع البحث .

كشفت هذه الدراسة ان أكثر ثلاث عقبات تواجه عينة الدراسة اثناء إدارة الازمات في المؤسسة التي يعملون بها هي انتشار الاشاعات عند التعامل مع الازمة، يليه مبالغة وسائل الاعلام في نقل الازمة للجمهور، ثم مركزية القرارات عند معالجة الازمات.

➤ الدراسة الثانية:

استراتيجية الاتصال داخل المؤسسة الاستشفائية بعين تادلس مستغانم، دراسة ميدانية بمستشفى عين تادلس مستغانم، -مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة لسنة 2019-2018 ، من اعداد الطلبة زروقي امال وطوله محمد.

تبلورت إشكالية هذه الدراسة حول مدى تطبيق استراتيجية الاتصال داخل المؤسسة العمومية.

ومن خلال هذه الإشكالية تم التطرق الى هذه التساؤلات:

ما هو الدور الذي تلعبه استراتيجية الاتصال داخل المؤسسة العمومية؟

ما واقع الاتصال داخل المؤسسة العمومية؟

ما المقصود بإستراتيجية الاتصال؟ وكيف تأثر على المؤسسة العمومية؟

كيف تأثر الأنواع الاتصال داخل المؤسسة العمومية؟

وتتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسة المسحية الوصفية وقد تم اختيار عينيه هذه الدراسة بطريقة عشوائية تمثلت في 20 موظف.

أداة جمع بيانات هذه الدراسة كانت الاستبيان التي تم توجيهه للموظفين.

توصلت الدراسة الى مجموعة من النتائج تمثلت في أن إستراتيجية الاتصال أحد العوامل المساعدة على تنفيذ الاستراتيجية العامة للمؤسسة، واقع الاتصال داخل المؤسسة إثر على نشاطها حُن أن الثالثة تتمثل فـ تؤثر الأنواع الاتصال على تحسُن العلاقات الداخلية والخارجية للمؤسسة.

➤ الدراسة الثالثة:

هي عبارة عن مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال بعنوان دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة، دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية الاستشفائية حمادو حسين الواقعة في بلدية عين تادلس مستغانم ، من اعداد الطالبتين "زيان شيماء وزيان نرجس"، سنة 2022.

هدفت هذه الدراسة الى التطرق الى الدور الذي تقوم به العلاقات العامة لتكوين صورة حسنة عن المؤسسة ومعرفة القائمين عن العلاقات العامة ومدى نجاحهم في إيصال وسائل المؤسسة للجمهور الخارجي والأساليب المستخدمة في ذلك.

التعرف على أنشطة وجهاز العلاقات العامة لدى المؤسسة الصحية.

استهلت الباحثة دراستها بتساؤل رئيسي حول دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة واندرج تحت هذا الاشكال تساؤل فرعي حول الوسائل التي تعتمدھا إدارة العلاقات العامة للتواصل مع جماهيرھا.

واعتمدت هذه الدراسة في منهجها على المنهج الوصفي.

اما بالنسبة لأدوات الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على المقابلة والاستمارة والملاحظة.

تمثلت نتائج هذه الدراسة.

أن مكتب العلام والاتصال هو الذي يقوم بدور العلاقات العامة.

أن مهام مكتب العلام والاتصال هو تنسيق بين الموظف ومدير لأخذ الانشغالات بعين الاعتبار.

أن المؤسسة العمومية الاستشفائية تستعين بعدة وسائل الكترونية لتحسين صورة المؤسسة وتعزيزها.

6. تحديد المصطلحات و المفاهيم :

• العلاقات العامة:

لغة: وعلية فقد عرفها قاموس ويبتر على انها تنشيط العمليات الاتصالية وخلق الثقة بين الشخص، او المؤسسة، او المشروع، او اشخاص اخرين، او جماهير معينة، او مجتمع كله من خلال نشر المعلومات التي تفسر وتشرح وتنمية علاقات متبادلة وردود الفعل وتقويمها

➤ درجة الفهم والثقة التي تحقق بين فرد او مؤسسة او مشروع والجمهور وتطبيق الأساليب والوسائل التي تحقق هذه الدرجة.

➤ العلاقات العامة هي الفن او العلم الذي يستهدف تنمية الفهم المتبادل والثقة المتبادلة.¹

اصطلاحا: هي قسم اداري او فرع، او خدمة تحاول المؤسسة العامة او الخاصة عن طريقها تحقيق وحدتها الداخلية، والتفاهم والتأييد والمشاركة مع من تتعامل او يمكن ان تتعامل معه.²

اجرائيا: هي وسيلة تقوم بها المؤسسة للتواصل مع جماهيرها المستهدفة، بهدف بناء الثقة والتفاعل وتحسين الصورة العامة للمؤسسة، وللعلاقات العامة العديد من الأدوات والتقنيات مثل الاعلام والتواصل الاجتماعي والاتصالات المباشرة.

¹ -عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، عبد الرحمان برفوق، مدخل الى العلاقات العامة، دار الخلدونية، القبة، الجزائر، 2010، ص44ص45

² -مي العبد الله، معجم المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة بيروت، لبنان، 2014، ص197

• المؤسسة:

هي اسم مكان للفعل "أسس" ومصدره "تأسيس" ومعناها جعل للشيء أساسا أي قاعدة معينة ويعني عملية جمع عوامل معينة أو معطيات وترتيبها من أجل تحقيق هدف معين، أي أن المؤسسة مكانا لاجتماع أشخاص تتكامل قدراتهم من أجل إنتاج خدمة أو سلعة وكل ما ينفع المجتمع من جهة أخرى والمؤسسة شخصية قانونية لها حقوقها وواجباتها وصلاحياتها ومسئوليتها ويجب أن تكون قادرة على إنتاج خدمة أو سلعة ما.

وأعطيت تعاريف عدة للمؤسسة وجاء كل تعريف مركزا على جانب من جوانبها المختلفة كالهيكلة التنظيمية عناصرها المكونة لها، طبيعة نشاطها وأهدافها.

حيث عرفها ماكس فيبر مركزا على الجانب التنظيمي على مجموعة من الأنماط التنظيمية التي تحدد العلاقات الرسمية داخلها وتجدد هذه العلاقات في الواجبات، الحقوق المسؤوليات، الوظائف، التسلسل الإداري وأشار إلى نقطة مهمة وهي ضرورة التنسيق بين المؤسسات وبين هذه الأنماط التنظيمية.¹

أما المفكر **Briefes** فقد ركز على الجانب السيسولوجي لها، حيث اعتبر المؤسسة تقوم على التعاون الذي يؤدي إلى تفعيل علاقات اجتماعية متنوعة داخليا من ناحية وبينها وبين محيطها الخارجي من ناحية أخرى ويمكن تعريف المؤسسة كما يلي:

هي نسق اجتماعي أنشأ بطريقة منظمة تسود فيه علاقات ذات طابع إنساني وأخرى متبادلة بين مختلف مكونات المؤسسة ذاتها من أجهزة وأفراد وهيكل تنظيمي لها، وكذلك مع محيطها الخارجي بغية إنتاج سلعة أو تقديم خدمة وفق أهداف مسطرة مسبقا.²

• المؤسسة الصحية:

المؤسسة الصحية هي عبارة عن هيكل تنظيمي يتميز بتقديم الخدمات الصحية للفرد والمجتمع، وتشمل هذه الخدمات الرعاية الطبية والتشخيصية والعلاجية والوقائية، وتقدم عادة من خلال مجموعة من المرافق والموارد الطبية مثل المستشفيات والعيادات الخارجية والمراكز الصحية الشاملة.

¹- عبد الله محمود عبد الرحمن، سيميولوجيا التنظيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1987، ص30

²- محمد مصطفى احمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، ص81

وتهدف المؤسسة الصحية الي تحسين والحفاظ على صحة المرضى وتلبية احتياجاتهم الصحية من خلال توفير خدمات طبية امنة وفعالة ومعتمدة على الأدلة العلمية والممارسات السريرية المتقدمة.¹

التعريف الاجرائي:

يقع المركز الاستشفائي الجامعي مستشفى المجاهد الدكتور بن سماعيل بومدين 240 سرير في طريق خروبة ب مستغانم بجانب كلية الطب جامعة عبد الحميد ابن باديس.

يتكون المركز الاستشفائي الجامعي من أربع طوابق كل طابق يحوي عدد من المصالح الطبية التي يبلغ عددها 31 مصلحة صحية.

يتشكل المركز الاستشفائي الجامعي من :

- إدارة عامة
- مديرية الموارد البشرية
- مديرية المالية والمراقبة
- مديرية الوسائل المادية
- مديرية النشاطات الطبية وشبه طبية

وتحت هذه المصالح والمديريات يوجد 1135 عامل موزعين حسب رتبهم ومجالاتهم.

¹ -harison ،M. Kim.Shi. L, introduction to health service management, spring 2008,

الفصل الثاني

مفاهيم حول العلاقات العامة

تمهيد

❖ تعريف العلاقات العامة

❖ خصائص العلاقات العامة

❖ وظائف العلاقات العامة

❖ أهمية العلاقات العامة

❖ جمهور العلاقات العامة

خلاصة

الفصل الثاني: مفاهيم حول العلاقات العامة

تمهيد:

تحظى دراسة العلاقات العامة بأهمية كبيرة كونها نشاط باستطاعته تحقيق نجاحات وإنجازات إيجابية للأفراد والجماعات، من خلال تقوية وتعزيز التفاهم والتعاون بينهم ومع من حولهم، وعلى الرغم من أهمية العلاقات العامة الكبيرة، إلا أنها تحتاج إلى توضيح وشرح أكثر، وفي هذا الفصل سنتناول بعض مفاهيم العلاقات العامة وسنسلط الضوء على خصائصها ووظائفها مع التطرق إلى ذكر أهميتها وجمهورها.

1. مفاهيم حول العلاقات العامة:

ان العلاقات العامة تعرف على انها نشاط مخطط يهدف إلى تحقيق الرضا والتفاهم المتبادل بين المنظمة وجمهور المؤسسة الداخلي والخارجي من خلال برامج وخدمات مبدتها المسؤولية الاجتماعية.¹

عرف ايفي لي العلاقات العامة على انها " تفسير الشركة للجمهور وتفسير الجمهور للشركة كما انه اعتبر العلاقات العامة تعتبر مزيج من المعلومات في السياسة والصحافة والإدارة والاقتصاد".²

اما **John Marston** يعتبر العلاقات العامة: " أداة مهمة تستخدمها الإدارة، وظيفتها تحليل سلوك الجمهور لمعرفة اتجاهاته واحتياجاته والعمل على وضع البرامج التي تلبي هذه الاحتياجات".³

اما الباحث **Blake** فبالنسبة له العلاقات العامة هي: " اتصال دو طرفين لحل المشاكل والنزاعات المتعلقة بتضارب المصالح والمنافع، وذلك بالتوعية عن الوجه الصالح لتبادل المنفعة، بالإضافة إلى أنها تعني بإقامة الفهم المتبادل على أساس الحقائق والمعرفة".⁴

اما الباحثة **Danielle Maisonneuve** في مجال العلاقات العامة فهي ترى انها: " وظيفة إدارية مستمرة ومنظمة تهدف من خلالها المؤسسات الخاصة والعامة الى البحث والحصول والحفاظ على التفاهم والتعاطف ومشاركة الافراد اللذين تتعامل معهم في هذا الإطار، يتعين على المؤسسة ان تسعى لتكييف سلوكها قدر الإمكان مع جماهيرها، وذلك من خلال ممارسة اعلام واسع لتحقيق اقصى قدر من الفعالية، مع مراعاة المصالح المشتركة دائماً".

وتعتبر العلاقات العامة مهمة في وضع سياسة استمرارية للاتصالات التي تهدف الى تطوير علاقات نزيهة وأخلاقية مع الجماهير الداخلية والخارجية، فهي تعكس وتؤثر في وجود المؤسسة وتطورها، لذا يجب ان تكون العلاقات العامة جزء متكامل من إدارة المؤسسة".⁵

¹-بشير العلق، تخطيط وتنظيم برامج وحملات العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص21

²-إبراهيم عوجة، مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة، 1999، ص21

³-Marston J, The nature of public relations, New York, MC Graw-Hill Book Company, 1963, P05.

⁴-Blake S, The rôle of public relations in management, pitman publishing, london,1976, P6.

⁵ --Danielle Maisonneuve. Les relations publiques dans une société en mouvance, PUQ, Montréal ,2003, P07.

❖ تعريفات بعض الباحثين العرب في مجال العلاقات العامة:

وفي تعريف " حسين عبد الحميد رشوان" للعلاقات العامة نجد أن هذه الأخيرة هي: " مجموعة إنشاء من النشاطات تقوم بها هيئة، أو حكومة، أو اتحاد، أو أي تنظيم في البناء الاجتماعي من أجل علاقات جيدة وطيبة وسليمة مع الجماهير المختلفة التي تتعامل معها، كجمهور المستهلكين والمستخدمين وحملة الأسهم، والجمهور بوجه عام، وذلك لتفسير نفسها للمجتمع حتى تكسب رضاه.¹

و" محمد منير حجاب" يرى العلاقات العامة على أنها: " الجهود الإدارية الخلاقة المخططة و المدروسة و المستمرة و الهادفة و الموجهة إلى بناء علاقات سليمة و فعالة ، قائمة على أسس التفاعل و الإقناع و الاتصال المتبادل بين مؤسسة ما و جمهورها لتحقيق أهداف و مصالح الفراد المعينين ، و لتحقيق الانسجام الاجتماعي عن طريق النشاط الداخلي القائم على النقد الذاتي لتصحيح الأوضاع ، و النشاط الخارجي الذي يستغل جميع وسائل النشر المتاحة لنشر الحقائق و المعلومات و الأفكار و شرحها و تفسيرها و تطبيق كافة الأساليب المؤدية إلى ذلك بواسطة افراد مؤهلين لممارسة أنشطتها المختلفة ".²

اما بالنسبة لحسن الحلبي " فإن وظيفة العلاقات العامة في المؤسسات تشمل عناصر متعددة وتغطي نشاطات متنوعة وهو يعرفها كالتالي: " العلاقات العامة هي علم يدرس سلوك الأفراد والجماعات دراسة موضوعية، بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من المحبة والتعاون والوعي".³

❖ بعض تعريفات اهم المنظمات والهيئات العالمية المختصة في العلاقات العامة:

تعريف مجلة العلاقات العامة الامريكية: حيث عرفت انما الوظيفة التي تقيم اتجاهات الجمهور، وتحدد سياسات وإجراءات الفرد أو المنظمة بما يتماشى مع مصلحة الجمهور وتخطط وتنفذ ب ا رمج عمل للحصول على فهم الجمهور وقبوله.⁴

يمكننا ملاحظة ان المجلة الامريكية للعلاقات العامة قد أعطت أهمية كبيرة للبعد الإداري في تعريفها للعلاقات العامة، وركزت على هذا الجانب بشكل أكبر من باقي جوانب هذه الوظيفة في حياة المؤسسات. لكن من خلال

¹ -فضيل دليو، اتصال المؤسسة، إشهار، علاقات عامة وعلاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص 24

² - محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الإداري، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995، ص 32.

³ -حسن الحلبي، العلاقات العامة والإدارة، طبعة 1، المكتبة الإدارية، 25، 1993، ص

⁴ -محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق: رؤية معاصرة، دار القلم للنشر والتوزيع، الإمارات العربية المتحدة، دبي،

متابعتنا للتعريف نجد انه قد أشار بشكل ضمني للبعد الاتصالي للعلاقات العامة من خلال التطرق الى ضرورة فهم الجماهير وتحقيق قبولها.

تعريف جمعية العلاقات العامة الفرنسية: تعرفها هذه الجمعية على انها صورة من السلوك أو أسلوب للإعلام والاتصال بهدف بناء وتدعيم العلاقات المليئة بالثقة، والتي تقوم على أساس المعرفة والفهم المتبادل بين المؤسسة وجماهيرها المتأثرة بوظائف وأنشطة تلك المؤسسة.¹

2 خصائص العلاقات العامة:

يمكن ذكر بعض من خصائص العلاقات العامة في بعض النقاط:

- ❖ تعد العلاقات العامة فلسفة للإدارة حيث تفترض هذه الفلسفة ان أي منظمة لا تتشأ فقط لتحقيق الأهداف المالية المنصوص عليها في قوانينها، بل ينبغي لها أيضا ان تلعب دورا اجتماعيا وبالتالي يجب عليها ان تعطي أولوية لمصلحة الجمهور فيما يتعلق بالمسائل التي تتعلق بسلوك المنظمة.
- ❖ تعتمد العلاقات العامة على حقيقة علمية مؤكدة، وهي ان الانسان بطبيعته اجتماعي ولا يمكن ان يعيش في عزلة عن المجتمع، وكذلك المؤسسات أيضا لا يمكن ان تعيش في عزلة عن المجتمع الذي تتشأ فيه، لذلك يعتبر الانسان هو المحور الساسي للاهتمام بمجال العلاقات العامة.
- ❖ تعتمد العلاقات العامة على تخطيط يستند الي الملاحظة العلمية وطرق البحث العلمي حيث تساعد في فهم احتياجات الجماهير ودراسة آرائها واتجاهاتها وتحديد المشكلات التي تواجهها وبهد ذلك يتم نقل هذه الدراسات بدقة وصدق الي المستويات الإدارية العليا لأتخاذ القرارات المناسبة هذا النهج العلمي يضمن ان تكون العلاقات العامة تعتمد على أسس قوية وتوجهات دقيقة لتحقيق التواصل الفعال والبناء بين المنظمات والجماهير التي تخدمها.
- ❖ تعتبر العلاقات العامة نشاطا علميا يقوم عل التخطيط، وهذا يعني انها ليست نشاطا عشوائيا. ان بداية النشاط العام في العلاقات العامة يكون عندما تواجه المؤسسة ازمة، ويستمر حتى انتهاء هذه الازمة، ويكون نطاق هذه الأنشطة طويل المدى وتأثيرها يمتد لفترة طويلة أيضا، لا يمكننا ان نتوقع نتائج سريعة من العلاقات العامة، بل النتائج تحدث تدريجيا على المدى الطويل، فهي تتعامل مع الانسان، موافقه، واتجاهاته ولا يكون من السهل تغيير هذه العناصر. وهذا هو السبب الأساسي لضرورة التخطيط الجيد في مجال العلاقات العامة.

¹ - محمد محمود الجوهري، العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام، مكتبة الأنجلو-مصرية، القاهرة، 1968، ص 09

❖ تركز العلاقات العامة على مبادئ أخلاقية لتدعيم وبناء الثقة بين المؤسسة وجمهورها فهي تبتعد عن كافة أساليب وأشكال الغش والخدع والتضليل ة الدعاية المزيفة وتقدم الحقائق والواقع للجمهور لكسب ثقتها وتأييدها.¹

3 وظائف العلاقات العامة:

نظرا للأهمية الكبيرة التي حظيت بها العلاقات العامة من طرف الباحثين فقد كثرت الآراء وتوافقت في بعض الجوانب واختلفت في جوانب أخرى ومن بين الجوانب التي تعددت فيها الآراء هي الوظائف التي تقوم بها العلاقات العامة فقد تم طرح العديد من التصنيفات والتقسيمات من قبل الباحثين والمختصين في هذا المجال وسنحاول هنا التطرق الي بعض الوظائف:

الوظائف التي طرحها على عجوة تمثلت في ثلاث وظائف هي:

أ. الوظائف الإعلامية: تتمثل في:

- العمل على توعية الجمهور بالخدمات التي تقدمها المؤسسة ومساعدته على كيفية الاستفادة منها.
- إحداث التفاعل الإيجابي مع جمهور المؤسسة من خلال تطوير تقنيات الأنشطة الإعلامية.
- رفع كفاءة استخدام وسائل الاتصال المتاحة.

ب. وظائف الاستعلام: تمثلت في:

- الاستمرار في عملية إجراء البحوث المسحية للجمهور أو الرأي العام.
- العمل على تحليل مواقف الجمهور والرأي العام، وذلك من أجل دعم ما هو إيجابي ومعالجة ما هو سلبي.
- العمل على تطوير تقنيات استيعاب متغيرات مواقف الجمهور .

ج. وظائف التنسيق: تمثلت في:

- العمل على ربط خطط العلاقات العامة مع خطط الإدارات الأخرى.
- منع التدخل والازدواجية، وكذا التعارض من خلال برمجة أنشطة العلاقات العامة مع الأنشطة الأخرى.
- التنسيق لفعاليات المتابعة والمراقبة لبرامج الإدارة.²

¹ -محمد مصطفى احمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2003، 120ص،ص121

² -محمود يوسف مصطفى عبده، مقدمة في العلاقات العامة، التعليم المفتوح كلية الاعلام، القاهرة، 2004، ص 72

اما الباحثين الأجانب الذين انحصرت دراستهم حول تنظيمات العلاقات العامة في الشركات والمؤسسات فقد قاموا بتقسيم وظائف العلاقات العامة كل حسب تقيّماته حيث سنذكر بعض من هذه التقسيمات:

ت. التقسيم الذي طرحه Cutlip و Center و Broom:

ذهب هذا الفريق من الباحثين الى تقسيم وظائف العلاقات العامة كآلاتي:

- تحليل وتفسير اتجاهات الراي العام ودراسة القضايا المؤثرة والمسائل التي يمكن ان تؤثر إيجابا او سلبا على خطط وتنظيم ونشاطات المؤسسة.
- تقديم النصح والمشورة لإدارة المؤسسة فيما يتعلق باتخاذ القرارات الحاسمة، وتنفيذ عمليات الاتصال والتعامل مع المسؤولية الاجتماعية للمؤسسة.
- اعداد البرامج الاتصالية وتقييمها عن طريق استمرارية عملية البحث والتطوير لإعداد البرامج الاتصالية المناسبة ومن ثم تنفيذها بشكل فعال وتقييم النتائج المتحصل عليها وتعديلها حسب الحاجة لتحقيق اهداف المؤسسة.
- المساهمة في اعداد الخطط وتدريب الافراد بالمشاركة في وضع اهداف المؤسسة وتحديد الميزانيات، بالإضافة الى المساهمة في تعزيز قدرات الفراد في مجال العلاقات العامة والاتصال.¹

ث. التقسيم الذي طرحه Philip Lesley:

تمثل تقسيمه في أربع وظائف هي:

- تقديم النصيحة والمشورة والتوجيه للإدارة العليا في اتخاذ القرارات وتنفيذ إستراتيجيات الاتصال الفعالة لتحقيق اهداف المؤسسة.
- استخدام وسائل الاتصال المؤثرة للإعلام عن المؤسسة من خلال انشاء وتنفيذ حملات إعلامية متعددة الوسائط للتواصل مع الجمهور لنشر رسالة المؤسسة بشكل واضح وفعال.
- اجراء الأبحاث والدراسات والتحليلات المستمرة لفهم احتياجات ورغبات الجمهور واتجاهات السوق مما يساعد في اتخاذ القرارات الإستراتيجية الصحيحة لتحسين الأداء الوظيفي.

¹ -محمود مصطفى عبده، المرجع السابق، ص 71

- بناء الثقة بين المؤسسة ومختلف جماهيرها حيث يعمل فريق العلاقات العامة على تعزيز هذه الثقة عن طريق المصداقية بين العملاء والمستثمرين والجمهور العام والجهات الحكومية والشركاء، من خلال التواصل، وإقامة علاقات طويلة الأمد.¹

من جهة نظر أخرى يمكن تصنيف وظائف العلاقات العامة الى ثلاث نقاط رئيسية:

ج. وظائف بالنسبة للجماهير:

- توعية الجماهير المستهدفة بالمؤسسة وتعريفهم بمنتجاتها او خدماتها بلغة سهلة وواضحة لكسب دعمهم.
- اطلاع الجماهير على سياسة المؤسسة وشرحها بالإضافة الى توضيح أي تعديلات تطرأ عليها.
- التحقق من صحة ومصداقية جميع الاخبار التي تنتشر، لضمان نقل المعلومات الصحيحة والموثوقة.
- العمل على تهيئة جو صالح في المؤسسة بين جماهيرها الداخلية، وذلك لتقريب وجهات النظر بين الإدارة والموظفين وتعزيز التواصل والعلاقات الإيجابية بينهم.

ح. وظائف بالنسبة للمؤسسة كوحدة:

- توفير المعلومات والبيانات اللازمة للمؤسسة بشأن اتجاهات الراي العام والتطورات والتغيرات المهمة التي تؤثر عليها.
- حماية سمعة المؤسسة او الهيئة والدفاع عنها في حال تعرضت لاي هجوم ناتج عن نشر اخبار زائفة او محاولات لأضرار سمعتها.
- التأكد من ان سياسة واهداف المؤسسة وأنشطتها تلقى الاهتمام الكافي والتفاعل من قبل جماهيرها والعمل على تعزيز التواصل والتفاعل بينهم.²

خ. وظائف بالنسبة لإدارة المؤسسة:

- اجراء بحوث وتحليلات حول مواضيع مختلفة تهم الإدارة العليا، وتقديم نتائج هذه البحوث.
- قياس الراي العام ومتابعة ما يتم نشره في وسائل الاعلام او الأحاديث العامة حول نشاط المؤسسة.
- تهدف العلاقات العامة الى تنسيق العمل بين الإدارات، لتحقيق الانسجام والتناغم بينهما، وتعزيز التواصل والتفاعل مع الجماهير الداخلية والخارجية للمؤسسة.

¹ - محمود مصطفى عبده، المرجع السابق، ص71

² - هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية، أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، الاسكندرية2001، ص52،51

يمكن تلخيص وتقسيم الوظائف العامة المتعلقة عليها من قبل جل الباحثين في مجال العلاقات العامة الى ست وظائف أساسية هي البحث، التخطيط، الاتصال، التنسيق، التقييم، الانتاج:

البحث: يشمل قياس اتجاهات الراي العام وجماهير المؤسسة الداخلية والخارجية، وتقييم فعالية حملات الاعلام والدعاية المختلفة، بالإضافة الى وضع اهداف قصيرة وطويلة المدى.

التخطيط: يتضمن وضع سياسة العلاقات العامة واستراتيجياتها على المدى البعيد، وتوزيع المهام والمسؤوليات بناء على ذلك.

الاتصال: يتضمن التواصل مع الجماهير المستهدفة، واختيار وسائل الاعلام المناسبة لكل جمهور والتواصل مع الهيئات والافراد، وقادة الرأي في المحيط الخارجي لتنفيذ الخطط.

التنسيق: يشمل تنسيق الاتصال بين الإرادة العليا والإدارات الأخرى، وتقديم الدعم والخدمات لاختيار الموظفين المناسبين، بالإضافة الى بناء علاقات طيبة مع وكلاء المؤسسة والموزعين.

التقييم: يشمل تقييم وتنفيذ البرامج الخاصة بالعلاقات العامة، وقياس النتائج المحققة، وتحديد النقائص، والانحرافات، واتخاذ الإجراءات اللازمة لتصحيح الأخطاء وتحسين البرامج لتحقيق الأهداف المرجوة.

الإنتاج: ويقصد به الإنتاج الثقافي والفني والتوعوية، وتصميم الشعارات والمعارض والهدايا والمواد الدعائية التي تحمل شعار المؤسسة.¹

تعمل وظيفة الإنتاج على تصميم وانتاج الواد الإبداعية التي تساهم في ابراز الهوية والرسالة الاعلانية للمؤسسة، وتشمل هذه المواد تصاميم الجرافيكية والمواد الترويجية والمعارض التفاعلية، فمن خلال الإنتاج الجيد، يمكن للعلاقات العامة جذب وتحفيز الجماهير وتعزيز الوعي بالمؤسسة ومنتجاتها بشكل فعال.

إن نجاح أي برنامج للعلاقات العامة يستوجب الاستناد والارتكاز على كل الخطوات السابقة الذكر لأهميتها البالغة وكل خطوة لا تقل أهمية عن الأخرى لأنها مترابطة، ومتداخلة ومتفاعلة فيما بينها مما يجعل العلاقات عملية ديناميكية مستمرة ويطلق تحقيق الهدف منها وهو تحقيق التوافق والانسجام بين المؤسسة وجماهيرها فإذا العامة عملية ديناميكية مستمرة ويطلق تحقيق الهدف منها وهو تحقيق التوافق والانسجام بين المؤسسة وجماهيرها فإذا

¹ - عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وابداع، دار الهلال للطباعة والنشر، بيروت، 2001، ص36

ما تم إهمال احد هذه الأنشطة والتركيز على واحد منها فقط فان عملية العلاقات العامة تتحول من وظيفة متكاملة إلى مجرد عملية دعائية مزيفة تفتقر إلى مقومات النجاح.¹

4 أهمية العلاقات العامة :

أصبحت العلاقات العامة جزءا أساسيا من نشاط المؤسسات والمجتمعات بشكل عام، حيث تعززت أهميتها وتطورت نتيجة للتغيرات والتطورات الكبيرة والواضحة التي شهدتها، فالعلاقات العامة تعد دعامة أساسية في إدارة أي منظمة بغض النظر عن نشاطها، نظرا للمسؤوليات الكبيرة التي تقوم بها، هي جزء أساسي من نشاط المنظمات التي تهدف الى الفوز بثقة جمهورها والرأي العام فيها.²

ويمكن تلخيص أهمية العلاقات العامة فيما يمكن ان تحققه للإنسان وللمجتمع والمنظمات والهيئات بصفة عامة في هذه النقاط:

- العلاقات العامة هي التي تهيئ الرأي العام لقبول الأفكار وتوفي جمهور يؤيدها ويساندها، وتعزيز الروابط بين المؤسسات والجمهير.
- توضح العلاقات العامة للهيئات والمؤسسات الاتجاهات الحقيقية للجمهير ورغباتها مما يساعد هذه المؤسسات الى اجراء التعديلات المناسبة في خطط عملها، بحيث تتماشى مع رغبات الجماهير وتحقق النفع لهم وللهيئات على حد سواء.
- تحقق العلاقات العامة التكيف الإنساني اللازم بين الأجهزة والهيئات وبين الجماهير.³
- البحث وجمع المعلومات وإجراء بحوث الرأي والاستطلاع للجمهور والشركات المنافسة.
- إحاطة الإدارة العليا بردود الفعل التي تحدثها سياسة المؤسسة على نفوس الجماهير لتسهيل الحصول على البيانات والحقائق من الجمهور الداخلي والخارجي مباشرة.
- توفير الوقت والخبرة لشا يسمح بتوجيه الجمهور عن طريق تصريح سياسة المؤسسة.

¹ - عبد الرحمان توفيق، العلاقات العامة الأسس والمبادئ، بدون سنة، ص 9، 11

² - هناء حافظ بدوي، مرجع سابق، ص 306

³ - المرجع نفسه، ص 36

- العلاقات العامة تعمل على توفير علاقات عمل طيبة في المؤسسة مما تؤدي إلى الانسجام واستقرار أفراد المنظمة أو المؤسسة كما ما تساهم العلاقات العامة في حسن تقدير وتفهم المشكلات الادارية سواء من قبل العاملين أو الجمهور.¹

5 جمهور العلاقات العامة:

هو مصطلح يصف به خبراء العلاقات العامة مجموعة من الناس الذين يتميزون عن غيرهم من الناس بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو تنظيم، تؤثر عليه وتتأثر به حيث يتواجد تفاعل متبادل بين الطرفين كما تتواجد مصلحة مشتركة بينهم.²

يصنف جمهور العلاقات العامة وفقا لانتمائه للمؤسسة على نوعين:

الجمهور الداخلي:

ويتكون من كافة العاملين في المؤسسة على اختلاف مستوياتهم الإدارية والتقنية، وتسعى العلاقات العامة إلى تحقيق الاستقرار له وأن تجعله يشعر بالانتماء إلى مؤسسته.³

اما الباحث ويلسون وفقا له يؤكد ان الجاح في بناء علاقات قوية مع الجمهور الداخلي يتطلب مراعاة مجموعة من الاحتياجات الاجتماعية، تتضمن هذه الحاجات الانتماء الى المجموعة والشعور بالأمان والمشاركة الفعالة بالإضافة الى الابتكار والابداع، في حين تتجلى الأهمية الكبرى لبناء علاقات مع الجمهور الداخلي في تلبية هذه الحاجات وتحقيق الرضا، عن طريق تعزيز الانتماء وخلق بيئة آمنة وتشجيع التعاون والمشاركة، و من خلال هذا التشجيع في الابتكار وتوفير فرص التطوير والتجديد، وبالتالي فان بناء وتعزيز العلاقات مع الجمهور الداخلي يعتبر امرا حيويا لتحقيق التوازن والتفاعل الإيجابي داخل المنظمة لتحقيق النجاح المستدام.

كما بينت الدراسات ان ضرورة تحسين العلاقات مع الجمهور الداخلي، لها أهمية كبيرة فموظفي المؤسسات يمضون ساعات داخل المؤسسة، فبطبيعة الحال يجب على المؤسسة ان تتعامل مع الموظفين كفريق كامل، وان

1 - علي بن فائز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006، ص 25

2 - محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 8

3 - لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة، مذكرة ماجستير دراسة ميدانية، بمؤسسة الأملاح بقسنطينة، 2006،

تختار المؤسسة استراتيجيات فعالة للتعامل معهم، كإستراتيجية الحوار المتبادل، فتهدف العلاقات العامة على المستوى الداخلي إلى تحقيق التوازن ما بين حاجيات المؤسسة والعاملين بها التعرف على ميول العاملين.¹ والجمهور الداخلي هو العمود الفقري لأية مؤسسة، لذا فان تنمية العلاقات بينهم وبين رؤسائهم وبين بعضهم البعض واهم المقومات لنجاح المؤسسة.²

كما تتمثل الأهداف المتعلقة بالجمهور الداخلي للعلاقات العامة كالآتي:

- يعمل على تدفق المعلومات الي جميع العاملين في المنظمة مشيرا الى خطط وقرارات الإدارة العليا ويعزز دور العاملين في تنقيدها.
- يساهم في نشر الوعي بين العاملين وتعريفهم بدورهم في كسب ثقة الجمهور الخارجي.
- يقدم النصح والمشورة للإدارة العليا بشأن التحديات التي تواجه عملية العمل على تحسين جودة المنتج ويوفر توجيهها بشأن الخطط الحالية والمستقبلية.
- ينسق بين جميع اقسام المنظمة ويسهل تدفق المعلومات بينها بهدف تحسين جودة المنتج.
- يتعاون مع وحدة إدارة العلاقات الإنسانية في المنظمة لحل مشكلات العاملين في تحسين ظروف العمل النفسية والاجتماعية والثقافية لتعزيز الكفاءة الإنتاجية.³

الجمهور الخارجي:

وهو عبارة عن مجموعة من الأفراد الذين يرتبطون بصفة مباشرة ومستمرة بمؤسسة معينة باختلاف الأنشطة التي تزاولها المؤسسة، كما تهدف العلاقات العامة إلى الاتصال والتواصل بال جماهير الخارجية بمختلف أنواعها وذلك بغية تحقيق نوع من الصلة الوثيقة والتي تسمح بزيادة التفاعل والتفاهم من اجل بلوغ أهداف المؤسسة بكل سهولة.⁴

¹ -محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للطباعة والتوزيع، 2004، ص 205

² -كموش مراد: العلاقات العامة وإدارة الأزمة، دراسة تجرية شركة الخطوط الجوية الجزائرية، كنموذج، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006، ص 57-58

³ -حمدي شعبان: وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات)، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2008، ص 34

⁴ -بوضياف عاطف، فاعلية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتروكيميا - سكيكدة - مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2010، 2009، ص 59

الجمهور الخارجي لا يشمل فقط الأفراد الذين تتعامل معهم المؤسسة أو المنظمة وإنما يتضمن كل المجموعات والهيئات التي تتأثر بسياسات المنظمة ولديها مصالح فيها، والذي يتفوق عليهم نجاح المؤسسة، ويمكن تسميتهم بالجماهير الأساسية للمنظمة وتمثل هذه الجماهير في:¹

- ✓ الاتحادات العمالية
- ✓ المستثمرون والمستهلكون
- ✓ العملاء
- ✓ الموردون والمساهمون
- ✓ المجتمع المحلي
- ✓ المؤسسات التشريعية والتنفيذية
- ✓ وسائل الاعلام

1-خيرت معوض عياد، مبادئ العلاقات العامة التاريخ المفاهيم الأسس المبادئ، جامعة الشارقة، الافاق المشرقة، 2018، ص233

خلاصة:

في ضوء ما سبق، يمكننا ان نقول انه من خلال خصائص ووظائف العلاقات العامة أصبحت وسيلة ذات أهمية كبيرة بالنسبة للأفراد في تسهيل الاطلاع المعلومات التي تخرج عن نطاق تخصصه، والتسيير الحسن للعمل، لما تحمله من فائدة تعود على المؤسسة، وعمالها، وجماهيرها الداخليين، والخارجيين.

الفصل الثالث

حضور العلاقات العامة داخل المؤسسات الصحية

❖ تمهيد

❖ تعريف المؤسسة الصحية

❖ أنواع المؤسسة الصحية

❖ العلاقات العامة في المؤسسات الصحية

❖ معوقات العلاقات العامة في المؤسسة الصحية

❖ خلاصة

الفصل الثالث: حضور العلاقات العامة داخل المؤسسات الصحية

تمهيد:

تعد العلاقات العامة من أحد السمات الأساسية التي تقوم بتعزيز المؤسسات في شتى المجالات، ومن بين هذه المجالات، المؤسسة الصحية التي لا غنى عنها في حياة الفرد والمجتمع، في حين تعتبر العلاقات العامة جزء لا يتجزأ من أداة المؤسسة لتسييرها الحسن مع جماهيرها الداخلية والخارجية.

في هذا الفصل سنتطرق الى تعريف المؤسسة الصحية بالنسبة لعدة جهات وأنواعها، وكذلك حضور العلاقات العامة في المستشفى وأهمية العلاقات العامة في تحسين صورة هذه المؤسسة وفي ختام الفصل سنذكر بعض المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في المؤسسة.

1. تعريف المؤسسة الصحية:

لقد خصصت العديد من الدراسات والبحوث العلمية المختصة في المجال الصحي بتحديد مفهوم المؤسسة الصحية مقارنة مع الأطراف التي تتعامل معها المؤسسة حيث تعرف:

بالنسبة للمرضى: على انها الجهة المسؤولة عن تقديم العلاج الاستشفاء والرعاية الطبية لهم.

بالنسبة للحكومة: احدى مؤسساتها الخدمية المسؤولة عن تقديم كل ما يحتاجه للنهوض بالواقع الصحي في البلد نحو الاحسن.

بالنسبة للإطار الطبي: المكان الذي يمارسون فيه أعمالهم ومهامهم الإنسانية.

إدارة المؤسسة: مؤسسة مفتوحة على البيئة المحيطة بها ومتفاعلة مع متغيراتها المختلفة في ضوء ما حدد لها من أهداف وواجبات مسؤولة عن تنفيذها بشكل كفؤ وفعال.

شركات الادوية وباقي المؤسسات المعنية: سوق واسع يستوجب إمداده بما يحتاجه من أدوية ومستلزمات.

كما عرفت المؤسسة الصحية بانها كل مؤسسة تقدم الرعاية الصحية بشكل مباشر مثل المستشفيات، المراكز الصحية، العيادات والمراكز التخصصية أو بشكل غير مباشر مثل المختبرات والإدارات الصحية ذات الخدمات المساندة والصيانة الطبية.

بالنسبة لمنظمة الصحة العالمية (OMS): فقد عرفت من المنظر الوظيفي بانها ذلك الجزء المتكامل من التنظيم الاجتماعي والصحي الذي يعمل على توفير الرعاية الصحية الكاملة بشقيها العلاجي والوقائي والمواطنين ويصل بخدماته الخارجية إلى الأسرة في بيئتها المنزلية، وهو أيضا مركز لتدريب العاملين في الخدمة الصحية.

واستخدمت بعض الدراسات والبحوث مدخل النظم في تعريف المؤسسة الصحية فعرفتها بانها نظام " كلي مركب من مجموعة من النظم الفرعية والتي تتمركز كل منها بطبيعة مميزة وخصائص خاصة والتي تتفاعل معها بغية تحقيق مجموعة من الأهداف الصحية المرجو" فهي بذلك عبارة عن " تركيب اجتماعي إنساني يستهدف تحقيق وتلبية أهداف محددة، يشمل مداخلات ومخرجات ويتكون من ثلاثة عناصر أساسية ،أفراد وجماعات تحتاج لخدمات صحية، أفراد أو مهنيين متخصصون بميادين صحية متنوعة ومنظمات اجتماعية إنسانية تنظم أسلوب

التقديم الخدمة الصحية وأسلوب التمويل و الشراء للخدمات وتقنين وتشريع الخدمات والتخطيط والتنسيق ورسم الأهداف والسعي المتواصل لتحسين الخدمات ومراقبة ذلك".¹

ومن خلال تحليل هذه المؤسسة بهذا النطاق ترقى الى بعض الخصوصيات نذكر منها:

- يجب على المؤسسات الصحية ان تضمن العدل الاجتماعي وتعاملها مع المؤسسات الاجتماعية بطريقة منصفة، ومن جهة أخرى يتوجب عليها ضمان البعد الأخلاقي للإنتاج العلاجي لكون الصحة حق أساسي يقتضي توفير الخدمات الصحية الضرورية وإتاحتها للجميع.
- تتعامل المؤسسة الصحية مع انثنين من الفئات العاملة، وهم المهنيون في مجال الرعاية الصحية والمسيرين، ومنة مسؤوليات المؤسسة الصحية إدارة الموارد، والتحدي الحقيقي يكمن في القدرة على ضمان فاعلية إدارة الموارد والحفاظ على الاستقلالية الضرورية للعاملين الصحيين لأداء مهامهم، في حين يجب على المؤسسة الصحية تعزيز التواصل والتعاون بين الإدارة والفرق الطبية والتمريضية وغيرها من العاملين الصحيين.²

2. أنواع المؤسسات الصحية:

يمكن تمييز نزوعين من المؤسسات الصحية:

المؤسسات المنتجة للخدمة الصحية: كالمستشفيات، العيادات ومراكز العلاج.

المؤسسات غير المنتجة للخدمة الصحية: تتمثل في وزارة الصحة وكل الهيئات الإدارية المختصة في متابعة البرامج الصحية وتسيير العلاقات مع المؤسسات المنتجة للخدمة الصحية.³

ومن خلال هذا التمييز يمكن تصنيف المؤسسات الصحية وفق معايير عدة نذكر منها:

أ. على أساس الملكية:

مستشفيات حكومية خاصة: وهي المستشفيات التي تعود ملكيتها إلى مجموعة من الأفراد الذين يقومون بتسيير شؤون، تهدف هذه المستشفيات عادة الي تحقيق الربح بالإضافة الي تحقيق الهدف الرئيسي الذي تأسست من

¹-نجاة صغيرو، تقييم جودة الخدمات الصحية، دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم التسيير، تخصص اقتصاد تطبيقي

وتسيير المنظمات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011-2012ص3-4

² - المرجع نفسه، ص4

³ - نفسه، ص7

اجله فعندما تحقق هذي المستشفيات اربحا من خلال تقديم خدماتها للمرضي فإنها توزع هذه الأرباح على المؤسسين والمالكين والمشاركين في المستشفى.

مستشفيات عامة: هي مستشفيات حكومية تقوم الدولة بتأسيسها بهدف تقديم خدمات طبية للمواطن دون مقابل أو مقابل مبالغ رمزية زهيدة.¹

مستشفيات خيرية: يمتلك هذا النوع من المستشفيات منظمات خيرية تطوعية ذات خلفيات عرقية او دينية او جهوية، ومن جهة أخرى تعمل هذه المستشفيات كوسيط بين القطاع الخاص والحكومي حيث تهدف الى تغطية تكاليفها من جهة وتحقيق تقدم ومساعدة المحتاجين للخدمات الصحية من جهة احري توجد هذه النماذج في العديد من البلدان.²

المستوصفات والوحدات العلاجية: هي مؤسسات صغيرة الحجم، تقتصر الخدمة فيها على إجراء الكشف الطبي ووصف العلاج للمرضى بالمجان أو مقابل رسوم محدودة نسبياً.

المستشفيات الجامعية: هي نوع من المستشفيات التي تلحق بكليات الطب تقدم نفس خدمات المؤسسات العامة. مؤسسات بأسماء أصحابها: تحمل هذه المؤسسات أسماء أصحابها من أطباء وأساتذة يتولى هؤلاء ادارتها وتقديم الخدمات في مجال تخصصهم وذلك مقابل الحصول على أتعاب يتم الاتفاق عليها مع المرضى.

ب. تصنيف على أساس الموقع والحجم:

- **مؤسسات مركزية:** التي تخدم تجمعات سكنية متوسطة تقع ضواحي المدن، وتتراوح سعتها السريرية ما بين 100 و500 سرير.
- **مؤسسات المناطق الإقليمية:** والتي تقوم بتقديم خدمات تخصصية لا تستطيع توفيرها أغلب المستشفيات الأخرى في منطقة ما، هذا وتتوقف سعتها السريرية على الاحتياجات الصحية للأفراد.
- **مؤسسات محلية صغيرة:** التي تقدم خدمات سكنية صغيرة ولا تزيد سعتها السريرية عن 100 سرير.

ج. تصنيف حسب معيار التخصص:

مؤسسات عامة: تجمع عدة تخصصات واقسام وتخدم مناطق واسعة من السكان

¹ - سليم بطرس حلدة، إدارة المستشفيات والمراكز الصحية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007، ص37

² - فريد توفيق نصيرات، إدارة منظمات الرعاية الصحية، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص71

مؤسسات خاصة: مختصة في علاج نوع واحد من الامراض.¹

3. العلاقات العامة في المؤسسات الصحية:

تتركز العلاقات العامة في المؤسسات الصحية حول المستشفيات التي تشكل نواة النظام الصحي فقد تحولت هذه المؤسسات الى صروح طبية تقتخر بتقديم خدمات صحية عالية الجودة، في حين تشهد الأيام الحالية تزايداً في الكم الإعلامي الصحي الذي تقوم به الدولة وتعتز المستشفيات بمشاركتها في حملات تثقيف المواطنين حول مفاهيم وأنماط سلوكية معينة، باعتبارها جهات مهمة تسعى لتحقيق اهداف صحية مرتبطة بأهداف الجهة المصدرة. يمكن اعتبار هذه الاشكال اقرب الى مفاهيم العلاقات العامة و أساليب عملها من أي مفهوم اخر و بناء على ذلك كان من المفترض ان تلعب وظيفة العلاقات العامة دوراً فعالاً و محورياً في تطوير و تعزيز القطاع الصحي في المستشفيات و ذلك يأتي نظراً لأهمية الخدمة الصحية كواحدة من الخدمات الحديثة البارزة و نظراً للتنافس الشديد في هذا المجال بين المؤسسات في معظم الدول المتقدمة سواء كانت منظمات حكومية او قطاع خاص الذي اصبح له دور مهم في تقديم هذه الخدمة الحديثة و لذا ان مراجعة المؤسسات الصحية تأتي كاستجابة لنمو الوعي الصحي لدى فئات المجتمع و تطلعها للرعاية و العلاج و من ابرز المسؤوليات التي تقوم بها العلاقات العامة هي تسويق الرعاية و العلاج في هذا السياق هي :

- يتم تنظيم البرامج الإعلامية بهدف تقديم خدمات وتسهيلات من قبل المنظمات الصحية التابعة لها بهدف توجيه المواطنين وتعريفهم بمدى حاجتهم لمثل هذه الخدمات.
- تقدم العلاقات العامة البرامج الإعلامية في حالات الازمات وانتشار الامراض يهدف ذلك الى توجيه المواطنين وتعليمهم كيفية التصرف والوقاية التي يجب عليهم اتباعها يلعب هذا الدور اثراً هاماً في مكافحة انتشار مثل هذه الأوبئة وخاصة عند استخدام وسائل الاعلام الشائعة مثل الراديو والتلفزيون بالإضافة الى ذلك تقوم المراكز الصحية في المناطق المعنية بتزويدها بالمواد الإعلامية اللازمة وتكمن مسؤولية إدارات العلاقات العامة في توفير تلك المواد لهذه المراكز والمستوصفات.
- إدارة العلاقات العامة تتلقى الشكاوى من الجماهير وتعمل على جمعها وتحليلها، لفهم المشكلات التي يواجهها الافراد فيما يتعلق بالخدمة الصحية.
- تعمل العلاقات العامة على تعزيز الوعي الوطني بالصحة ونشر روح العمل، في صفوف العاملين في المؤسسات الصحية بدءاً من الأطباء والممرضين والإداريين الى جميع الموظفين.

¹ -نجاه صغيرو، المرجع السابق، ص7ص9

- تعمل إدارة العلاقات العامة على نشر اللافتات والارشادات للمواطنين بهدف تنظيم طريقة مراجعتهم للمنظمات الصحية وذلك لضمان سلامتهم وسلامة المرضى في تلك المنظمات وهذه المهمة تعتبر أساسية ولا يجب الاستغناء عن قيمتها فقد يتضرر سمعة وثقة الجمهور في سلامة وجودة الخدمات المقدمة من طرف المنظمات قد يؤدي ذلك الي افشال المنظمات في حال كانت تعمل في القطاع الخاص او الى العمل على تغييرات جذرية في إدارات العلاقات العامة سواء عن المنظمات الصحية او القطاع العام.
- تهدف العلاقات العامة الى تطوير العلاقات الداخلية بين جميع أفراد المنظمات الصحية مما يساهم بشكل إيجابي في تحسين جودة الخدمة الصحية وعرضها بشكل أفضل يتم ذلك من خلال تطوير التواصل والتعاون بين الأطباء والمرضى والاداريين وجميع عملاء القطاع الصحي تحقيق تماسك الفريق وتعزيز الروح الجماعية يساهم في تحسين تجربة المرضى وتوفير خدمة صحية متميزة من طرف تلك المنظمات.¹

ومن بين الأدوار التي تعتمدها العلاقات العامة في المستشفى هنالك ما يلي:

- **العمل بنظام وإرشادات المستشفى:** يتم التركيز على توجيه الجمهور بما في ذلك المرضى والزوار لاتباع النظام والارشادات المتبعة في المستشفى يتم توجيههم عبر مجموعة متنوعة من الوسائل الإعلانات بهدف تنظيم سلوك رواد المستشفى يتم توفير إرشادات موجهة للمرضى والزوار في المستشفى بهدف تحقيق تجربة امنة.
- **احترام أوقات الزيارة:** احدى الأمور الهامة في برنامج العلاقات العامة في المستشفى هي احترام أوقات زيارة المرضى. فالمرضى يحتاج الى الراحة والاسترخاء، حيث لا يستطيع استقبال الالهل والأقارب في أي وقت. بالإضافة الى ذلك يتبع المستشفى برنامج منظم، وتحتاج الإدارة الى وقت محدد للتنظيف واعمال الصيانة. بالإضافة الى نشاطات أخرى داخلية تتعلق بتربصات طلاب كليات الطب وتدريب الممرضين ونشاطات أخرى لا تسمح بتواجد الزائرين.
- **التبرع بالدم:** تحتاج المستشفيات الى كميات كبيرة من الدم لحاجة بعض المرضى اليه في العمليات الجراحية من المهم ان يعتمد برنامج العلاقات العامة على وسائل الاعلام والتوعية بالإضافة الى القيام بزيارات ميدانية للمدارس والجامعات والمؤسسات العامة، والشركات الكبرى لشرح التبرع بالدم وكيفية التعاون مع المستشفيات الأخرى لتلبية حاجاتها من وحدات الدم في حالات الطوارئ وطلب المساعدة.

¹ - عبد المعطي عساف، محمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار حامد للنشر والتوزيع، ص 101، ص109

- **تحديد المواعيد:** يجب على الطبيب ان لا يستقبل المرضى بطريقة عشوائية وغير منظمة يتطلب الامر تنظيم زيارات المرضى بحيث يتمكن الطبيب من أخذ معلومات كل مريض وتشخيص مرضه وتقديم العلاج المناسب كما يساعد التنظيم في تحديد اوقات المناسبة لأجراء العمليات الجراحية عندما تكون غرف العمليات فارغة بدون تحديد المواعيد يصعب على الطبيب استقبال المرضى وتقديم المساعدة اللازمة لهم لذلك يجب على الزوار احترام النظام المحدد لتجنب حدوث فوضى.¹

من خلال هذه الأدوار ندرك أهمية بناء اتصال متناسق بين المؤسسة الصحية وجمهورها الداخلي والخارجي، بحيث يعتبر الاستماع لمشاركة جمهور المؤسسة سواء الداخلي او الخارجي أحد اهم أدوار العلاقات العامة، ويشمل أيضا تعزيز الصورة الذهنية، مثل المبادرات التعليمية التي تهتم بشكل خاص على التوعية والوقاية.²

4. معوقات العلاقات العامة في المؤسسة الصحية:

بالرغم من التطورات التي صحبت العلاقات العامة في المؤسسات الصحية، وحقق من خلالها نتائج حسنة وجيدة، الا انها كمصطلح جديد فان العمل بها بداخل المستشفى، فإنها لا تزال من صعوبات وعراقيل وهذا ما سنتحدث عنه في هذا الجزء الأخير من هذا الفصل:

- **المعوقات المالية والتنظيمية:** ان نقص الميزانية المخصصة لأنشطة العلاقات العامة يعكس نقص الاهتمام من الإدارة العليا بالقطاع الصحي وأهميته يعد ذلك من التحديات الأساسية التي تؤثر على فاعلية العلاقات العامة في المستشفى فعلى الرغم من ان العلاقات العامة في المستشفى تتطلب اجراء الدراسات المتعلقة بالوعي والوقاية الصحية الا ان ذلك يتطلب توفير ميزانية كافية فان تصميم الرسائل وتنفيذ حملات صحية من خلال وسائل اتصالية وإعلامية ومن هنا يتضح أهمية توفر ميزانية مخصصة لإدارة العلاقات العامة في المنظمة.
- تعد مكانة العلاقات العامة في التنظيم المؤسسي للمستشفى احد المشاكل الإدارية المهمة التي تواجهها فغالبا ما لا تحظى العلاقات العامة بالمكانة المرموقة التي تستحقها لتنفيذ أنشطتها بشكل افضل في بعض الأحيان يتم توفير جهاز العلاقات العامة في المستشفى و لكن غالبا ما يكون هذا الجهاز بعيدا عن الإدارة العليا و يرتبط بأقسام فرعية أخرى ومن ناحية أخرى يوجد مؤسسات صحية لا تعترف بوجود وحدة العلاقات العامة كجزء من هيكلها التنظيمي و تكون مسؤولية العلاقات العامة مدمجة في مكتب

¹ -محمد سعد السريع، نشاطات العلاقات العامة في المستشفيات الحكومية والخاصة، دراسة ميدانية لنيل شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2005، ص9، ص12

² -تامر ياسر البكري، إدارة المستشفيات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن، ص242

الاتصال و الاعلام، من الأسف فان هذا هو الوضع الحالي في معظم المستشفيات العامة و يتم التركيز علي تقوية مكانة العلاقات العامة في الهيكل التنظيمي للمستشفى

• تعاني العلاقات العامة ونشاطاتها من بعض الغموض في هذه المؤسسات، فغياب الرؤية الواضحة لدور العلاقات العامة وأهدافها أدى الى نظرة محدودة للمسؤولين عنها وبالتالي تجاهل دورها الاستراتيجي في المجال الصحي، بحيث هذه الرؤية الناقصة والفهم المحدود لدورها أدى الى جعلها تمارس بشكل سطحي، كاستقبال الزوار والالتزام بالتعليمات الإدارية المتعلقة بالمرضى والزوار، وتصميم الملصقات والإعلانات، وتجاهل الوظائف الرئيسية للعلاقات العامة في المؤسسات الصحية والمستشفيات.

• تواجه العلاقات العامة في المؤسسات الاستشفائية نقصا في التدريب وتطوير مهارات الموظفين ويعد تطوير مهارات العاملين وتدريبهم على الأنشطة الحديثة امرا ضروريا لنجاح العلاقات العامة ومع ذلك يعاني العديد من المستشفيات العمومية من عدم توفير الفرص التطبيقية اللازمة للعاملين في هذا المجال.

• **معوقات مهنية و وظيفية:** تواجه العلاقات العامة في المؤسسات الاستشفائية مشكلة عدم التجانس و التكامل مع باقي الأقسام يوجد هذا التحدي بشكل واضح خلال الحملات الصحية حيث يتطلب تنفيذ برامج العلاقات العامة الصحية تعاون و تكامل بين جميع الأطراف في المستشفى بهدف تحقيق النتائج المخططة، بالإضافة الى ذلك تواجه العلاقات العامة تداخلا في الوظائف و المهام مما يؤثر على كفاءة و أداء جهاز العلاقات العامة فعدم التنسيق الجيد و عدم التجانس بين الأقسام يمكن ان يؤدي الى تشتت الجهود و تكرار العمل و عدم استغلال الإمكانيات الكاملة للعلاقات العامة.¹

• تتميز العلاقات العامة في المؤسسات الاستشفائية بتعاملها مع جمهور متنوع وواسع و هذا التنوع الجماهيري يشكل تحديا يتطلب من المكلفين بالعلاقات العامة فهم طبيعة هذه الفئات المختلفة يجب علي المكلفين ان يركزوا على المكونات الأساسية لهذه الجماهير و ان يفكروا في كيفية تأثير رسالة العلاقات العامة الاستشفائية عليها و قد يواجه المكلفون بالعلاقات العامة عوائق اثناء تعاملهم مع هذه الجماهير مثل صعوبة فهم اراء الجمهور و معرفة سلوكهم و سرعة تغيير آرائهم و أفكارهم في ضوء التطورات التكنولوجية بالإضافة الي ذلك تواجه العلاقات العامة تحديات أخرى مثل انتشار الشائعات و الخبر الزائفة حوا التعامل المادي للأطباء و استغلال مرافق العامة للمستشفيات.²

¹ -محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص491ص493

² -محمد ناجي جوهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الرائد للنشر، الأردن، 2000، ص243

خلاصة:

ان القطاع الصحي يبقى كغيره من القطاعات، يحتاج جهاز العلاقات العامة لقدرته على حل المشاكل التي تواجه المستشفى، ولتنظيم سير العمل فيه، فبدون وجود جهاز العلاقات العامة يصبح المستشفى عاجز عن مقابلة التحديات ويسوده النقص وانعدام التنظيم.

الفصل الرابع

الجانب التطبيقي

- ❖ تمهيد
- ❖ المجال الزمني والمكاني
- ❖ المجال البشري
- ❖ المنهج المستخدم
- ❖ أدوات جمع البيانات
- ❖ عرض البيانات وتحليلها
- ❖ مناقشة نتائج الدراسة
- ❖ خلاصة

تمهيد:

ان نجاح أي بحث علمي يعتمد بشكل حاسم على المنهجية المتبعة في جمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة وهذا النجاح يتوقف أساسا على الاختيار الدقيق للمنهج الملائم واستخدام الأدوات والتقنيات العلمية الصحيحة الي جانب ذلك يأتي دور تحديد مجالات البحث المناسبة وكذلك تقديم وتحليل النتائج التي تم التوصل اليها في الدراسة.

بطاقة فنية للمركز الاستشفائي الجامعي بمستغانم:

1. المجال المكاني:

الإطار القانوني: تم انشاؤه بالمرسوم التنفيذي رقم 21-397 مؤرخ في 11 ربيع الأول عام 1443 الموافق 18 أكتوبر سنة 2021 يتم قائمة المراكز الاستشفائية الجامعية الملحقة بالمرسوم التنفيذي رقم 97-467 المؤرخ في شعبان 2 عام 1418 الموافق 2 ديسمبر سنة 1997 الذي يحدد قواعد انشاء المراكز الاستشفائية الجامعية وتنظيمها وسيرها.

الموقع: المركز الاستشفائي الجامعي لمستغانم، مستشفى المجاهد الدكتور بن سماعيل بومدين 240 سرير - خروبة - مستغانم.

ميدان الصحة:

لضمان نشاطات التشخيص والعلاج والاستشفاء والاستعدادات الطبية الجراحية والوقاية يحوي المركز الاستشفائي الجامعي على جملة من المصالح والعمال تعمل بالتنسيق بينها لضمان جودة الخدمة الصحية.¹

المصالح الاستشفائية الجراحية: 8 مصالح

- الجراحة العامة
- الجراحة الصدرية
- جراحة الاعصاب
- جراحة العظام والرضوض
- جراحة الأطفال
- طب امراض العيون
- طب امراض الاذن والانف والحنجرة
- جراحة المسالك البولية

المصالح الاستشفائية الطبية: 19 مصلحة

- الطب الداخلي
- طب امراض الصدر والرئة
- طب امراض الاعصاب
- طب امراض القلب
- طب الامراض المعدية

¹-وثائق خاصة بالمؤسسة

- التخدير والإنعاش
- طب الأطفال
- طب امراض الكبد المعدة والأمعاء
- طب الامراض الجلدية
- علم الأوبئة والطب الوقائي
- طب امراض الدم
- طب العمل
- طب الأورام
- الطب الفزيائي وإعادة التأهيل
- طب أمراض المفاصل
- التخدير والإنعاش للأطفال
- طب امراض الكلي وتصفية الدم
- الطب الشرعي، قانون الطبي واخلاقيات المهنة
- العلاج بالأشعة طب الأورام

الاستعدادات الطبية الجراحية: مصلحة واحدة لاستعدادات الطبية الجراحية

المصالح التقنية: 3 مصالح

- التشريح المرضي
- التصوير الطبي
- المخبر المركزي

وليضمن المركز الاستشفائي الجامعي جودة الخدمة وفعالية التسيير فانه يضم 1135 عامل موزعين على مختلف الاسلاك والرتب :

السلك الصحي: 651 عامل

- طبيب عام رئيس 31
- طبيب عام رئيسي 13
- طبيب عام 27
- ممرض ممتاز 2
- ممرض حاصل على شهادة دولة 10
- ممرض متخصص 118
- ممرض 116

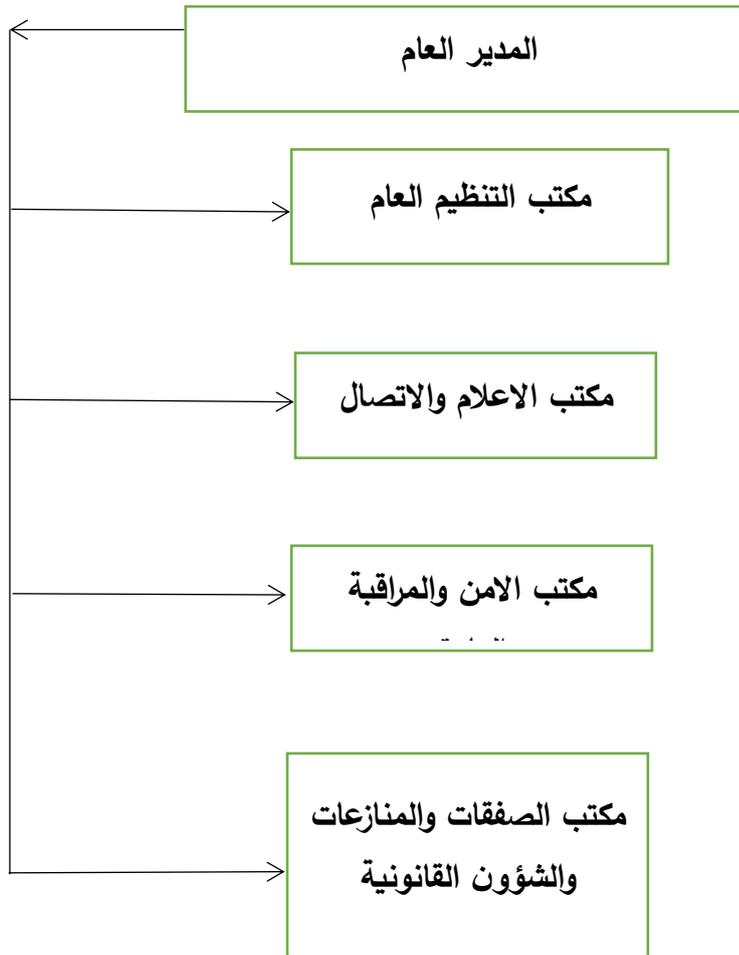
- مساعد في التمريض رئيسي 81
- مساعد في التمريض 84
- نفساني عيادي 6
- نفساني رئيس 8
- نفساني في تصحيح اللغة 3
- ملحق بالمخبر 5
- بيولوجي 3
- بيولوجي من الدرجة الثانية 10
- بيولوجي من الدرجة الأولى 9
- فزيائي طبي 1
- عون طبي في التخدير والإنعاش 2
- عون طبي في التخدير والإنعاش ممتاز 19
- عون طبي في التخدير والإنعاش رئيسي 2
- مختص في التغذية 5
- مختص في العلاج الطبيعي والفزيائي 20
- مقوم البصر 2
- مشغل أجهزة التصوير الطبي 32
- مخبري متخصص 28
- صيدلي 3
- صيدلي عام 4
- مختص في حفظ الصحة 4
- مساعد اجتماعي 3

الاسلاك المشتركة: تنقسم الى الإداريين والمهنيين

- العمال الإداريين 131
- العمال المهنيين المتعاقدين 173
- العمال المهنيين المرسمين 43

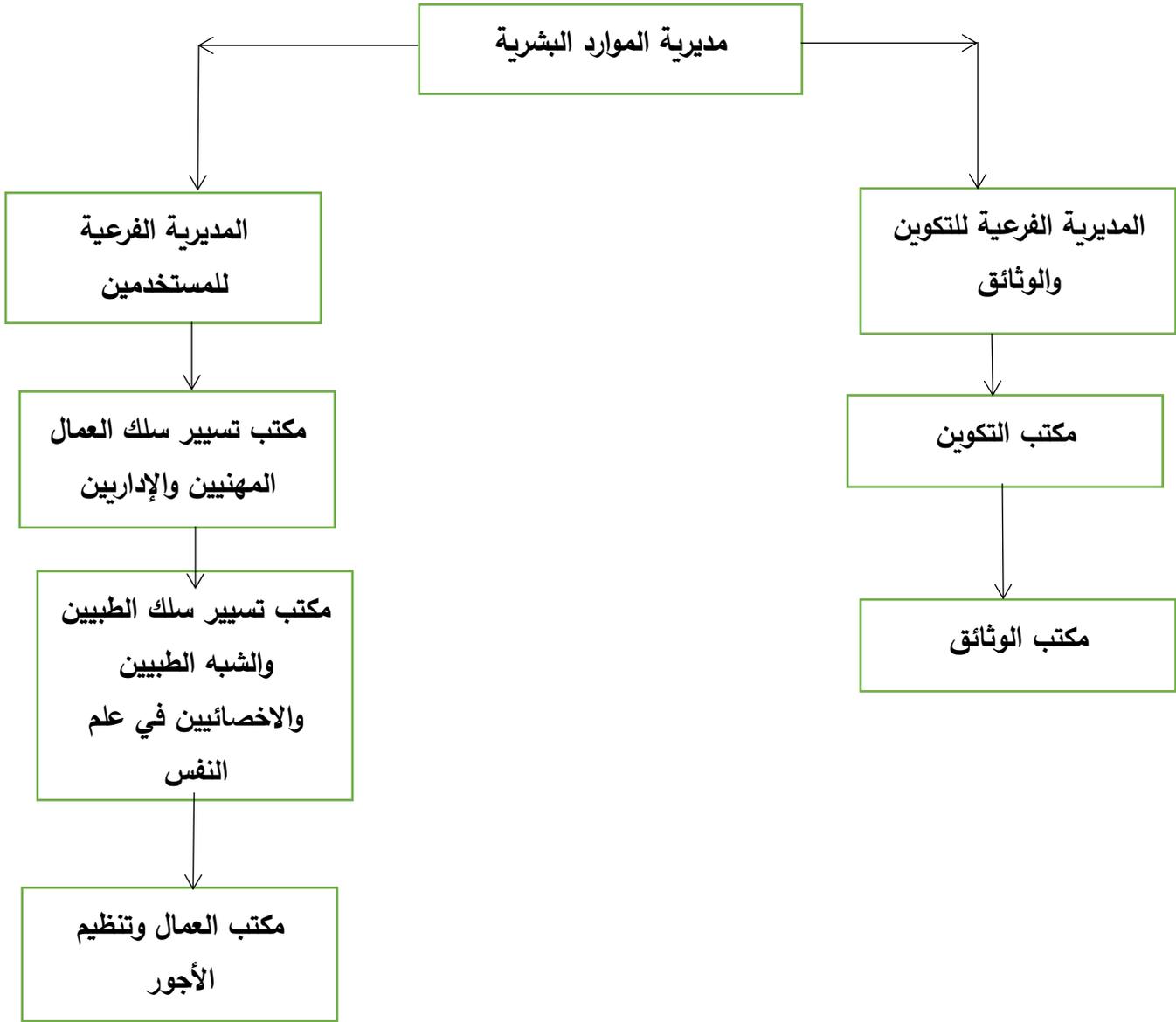
المركز الاستشفائي الجامعي لمستغانم هو مؤسسة عمومية ذات طابع اداري تمتاز بالاستقلال المالي والشخصية المعنوية تم إنشاؤه بموجب مرسوم تنفيذي بناء على اقتراح مشترك بين الوزير المكلف بالصحة والوزير المكلف بالتعليم العالي والبحث العلمي. يمارس الوزير المكلف بالصحة الوصاية الإدارية على المركز الاستشفائي الجامعي لمستغانم ويمارس الوزير المكلف بالتعليم العالي الوصاية البيداغوجية، ويتشكل المركز الاستشفائي من إدارة عامة وأربعة مديريات كما هي موضحة في الهيكل:¹

المخطط التنظيمي للمركز الاستشفائي الجامعي مستغانم:

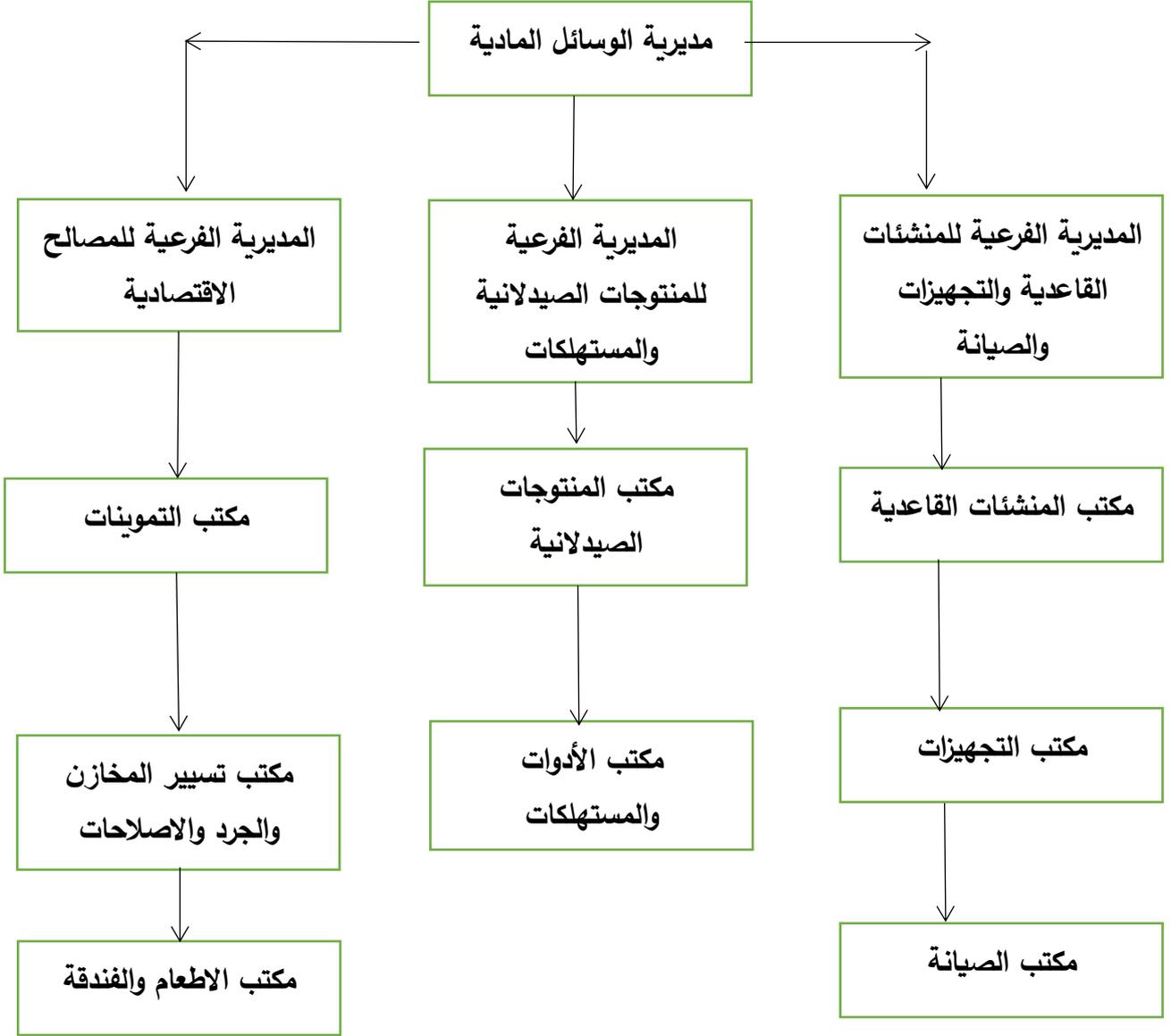


وثيقة 1 : الهيكل التنظيمي للمركز الاستشفائي الجامعي

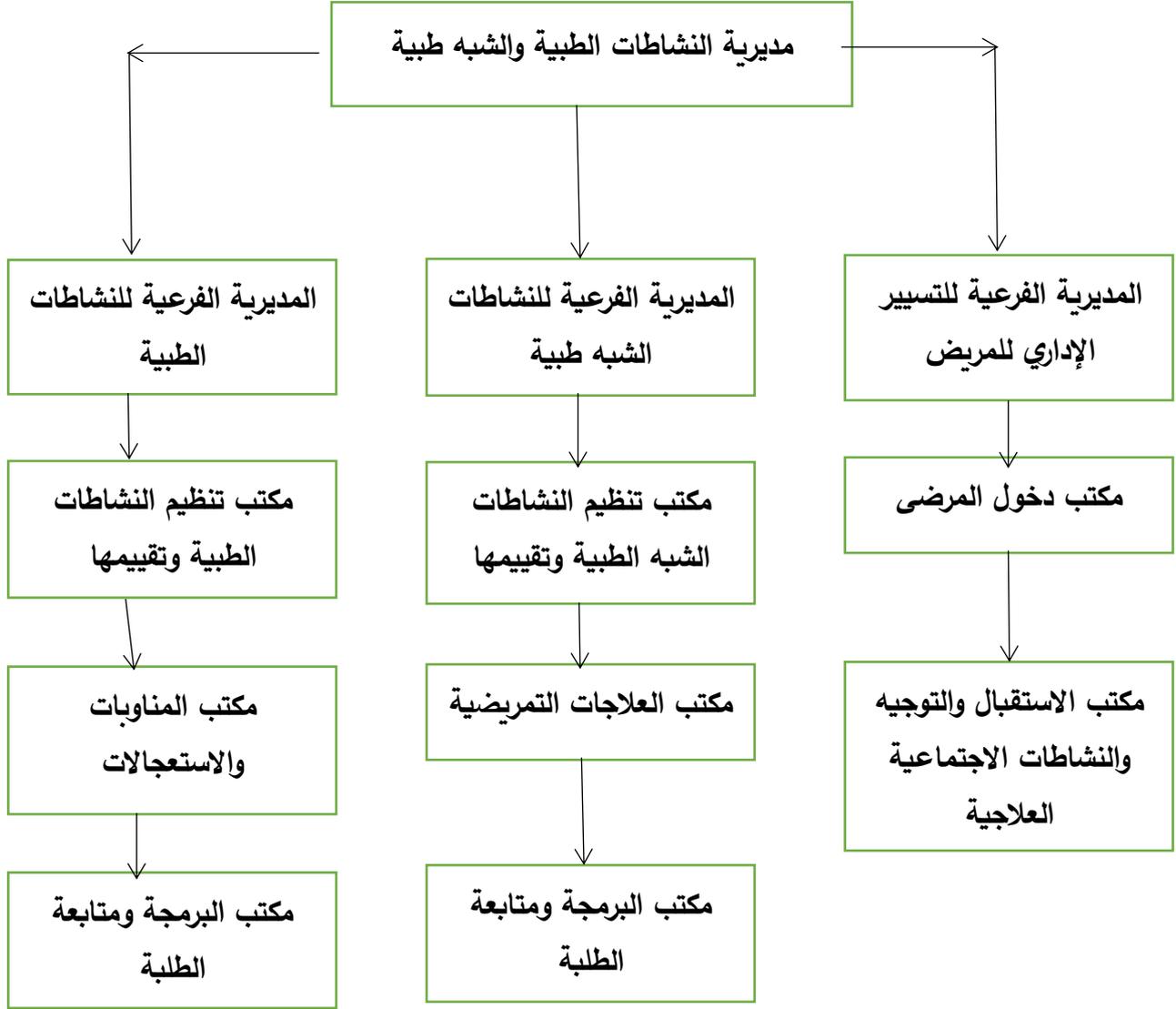
ينقسم المركز الاستشفائي الجامعي الى أربع مديريات رئيسية التي تنقسم بدورها الى مديريات ومكاتب فرعية:



وثيقة 2: التخطيط الإداري لمديرية الموارد البشرية



وثيقة 3: التخطيط الإداري لمديرية الوسائل المادية



وثيقة 4: التخطيط الإداري لمديرية النشاطات الطبية والشبه طبية



وثيقة 5: التخطيط الإداري لمديرية المالية والمراقبة

2. **المجال الزمني:** وهو عبارة عن المدة الزمنية المستغرقة في اجراء الدراسة الميدانية من الدراسة الاستطلاعية الى نهاية البحث، وقد بدأت الدراسة في أفريل 2023 بزيارة استطلاعية لمدة أسبوع لمعرفة أماكن العمل وتحديد العينة المستهدفة ومعرفة جو العمل داخل المؤسسة والاحتكاك بالعمال لزيادة الثقة وفعالية الملاحظة اثناء الدراسة.

وبعض عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف الذي بدوره عرضها على عدد من أساتذة القسم (صدق المحكمين) بعدها تم تصويبها وتصحيحها اعتمادا على ملاحظات الأساتذة.

ثم بدأ التطبيق الفعلي للاستمارة بشكلها النهائي، الخاصة بالجمهور الداخلي في الفترة الممتدة بين 4 أوت الى 13 أوت 2023.

3. **المجال البشري:**

تمحورت الحدود البشرية للدراسة ب المركز الاستشفائي الجامعي الوقع بخروبة لولاية مستغانم، حيث شملت الدراسة أربع فئات تمثلت في: الأطباء، الممرضين، الإداريين، العمال المهنيين.

➤ **مجتمع الدراسة:** يشمل الموظفين الموجودين بالمركز الاستشفائي الجامعي من أطباء وممرضين وإداريين وعمال مهنيين.

➤ **عينة الدراسة:** تعرف العينة على انها جزء من مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل بمعنى انه تؤخذ مجموعة من المجتمع الأصلي على ان تكون ممثلة لمجتمع البحث لتجري عليها الدراسة، فالعينية اذن جزء من افراد المجتمع الأصلي ويتم من خلالها تعميم نتائج الدراسة على المجتمع كله.¹

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية نظرا لخصائص مجتمع بحثنا موظفي المركز الاستشفائي الجامعي بمستغانم، المتمثلة في صعوبة حصره وما يتطلبه ذلك من وقت وجهد، حيث تعرف العينة القصدية انها تلك العينة التي يختار الباحث مفرداتها بطريقة عمدية طبقا لما يراه من ميزات وسمات تتوفر في المفردات اهداف البحث.² وتعرف ايضا على انها عينة يتم اختيارها لسهولة وإمكانية توفرها، حيث يكفي الباحث بدراسة عينة من الموظفين بالمؤسسة، ويقوم باختيار مفردتها بطريقة تحكيمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصا باقتناء المفردات المتمثلة أكثر من غيرها، لما يبحث عنه من معلومات وبيانات، وهذا لإدراكه المسبق ومعرفته لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثلت تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يوجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة.³ وقد تم حصر عدد افراد العينة ب 50 موظف تم توزيع الاستمارة عليهم.

4. منهج الدراسة:

يعرف المنهج على أنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مرحلة من مراحل دراسته، للوصول إلى الطابع العلمي لبحثه، ويعرف المنهج على أنه " الوسيلة التي يمكننا عن طريقها الوصول إلى الحقيقة أو مجموعة من الحقائق في أي موقف من مواقف أخرى وتعميمها لتصل إلى ما تطلق عليه اصطلاح نظرية.⁴

وبما ان الدراسة موضوع البحث تعد من الدراسات الوصفية لأنها تستهدف و تشخص دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للمركز الاستشفائي الجامعي بمستغانم، فقد اعتمدنا "المنهج الوصفي التحليلي" والذي يعتبر طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصورها كميًا عن طريق جمع المعلومات عن المشكلة وإخضاعها للدراسة ويعرف المنهج الوصفي على أنه " المنهج الذي يقوم فيه الباحث بوصف الظاهرة كما هي في الواقع وصفا دقيقا كميًا وكيفيًا.⁵ يعتبر المنهج الوصفي احد اهم أساليب البحث الملائمة لفهم واقعا الاجتماعي، حيث يمكننا من فهم سماته و يأتي على مرحلتين:

¹ -عامر مصباح، منهجية البحث في علوم السياسة والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص52.

² -المرجع نفسه، ص53

³ -محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، در وائل للنشر والتوزيع، عمان، 1997، ص102

⁴ -جمال زكي وآخرون، أسس البحث العلمي، دار الفكر العربي، 1962، ص9

⁵ -عبد الباسط محمد حسن، البحث الاجتماعي، المطبعة المصرية، الإسكندرية، مصر، ط1، بدون سنة، ص86.

المرحلة الأولى هي مرحلة الاستكشاف والصيانة أما الثانية فهي مرحلة التشخيص والوصف، وذلك بتحليل البيانات والمعلومات التي تم جمعها تحليلًا يؤدي إلى الوقوف على العلاقة بين المتغيرات وتقديم تفسير منطقي ومناسب لها.¹

➤ متغيرات الدراسة:

- متغير مستقل: يتمثل في العلاقات العامة
- متغير تابع: يتمثل في المؤسسة الصحية

5. أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في هذه الدراسة على أدوات جمع المعلومات:

- الاستبيان: تعرف على انها تقنية مباشرة للتقصي العلمي تستعمل إزاء الافراد وتسمح باستجوابهم بطريقة موجهة والقيام بسحب كمي يهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنة رقمية.² وتكون الاستبيان من ثلاث محاور
 - المحور الأول: البيانات الشخصية لمجتمع البحث حيث تعرفت من خلاله على الجنس، المهنة، والمستوى التعليمي لأفراد العينة.
 - المحور الثاني: تضمن أسئلة حول مكانة العلاقات العامة والوظائف التي تقوم بها والوسائل التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة في أداء مهامها وكيفية تقديم الشكاوى والاقتراحات.
 - المحور الثالث: أسئلة حول العراقيل التي تواجه إدارة العلاقات العامة.
6. عرض البيانات المتعلقة بالمبحوثين :

جدول رقم 1: يمثل توزيع المبحوثين حسب الجنس

الاحتمالات	التكرار	النسبة %
نكر	23	46%
أنثى	27	54%
المجموع	50	100%

¹ -محمد قاسم، مدخل الى مناهج البحث العلمي، دار النهضة للطباعة للنشر بدون سنة،صفحة،60

² -جمال زكي واخرون، المرجع السابق،ص22

في ضوء البيانات المحصلة في الجدول أعلاه ان نسبة الاناث تفوق نسبة الذكور، حيث بلغت نسبة الاناث 54% من افراد العينة في المركز الاستشفائي الجامعي بمستغانم، في حين قابلتها نسبة 46% من الذكور، ويمكن ان يرجع هذا الفارق الى اتجاه الاناث الى المجال الصحي أكثر من الذكور.

جدول رقم 2: يمثل توزيع المبحوثين حسب المستوى التعليمي

النسبة %	التكرار	الاحتمالات
6%	3	متوسط
44%	22	ثانوي
50%	25	جامعي
100%	50	المجموع

يشكل المستوى التعليمي مقياسا أساسيا ويعتبر من أهم العوامل التي تساهم في تقدم المؤسسات في شتى مجالاتها. مما تم ملاحظته في المؤسسة ان ذوو المستوى الجامعي يمثلون الأكثرية بنسبة 50% يليها المستوى الثانوي ب 44% الذي كان معظمهم ممرضين لم يرتدوا الجامعة لكن يعتبرون خرجي معاهد الشبه الطبي ما يدل على ان مستواهم يفوق الثانوي ثم 6% المستوى المتوسط وهذا يعني ان اغلبية الموظفين في المركز الاستشفائي الجامعي، يتمتعون بمستوى تعليمي يمكنهم من تفعيل الاتصال المستدام بينهم، الذي يعتبر بدوره عامل أساسي على إقامة علاقات حسنة داخل المستشفى، ويساهم في زيادة وعيهم بجميع نشاطات المؤسسة.

جدول رقم 3: يبين توزيع المبحوثين حسب الوظيفة

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
8%	4	طبيب
42%	21	ممرض
40%	20	اداري
10%	5	عامل مهني
100%	50	المجموع

لقد قسمنا مجتمع البحث حسب أربع وظائف تمارس داخل المركز الاستشفائي فكانت النسب كالتالي حيث الذين يمتنون التمريض كانت لهم النسبة الغالبة ب 42% يليها الاداريون بنسبة 40% وبالنسبة للعمال المهنيين 10% ثم أخيرا الأطباء بنسبة 8%.

جدول رقم 4 : يبين توزيع المبحوثين حسب الاقدمية في المؤسسة

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
40%	20	اقل من 4 سنوات
48%	24	من 4 الى 10 سنوات
12%	6	أكثر من 10 سنوات
100%	50	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول ان النسبة الغالبة قدرت بجدول ان النسبة الغالبة قدرت ب 48% و التي تمثل الافراد الذين مدة عملهم في المؤسسة ما بين 4 سنوات الى 10 سنوات تليها نسبة الافراد الذين مدة عملهم في المؤسسة اقل من 4 سنوات قدرت ب 40% ثم الافراد الذين مدت عملهم اكثر من 10 سنوات بنسبة 10%، و هذا راجع الى ان المستشفى فتح ابوابه سنة 2021 لذلك كان يوظف المتخرجين الجدد و طلبة الطب الذين كانوا يعانون في التبرصات الميدانية خارج الولاية و فيما يخص الموظفين القدم تم توظيفهم من الوحدة التابعة للمركز الاستشفائي بمستغانم مستشفى شي غي فارا الواقع ب وسط المدينة.

عرض وتحليل بيانات المحور الثاني: دور العلاقات العامة في المستشفى موضوع الدراسة

جدول رقم 5: يبين توزيع المبحوثين حسب فهمهم للعلاقات العامة

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
24%	12	وظيفة إدارية تقوم بها المؤسسة
76%	38	نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة داخليا وخارجيا
100%	50	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان 76% من المبحوثين يرون ان العلاقات العامة نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة داخليا وخارجيا، بينما نسبة 24% من المبحوثين يرون انها وظيفة إدارية تقوم بها المؤسسة. وانطلاقا من هذا يمكن القول ان مفهوم العلاقات العامة لدى الموظفين يقتصر على الاتصال الداخلي والخارجي وجعلهم للوظائف الأخرى للعلاقات العامة.

جدول رقم 6: جدول يوضح إذا كانت وظيفة العلاقات العامة تمارس في جهاز قائم ام ضمن مكاتب أخرى:

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
14%	7	جهاز قائم بحد ذاته
86%	43	مكاتب اخرى
100%	50	المجموع

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا ان الأغلبية الساحقة من المبحوثين ب نسبة 86% صرحوا بعدم وجود جهاز مختص بحد ذاته تقابلها 14% صرحوا بوجود جهاز خاص لها لكن تبين بعد ذلك ان هذا الجهاز تمثله الإدارة العامة، وذلك بعد مناقشتهم في المقابلات اثناء توزيع الاستمارة وافهامهم الوظائف الخاصة بالعلاقات العامة والمفهوم الصحيح لها، في حين كانت بعض إجابات البعض الخاصة على انها تمارس ضمن مكاتب الاستقبال والاعلام والاتصال ويقوم بها مجموعة من الموظفين.

جدول رقم 7: يبين توزيع المبحوثين حسب الوظائف التي يقوم بها المكتب الذي يمثل العلاقات العامة في المؤسسة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
الاتصال بالموظفين	42	43,8 %
الاتصال بالمرضى	29	30,2 %
حل أزمات المستشفى	25	26 %
المجموع	96	100%

يتبين من خلال الجدول أعلاه ان اغلبية المبحوثين بنسبة 43,8% صرحوا بان المكتب يقوم بوظيفة الاتصال بالموظفين تليها نسبة 30,2% يرون ان وظيفة المكتب هي الاتصال بالمرضى، لتليها نسبة 26% صرحوا بان مهام المكتب تنحصر في حل أزمات المستشفى، ومن هذا التحليل يمكن القول ان المكتب لا يقوم حقا بوظائف العلاقات العامة حيث ان وظائف العلاقات العامة تتجاوز نطاق الاتصال بالموظفين فقط، فهي تشمل جوانب أوسع من هذا.

جدول رقم 8: يبين توزيع المبحوثين في تقديمهم للشكاوى في حال مواجهة مشاكل في العمل

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
نعم	50	100%
لا	/	/
المجموع	50	100%

يبين لنا الجدول ان اغلبية الموظفين يقدمون الشكاوى في حال مواجهة مشاكل في العمل بالنسبة الكاملة للمبحوثين التي بلغت 100% وهذا يدل على فاعلية التواصل داخل المؤسسة والمكتب الذي يستقبل الشكاوى.

جدول رقم 9: يبين توزيع المبحوثين حسب طريقة تقديمهم لشكاوهم

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
الاتصال بمدير المؤسسة	19	38%
الاتصال بمكتب الاعلام والاتصال	31	62%
المجموع	50	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان اغلبية المبحوثين بنسبة 62% صرحوا بأنهم يقدمون شكاويهم لدى مكتب الاعلام والاتصال، اما المبحوثين الاخرين بنسبة 38% يعتمدون على الاتصال المباشر بالمدير. ومن هنا نستنتج ان الاتصال فعال داخل المؤسسة حيث تتبادل فيه الآراء ومناقشتها.

جدول رقم 10: يبين توزيع المبحوثين عن طريقة تلقي الرد على شكاويهم

الاحتمالات	التكرارات	النسبة %
استدعاء للحضور	27	54%
رد كتابي	23	46%
المجموع	50	100%

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا ان اغلبية المبحوثين بنسبة 54% يتلقون الرد باستدعاء للحضور لمناقشة الشكوى مع المسؤول مباشرة والوصول الى حل للمشكلة، في حين صرحت نسبة 46% بانه يتلقون الرد على شكاويهم كتابيا، وانطلاقا من هذا يمكن استنتاج ان المكتب الذي يمثل العلاقات العامة داخل المؤسسة يفتح المجال للاتصال المباشر مع الموظفين لمناقشة المشاكل الخاصة بهم، مما يؤدي الى سلاسة وتقوية العلاقات في العمل وفعالية الاتصال المباشر الذي يعتبر مؤشر من مؤشرات المؤسسة الحديثة.

جدول رقم 11: يبين توزيع المبحوثين حسب علاقاتهم مع المكلف بالاتصال داخل المستشفى

الاحتمالات	التكرارات	النسبة%
حسنة	22	44%
متوسطة	28	56%
سيئة	/	/
المجموع	50	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان اغلبية المبحوثين بنا يمثل نسبة 56% صرحوا بان علاقاتهم بالمكلف بالاتصال متوسطة في حين 44% صرحوا بان علاقاتهم به حسنة في حين لم يكن هناك من له علاقة سيئة معه وهذا عامل ممتاز يدل على حسن المعاملة ورباطة العلاقات بين الموظفين، مع ان البيانات تبين انه لا يحتك مع جميع موظفي المؤسسة الا في حالة وجود مشكل نظرا لعدم ترابط المصالح والاسلاك التي يعملون فيها.

جدول رقم 12: يبين توزيع المبحوثين حسب الاتصال بالمكلف بالعلاقات العامة في المؤسسة

الاحتمالات	التكرارات	النسبة%
دائما	18	36%
احيانا	29	58%
ابدا	3	6%
المجموع	50	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان اغلبية المبحوثين والذين بلغت نسبتهم 58% صرحوا بأنهم لا يتصلون بالمكتب الذي يمثل العلاقات العامة الى أحيانا وعند الحاجة، في الجهة الأخرى صرح 36% من المبحوثين انهم يداومون على الاتصال مع المكلف بالعلاقات العامة، كما صرحت فئة من المبحوثين بنسبة 6% انهم لا يتصلون بالمكتب.

من خلال هذه البيانات والتصريحات يمكن القول ان ندرة الاتصال بمكتب الاتصال والعلاقات العامة يمكن ان تعود الى جهل الموظفين لدور المكتب وموقعه في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، اما الموظفين الذين لهم اتصال دائم مع المكتب معظمهم إداريون، وهذا يدل على نقص التواصل بين الاسلاك العاملة داخل المؤسسة.

جدول رقم 13: يبين توزيع المبحوثين حسب رأيهم في الصفات التي يجب توفرها في مسؤول وفريق العلاقات العامة

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
13,2%	12	القدرة على حل المشاكل
43,4%	40	الحوار
2,2%	2	القدرة على الاقناع
41,2%	37	قوة الشخصية
100%	91	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان اغلبية المبحوثين والذين نسبتهم 43,4% يرون انه من الواجب ان يتصف بها مسؤول العلاقات العامة وفريقه هي الحوار، فيما ترى الفئة الاخرى والتي بلغت نسبتها 41,2% انه من الواجب ان يتحلى بقوة الشخصية، تليها بنسبة 13,2% من المبحوثين يعتقدون انه يجب على القائم بالاتصال ان يتصف بالقدرة على حل المشاكل، اما بنسبة 2,2% وهي تعتبر نسبة ضئيلة جدا صرحوا بواجب توفر صفة القدرة على الاقناع.

ومن خلال هذا نرى ان صفة الحوار صفة أساسية يجب ان تتوفر في مسؤول العلاقات العامة وفريقه حسب رأي المبحوثين.

جدول رقم 14: يبين توزيع المبحوثين حسب الوسائل التي تعتمد عليها إدارة الاتصال والعلاقات العامة لأداء مهامها داخل المؤسسة

النسبة %	التكرارات	الاحتمالات
13,3%	12	الهاتف
27,4%	25	الانترنت
18,6%	17	الاتصال الشخصي
40,6%	37	الاجتماعات والمؤتمرات
100%	91	المجموع

الفصل الرابع: الجانب التطبيقي

يبين لنا الجدول أعلاه ان اغلبية المبحوثين بما يمثل نسبة 40,6% صرحوا بان إدارة العلاقات العامة تعتمد على الاجتماعات والمؤتمرات في أداء مهامها فيما صرح 27,4% من المبحوثين انها تعتمد على الانترنت، في حين نجد نسبة 18,6% من المبحوثين صرحوا بان إدارة العلاقات العامة تتبع أسلوب الاتصال الشخصي في أداء مهامها، كما نجد ان نسبة 13,3% وهي النسبة الأقل صرحت بان الإدارة تستخدم الهاتف.

ومنه يمكن القول ومن خلال إجابات المبحوثين ان إدارة العلاقات العامة تعتمد على الاجتماعات والمؤتمرات بشكل رئيسي، والذي يعتبر أسلوب بالغ الأهمية فهو يسمح بالاتصال المباشر بين الأطراف وطرح المشاكل ومناقشتها واقتراح الحلول لها وتبادل وجهات الراي، وتلقي الردود مباشرة، مع اعتماد المؤسسة أيضا على الوسائل الحديثة كالانترنت أيضا.

جدول رقم 15: يبين توزيع المبحوثين حسب اعلامهم بالأحداث والمستجدات التي تطرأ على مؤسستهم في وقتها المناسب

الاحتمالات	التكرارات	النسبة%
دائما	24	48%
أحيانا	16	32%
ابدا	10	20%
المجموع	50	100%

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه ان اغلبية المبحوثين بنسبة 48% يرون ان الإدارة تقوم بإعلامهم دائما بالأحداث والمستجدات في حين نجد نسبة 32% من المبحوثين صرحوا بان الإدارة لا تقوم بإعلامهم الا أحيانا ، في حين 20% صرحوا ان الإدارة لا تقوم بإعلامهم ابدا.

عرض وتحليل بيانات المحور الثالث: المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في المستشفى

جدول رقم 16: يمثل توزيع المبحوثين عن طبيعة النقص التي تواجه مكتب العلاقات العامة في المستشفى

الاحتمالات	التكرارات	النسبة%
مادية	44	88%
معنوية	6	12%
المجموع	50	100%

يبين لنا الجدول أعلاه ان النسبة الأعلى والتي مثلت 88% يرون ان النقائص التي يعاني منها مكتب العلاقات العامة هي مادية تتمثل في ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية ونقص في وسائل الاتصال في حين يرى ما نسبته 12% ان النقائص التي يعاني منها المكتب هي معنوية. ومن هذا نستنتج ان المكتب يعاني من عدة نقائص تؤثر في سيرورة خدماته داخل المؤسسة.

نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

من خلال دراستنا التي كانت تحت عنوان دور العلاقات العامة في تعزيز الصورة الذهنية للمستشفى وتعزيز خدماته الصحية، ومن خلال الفرضيات التي قمنا بتحديدده قمنا بتحصيل هذه النتائج.

- توصلت دراستنا الى انه لا يوجد جهاز قائم بحد ذاته للعلاقات العامة في المؤسسة موضوع الدراسة
- اثبتت دراستنا ان مكتب الاعلام والاتصال ومكتب الموارد البشرية هو الذي يقوم بدور العلاقات العامة
- اثبتت الدراسة ان وظيفة الاتصال بالموظفين تعتبر وظيفة أساسية للعلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية
- اثبتت الدراسة ان المكتب المكلف بتمثيل العلاقات العامة يتيح الاتصال المباشر في تلقي الشكاوى ومعالجتها
- توصلت دراستنا الى ان القدرة على الحوار وقوة الشخصية هي الصفات التي يجب توفرها في مسؤول العلاقات العامة وفريقه
- اثبتت الدراسة الى ان المشاكل التي تستدعي تواجد جهاز العلاقات العامة داخل المؤسسة الصحية هي التواصل بين المرضى والمسؤولين لمعرفة النواقص وضمان جودة الخدمات الصحية وسيروورتها
- اثبتت الدراسة الى ان معظم النفاؤص التي تواجه مكتب العلاقات العامة هي نفاؤص مادية في نقص الميزانية المخصصة لها ونقص ثقافة العلاقات العامة في المؤسسة

النتيجة العامة:

بناء على ما تم تقديمه من نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات اتضحت الصورة على ان العلاقات العامة لا تزال مهمة ولا تتمتع بالأهمية الكبيرة التي تستحقها في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، ورغم وجود مكتب يمثل العلاقات العامة الا انه لم يصل بعد الى المستوى المطلوب الذي يسمح له بالتأثير بشكل جوهري في هيكل المؤسسة من خلال أداء وظائف الاتصال وعلى الرغم من تكليف هذا المكتب بمهام ووظائف العلاقات العامة فانه لا ينجزها على الوجه الذي يجب وهو يفترق الى الوجود العملي لتلك الوظائف في هيكل المؤسسة بالواقع.

و لكن هذا لا يفسر الاهمال التام للعلاقات العامة، حيث يسعى المكتب المخصص للاتصال لكسب ثقة الموظفين في المؤسسة، ورغم هذه الجهود الا ان هذا الأسلوب لا يعتبر فعال تماما، و يحد من قدرة العلاقات العامة على ان تحتل مكانتها الفعلية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، و بالتحديد نظرا لعدم وجود فريق خاص بهذا الدور في المستشفى، و انطلاقا من الفرضية الأولى التي مفادها ان العلاقات العامة لا تحظى بمكانة فعلية داخل

المستشفى، و هذا عائد الى عدم فهم إدارة المستشفى الدور الحاسم و الفعال الذي يمكن ان تلعبه العلاقات العامة داخل المؤسسة.

الاقتراحات والتوصيات:

في الأخير لا بد ان نختتم دراستنا ببغض التوصيات والاقتراحات التي نتمنى ان تأخذ بعين الاعتبار.

- إعادة النظر في أهمية جهاز العلاقات العامة والعمل على ادراجه في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية
- تخصيص موارد بشرية ذاك كفاءات ومؤهلة للعلاقات العامة في المؤسسة
- ننصح باستخدام وسائل وطرق اتصال ملائمة ومناسبة لتشكيل صورة ذهنية إجابيه لدى جمهورها الداخلي والخارجي من خلال توظيف البرامج الالكترونية نظرا لفاعليتها
- ضرورة توفير وتأمين التجهيزات اللازمة لدعم ممارسة العلاقات العامة بالمؤسسة الصحية

خاتمة

خاتمة:

من خلال دراستنا للجانب النظري والجانب التطبيقي ركزنا على هدفنا وهو فهم دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة العامة للمستشفى حيث تلعب العلاقات العامة تلعب دورا مهم في تنمية المؤسسات ومصدرا أساسيا للحصول على المعلومات وتعزيز الصورة الذهنية لها.

واستنادا الى استنتاجات دراستنا يمكن ان نقول بان اهتمام المؤسسة الصحية بمجال العلاقات العامة لا يزال ضعيفا وفي بعض الأحيان يصل الى مستوى الإهمال.

غياب مكتب العلاقات العامة في هيكل المؤسسة يعكس جهل لثقافة العلاقات العامة ودورها المهم وهذا يؤدي الى صعوبات في تنسيق العمل. فالمؤسسة الصحية الجزائرية لم تنجح باستيعاب هذا الدور واستخدامه في كسب ثقة الجماهير التي تتعامل معها وتحسين سمعتها وصورتها وهذا الوضع يعود الى عدم وجود متخصصين مؤهلين لأداء مهام العلاقات العامة وهذا النقص ينعكس سلبا على أداء المؤسسة بشكل عام خاصة كونها مؤسسة ذات مجال حساس وجودة الخدمات الداخلية يجب ان تكون منسقة لضمان صحة المرضى وراحتهم.

في الختام نتمنى ان تكون دراستنا قد قدمت فهما واضحا لطبيعة العلاقات العامة ودورها البارز في المؤسسات ونطمح لان تكون قد ساهمت في توضيح الغموض المحيط بها وشرح أهميتها وابرار ضرورتها في البيئة الصحية وتطويرها.

ونهدف لان تكون دراستنا خطوة نحو فهم أعمق لدور العلاقات العامة وتعزيز وجودها في القطاع الصحي وتحسينه.

المراجع والملاحق

قائمة المراجع:

أ-المراجع العربية:

1. إبراهيم عجوة، مقدمة في العلاقات العامة، القاهرة، مركز جامعة القاهرة، 1999.
2. باقر موسى الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، الطبعة الأولى.
3. بشير العلق، تخطيط وتنظيم برامج وحملات العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
4. تامر ياسر البكري، إدارة المستشفيات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، الأردن.
5. جمال زكي واخرون، أسس البحث العلمي، دار الفكر العربي، 1962.
6. حسن الحلبي، العلاقات العامة والإدارة، طبعة 1، المكتبة الإدارية، 1993.
7. حمدي شعبان وظيفة العلاقات العامة (الأسس والمهارات)، الشركة العربية المتحدة للتسويق والتوريدات، القاهرة، مصر، 2008.
8. خيرت معوض عياد، مبادئ العلاقات العامة التاريخ المفاهيم الأسس المبادئ، جامعة الشارقة، الإفاق المشرقة، 2018.
9. رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية والإنسانية، زعباش للطباعة والنشر، بوزريعة، الجزائر، ط4، 2012.
10. سليم بطرس حلدة، إدارة المستشفيات والمراكز الصحية، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2007.
11. عامر مصباح، منهجية البحث في علوم السياسة والاعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008.
12. عبد الباسط محمد حسن، البحث الاجتماعي، المصبعة المصرية، الإسكندرية، مصر، ط1، بدون سنة.
13. عبد الرحمان توفيق، العلاقات العامة الأسس والمبادئ، بدون سنة.
14. عبد الكريم راضي الجبوري، العلاقات العامة فن وابداع، دار الهلال للطباعة والنشر، بيروت، 2001.
15. عبد الله محمود عبد الرحمان، سيميولوجيا التنظيم، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1987.
16. عبد المعطي عساف، محمد فالح صالح، أسس العلاقات العامة، دار حامد للنشر والتوزيع.
17. عبيدة صبطي، كلثوم مسعودي، عبد الرحمان برقوق، مدخل الى العلاقات العامة دار الخلدونية القبة، الجزائر، 2010.
18. علي بن فائز الجحني، مدخل إلى العلاقات العامة والإنسانية، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2006.

19. فريد توفيق نصيرات، إدارة منظمات الرعاية الصحية، دار المسيرة للطباعة والنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

20. فضيل دليو، اتصال المؤسسة، إشهار، علاقات عامة وعلاقات مع الصحافة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.

21. كموش مراد، العلاقات العامة وإدارة الأزمة، دراسة تجربة شركة الخطوط الجوية الجزائرية، كنموذج، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

22. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، در وائل للنشر والتوزيع، عمان 1997.

23. محمد قاسم، مدخل الى مناهج البحث العلمي، دار النهضة للطباعة للنشر بدون سنة.

24. محمد محمود الجوهري، العلاقات العامة بين الإدارة والإعلام، مكتبة الأنجلو-مصرية، القاهرة، 1968.

25. محمد مصطفى احمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية.

26. محمد مصطفى احمد، الخدمة الاجتماعية في مجال العلاقات العامة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية،

2003.

27. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

28. محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسات الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

29. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للطباعة والتوزيع، 2004.

30. محمد منير حجاب، سحر محمد وهبي، المداخل الأساسية للعلاقات العامة، المدخل الإداري، دار الفجر

للنشر والتوزيع، القاهرة، 1995.

31. محمد ناجي الجوهر، العلاقات العامة، المبادئ والتطبيق: رؤية معاصرة، دار القلم للنشر والتوزيع،

الإمارات العربية المتحدة، دبي، 2001.

32. محمد ناجي جوهر، وسائل الاتصال في العلاقات العامة، مكتبة الرائد للنشر، الأردن، 2000.

33. محمود يوسف مصطفى عبده، مقدمة في العلاقات العامة، التعليم المفتوح كلية الاعلام، القاهرة، 2004.

34. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار القصبية للنشر والتوزيع، الجزائر 2004-

2005.

35. مي العبد الله، معجم المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، دار النهضة بيروت، لبنان، 2014.

36. هناء حافظ بدوي، العلاقات العامة والخدمات الاجتماعية، أسس نظرية ومجالات تطبيقية، المكتب

الجامعي الحديث، الإسكندرية، الإسكندرية 2001.

ب-المراجع الاجنبية

Blake S, The rôle of public relations in management, pitman publishing, .37
london,1976

chu.mostaganem.dz .38

Danielle Maisonneuve. Les relations publiques dans une société en mouvance, .39
,PUQ, Montréal ,2003

M. Kim.Shi. L ,2008, introduction to health service management, ،Harison .40
springer

Marston J, The nature of public relations, New York, MC Graw–Hill Book .41
Company, 1963

ج-الاطروحات:

42. بوضياف عاطف، فاعلية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية، دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية

للبروكيمياء - سكيكدة - مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، 2009،2010

43. لقصير رزيقة، دور العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة، مذكرة ماجستير دراسة ميدانية، بمؤسسة
الأملح بقسنطينة، 2006.

44. محمد سعد السريع، نشاطات العلاقات العامة في المستشفيات الحكومية والخاصة، دراسة ميدانية لنيل
شهادة الماجستير في الاعلام، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية، 2005.

45. نجات صغيرو، تقييم جودة الخدمات الصحية، دراسة ميدانية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم
التسيير، تخصص اقتصاد تطبيقي وتسيير ال ات، جامعة الحاج لخضر، باتنة، الجزائر، 2011-
2012.

د-الملاحق:

ملحق1: وثيقة الهيكل التنظيمي للمؤسسة

ملحق2: التخطيط الإداري لمديرية الموارد البشرية

ملحق3:التخطيط الإداري لمديرية النشاطات الطبية والشبه طبية

ملحق 4: التخطيط الإداري لمديرية الوسائل المادية

ملحق5: التخطيط الإداري لمديرية المراقبة المالية

ملحق6: استثمار

جامعة عبد الحميد ابن باديس

كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث

استمارة استبيان وضعت لأغراض علمية في إطار الدراسة التطبيقية بموظفي المستشفى الجامعي _خروبة_ (مستغانم)

ممارسة العلاقات العامة في المؤسسات الصحية
مستغانم- دراسة ميدانية المركز الاستشفائي الجامعي خروبة-CHU-

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة

تحت اشراف

د. بن شعبي محمد

من اعداد الطلبة:

عزروق يوسف

عطار وليد

السنة الجامعية:

2022-2023

إشكالية الدراسة:

لقد انتقلت العلاقات العامة من كونها وظيفة ثانوية، الى وظيفة مستقلة ذات أهمية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة، ولم تقتصر العلاقات العامة على نوع محدد من الخدمات او المؤسسات، بل ان العلاقات العامة تمارس في جميع المجالات والخدمات.

ومن بين هذه المؤسسات، المؤسسة الصحية التي هي بأمس الحاجة اليها، فهي تتعامل مع المرضى ومع ذويهم والأطباء والممرضين فالمستشفى كغيره من المؤسسات، يقدم خدمات للمواطنين فهو يحتاج لإجراء اتصالات معهم لإعلامهم بأهدافه ومنجزاته.

الا ان الاستفادة من ذلك مازال دون المستوى المطلوب في المؤسسة الصحية الجزائرية، فلا نستطيع القول ان المؤسسات الجزائرية تطبق فعليا العلاقات العامة.

ولمعرفة ذلك نطرح الإشكالية التالية:

ما مدى استخدام وحضور العلاقات العامة داخل المركز الاستشفائي الجامعي مستشفى المجاهد الدكتور بن سماعيلين بومدين 240 سرير بمستغانم؟

اما التساؤلات فكما يلي:

- ما هي أهمية العلاقات العامة في المؤسسات الصحية؟
- ما هي المهام الرئيسية لمدير العلاقات العامة في المؤسسة الصحية؟
- كيف يمكن للمؤسسة الصحية استخدام العلاقات العامة لترويج لخدماتها؟

ومن هذه التساؤلات استندنا الى عدة فرضيات:

- إدارة العلاقات العامة لا تحظى بمكانة فعلية في الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية
- إذا تم توظيف فريق علاقات عامة محترف وفعال في مؤسسة صحية فانه يمكن ان يتحسن مستوى الوعي الصحي لدى الجمهور ويزداد الاقبال على استخدام خدمات المؤسسة.

المحور الأول: البيانات الشخصية:

ضع علامة X في خانة الإجابة التي اخترتها:

انثى

1. الجنس: ذكر

2. المستوى التعليمي: متوسط ثانوي جامعي
3. الوظيفة: طبيب ممرض ، عامل مهني
4. الاقدمية في المؤسسة: اقل من 4 سنوات من 4 الى 10 سنوات أكثر من 10

المحور الثاني: دور العلاقات في المستشفى موضوع الدراسة

5. ما هو فهمك للعلاقات العامة؟
- وظيفة إدارية تقوم بها المؤسسة
 - نشاط اتصالي تقوم به المؤسسة داخليا وخارجيا
6. هل وظيفة العلاقات العامة في مؤسساتكم تمارس في جهاز قائم بذاته ام ضمن مكاتب أخرى؟ ما هي؟ ومن يقوم بهذه الوظيفة؟

7. ما هي الوظائف التي يقوم بها المكتب الذي يمثل العلاقات العامة في المؤسسة حسب رأيك؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة

- الاتصال بالمرضى الاتصال بالموظفين أزمات المستشفى

8. عندما تواجهك مشاكل بالعمل هل تقدم شكاوى للإدارة؟

- نعم لا

9. في حال الجابة بنعم فبأي طريقة تقدم شكاويك؟

- الاتصال بمدير المؤسسة الاتصال بمكتب الاعلام والاتصال

10. بأي طريقة تتلقى الرد على شكاويك؟

- استدعاء للحضور رد كتابي

11. ما هي اغلب المشاكل التي تستدعي تواجد جهاز العلاقات العامة بمؤسساتكم من وجهة نظركم؟

12. كيف تصف علاقاتك مع المكلف بالاتصال والعلاقات العامة داخل المستشفى؟

- متوسطة حسنة سيئة

13. هل هناك اتصال بينك وبينه؟

- دائما حيانا ابدا

14. حسب رأيك ما هي الصفات التي يجب توفرها في مسؤول وفريق العلاقات العامة؟ يمكن اختيار أكثر من

اجابة

- القدرة على حل المشاكل الحوار القدرة على الاقناع
- قوة الشخصية

15. ما هي الوسائل التي تعتمد عليها إدارة العلاقات العامة لأداء مهامها داخل المؤسسة؟ يمكن اختيار أكثر من إجابة.

- الهاتف الانترنت
- الاتصال الشخصي الاجتماعات والمؤتمرات

16. هل يتم إعلامكم بالأحداث والمستجدات التي تطرأ على مؤسستكم في وقتها المناسب؟

- دائما أبدا

المحور الثالث: المعوقات التي تواجه إدارة العلاقات العامة في المستشفى

17. ما هي طبيعة النقائص التي تواجه مكتب العلاقات العامة في مؤسستكم حسب رأيك؟

- مادية معنوية

18. إذا كانت مادية فتمثل في:

- نقص وسائل الاتصال ضعف الميزانية المخصصة للأنشطة الاتصالية

19. إذا كانت معنوية فتمثل في:

- غياب الاحترام والتواصل بين المسؤولين والموظفين
- عدم المساواة في المعاملة