

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم إنسانية

والشعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال جماهيري ووسائط جديدة

إعداد الطالبة: حشاني مونية

بن فكرون فاطمة الزهراء

بعنوان:

واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية (دراسة ميدانية تحليلية مقارنة
بين المؤسستين إستشفائيين عادة والضياء من وجهة نظر المستفيد الخارجي)
بولاية ورقلة.

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2024/06/05

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة ورقلة	أ. بن غنيمة محمد السعيد
مشرفا ومقررا	جامعة ورقلة	أ.قانة مسعود
مناقشا	جامعة ورقلة	أ.الزاوي محمد الطيب

السنة الجامعية: 2024/2023

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة ضمن متطلبات الحصول على شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم إنسانية

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال جماهيري ووسائل جديدة

إعداد الطالبة: حشاني مونية

بن فكرون فاطمة الزهراء

واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية دراسة ميدانية تحليلية مقارنة بين
المؤسستين إستشفائيين عادة و الضياء من وجهة نظر المستفيد الخارجي بولاية
ورقلة .

نوقشت وأجيزت علنا بتاريخ: 2024/06/05

أمام اللجنة المكونة من السادة:

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة ورقلة	أ.بن غنيمة محمد السعيد
مشرفا ومقررا	جامعة ورقلة	أ.قانة مسعود
مناقشا	جامعة ورقلة	أ.الزاوي محمد الطيب

السنة الجامعية: 2024/2023

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الشكر والعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

(ان اريد إلا الإصلاح وما توفيقي إلا بالله عليه توكلت واليه انيب)

صدق الله العظيم .

الحمد لله الذي ساعدني و انار دربي ووقفني بكرمه ، اتقدم بخالص الشكر

و التقدير و الاحترام الى الأستاذ قانة مسعود الذي الذي كان مشرفا على مذكرتي

و كل ما قدمه لي من توجيهات و إرشادات .

أشكر أساتذتي الأفاضل على كل معلومة دعموني بها و أرشدوني بها و أفادتني

في اتمام مذكرتي لهم كل الشكر و التقدير على ما قدموه لي .

لإهداء

قال تعالى (قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله و المؤمنون)

يا الله لا تطيب الليل إلا بشكرك و لا تطيب النهار إلا بطاعتك و لا تطيب اللحظات إلا

بذكرك و لا تطيب الآخرة إلا بعفوك و لا تطيب الجنة إلا برويتك

الله جل جلاله .

إلى من بلغ الرسالة و أدى الأمانة و نصح الأمة الى نبي الرحمة و نور العالمين

محمد صل الله عليه و سلم .

إلى من كاله الله بالهدية و الوقار .. إلى من علمني العطاء بدون إنتظار ..

إلى من أحمل إسمه بكل إفتخار .. أرجو من الله ان يحفضه و يطيل عمره و سيبقى التاج

الذي أعتز به .

اليوم و الغد و الى الأبد (أبي العزيز) .

إلى ملاكي في الحياة الى معنى الحب و الحنان و التفانى الى البسمة التي من

كان دعائها سر نجاحي .. و حنانها بلسم جراحي .. و الى أغلى الحبايب (أمي الغالية) .

إلى إخواني و إخوتي حفصهم الله لي .

إلى أمانة العلم و العلماء و الى الصرخ الشامخ .. الى الذين حملو أقدس الرسالة في الحياة

الى الذين مهدو لنا طريق العلم و المعرفة (الأساتذة الأفاضل) .

مونية

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة الى معرفة واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية عادة و الضياء بولاية ورقلة و معرفة ماهية الصورة الذهنية لمؤسسات استشفائيين عادة و الضياء بالنسبة لجمهورها الخارجي و معرفة أهم و مختلف الوسائل التي تعتمد عليها المؤسسات الصحية عادة و الضياء بالنسبة لتواصل مع جمهورها الخارجي، و أيضا اكتشاف معوقات تطبيق العلاقات العامة من وجهة نظر المستفيد الخارجي للمؤسسات الصحية كما اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي والمنهج المقارن و حددنا العينة وهي عينة الصدفة و قمنا باختيار العينة المتكون من 50 مفردة من المجتمع الكلي من زبائن المؤسسات و لتحقيق هذه الأهداف قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان على المستفيدين والعملاء الخارجيين للمؤسسات الصحية عادة و الضياء بالإضافة للمقابلة مع نائبة مدير مؤسسة عادة المدعوة بنور الهدى حفيان المكلفة بقسم الموارد البشرية و التي دعمتني ببعض المعلومات و تحصلنا على نتائج مقبولة نوعا ما و خلاصت هذه الدراسة بمجموعة نتائج نذكر منها أن الصورة الذهنية للمؤسسات الصحية عادة و الضياء لدى جمهورها كانا يتحلى بالسمعة الطيبة في نظرهم و لهم حسن جودة الخدمات الممتازة التي تلبي الانشغالات المطروحة لزبائن و المرضى، كما ان للمؤسسات نشاطات مختلفة و متشابهة و كذلك يتعاملون مع زبائنهم بكل الطرق سواء بالوسائل التقليدية او المواقع التواصلية كالفيس بوك و الفاير و غيرها .. ولكن هذا لا ينهي وجود معوقات و صعوبات بين علاقة عمال المؤسسات و جمهورها الخارجي.

الكلمات المفتاحية: واقع ، علاقات عامة ، مؤسسة صحية ، عادة ، الضياء.

Abstract:

The study investigates the state of public relations in hospital institutions, focusing on those in Ouargla. It aims to understand the perception of these institutions by their external audience and assess their overall image.

The study employs a descriptive approach and targets a research community of 50 clients. It utilizes questionnaires distributed to the beneficiaries and external clients of both institutions, alongside an interview with the deputy director at the Adaa Clinic for additional insights. The aim is to identify the primary communication methods utilized by the institutions and to uncover obstacles to effective public relations from the perspective of external beneficiaries. The obtained results were deemed acceptable, albeit somewhat limited. This study concluded with several findings, among which we mention that the public perception of the institutions Adaa and Al-Dhiya was generally positive. They are seen as having a good reputation and providing excellent quality services that meet the concerns of customers and patients. Additionally, the two institutions have various and similar activities and engage with their clients through all means, whether traditional methods or social media platforms like Facebook and Viber, among others. However, this does not eliminate the existence of obstacles and difficulties in the relationship between the institutions' employees and their external public.

Keywords : reality , relations , public ,health institution , adda , ALdhiya

فهرس الموضوعات

الصفحة	الموضوع
.I	شكر والعرفان
.II	الاهداء
.VI	ملخص الدراسة
.VII	فهرس الموضوعات
.VIII	فهرس الجداول
.IX	فهرس الاشكال
أ	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
3	1. الإشكالية
6	2. أسباب اختيار الموضوع
7	3. اهداف الدراسة
7	4. أهمية الدراسة
8	5. منهج الدراسة
9	6. مجتمع البحث وعينة الدراسة
9	7. أدوات جمع البيانات
10	8. مجالات الدراسة
11	9. تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة
10	10. الدراسات السابقة
	11. المدخل النظري للدراسة
الإطار التطبيقي للدراسة	
18	الإجراءات الميدانية لدراسة

21	اجراءات الدراسة الميدانية
24	عرض النتائج و تحليلها و تفسيرها
56	المقارنة بين النتائج المتحصل عليها في كلتا المؤسستين
57	مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الأسئلة الفرعية
58	مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة
95	الخاتمة
62	قائمة المراجع والمصادر
66	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
24	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
25	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن.	02
26	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الوظيفة.	03
27	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الإتصال المباشر وجها لوجه في التواصل بين الزبون و مؤسسة الضياء .	04
28	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الهاتف المحمول في اخذ مواعيد الفحص بين مؤسسة الضياء و جمهورها .	05
29	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الزبائن مواقع التواصل الاجتماعي مع مؤسسة الضياء.	06
30	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام مؤسسة الضياء لوسائل التقليدية في التواصل مع جمهورها الخارجي.	07
30	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة بنعم هل هي وسائل ورقية مطبوعة ام هاتف ام ايميل ام تلغرام ؟	08
09	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نسبة فهم جمهور الضياء لمصطلح العلاقات العامة.	09
32	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب ان المؤسسة الضياء تشكل الاحسن في تعاملها مع الزبون.	10
32	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تحظى المؤسسة بالسمعة الطيبة لديك ؟	11
33	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب مؤسسة الضياء تحسن استقبال الزبائن و المرضى ؟	12
34	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تحسين المؤسسة لجودة الخدمات التي تقدمها للجمهور .	13
34	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تأسيس المؤسسة جانب كفاءات طبية المتخصصة في رعاية المرضى .	14
35	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب حدوث خلل في بعض الأحيان في تواصلك مع المؤسسة الضياء نظرا للأعطال التي تصيبها .	15
36	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معاناة الجمهور من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال مؤسسة الضياء .	16
37	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معاناة الجمهور من تأخر في رد المؤسسة حول الانشغالات المطروحة من طرفك ؟	17
38	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب هناك عمال استقبال يسيئون المعاملة مع الزبائن و المرضى .	18
38	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب وجود البدائل لدى لأطباء المختصين في مؤسسة الضياء.	19
39	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس .	20

39	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن .	21
40	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب متغير الوظيفة .	22
41	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الإتصال المباشر وجها لوجه في التواصل بين الزبون و مؤسسة عادة .	23
42	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الهاتف المحمول في اخذ مواعيد الفحص بين مؤسسة عادة و جمهورها .	24
43	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام الزبائن مواقع التواصل الاجتماعي مع مؤسسة عادة .	25
44	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب استخدام مؤسسة عادة لوسائل التقليدية في التواصل مع جمهورها الخارجي.	26
45	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب الإجابة بنعم هل هي وسائل ورقية مطبوعة ام هاتف ام ايميل ام تلغ رام؟	27
46	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب نسبة فهم جمهور عادة لمصطلح العلاقات العامة.	28
47	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب ان المؤسسة عادة تشكل الاحسن في تعاملها مع الزبون.	29
47	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تحظى المؤسسة بالسمعة الطيبة لديك ؟	30
48	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المؤسسة عادة تحسن استقبال الزبائن و المرضى ؟	31
49	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب تحسن المؤسسة جودة الخدمات التي تقدمها للجمهور .	32
50	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب المؤسسة عادة تأسس جانب كفاءات طبية المتخصصة في رعاية المرضى .	33
51	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب حدوث خلل في بعض الأحيان في تواصلك مع المؤسسة عادة نظرا للأعطال التي تصيبها .	34
52	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معاناة الجمهور من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال مؤسسة عادة .	35
53	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معاناة الجمهور من تأخر في رد المؤسسة حول الانشغالات المطروحة من طرفك ؟	36
54	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب هناك عمال استقبال يسيئون المعاملة مع الزبائن و المرضى .	37
55	يوضح توزيع عينة الدراسة حسب وجود البدائل لدى الاطباء المختصين في مؤسسة عادة.	38

فهرس الاشكال

الرقم	الشكل	الصفحة
01	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس .	24
02	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن .	25
03	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الوظيفة	26
04	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام الإتصال المباشر وجها لوجه في التواصل بين الزبون و المؤسسة .	27
05	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام الهاتف المحمول في اخذ مواعيد الفحص بين مؤسسة عادة و جمهورها .	28
06	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام زبائن المؤسسة الضياء مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل معها .	29
07	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام المؤسسة لوسائل التقليدية في التواصل مع جمهورها الخارجي .	30
08	يوضح توزيع افراد العينة حسب الإجابة بنعم هل هي وسائل ورقية مطبوعة ام هاتف ام ايميل ام تلغ رام؟	30
09	يوضح توزيع افراد العينة حسب نسبة فهم جمهور عادة لمصطلح العلاقات العامة .	09
10	يوضح توزيع افراد العينة حسب ان المؤسسة عادة تشكل الاحسن في تعاملها مع الزبائن .	32
11	يوضح توزيع افراد العينة حسب تحظى المؤسسة عادة بالسمعة الطيبة لديك؟	32
12	يوضح توزيع افراد العينة حسب تحسين المؤسسة استقبال الزبائن و المرضى؟	34
13	يوضح توزيع افراد العينة حسب تحسين المؤسسة عادة لجودة الخدمات التي تقدمها للجمهور .	34
14	يوضح توزيع افراد العينة حسب تأسيس مؤسسة عادة لجانب كفاءات طبية المتخصصة في رعاية المرضى .	35
15	يوضح توزيع افراد العينة حسب حدوث خلل في بعض الأحيان في تواصلك مع المؤسسة عادة نظرا للأعطال التي تصيبها .	36
16	يوضح توزيع افراد العينة حسب معاناة الجمهور من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسات عادة .	37
17	يوضح توزيع افراد العينة حسب معاناة الجمهور من تأخر في رد المؤسسة حول الانشغالات المطروحة من طرفك ؟	38
18	يوضح توزيع افراد العينة حسب وجود عمال استقبال يسيئون المعاملة مع الزبائن و المرضى .	38
19	يوضح توزيع افراد العينة حسب وجود البدائل لدى الاطباء المختصين في المؤسسات عادة .	39

39	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس .	20
39	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير السن .	21
40	يوضح توزيع افراد العينة حسب متغير الوظيفة	22
41	يوضح توزيع افراد العينة حسب حسب استخدام الإتصال المباشر وجها لوجه في التواصل بين الزبون و المؤسسة .	23
42	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام الهاتف المحمول في اخذ مواعيد الفحص بين مؤسسة عادة و جمهورها .	24
43	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام زبائن المؤسسة مواقع التواصل الاجتماعي في التواصل معها .	25
44	يوضح توزيع افراد العينة حسب استخدام المؤسسة لوسائل التقليدية في التواصل مع جمهورها الخارجي .	26
45	يوضح توزيع افراد العينة حسب الإجابة بنعم هل هي وسائل ورقية مطبوعة ام هاتف ام ايميل ام تلغ رام؟	27
46	يوضح توزيع افراد العينة حسب نسبة فهم جمهور الضياء لمصطلح العلاقات العامة .	28
47	يوضح توزيع افراد العينة حسب ان المؤسسة الضياء تشكل الاحسن في تعاملها مع الزبائن .	29
47	يوضح توزيع افراد العينة حسب تحظى المؤسسة الضياء بالسمعة الطيبة لديك ؟	30
48	يوضح توزيع افراد العينة حسب تحسن المؤسسة استقبال الزبائن و المرضى ؟	31
49	يوضح توزيع افراد العينة حسب تحسن المؤسسة الضياء جودة الخدمات التي تقدمها للجمهور .	32
50	يوضح توزيع افراد العينة حسب تؤسس المؤسسة الضياء جانب كفاءات طبية المتخصصة في رعاية المرضى .	33
51	يوضح توزيع افراد العينة حسب حدوث خلل في بعض الأحيان في تواصلك مع المؤسسة الضياء نظرا للأعطال التي تصيبها .	34
52	يوضح توزيع افراد العينة حسب معاناة الجمهور من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة الضياء .	35
53	يوضح توزيع افراد العينة حسب معاناة الجمهور من تأخر في رد المؤسسة حول الانشغالات المطروحة من طرفك؟	36
54	يوضح توزيع افراد العينة حسب هناك عمال استقبال يسيئون المعاملة مع الزبائن و المرضى .	37
55	يوضح توزيع افراد العينة حسب وجود البدائل لدى الاطباء المختصين في المؤسسة الضياء .	38

قائمة
الملاحق

الصفحة	الملحق	رقم
	الاستبيان	01
	قائمة المحكمين	02
	وثيقة خاصة بصورة الخارجية لمؤسسة الضياء	03
	وثيقة خاصة بنشاطات مؤسسة الضياء	04
	وثيقة خاصة بشعار مؤسسة الضياء	05
	وثيقة خاصة بخبر التحاليل الطبية .	06
	وثيقة خاصة بصورة الخارجية لمؤسسة عادة.	07
	وثيقة خاصة بالشركات المتعاقدة معها مؤسسة عادة.	08
	وثيقة خاصة بإعلان على الفحوصات مؤسسة عادة.	09

مقدمة

مقدمة

تعتبر العلاقات العامة أحد العوامل الحيوية في نجاح المؤسسة الصحية ، حيث تسهم في بناء الثقة والتواصل الفعال مع جميع أطراف المؤسسة ، بما في ذلك المرضى ، والعاملين في المؤسسة ، والمجتمع المحلي ووسائل الإعلام تشمل مهام العلاقات العامة في المؤسسة الصحية إدارة الاتصالات الداخلية و الخارجية وتنظيم الفعاليات والحملات التوعوية ، وإدارة الأزمات والمواقف الصعبة بشكل فعال ومهني.،تهدف العلاقات العامة في المؤسسة الصحية إلى تعزيز سمعة المؤسسة ، وتحسين فهم الجمهور لرسالتها و خدماتها وتعزيز التواصل الفعال مع المرضى وتلبية احتياجاتهم بشكل ملائم .بفضل جهود العلاقات العامة الفاعلة يمكن للمؤسسة الصحية بناء علاقات قوية مع المجتمع المحلي وتحقيق التفاعل الإيجابي مع وسائل الإعلام مما يسهم في تعزيز الشفافية والمصداقية ونجاح المؤسسة في بيئة الرعاية الصحية المتنوعة والمتغيرة .

واقع العلاقات العامة في المؤسسة يلعب دوراً حيوياً في تحسين صورة المؤسسة الصحية وتعزيز سمعتها في السوق من خلال بناء علاقات قوية و موثقة مع جميع أطراف المؤسسة يمكن للعلاقات العامة أن تساهم بشكل فعال في تعزيز الثقة والاحترام المتبادل من خلال استخدام الأدوات والتقنيات الحديثة في مجال الاتصالات يمكن للعلاقات العامة في المؤسسة الصحية إبراز الجوانب الإيجابية والإنجازات ، وتوجيه الرسائل الصحيحة للجمهور المستهدف تشمل استراتيجيات العلاقات العامة في تحسين صورة المؤسسة الصحية تنظيم الفعاليات الاجتماعية و التوعوية ، وإدارة وسائل الإعلام والاتصالات الاجتماعية بشكل فعال ، وتوجيه الحملات الإعلانية بما يعكس قيم المؤسسة وتوجهاتها علاوة على ذلك ، يعتبر التفاعل الإيجابي مع المرضى وتقديم خدمات متميزة وشخصية يساهم في تعزيز صورة المؤسسة وبناء سمعتها في السوق بالتالي ، يمكن القول إن العلاقات العامة تعد أداة قوية في يد المؤسسة الصحية لتحسين صورتها وتعزيز مكانتها في السوق الصحي،بالإضافة إلى ذلك ، تلعب العلاقات العامة دوراً حيوياً في إدارة الأزمات والمواقف الصعبة التي قد تواجه المؤسسة الصحية ، مثل الأحداث غير المتوقعة أو الانتقادات العامة .من خلال استخدام أدوات الاتصال الفعالة وتنفيذ استراتيجيات الإدارة الأزمات ، يمكن للعلاقات العامة تقليل الآثار السلبية وحماية سمعة المؤسسة .و المؤسسات الصحية كغيرها من المؤسسات الأخرى تحتاج إلي جهاز علاقات عامة متخصص ينظم برامجها وخدماتها و يعمل على نشر الوعي الصحي من خلال تثقيف الناس و تعريفهم بالجهود التي تبذلها المؤسسات الصحية للوقاية من الامراض وعلاجها ، و كذلك بناء سمعة المؤسسات الصحية وتحسين صورتها الذهنية و تساهم العلاقات العامة في استخدام وسائل الإعلام الاجتماعية والتقنيات الرقمية بشكل فعال في بناء الوعي الصحي وتعزيز تفاعل المجتمع مع المؤسسة الصحية .

مقدمة

وختاماً ، تعتبر العلاقات العامة عملية مستمرة ومتكاملة في المؤسسة الصحية ، حيث يجب أن تكون مدعومة بالتحليل المستمر والتقييم لقياس فعالية الاستراتيجيات المتبعة وضمان استمرارية تحسين العمليات والنتائج و الهدف الأساسي المرجو من خلال هذا البحث الذي احتوى على جانبين جانب نظري وآخر تطبيقي حيث تناول الإطار المنهجي للدراسة من خلال طرح الإشكالية حول الموضوع وفرضياته كما يتبين في هذا الفصل سبب اختياري لهذا الموضوع وأهميته وأهدافه بالإضافة الى الدراسات السابقة و تحديد المصطلحات ، اما الفصل الثاني تناول الاطار لتطبيقي سيتناول إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية من خلال التعريف بالمؤسسة الصحية وتطورها التاريخي وكذا نحاول التعرف على مدى انتشار وظيفة العلاقات العامة في هذه المؤسسة وكذا مستقبل العلاقات العامة كوظيفة في المستشفيات الجزائرية لنصل أخيرا فيتناول الإجراءات المنهجية للدراسة الميدانية من حيث المجال الزمني والمكاني ، والمنهج المستخدم وأدوات جمع البيانات ، ونوع العينة ، ومجتمع البحث كما تضمن هذا الفصل تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج .

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية
2. أسباب اختيار الموضوع
3. أهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. منهج الدراسة
6. مجتمع البحث وعينة الدراسة
7. أدوات جمع البيانات
8. مجالات الدراسة
9. تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة
10. الدراسات السابقة
11. المدخل النظري للدراسة

1. الإشكالية:

تشكل العلاقات العامة مدخلا أساسيا لتنظيم الإدارة المنظمات الحديثة و هي أحدث المرتكزات الأساسية لها و قد شهد هذا العلم تطورا بالغ الأهمية استناد الى العديد من النظريات العلمية التي اسهمت في تأصيل هذا العلم و قد أثرت هذه التطورات بشكل مباشر في طريقة إدراك القائمين على الإدارة العلاقات العامة و في ظل هذه العوامل و الظروف يتطلب من الجماهير المستفيدة من اوجه تلك المؤسسات التعاون معها للوصول الى الغايات المرجوة فالمؤسسة من الناحية لا يمكن ان تتحقق أهدافها دون تعاون الجماهير و تضامنها و ايمانها بأهداف و خطط المنظمة و هي ان نجحت وحدها في تحقيق اهدافها بعض الاحيان فأنها غالبا لن تتمكن من تحقيق كل اهدافها اذ لم يتعاون الجماهير كما ان الجماهير دائما تسعى لمعرفة ما تفعله المؤسسة لماذا ؟ كيف؟ فهي لا تتعاون بشكل مستمر دون ان تفهم بشكل واضح ماهية أهداف نشاط المؤسسة.

بدأت المؤسسات الصحية تعطي أهمية للعلاقات العامة محاولة تنظيم علاقتها بشكل يساعدها في الحفاظ على مواردها و موقعها في السوق الداخلي و الخارجي حيث ارتكز اهتمام المؤسسات الصحية على المحيط الداخلي للعمل لما له من أهمية و أثر على المرودية كون أن الاعتماد على العلاقات العامة الداخلية للمؤسسة له دور في تحقيق جو من الأمن و الاستقرار النفسي و الاجتماعي للزبائن و هذا ما يجعله يتقرب من المؤسسة في مقابل ذلك تظهر أهمية تنظيم العلاقات الخارجية كضرورة تفرض نفسها على المؤسسة حتى تضمن لها تكيف مع الظروف المستجدة و تمكنها من مواجهة تحدياتها على مختلف الأصعدة ولاسيما مواجهة متطلبات الصحة العمومية وما يفرضه من منافسة و أنتقل الاهتمام بالعلاقات العامة في البلدان المختلفة في أوروبا و أمريكا و دول العالم العربي سوريا و العراق و الجزائر....الخ.

ومن هنا تم إثارة إشكالية حول مدى اهتمام المؤسسات الإستشفائية بوظيفة العلاقات العامة باعتبارها عملية حيوية ومهمة في المؤسسة وعليه يبرز تساؤل الرئيسي الذي سيحدد مسار العام لهذه الدراسة في جانبيها النظري والميداني والذي جاء كالتالي:

ما هو واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية بولاية ورقلة من وجهة

نظر المستفيد الخارجي؟

وتتدرج ضمن هذه الإشكالية مجموعة تساؤلات فرعية وجاءت مفادها كالتالي:

❖ ما هي مختلف الوسائل الاتصالية التي تستخدمها المؤسسات عادة والضياء في قسم

العلاقات العامة؟

❖ ما هي الصورة الذهنية للمؤسسات استشفائيين عادة والضياء بالنسبة لجمهورها

الخارجي؟

❖ ما هي معيقات تطبيق العلاقات العامة في المؤسسات الصحييتين عادة والضياء من وجهة

نظر المستفيد الخارجي؟

أسباب إختيار موضوع:

الأسباب الموضوعية:

- حاجة مؤسسات استشفائية لتنظيم وتكوين الإتصال بداخلها وهذا لا يتحقق إلا بجهاز العلاقات العامة وأنشطته.
- تدخل هذه الدراسة ضمن التخصص.
- أهمية بناء الصورة الحسنة للمؤسسات استشفائية الخاصة التي تواجه تحديات المنافسة بالنسبة للجمهور الخارجي.

الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الكبير بالموضوع لأنه يدخل ضمن الدراسات المقارنة الحديثة.
- القرب من مكان الدراسة.
- الرغبة في اكتشاف واقع العلاقات العامة داخل المؤسسات استشفائية عادة والضياء ومعرفة سيرورة العمل ومختلف المتغيرات المرتبطة بفاعليتها.

أهمية الدراسة:

من المهم أن يكون العامل أو المؤسسة على دراية بكل ما يحتاجه و يهمله مثل معرفة نوعية الخدمات الاتي تقدمها المؤسسة مع العلم أن كل فرد داخل او خارج المؤسسة له مسؤولياته بداية من مدير المؤسسة و العمال و الزبائن ومنهم نستطيع التصور الذهني لانطباعاتهم داخل المؤسسة و لأهمية البالغة التي تكتسبها العلاقات العامة و الدور الذي تلعبه من أجل ضمان الإتصال داخل المؤسسة وكذا تعتمد عليها المؤسسة من أجل بناء علاقة بين المؤسسة و الجمهور الداخلي و الخارجي فالعلاقات العامة ضرورية لجعل عمل المؤسسة أكثر وضوحا و فهما من قبل الشخص العادي و العلاقات العامة هنا تسعى دائما لتنمية الاتصالات بين العمال و تكوين الآراء حول ما تنتجه المؤسسة من عمل و تقوم بدور مهم في تحسين العلاقات بين الحكومة و الجمهور و الوزارة كما نرى أن الدراسات السابقة التي تطرقنا لدراستها تبيين دور الذي تلعبه العلاقات العامة في المؤسسات الصحية والأهمية التي تقدمها للمؤسسة.

أهداف الدراسة:

- التعرف على مختلف الوسائل الاتصالية المعتمدة لدى المؤسسات الإستشفائية.
- المحاولة للوصول لنوع من الاحتراف في هذا المجال وتطبيقه في ميدان المؤسسات الصحية التي تحتاج لخبراء ومختصين لتعديل وتحسين صورتها الداخلية والخارجية.
- معرفة معيقات تطبيق العلاقات العامة داخل المؤسسات من طرف المستفيد الخارجي.
- معرفة الجهود المبذولة التي تقدمها هذه المؤسسات للمرضى.

منهج الدراسة:

من خلال كل دراسة أكاديمية يتطلب الاعتماد على المنهج العلمي الذي ينظمها فهو الوسيلة التي من خلالها يستطيع الباحث كشف أبعاد الظاهرة المدروسة والحصول على نتائج وحلول بحثية دقيقة

الإطار المنهجي للدراسة

فالمنهج هو مجموعة قواعد مصاغة من أجل الوصول إلى تحليل انثر وبولوجي أو سوسبولوجي لواقع اجتماعي.

تعريف المنهج : عرفه محمد شفيق بأنه الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة و للإجابة على الأسئلة و الاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث و هو البرنامج الذي يحدد السبيل للوصول الى تلك الحقائق و طرق اكتشافها.¹

تعريف المنهج الوصفي:

يرتبط المنهج الوصفي بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الانسانية و الاجتماعية و بدراسة اي من الظواهر الطبيعية المختلفة مثل وصف الظواهر الفلكية و الفيزيائية و الكيميائية و البيولوجية المختلفة ،حيث يقوم الباحث بجمع معلومات حقيقة و دقيقة عن هذه الظاهرة و يهتم بوصفها وصفا تفسيريا دقيقا بدلالة الحقائق المتوافرة ،و يعبر عنها تعبيرا كيفيا بوصف الظاهرة و توضيح خصائصها ، او تعبيرا كميا بوصف الظاهرة وصفا رقميا يوضح مقدار الظاهرة وحجمها و درجات ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى.²

تعريف المنهج المقارن :

المنهج المقارن هو تلك الخطوات التي تتبعها الباحث في مقارنته للظواهر محل البحث و الدراسة، بقصد معرفة العناصر التي تتحكم في أوجه التشابه و الاختلاف في تلك الظواهر و هو يستهدف التفسير العلمي عبر كشفه للعلاقات بين للمتغيرات ، لأنه قد يعزل بقية العوامل و المتغيرات الأخرى فالمقارنة العلمية لا تقف عند التصنيف المبسط لأوجه الشبه و الاختلاف .

¹ محمد شفيق: البحث العلمي و الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية (مصر: المكتبة الجامعية ،2001 م)، ص 86.
² وائل عبد الرحمان التل ،عيسى محمد قحل ،البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية(عمان الأردن ،دار حامد للنشر و التوزيع،2007 م)، ص 48.

الإطار المنهجي للدراسة

و تشمل طريقة المقارنة إجراء مقارنة بين ظاهرتين سواء كانت اجتماعية او اقتصادية او طبيعية او سياسية بقصد الوصول الى حكم معين باستخدام عناصر التشابه او تباين بين الظاهرتين المدروستين.¹

و اخترنا المنهج المقارن لأن هناك مقارنة بين مؤسستين متشابهين من حيث النشاط و الخدمة و يختلفان في المكان و المدة الزمنية من خلال اجراء الدراسة .

_مجتمع البحث و العينة :

في كل دراسة أكاديمية ينبغي على الباحث تحديد مجتمع البحث بدقة و يقوم بعدها بتحديد عينة الدراسة التي يبني عليها الباحث دراسته و تكون ممثلة لمجتمع البحث حتى يتمكن الباحث من تعميم نتائجه و الذي يتمثل 50 من مفردة كما اعتمدنا في دراستنا على عينة الصدفة و التي تعرف بأنها " تعتمد باختيار مفردات العينة على الصدفة و تتمثل في إجراءات إختيار العينة في ان يقابل الباحث اول من يصادفهم من طلاب بعد ادائهم لاختبار في مادة معينة ، الى ان يصل المجموع الى العدد المقرر أن تتكون منه العينة " ²، و سبب اختيارنا لها لتلائمها مع مجتمع البحث لأنها تعتمد على المستفيد و العميل الخارجي فقط.

_أدوات جمع البيانات :

اعتمدنا في دراستنا في إطارها التطبيقي على استمارة الاستبيان مدعمة بالمقابلة كأداة ثانوية لتعميم و جمع معلومات اكثر و معرفة آراء المستفيدين الخارجيين للمؤسستين الإستشفائيتين عادة و الضياء .

_استمارة الاستبيان questionnaires:

هي عبارة عن مجموعة أسئلة المعدة مسبقا و الموجهة مباشرة للعينة المختارة في مجتمع الدراسة و ذلك بهدف التعرف على الحقائق ووجهات نظر المبحوثين و معرفة ميولهم و إنجازاتهم و

1 أمال السبسي مفهوم اللغة في ضوء مناهج البحث اللغوية، مذكرة ماجستير جامعة سعد حلب، الجزائر :البليدة، كلية الأدب و العلوم الاجتماعية، مارس 2012، ص 34.

2 أ.د محمد سرحان علي المحمود مناهج البحث العلمي ، ط 3، الجمهورية اليمنية، صنعاء، دار الكتب للنشر و التوزيع، العدد 561 ، 2015 م، ص 76.

الإطار المنهجي للدراسة

العوامل المؤثرة في تصرفاتهم في سلوك معين و يعتبر الاستبيان أحد الأساليب الأساسية التي تستخدم في جميع البيانات الأولية في الدراسة.¹

-المقابلة interview:

تعتبر المقابلة العلمية استبيان شفهي فهي عبارة عن محاولة موجهة من الباحث الى الأشخاص المبحوثين بهدف الوصول الى الحقيقة او موقف معين ،يسعى الباحث لتعرف عليه من أجل تحقيق الأهداف.²

_مجالات الدراسة :

إن تحديد مجالات الدراسة تعد خطوة منهجية الأكثر أهمية في البحوث التي تكون في تخصصات العلوم الإنسانية و الاجتماعية و لكل بحث علمي موضوع و مشكلة الدراسة و لكل دراسة حدود مكانية و زمنية و ميدانية فتمثلت مجالات دراستنا فيما يلي:

_المجال الموضوعي لدراسة :

يتمحور موضوعنا على معرفة واقع العلاقات العامة في المؤسسات الإستشفائية عادة الضياء بور قلة و يتغير موقعها من مؤسسة لأخرى .

_المجال المكاني : شملت دراستنا المصحات الإستشفائية عادة و الضياء حيث عيادة الضياء تتمركز وسط المدينة بسوق الحجر نهج الجمهورية خلف دار الثقافة مفدي زكرياء بور قلة كما أن عيادة عادة متواجدة في حي النصر الخفجي بور قلة.

_المجال الزمني: في المجال الزمني كانت المرحلة الأولى: من بداية السنة الدراسية قمنا باختيار موضوع الدراسة وتحديد مساره و متغيراته و ذلك بانتظار اخذ الموافقة من ادارة الكلية.

في المرحلة الثانية : فيما يخص هذه المرحلة قمنا ببناء جانبا منهجيا لدراسة و الذي تمثل في صياغة اشكالية الدراسة و تحديد المصطلحات مع ذكر الأهمية و البعض من الأسباب التي دفعتنا لاختيار هذا الموضوع ذاته متتبعه بالدراسات السابقة و غيرها من بقية العناصر.

¹ قاسم عثمان ،نوركيف تكتب بحثا او رسالة جامعية ،بط3 ،الخرطوم ،مركز قاسم لخدمات المكتبات ،2013 ص 36 .

² محمود حمودة صالح منزل ،التطبيقات العلمية لمنهجية البحث الفقهي و القانوني ،الخرطوم ب.م،2015 م،ص 65 .

الإطار المنهجي للدراسة

اما المرحلة الثالثة : أجريت الدراسة الميدانية الاستكشافية في ميدان المؤسسات الصحية المقابلة و أجريت مقابلة مع نائبة مدير مؤسسة عادة خلال يوم 13 فيفري 2024 أما في عيادة الضياء يوم 17 فيفري لكن رفض مدير مؤسسة الضياء هذا الطلب اما عن توزيع استمارة الاستبيان كان في الفترة الممتدة بين 27 أفريل الى غاية أوائل شهر ماي في كلتا العيادتين.

_المجال البشري : المجال البشري يشمل جميع الفئات العمرية من 20 سنة فما فوق و كان موجه الى المستفيدين الخارجيين للمؤسستين الإستشفائيتين الخاصة.

_تحديد مصطلحات الدراسة :

دائما يشترط علينا تحديد بعض المفاهيم و المصطلحات المتعلقة بالدراسة و فهمها و تبسيطها ، و

لهذا نتطرق لمفاهيم الاساسية لدراسة : و هي كالآتي:

_تعريف العلاقات العامة :

لغة : يتكون تعريفها من مصطلحين:

اولا :علاقات : و تعني حصيلة الصلات و الاتصالات التي تتوفر بين هيئة و الجماهير المتعاملة معها و باعتبارها هكذا فهي ذات اتجاهين و لها طرفين يتحكما في هذه الصفات بحيث يتوفر قيامها على وجودها.¹

عامة : و تعني انها تشمل عموم و كافة الجماهير المختلفة التي يتصل عملها و ارتبطت مصالحها و نشاطها بالهيئة.²

اصطلاحا:

¹ محمد بغيث كشك, العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية, الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث, ب, ت, ص 5.

² عبد الرحمان عبد الله, اعلام العلاقات العامة ط 1, القاهرة: دار الكتاب الحديث, 2015 م, ص 12 .

الإطار المنهجي للدراسة

عرفها ابراهيم إمام بأنها : العلم الذي يدرس سلوك الأفراد و الجماعات دراسة علمية موضوعية بغية تنظيم العلاقات الإنسانية على أسس من التعاون و المحبة و الوعي.¹

كما عرفتها الجمعية الدولية للعلاقات العامة بأنها : الوظيفة المستمرة و المخططة لإدارة و التي تسعى بها المؤسسات باختلاف أنواعها و أوجه نشاطها الى كسب تفاهم و التعاطف و تأييد الجماهير الداخلية و الخارجية و الحفاظ على استمرارها و ذلك بدراسة رأي العام و قياسه و تأكد من توافقه مع سياسات المؤسسة و أوجه نشاطها و تحديد المزيد من التعاون و الخلاف و الأداء الفعال للمصالح المشتركة بين المؤسسة و جماهيرها الاعلام الشامل و المخطط.²

و عرفها المعهد البريطاني (CIPR) بأنها الجهود المقصودة و المخططة المستمرة لإقامة استمرار الفهم المتبادل بين أي منظومة و جماهيرها و يتضح من التعريف أن العلاقات العامة هي جهود مخططة لكسب ثقة الجماهير و الوصول الى تحقيق التفاهم بين المنظمة و جماهيرها.³

تعريف الإجرائي للعلاقات العامة :

هي عملية مستمرة و مدروسة تقوم بها المؤسسة من أجل كسب ثقة و تأييد الجماهير الداخلية و الخارجية للمؤسسة عن طريق التواصل و الإقناع.

تعريف المؤسسة:

اصطلاحا :يعرفها كاهن " بأنها تنظيم مستقل يقوم على تنسيق مجموعة من الموارد البشرية و المادية و المالية من أجل تحقيق أهداف اقتصادية بصورة مستقرة "، و الواضح أنه تعريف يتوجه لاقتصاد المؤسسة.⁴

تعريف الإجرائي للمؤسسة:

¹ ابراهيم إمام، فن العلاقات العامة و الاعلام، القاهرة، مكتبة الانجلو المصرية، 1981، م، ص 48 .
² عبد الناصر أحمد جرادات، العلاقات العامة بين النظرية و التطبيق، عمان : اليازوين، 2009، م، ص 45 .
³ وقعت عارف الضبع، اصول العلاقات العامة الانسانية و الدينية، ط 1، القاهرة :المكتب المصري للمطبوعات، 2012، م ص 18 .
⁴ هامل مهديّة :اتصال الازمة في المؤسسة الجزائرية، رسالة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2009، ص 20.

الإطار المنهجي للدراسة

هي اجتماع مجموعة أعضاء و أشخاص لهم نفس المهارات و القدرات التي تميزهم و يستخدمون رأسمال الإنتاج و تبادل السلع و البضائع او بيعها للجمهور الداخلي و الخارجي .

تعريف المؤسسة الصحية :

هي مؤسسات ذات طابع خدماتي توفر الرعاية الصحية للمواطنين هدفها إنساني و قد يكون عموماً ملك لدولة او ملك خاص للأفراد.¹

_تعريف الإجرائي للمؤسسة الصحية:

هي مؤسسة خدمتية عامة او خاصة تقوم بتوفير الرعاية الصحية الكاملة للمواطنين مثل مصحنتين عادة و الضياء و التي تعتبر عيادات خاصة و مستشفى محمد بوضياف الذي يعتبر عام فكلها تؤدي مهامها بخدمة المواطنين و رعايتهم .

_الدراسات السابقة :

من المهم جداً لأي باحث اجتماعي أن يطلع على البحوث التي سبقت بحثه لأن الاطلاع على ما سبق يجنبه التكرار و يمكنه من تفادي اخطاء الآخرين و قد يسمح له ذلك بفهم موضوع بحثه أكثر و اختيار العناصر المنهجية المناسبة لموضوعه ،وعليه حاولنا قدر الإمكان الحصول على دراسات مشابهة لموضوعنا و قد أسفر هذا الجهد الدراسات التالية:

-الدراسة الأولى : دراسة ياسين المسيلي المسومة بالعلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية

"دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس بقسنطينة" لقد اراد الباحث التحدث على أهمية العلاقات العامة خاصة أن إدارة العلاقات العامة هي الدافع الرئيسي الذي يصل بين المؤسسة و الجمهور العامل فيها ،ولذلك اعتمد على سؤال الرئيسي المتمثل

في :

¹ محي محمود حسن ،سمير منصور ، العلاقات العامة في الدولة الحديثة ، ط 1 (القاهرة :المطبعة المصرية، 1986 م) ،ص 15.

الإطار المنهجي للدراسة

- هل يوجد اهتمام خاص بالعلاقات العامة داخل المؤسسة موضوع للدراسة؟
- و قد جاءت الأسئلة الفرعية كالتالي:
- ما مكانة العلاقات العامة ضمن الهيكل التنظيمي للمؤسسة الصحية الجزائرية؟
- هل هناك متخصصون قائمون على نشاطات العلاقات العامة؟
- ما هي مختلف الأساليب و الوسائل الاتصالية في إدارة العلاقات العامة؟
- ما هي العراقيل التي تحد من فعالية نشاط إدارة العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية؟
- اعتمد الباحث على الفرضية الرئيسية :
- لا تحظى العلاقات العامة باهتمام كبير داخل المؤسسة موضوع لدراسة
- أما الفرضيات الفرعية لهذه الدراسة هي:
- تفتقد المؤسسة موضوع الدراسة لجهاز يمثل فعلا إدارة العلاقات العامة.
- تصطدم العلاقات العامة بجملة من عراقيل .
- منهج الدراسة :كما اعتمد على المنهج الوصفي باستعمال أداة استمارة الاستبيان كوسيلة اساسية لجمع البيانات ن مدعمة بالملاحظة و المقابلة .
- عينة الدراسة:اعتمد على العينة الطبقية المنتظمة حيث تم تقسيم مجتمع البحث على طبقات متجانسة اعتمادا على الوظيفة أو مجال العمل.
- لقد توصل الباحث لجملة من النتائج نذكر منها الأهم:
- العلاقات العامة لاتحظى بالاهتمام الكافي داخل المؤسسة موضوع الدراسة.
- و هذا استناد إلى:
- لا يسمى باسمه بل يسمى "مكتب الإعلام و الاتصال
- لا يحتل مكانة مرموقة ضمن الهيكل التنظيمي للمستشفى.

الإطار المنهجي للدراسة

■ لا يقوم بأنشطة المتخصصون في الإتصال .

■ لا يعتمد على الأساليب و الوسائل الاتصالية الفعالة المناسبة .

■ عدم إدراك الجمهور الداخلي مفهوم العلاقات العامة¹.

الدراسة الثانية : تحت عنوان " دور العلاقات العامة في تحسين أداء المؤسسة الجزائرية -
دراسة ميدانية بالشركة الإفريقية للزجاج أولاد صالح (للطالبة قميح نادية) 2013-2014 مذكرة
لنيل شهادة الماستر في العلوم الاجتماعية العلاقات تخصص عامة بجامعة جيجل بكلية العلوم
الإنسانية والاجتماعية .

تطرقت الباحثة في دراستها لدور العلاقات العامة في تحسين اداء العمال للمؤسسة وذلك بطرح
التساؤلات الفرعية التالية:

■ هل للعلاقات العامة دور في تحسين اداء العمال للمؤسسة؟

■ هل التحفيز يساهم في زيادة الدافعية للعمل؟

■ هل الرقابة تحسن من كفاءة اداء العمال؟

و تمحورت فرضيات هذه الدراسة بالإجابة على الأسئلة المطروحة و هي :

■ الإتصال في المؤسسة يساهم في فعالية مهام العمال كما يساهم في زيادة الدافعية العمل مع
الرقابة لتحسين كفاءات اداء العمال.

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي التحليلي من اجل معرفة الأدوار التي تقوم بها العلاقات
العامة كما اعتمدت على الملاحظة و المقابلة و الاستمارة لجمع المعلومات

كما توصلت هذه الدراسة لنتائج التالية :

■ ان المؤسسة تهتم لانشغالات العاملين و ذلك باعتمادها على الإتصال بشكل خاص حيث يعد
القلب النابض للعلاقات العامة.

¹ ياسين المسيلي,العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية ,قسنطينة: دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس ,مذكرة لنيل شهادة
الماجستير ,قسم علوم الاعلام و الاتصال ,جامعة منتوري ,قسنطينة ,الجزائر 2009 .

الإطار المنهجي للدراسة

- ان الاتصال في المؤسسة يساهم في فعالية مهام العاملين و ان العلاقات العامة تعتمد في تواصلها على الانترنت و الإيميل في نقل المعلومات.¹

دراسات عربية:

دراسة تحت عنوان : ادوار المؤسسة و أنشطة العلاقات العامة في المستشفيات الحكومية و الخاصة-دراسة ميدانية لمديرية العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية (الطالب:محمد بن سعد السريع العام 2011)مذكرة لنيل الماجستير في الاعلام كلية العلوم الاجتماعية بجامعة نايف بالرياض .

تتمحور الاسئلة كالتالي:

- ما هي ادوار العلاقات العامة للمؤسسة و انشطتها التي تقوم بها المستشفيات الحكومية في المملكة العربية السعودية؟
 - ما هي الانشطة التي تمارسها العلاقات العامة في مستشفيات القطاعين العام و الخاص في المملكة السعودية؟
 - ما هي الفروق بين المستشفيات الحكومية و الخاصة تبعا لأنشطة و ادوار المؤسسة من جهة و الفروق بين احجام المستشفيات تبعا لأنشطة و ادوار المؤسسة من جهة اخرى؟
- و تتمحور الفرضيات حول الاجابة على التساؤلات وذلك ان الانشطة التي تمارسها ادارات العلاقات العامة في المستشفيات التي شملتها الدراسة تتمثل في النشاط الاعلامي عن المنشأة لتحقيقها في المستشفيات القطاعين بالمملكة .
- اعتمد الباحث على المنهج المسحي الشامل من خلال المقارنة بين المستشفيات العامة و الخاصة كما اعتمدت على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع المعلومات.

النتائج المتحصل عليها هي كالتالي:

- الهدف الاساسي للعلاقات العامة تحسين صورة المنشأ للجمهور الخارجي و كسب ثقته.

¹نادية قميح دور العلاقات العامة في تحسين أداء عمال المؤسسة الجزائرية (طاهير:اولاد صالح دراسة ميدانية بالشركة الإفريقية لزجاج) مذكرة لنيل شهادة الماستر ,تخصص علاقات عامة ,رسالة غير منشورة (الجزائر:جامعة جيجل) 2014 م.

الإطار المنهجي للدراسة

- يبين عدم وجود فروق ذات دلالة احصائية بين احجام المستشفيات تبعا لمدى انطباق الادوار المؤسسية على واقع ممارسة العلاقات العامة في المستشفيات.¹

المدخل النظري للدراسة:

يشكل ظهور النظرية في بناء العلم دالة على نضج بنائه الفكري واكتماله، و بالرغم من أن النظرية هي المكون الاخير الذي يكتمل به بناء العلم إلا أنها تظل الوحدة القادرة على منح العلم هويته، وهي الفعالة في توجيه إنجازاته وحركته في دراسة الظواهر التي تشكل مجال فاعلية العلم وإطار بحثه وإدراكه يعرف روس النظرية بأنها: بناء متكامل يضم مجموعة من تعريفات وافتراضات و قضايا عامة تتعلق بظاهرة معينة، بحيث يمكن أن تستنبط منه منطقيا مجموعة من الفروض القابلة للاختبار كما يذهب روبرت ميرتون إلى تعريف النظرية من حيث كونها مجموعة من التصورات المترابطة منطقيا، تلك التصورات المحدودة و المتواضعة وليست الشاملة والمتضمنة لكل شيء، ثم يؤكد أن النظرية تبدأ في الظهور حينما تترابط المفاهيم في شكل قضايا، بحيث تصبح هذه القضايا تحديدا للعلاقة بين متغيرات واقعية و حينما تترابط القضايا فأنا النظرية تتكون

¹ محمد بن سعد السريع، الادوار المؤسسية و الانشطة العلاقات العامة في المستشفيات الحكومية و الخاصة (دراسة ميدانية لمديري العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية) رسالة لنيل شهادة الماجستير ،رسالة غير منشورة(السعودية:جامعة نيف،الرياض)،2011 م.

الإطار التطبيقي للدراسة

الإجراءات الميدانية لدراسة:

تمهيد الإطار التطبيقي:

خصص هذا الفصل للجانب التطبيقي من الدراسة التي أجريت في المؤسسات الصحية عادة و الضياء بولاية ورقلة وقد قمنا من خلاله بعرض مجالات الدراسة الميدانية ثم البيانات الإحصائية المتعلقة بالبحث، ويكتسي هذا الفصل أهمية بالغة بالنسبة للدراسة ككل لان العمل الميداني الذي قمنا به والنتائج التي حصلنا عليها من شأن مساعدنا على إيجاد إجابات للتساؤلات التي طرح في بداية الدراسة والواقع أن العمل الميداني يعطي أهمية كبيرة لأي بحث لأنه يسمح بلمس كل المعلومات النظرية التي اكتسبها الباحث على أرض الواقع ، و تكون الخبرة المستفادة من هكذا تجربة .

أولا: تعريف بميدان الدراسة:

1) تعريف مؤسسة عادة : هي مؤسسة صحية تلبى خدمات المواطنين و هي متعددة الخدمات و لها لعديد من الأنشطة المتنوعة و تعتبر مؤسسة ذات سمعة حسنة ، مقرها بحي النصر الخفجي بولاية ورقلة.

أنشطتها : لها أنشطة مختلفة تتمثل في:

- ✓ الاستعجالات الطبية و الجراحية URGENES MEDICO /CHIRURGICALES.
- ✓ التحاليل الطبية ANALYSES MEDICALES +MICROBIOLOGIE.
- ✓ الأشعة بكل أنواعها RADIOLOGIE:
- _السكانير.

_سكانير الجراحي.

_سكانير الأوعية الدموية.

_سكانير المفاصل.

_الإيكوغرافيا.

_الدوبلير بالألوان.

الأشعة الرقمية.

_ الأشعة المتخصصة.

✓ الفحوصات الطبية CONSULTATIONS MEDICALES:

_ طب عام .

_ طب داخلي.

_ الصدرية الفيزيولوجي.

_ الأطفال و الأطفال حديثي الولادة.

_ الأمراض الجلدية و التناسلية.

_ امراض الجهاز الهضمي (تنظير الجهاز الهضمي العلوي و تنضز القولون العصبي و المستقيم).

✓ الجراحة بأنواعها CHIRURGIE:

_ الجراحة العامة (كلاسيكية و بالمنظار).

_ جراحة المسالك البولية.

_ جراحة الأطفال .

_ أمراض النساء و التوليد.

_ جراحة العظام و الصدمات (بالليزر _ التردد الراديو _ الاستكشاف الوظيفي _ قياس السمع _

المعاوقة).

_ الأنف و الأذن و الحنجرة ORL_CCF .

المصحة متعاقدة مع عدة شركات في ورقلة :

_ الخدمات الاجتماعية لعمال شركة SONATRACH .

_ الخدمات الاجتماعية لعمال شركة ENAFOR .

_ الخدمات الاجتماعية ENSP .

_ الخدمات الاجتماعية ENTPE .

الإطار التطبيقي للدراسة

- _ الخدمات الاجتماعية LIGABO ALGERIE CATRING.
- _ الخدمات الاجتماعية GTP.
- _ الخدمات الاجتماعية ENAGEO.
- _ الخدمات الاجتماعية LA POLICE.
- _ الخدمات الاجتماعية عمال جامعة قاصدي مرياح -ورقلة .
- _ الخدمات الاجتماعية لعمال القرض الشعبي الوطني -ورقلة.
- _ الخدمات الاجتماعية لعمال البنك الوطني الجزائري.
- _ الخدمات الاجتماعية لعمال مخبر الأشغال العمومية للجنوب LTPS.
- _ الخدمات الاجتماعية لعمال التربية .
- _ الصندوق الوطني لتأمين عن البطالة CNAC.
- _ ديوان الترقية و التسيير العقاري OPGI.
- _ الجزائرية للرعاية الصحية DZAIR MED.
- _ لجنة المشاركة لعمال شركة الاتصالات الجزائر .
- _ الصندوق الوطني لتأمينات الاجتماعية للعمال الإجراء CNAS(الولادات ببطاقة الشفاء) .
- _ لصندوق الوطني لتأمينات الاجتماعية للعمال غير الإجراء CASNOS(الولادات ببطاقة الشفاء) .
- .ALGERIE ASSISTANCE _OLEA_ALGERIE TELECOM_GRASE SAVOYE
- 2) تعريف مؤسسة الضياء :هي مؤسسة صحية تعمل على تلبية طلبات الزبائن و المرضى لها خدمات متعددة ولها العديد من الأنشطة المتنوعة و تعتبر مؤسسة ذات سمعة طيبة لبأس بها ، مقرها بنهج الجمهورية ،خلف دار الثقافة مفدي زكرياء بولاية ورقلة.¹

¹ وثيقة مقدمة من طرف المؤسسة ,الهيكل التنظيمي للمؤسسة

الإطار التطبيقي للدراسة

_أنشطتها : لها كذلك أنشطة مختلفة من بينها :

✓ اختصاصات بدوام كامل :

_ طب العيون .

_ طب النساء و التوليد .

طب الأذن و الحنجرة و الأنف .ORL.

_ طب التخدير و الإنعاش .

_ طب العظام و الرضوض.

_ ميكروبيولوجيا طبية (مخبر التحاليل الطبية).

_ طب عام .

_ طب الكلي و المسالك الطبية .

_ طب و جراحة الأعصاب .

_ طب الجلد و التجميل .

_ قسم الأشعة الطبية.

ثانيا: اجراءات الدراسة الميدانية:

بدأت في اعداد المسودة لنهايتها بمساعدة أستاذي المشرف و الفاضل أ.د قانة مسعود و قمت بتحكيم الاستمارة لدى الاساتذة الأفاضل أ.د. تومي فضيلة و أ .جيتي نادية وكذلك أ.الزاوي محمد الطيب حيث ارشدوني على ذلك و قاما بتصحيح بعض الاخطاء و أخذت رأيهم الكلي بعين الاعتبار و الذي سهل علي العملية و تحصلت على نتائج جيدة أفادتني كثيرا و بعدها قمت بتوزيعها في ميدان الدراسة اظافة لمقابلة بسيطة لدى عمال مؤسسة الضياء و مقابلة مع المكلفة بالإتصال في قسم الموارد البشرية بعيادة عادة .

الإطار التطبيقي للدراسة

نتطرق الى عرض اسئلة و اجوبة مقابلة عيادة الضياء:

السؤال الأول : خاص بالمكافآت المادية التي تقدمها مؤسسة الضياء لعمالها تقديرا لمجوداتهم المبذولة طرح السؤال لخمس او ست عمال و كان الجواب ب لا تقوم المؤسسة بتقديم لنا اي مكافآت على مجهوداتنا .

السؤال الثاني: خاص بمعاناتهم من مشاكل في اطار العمل سواء بين الاعمال او مع الزبائن ؟ كان الجواب بنعم هناك الكثير من المشاكل مع الزبائن اما من ناحية العمال في ما بينهم لا يوجد اي اشكال .

السؤال الثالث : خاص بعلاقتهم مع مدير للمؤسسة اهي علاقة سطحية ام فيها تفاعل كبير و مستمر ؟ كان الجواب بنعم هناك تفاعل كبير في اطار العمل و خارج اطار العمل مثل عند حدوث مشكلة ارتكبتها عامل منهم الكل يتحملون المسؤولية و هذا يدل ان مدير المؤسسة صارم في قوانينه اتجاه العمال .

السؤال الرابع :خاص بمكانة العلاقات العامة في المؤسسة ؟ الجواب كان بنعم لها دور كبير و مكانة في المؤسسة لأنها الاساس في جلب الزبائن و التعامل معهم .

و هنا نتطرق لعرض اسئلة و اجوبة مقابلة عيادة عادة :

التي كانت في عيادة عادة مع المكلفة بالاتصال في قسم العلاقات العامة في المؤسسة كانت اسئلتها كالتالي :

السؤال الأول : خاص بمكانة العلاقات العامة داخل المؤسسة ؟ كان الجواب بأن لها دور كبير في فاعلية النشاط بالمؤسسة بالرغم من ان هناك عوائق لا تحصى ولا تعد من طرف الزبائن و هذا لا يؤثر على تواصلنا معهم بالاحترام و تحسين الخدمة مهما كانت الظروف و مهما كانت عصبية الزبون و قلة صبره ، كما ان هناك كل اسبوع اجتماع خاص بعمال المؤسسة على رأسهم المدير العام للمؤسسة و هذا الاجتماع خاص بمناقشة مزايا و عيوب كل عامل منهم سواء عمال استقبال او حراس او اطباء ... الخ .

السؤال الثاني :خاص بالأجهزة التي تستخدمها المؤسسة بمخبر التحاليل الطبية LABORATOIRE D;ANALYSE ؟ كان الجواب بهناك عدة اجهزة خاصة بالمخبر و هناك

الإطار التطبيقي للدراسة

أجهزة أخرى و هي : راديو العادي و التلفزيوني _ السكانير _ ايكوغرافي _ الدوبلير بالألوان _ الأشعة الرقمية _ سكا نير الاوعية الدموية _ سكا نير المفاصل و غيرها .

السؤال الثالث :خاص بالصعوبات المتواجدة بين عمال المؤسسة و الزبائن ؟ كان الجواب بأن هناك عدة اسباب منها : ان الزبون لا يريد دفع مستحقات الفحص هدي من جهة الزبائن اما بين العمال هناك صعوبة في تواصل العمال ببعضهم البعض لتفادي المشاكل بينهم كما ان لا يوجد اي عائق في اطار العمل .

ثالثا : عرض النتائج و تحليلها و تفسيرها :

(1) عرض و تحليل نتائج المؤسسة الصحية عادة:

الجدول رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس



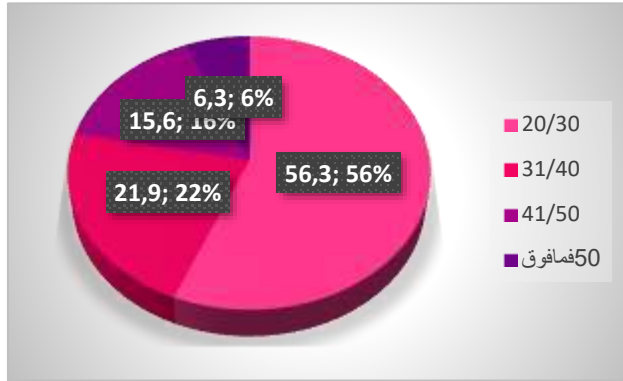
37.5	12	ذكر
62.5	20	أنثى
100.0	32	المجموع

الشكل رقم 01: يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس

الجدول الاول يبين لنا نسبة الذكور تقدر بنسبة 37.5% بالمائة متكونة من 12 مفردا و نسبة الإناث متكونة من 20 مفردا بنسبة 60.5% بالمائة و هنا نرى ان وجدنا بالصدفة في اليوم الذي وزعنا فيه الاستمارة نسبة الإناث اكثر من الذكور .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن



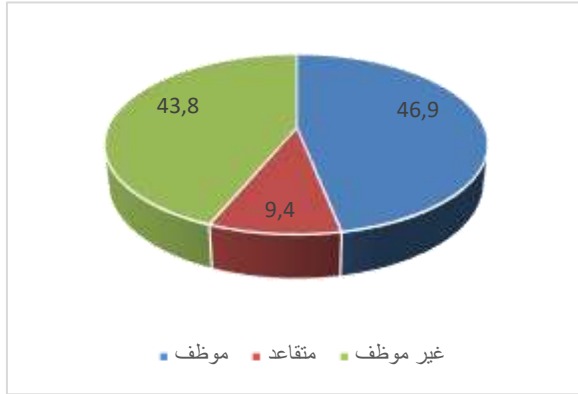
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
20/30	18	56.3
31/40	7	21.9
41/50	5	15.6
50 فما فوق	2	6.3
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 02: يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن

الشكل الثاني نرى بالنسبة للسن ان نسبة 56.5% بالمائة الذين تتراوح اعمارهم بين 20 الى 30 سنة و نسبة 21.9% بالمائة من الذين اعمارهم بين 31 الى 40 سنة و نسبة 15.6% من الذين اعمارهم بين 40 الى 50 سنة و بقية الفئات العمرية من 50 فما فوق حيث تبين لنا ان اكثر نسبة هي من الفئة الذين اعمارهم بين 20 الى 30 سنة و لكن في وجهة نظري ان المؤسسة تتعامل بكثرة مع الاطفال الصغار تحت 12 سنة.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 03: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المهنة



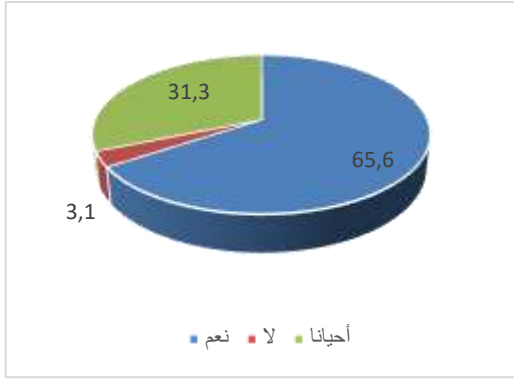
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موظف	15	46.9
متقاعد	3	9.4
غير موظف	14	43.8
المجموع	32	100.0

الشكل 03 : يبين ان هناك نسبة 49.9% بالمائة من الموظفين و الغير موظفين بنسبة 43.8% بالمائة و المتقاعدين 9.4% بالمائة و هنا يتضح لنا أن نسبة الموظفين هم الأكثر تعاملًا مع المؤسسة عادة حسب الاحصائيات .

الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الاول: بالوسائل الاتصالية التي تعتمدھا المؤسسة في التواصل مع جمهورھا الخارجي.

الجدول رقم 04: يمثل توزيع أفراد العينة حسب يستخدم الاتصال المباشر وجھا لوجه في التواصل بين الزبون والمؤسسة.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	65.6
لا	1	3.1
أحيانا	10	31.3
المجموع	32	100.0

الشكل 04: يعد الاتصال المباشر هو اتصال بين شخصين او اكثر وجھا لوجه اثناء اجراء محادثة اجتماع و نرى خلال الاحصائيات ان معظم الخيارات كانت بنعم يتم استخدام الاتصال المباشر و جھا لوجه بنسبة 65.6% بالمائة و المتكونة من 21 مفردا و نسبة 31.3% بالمائة مجيبين أحيانا و البقية من قال لا يتم استخدام هذا النوع من الاتصال و هنا يتضح لنا أن المؤسسة تعتمد في تواصله مع الزبائن بالاتصال المباشر وجھا لوجه اكثر من الوسائل الاخرى .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 05 يمثل توزيع أفراد العينة حسب يستخدم الهاتف المحمول في اخذ مواعيد

الفحص بين المؤسسة وجمهورها الخارجي.



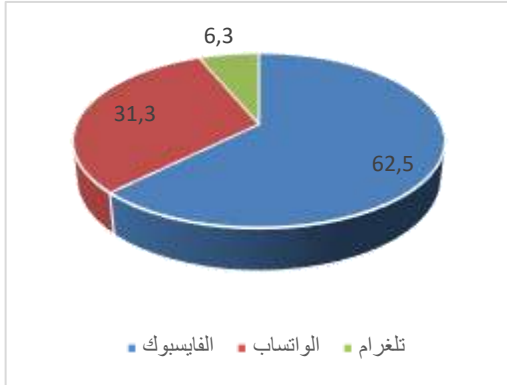
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	40.6
لا	10	31.3
أحيانا	9	28.1
المجموع	32	100.0

الشكل 05 : يعد الهاتف المحمول من الوسائل الأكثر استعمالا في العالم لتواصل بين الافراد حيث وجنا في مؤسسة عادة 13 مفردة مجيبين بنعم يتم استخدام الهاتف المحمول في اخذ مواعيد الفحص في المؤسسة بنسبة تقدر ب 40.6% بالمائة و المجيبين ب لا يتم الاستخدام بنسبة تقدر ب 31.3% بالمائة و 28.1% مجيبين أحيانا يتم التواصل بالهاتف المحمول و هنا نلاحظ ان المؤسسة تعتمد في اتصالها مع الزبائن باستخدام الهاتف المحمول كثيرا حيث في اي مؤسسة يشترط ان تتعامل مع زبائها بالهاتف المحمول .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 06: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مع

المؤسسة.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
فيسبوك	20	62.5
واتساب	10	31.3
تلغرام	2	6.3
المجموع	32	100.0

الشكل 06: يعد الفيسبوك من أكثر المواقع الاجتماعية استخداماً لدى أفراد المجتمع حيث يأخذ م كان الهاتف في التواصل بين المجتمع و نرى ان نسبة استعمال الأغلبية في التواصل بين الجمهور و المؤسسة هي فيسبوك حيث تقدر نسبتها تقدر ب 62.5% بالمائة و المتكونة من 20 مفردا و 10 مفردات مجيبين بالواتساب بنسبة تقدر ب 31.3% بالمائة و البقية مجيب تلغرام هنا نرى ا لمؤسسة تعتمد في استعمالها على فيسبوك بكثرة مقارنة بالمواقع الاخرى .

الإطار التطبيقي للدراسة

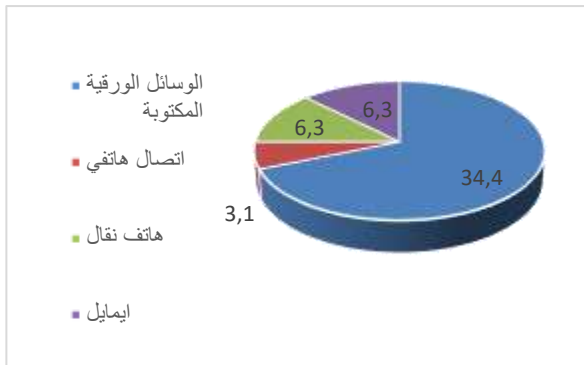
الجدول رقم 07 يمثل توزيع أفراد العينة حسب تستخدم المؤسسة الوسائل التقليدية لتواصل مع جمهورها الخارجي.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	46.9
لا	17	53.1
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 07 : تعرف الوسائل التقليدية انها ادوات او اجهزة لاتي لا تستخدمها التكنولوجيا و سه ولة توفرها لدى المؤسسات ونجد في مؤسسة عادة ان هناك 15 مفردا مجيبين بنعم يتم استخدام ال وسائل التقليدية في تواصل المؤسسة مع جمهورها بنسبة تقدر ب 49.9% بالمائة و 17 مفردا مج يبين ب لا يتم استخدام هذا النوع من الوسائل بنسبة تقدر ب 53.1% بالمائة وهنا يتضح لنا ان الم ؤسسة احيانا ما تستخدم تستخدم الوسائل التقليدية في تواصلها مع الجمهور الخارجي .

الجدول رقم 08 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب إذ كان الجواب ب نعم هل هي

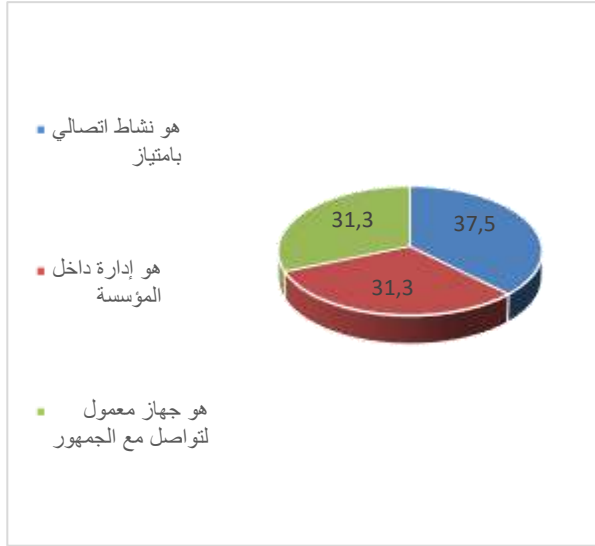


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الوسائل الورقية المكتوبة	11	34.4
اتصال هاتفي	1	3.1
هاتف نقال	2	6.3
ايميل	2	6.3
المجموع	16	50.0

الشكل رقم 08 : كان الجواب بالوسائل الورقية المكتوبة بنسبة تقدر ب 34.4% بالمائة و البقية بنسبة تقدر ب 6.3% بالمائة و هناك من أجاب بالايمل كذلك بنسبة 6.3% بالمائة و هنا يت ضح ان معظمهم لم يفهم السؤال المطروح .

المحور الثاني: الصورة الذهنية للمؤسسة بالنسبة لجمهورها الخارجي.

الجدول رقم 09 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب نسبة فهمك لموضوع العلاقات العامة.

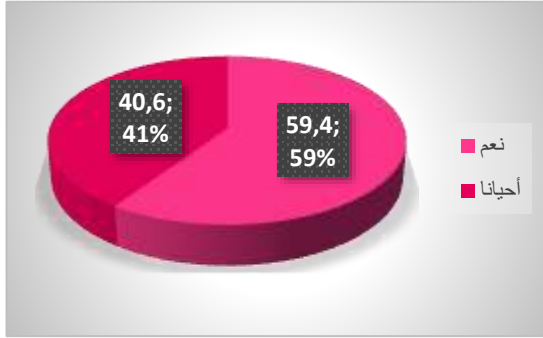


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
هو نشاط اتصالي بامتياز	12	37.5
هو إدارة داخل المؤسسة	10	31.3
هو جهاز معمول لتواصل مع الجمهور	10	31.3
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 09: مصطلح العلاقات العامة هو نشاط اتصالي يقوم به الافراد كما هو ادارة يمكن ان تتواجد في المؤسسات بشتى انواعها نسبة 37.5% بالمائة أجاب بأنه نشاط اتصالي بامتياز و نسبة 31.3% بالمائة مجيبين بأنه إدارة داخل المؤسسة و الآخرون جيبين بأنه جهاز معمول لتواصل مع الجمهور في كلتا الحالتين و هنا يتضح لنا ان هناك من يميز بين المفاهيم و هناك من لم يفهم مصط لح العلاقات العامة.

الإطار التطبيقي للدراسة

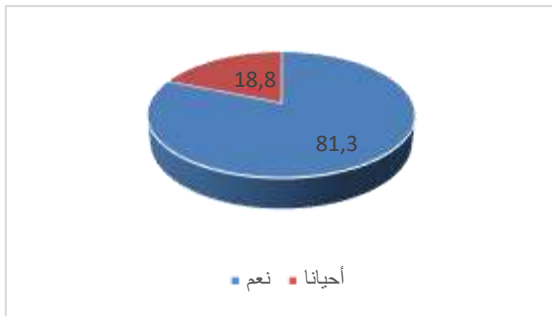
الجدول رقم 10: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تشكل هذه المؤسسة الأحسن في التعامل مع العميل.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	19	59.4
أحيانا	13	40.6
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 10 : لكي تكسب المؤسسة زبائننا يجب ان تحسن التعامل مع الجمهور و العملاء حيث نرى هناك 19 مفردا مجيب بنعم تحسن المؤسسة التعامل مع العملاء بنسبة 59.4% تقدر ب% بالمائة و 13 مفردا مجيب أحيانا بنسبة 40.6% تقدر ب% بالمائة و هنا نرى بأن المؤسسة لها حسن المعاملة مع المستفيدين .

الجدول رقم 11 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحظى هذه المؤسسة بالسمعة الطيبة والحسنة لديك.



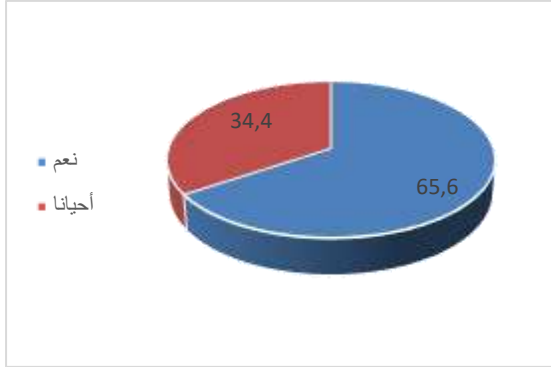
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	26	81.3
أحيانا	6	18.8
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 11 : لكي تكسب المؤسسة ثقة زبائننا لابد من ان تحظى بالسمعة الطيبة و الحسنة حيث هناك نسبة كبيرة من كانت اجابتهم بنعم تحظى مؤسسة عادة بالسمعة الطيبة بنسبة تقدر ب% بالمائة و القليل من اجاب أحيانا بنسبة تقدر ب% بالمائة و هنا يتبين لنا ان المؤسسة لها سمعة طيبة و حسنة لدى العملاء .

و نستنتج ان من خلال ملاحظتنا في المؤسسة للعلاقة بين العميل و العمال دائما هناك تفاعل ايجابى مما يزيد في ثقة العملاء لها.

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 12 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحسين الامؤسسة لاستقبال الزبائن والمرضى.

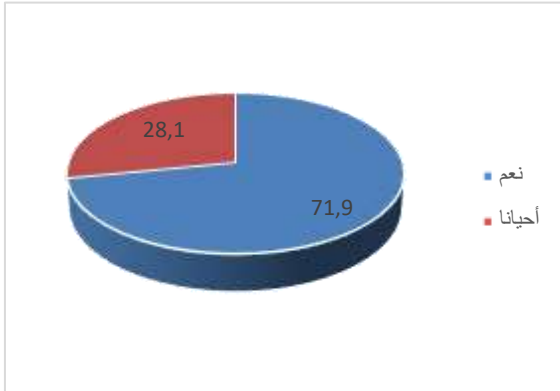


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	65.6
أحيانا	11	34.4
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 12 : حسن الاستقبال في المؤسسة هو الذي يبني الاطمئنان و الراحة لدى العملاء و خ صوصا المرضى حيث المريض يتحه دائما نحو المكان الذي يعطيه الامان حيث يوضح لنا الجدو ل نسبة 65.6% بالمائة المتكونة من 21 مفردا مجيبين بنعم يتم حسن الاستقبال في المؤسسة و نسبة 34.4% بالمائة اجابتهم أحيانا المتكونة من 11 مفردا و هنا نرى ان المؤسسة لها حسن اس تقبال الزبائن و المرضى و في بعض الأحيان لا و هذا على ما اظن راجع على العملاء .

الإطار التطبيقي للدراسة

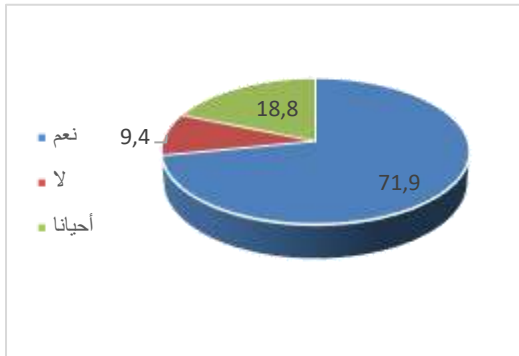
الجدول رقم 13: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحسن جودة الخدمات التي تقدمها للجمهور.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	23	71.9
أحيانا	9	28.1
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 13: تلعب جودة الخدمات الدور الأهم في رعاية المرضى حيث يوضح الجدول أعلاه نسبة الإجابة بنعم تحسن المؤسسة جودة الخدمات هي الأكثر نسبة تقدر نسبتها بـ 71.9% بالمائة و الإجابة أحيانا تقدر بـ 28.1% بالمائة و هنا يتضح لنا أن المؤسسة لها حسن جودة الخدمات المقدمة للجمهور الخارجي.

الجدول رقم 14 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأسس جانب كفاءات طبية المتخصصة في رعاية المرضى.



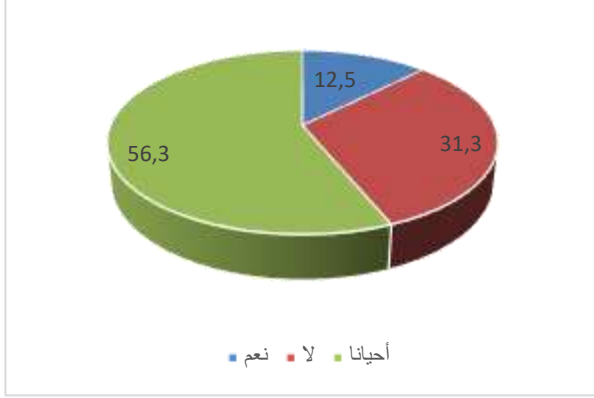
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	23	71.9
لا	3	9.4
أحيانا	6	18.8
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 14 : نسبة الخيارات بنعم كانت 71.9% بالمائة و نسبة الإجابة أحيانا نسبتها 18.8% بالمائة و الإجابة ب لا نسبتها 9.4% بالمائة و هنا نرى ان المؤسسة تأسس جانب كفاءات طبية المختصة في رعاية المرضى .

الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الثالث : معيقات تطبيق العلاقات العامة المؤسسة عادة من وجهة نظر المستفيد الخارجي .

الجدول رقم 15 :يمثل توزيع أفراد العينة حسب يحدث خلل في بعض الأحيان في تواصلك مع المؤسسة نظرا للأعطال التي تصيبها.

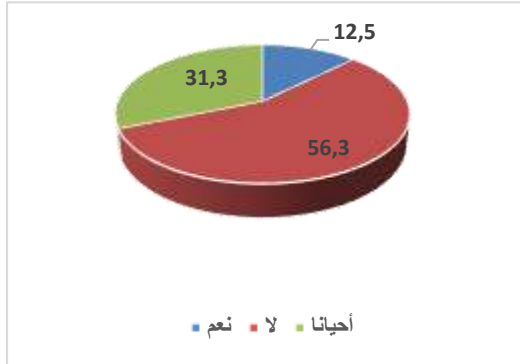


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	4	12.5
لا	10	31.3
أحيانا	18	56.3
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 15 :من المهم ان المؤسسة تقوم بواجبها الكامل و المهم لدى العميل في حين العميل اتصل بالمؤسسة يجب ان تكون استجابة المؤسسة على جميع اتصالات الجمهور ويتضح في الشكل نسبة تقدر ب 12.5% بالمائة إجابتهم بنعم يحدث خلل من خلال تواصلهم مع المؤسسة و نسبة 31.3% بالمائة إجابتهم ب لا يحدث اي خلل و تقدر نسبة الإجابة أحيانا يحدث خلل في تواصلهم مع المؤسسة ب 56.3% بالمائة و كانت الاكثر تصويتا من طرف العملاء و هنا يتضح بأن احيانا ما يحدث خلل في تواصل الزبائن مع المؤسسة .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 16 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعاني من التأخر في رد المؤسسة حول الانشغالات المطروحة من طرفك.



النسبة المئوية	التكرار	الخيارات
12.5	4	نعم
56.3	18	لا
31.3	10	أحيانا
100.0	32	المجموع

الشكل رقم 16 : تأخر المؤسسة في رد على عملائها يؤدي يدفع بالعميل الى استبدال مؤسسة اخرى لتداوي فيها و هذا يؤثر قليلا على المؤسسة و تخسر زبائنهم نسبة 12.5% بالمائة مجيبي ن بنعم و نسبة 56.3% بالمائة مجيبيين ب لا و نسبة الاجابة أحيانا تقدر ب 31.3% بالمائة و هنا نرى استنتاجا بان الاجابة ب لا تفوق الإجابات الأخرى و ان جمهور المؤسسة لا يعاني من أي تأخر في الرد من طرف المؤسسة عادة .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 17: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعاني من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة.

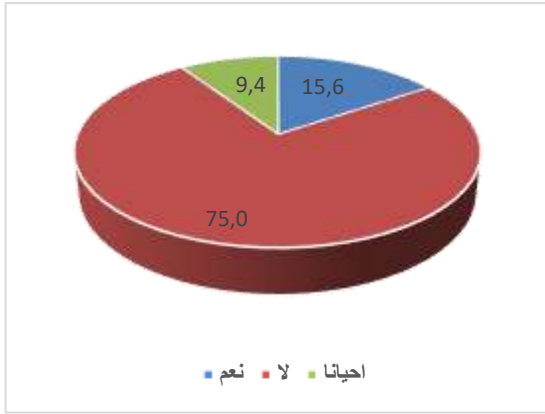


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	5	15.6
لا	24	75.0
أحيانا	3	9.4
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 17: لكل جمهور هناك ضغوطات قد تصيبه سواء في مرحلة العلاج اذ كان هو المريض او في حالة ما اذ كان عنده مريض ففي تلك الحالة يمر الانسان طبعاً بضغوطات نفسية خصوصاً اذ كان العمال يسيئون المعاملة مع المريض حيث يوضح الشكل الإجابة ب لا يعاني الجمهور من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة تحتل المرتبة الاولى بنسبة تقدر ب 65.6% بالمائة و تليها نسبة الاجابة أحيانا 31.6% بالمائة و البقية مجيبين ب نعم و هنا نستنتج ان الجمهور لا يعاني من سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة عادة الا في بعض الاحيان .

الجدول رقم 18: يمثل توزيع أفراد العينة حسب هناك عمال استقبال يسيئون المعاملة لدى الزبون أو المريض.

الإطار التطبيقي للدراسة

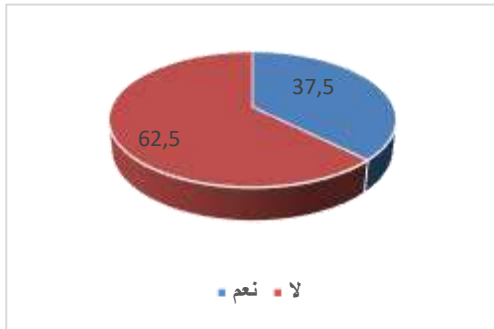


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	1	3.1
لا	21	65.6
أحيانا	10	31.3
المجموع	32	100.0

الشك ب تو
 ل رقم 18 : حسن المعاملة من الامور التي يتوج
 فرها في كل مؤسسة لكسب ثقة الجمهور حيث نس

بة الإجابة ب لا يوجد عمال استقبال يسيئون المعاملة في مؤسسة عادة تقدر ب 75.0% بالمائة ت
 فوف نسبة الإجابة بنعم التي تقدر ب 15.6% بالمائة و الإجابة أحيانا نسبتها 9.4% بالمائة و هنا
 نرى ان هناك نسبة كبيرة مجيبين ب لا و التي توضح ان المعاملة جيدة في المؤسسة عادة لكن في
 بعض الأحيان يكون تعامل مسيء مع الزبائن حسب رأيهم و هذا لا يؤثر سلبا على سمعة المؤسسة

الجدول رقم 19 يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدم وجود البدائل لدى الأطباء المختصين



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	12	37.5
لا	20	62.5
المجموع	32	100.0

الشكل رقم 19 : كما نعرف من المهم تواجد البدائل لدى الاطباء الختصين في مثل هذه المؤسسات ا
 لخاصة حيث توفر البدائل من اهم الخدمات التي قد تقمها المؤسسة و تجعل الجمهور يذهب لها و ه
 و مرتاح البال حيث يتضح لنا نسبة الإجابة ب لا يوجد بدائل تفوق نسبة الإجابة بنعم حيث الإجابة
 بنعم تقدر بنسبة 37.7% بالمائة و الإجابة ب لا يوجد بدائل تقدر نسبتها 62.5% بالمائة و هنا نر
 ي ان قلة وجود البدائل لدى الأطباء المختصين في مؤسسة عادة و هذا يؤثر سلبا على المؤسسة.

(2) عرض و تحليل نتائج المؤسسة الصحية الضياء:

الإطار التطبيقي للدراسة

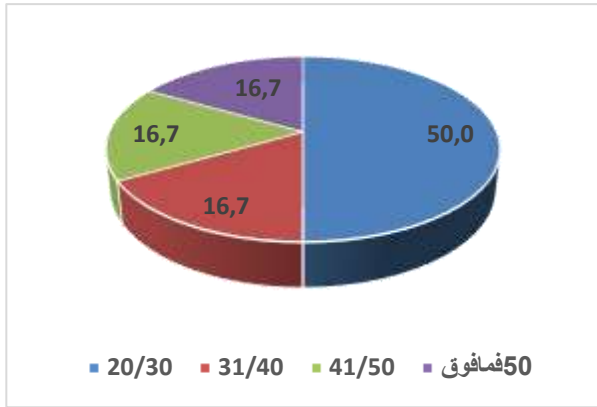
الجدول رقم 20 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	9	50.0
أنثى	9	50.0
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 20: الشكل الخاص بالجنس في عيادة الضياء يبين لنا نسبة الإناث و الذكور متساوية ب نسبة 50.0% بالمائة و يمكن ان تكون مجرد صدف و مجرد احصائيات صادفتنا فقط .

الجدول رقم 21 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
20/30	9	50.0
31/40	3	16.7
41/50	3	16.7
50 فما فوق	3	16.7
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 21 : يوضح لنا ان معظم الفئات التي

لي 30 سنة بنسبة 50.0% بالمائة و تليها الفئات العمرية الاخرى بنسبة 16.7% بالمائة و لكن ا ستنتاجا في في مثل هذه العيادات الخاصة نجد الاطفال هم اكثر تعامللا و تواجدا في المؤسسة .

الجدول رقم 22: يمثل توزيع أفراد العينة حسب المهنة.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
موظف	11	61.1
متقاعد	3	16.7
غير موظف	4	22.2
المجموع	18	100.0

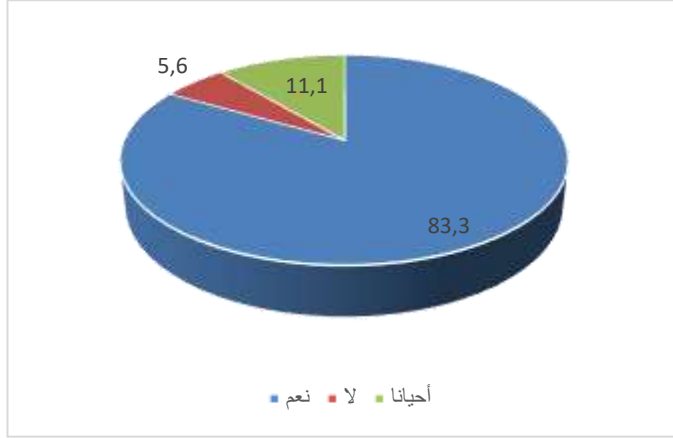
الشكل رقم 22: يوضح لنا الشكل الاعلى ان هناك 11 موظف بنسبة 60.1% بالمائة و 03 افراد متقاعدين بنسبة 16.7% بالمائة و 04 افراد غير موظفين بنسبة 22.2% بالمائة و هنا يتضح لنا اغلب المتعاملين مع المؤسسة هم موظفين .

الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الاول : بالوسائل الاتصالية التي تعتمدھا المؤسسة في التواصل مع جمهورھا الخارجي.

الجدول رقم 23 :يمثل توزيع أفراد العينة حسب يستخدم الاتصال المباشر وجھا لوجه في

التواصل بين الزبون والمؤسسة.



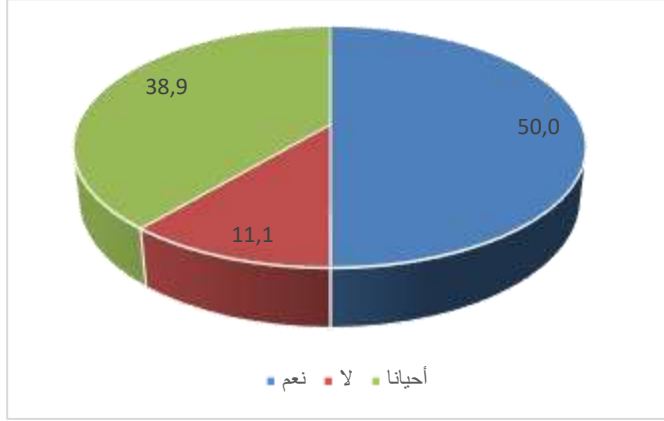
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	15	83.3
لا	1	5.6
أحيانا	2	11.1
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 23 : كما نعرف ان الاتصال المواجهي هو اتصال يتم بين شخصين او اكثر خلال

محادثة او اجتماع حيث يمثل لنا الشكل أن اغلبية افراد العينة مجيبين بنعم يتم استخدام الاتصال المباشر وجھا لوجه بنسبة تقدر ب83.3% بالمائة و هذا يبين ان الزبون لا يعتمد كثيرا على الطر ف الآخر من الوسائل لتواصله مع المؤسسة بل يعتمد كثيرا على الاتصال المواجهي .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 24 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب يستخدم الهاتف المحمول في اخذ مواعيد الفحص بين المؤسسة وجمهورها الخارجي



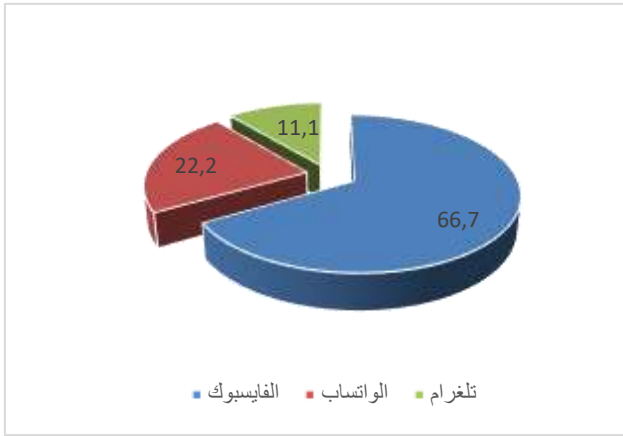
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	9	50.0
لا	2	11.1
أحيانا	7	38.9
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 24 : كما نعرف ان الهاتف هو احسن وسيلة في التواصل بين افراد المجتمع خصوصاً مع المؤسسات في اخذ المواعيد و يعد اسرع وسيلة حيث يبين لنا الشكل ان هناك 09 افراد مجيبين بنعم يستخدم الهاتف في اخذ مواعيد الفحص بنسبة تقدر ب 50.0% بالمائة و هناك 07 افراد مجيبين أحيانا بنسبة 38.9% بالمائة و البقية مجيبين ب لا يتم استخدام الهاتف المحمول في اخذ مواعيد الفحص و هنا يتبين لنا ان الجمهور في المؤسسة الضياء يعتمد على الهاتف المحمول في اخذ

المواعيد اكثر مقارنة بالوسائل الاخرى .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 25: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مع المؤسسة .

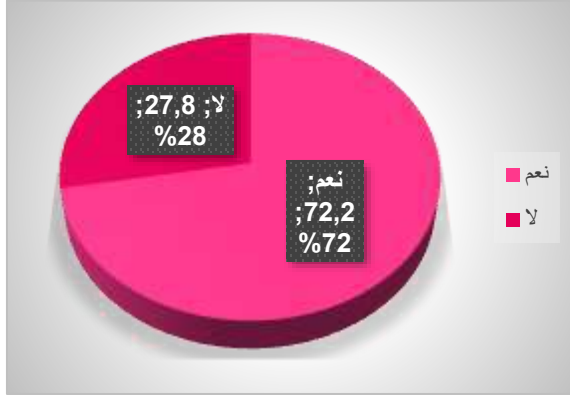


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
فايسبوك	12	66.7
واتساب	4	22.2
تلغرام	2	11.1
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 25: مواقع التواصل الاجتماعي تعرف بأنها مواقع يتم فيها التواصل بين افراد المجتمع عن طريق الدردشة و تستخدم الدردشة لعدة اسباب و عدة طرق متبعة برموز معبرة و يتضح لنا من خلال هذا الشكل ان ما يمثل 12 مفردا يستخدم فيسبوك في تواصلهم مع المؤسسة بنسبة تقدر ب 66.7% بالمائة و 04 افراد يستخدمون واتساب بنسبة تقدر ب 22.0% بالمائة و هناك نسبة قل يلة تستخدم تلغرام تقدر ب 11.1% بالمائة كما نستخلص الاغلبية افراد العينة في مؤسسة الضياء تعتمد على الفايسبوك في تواصلها مع المؤسسة .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 26: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تستخدم المؤسسة الوسائل التقليدية لتواصل مع جمهورها الخارجي

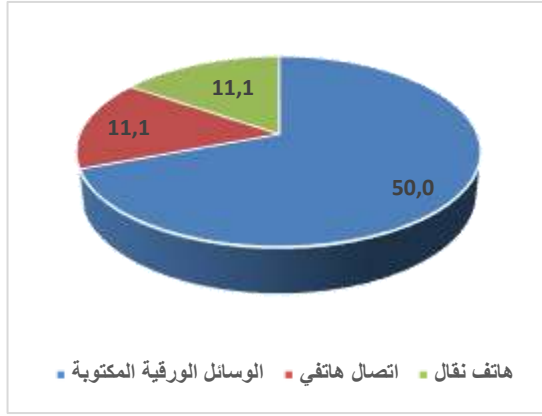


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	72.2
لا	5	27.8
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 26: الوسائل التقليدية من الوسائل التواصلية قديما و هي الوسيلة الاكثر اعتمادا في تواصل بين الافراد في مؤسسة ما حتى الان و نلاحظ في الشكل اعلاه ان نسبة 72.2% بالمائة التي كانت اجابتهم بنعم يتم استخدام الوسائل التقليدية بين المؤسسة الضياء و جمهورها و نسبة 27.8% بالمائة محييين ب لا يتم استخدام هذا النوع من الوسائل ومن هنا نستنتج ان المؤسسة تستخدم الوسائل التقليدية كثيرا عكس عيادة عادة .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 27: يمثل توزيع أفراد العينة حسب إذ كان الجواب ب نعم هل هي:



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
الوسائل الورقية المكتوبة	9	50.0
اتصال هاتفي	2	11.1
هاتف نقال	2	11.1
المجموع	13	72.2

في الشكل رقم 27: يتضح لنا ان معظم الافراد اختاروا الوسائل الورقية المكتوبة بنسبة تقدر ب % 50.0 بالمائة و هنا على حسب نظري انهم قليل من يميزون بين الوسائل التقليدية و الوسائل الحد يثة.

الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الثاني: الصورة الذهنية للمؤسسة بالنسبة لجمهورها الخارجي.

الجدول رقم 28 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب نسبة فهمك لموضوع العلاقات العامة.



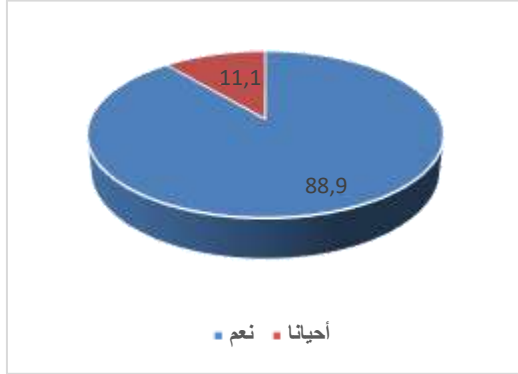
الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
هو نشاط اتصالي بامتياز	8	44.4
هو إدارة داخل المؤسسة	8	44.4
هو جهاز معمول لتواصل مع الجمهور	2	11.1
المجموع	18	100.0

في الشكل رقم 28 :يتضح لنا في الجدول اعلاه انه كانت معظم اجابات افراد العينة بأنه نشاط اتصالي بامتياز و آخرون مجيبين بأنه ادارة ادارة داخل المؤسسة و هنا نرى التوافق في النسب لكلتا الإجابتين بنسبة تقدر ب 44.4% بالمائة و القليل من كانت اجابتهم بأنه جهاز معمول لتواصل بين المؤسسة و جمهورها وهنا نرى التوافق بالصدفة في كلتا الاجابتين لافراد العينة .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 29: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تشكل هذه المؤسسة الأحسن في التعامل مع

الزبون



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	88.9
أحيانا	2	11.1
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 29: يبين ان هناك 16 مفردا اجاب بنعم تشكل الاحسن في تعاملها مع الزبون بنسبة 88.9% بالمائة و البقية اجابتهم أحيانا .

الجدول رقم 30: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحظى هذه المؤسسة بالسمعة الطيبة والحسنة لديك.

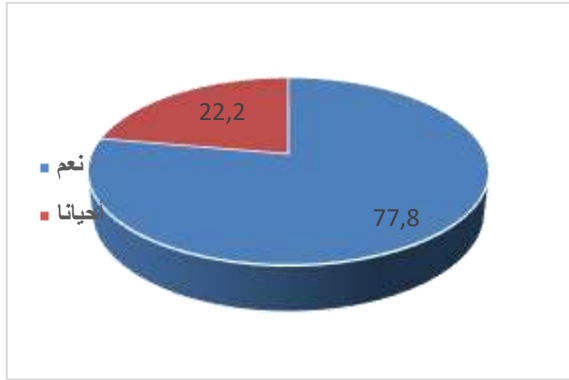


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	77.8
أحيانا	4	22.2
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 30: في هذا الشكل يوضح اكثر الإجابات فيه كانت بنعم تحظى المؤسسة بالسمعة الطيبة لدى الجمهور بنسبة تقدر ب 77.8% بالمائة و الإجابات ب لا تحظى بالسمعة الطيبة بنسبة تقدر ب 22.2% بالمائة و هذا الامر لا يؤثر على المؤسسة و سمعتها لكن من الاحسن ان تطور المؤسسة من خدماتها لكي تزيد في كسب جمهورها لكي تزيد في تحسين سمعتها .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 31 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحسن استقبال الزبائن والمرضى

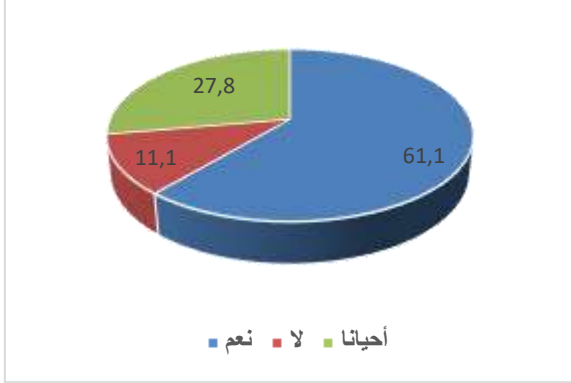


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	14	77.8
أحيانا	4	22.2
المجموع	18	100.0

في الشكل رقم 31: من دور المؤسسة الصحية توفير حسن الاستقبال للعملاء و المرضى لكي منح للعميل الراحة و تشعره بالاطمئنان حيث نلاحظ ان معظم الخيارات كانت نعم تحسن مؤسسة الضياء استقبال جمهورها من بينهم العملاء و المرضى بنسبة تقدر ب 77.8% بالمائة المتكونة من 14 مفردا و 04 افراد مجيبين أحيانا تحسن الاستقبال نسبة تقدر ب 22.2% بالمائة ونستنتج ان المؤسسة الضياء توفر حسن استقبال للمرضى و العميل الخارجي و هذا يبني الأمان لدى للمستفيدين و يعطي صورة حسنة للمؤسسة عامة .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 32 :يمثل توزيع أفراد العينة حسب تحسن جودة الخدمات التي تقدمها المؤسسة للجمهور.

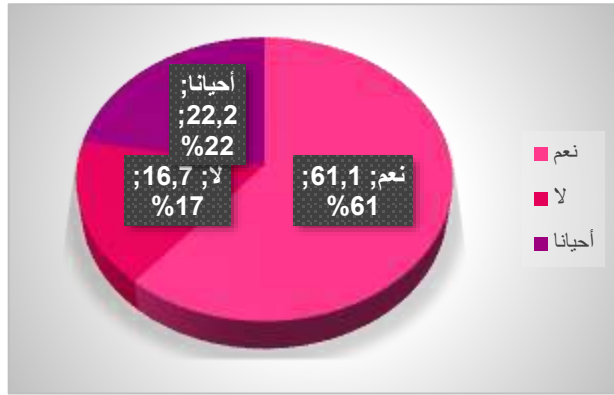


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	11	61.1
لا	2	11.1
أحيانا	5	27.8
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 32 : تحسين جودة الخدمات من لابد ان تسعى لها المؤسسة من ابرازها للجمهور لك ي تعطي صورة حسنة لدى العملاء و المستخدمين حيث يوضح لنا الشكل ن الاجابة كانت بنعم تحسن المؤسسة الضياء جودة الخدمات بنسبة تقدر ب61.1% بالمائة و هناك من اجاب أحيانا بنسبة 27.8% بالمائة والقليل من اجاب ب لا تحسن جودة الخدمات و هنا نرى ان جودة الخدمات ال تي تقدمها المؤسسة للجمهور جيدة نوعا ما .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 33: يمثل توزيع أفراد العينة حسب تأسس جانب كفاءات طبية المتخصصة في رعاية المرضى.



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	4	22.2
لا	9	50.0
أحيانا	5	27.8
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 33: من واجب المؤسسة ان تكافئ عمالها في عملهم و تعبهم في رعاية المرضى لكي ي زيد النشاط و الحيوية بينهم و يستمر العمال في خدمتهم دون ملل و هذا راجع على المؤسسة حيث يتضح لنا في الشكل ان الخيارات بنعم هناك جانب كفاءات طبية متخصصة في رعاية المرضى ت حتل المرتبة الاولى بنسبة تقدر ب 61.1% بالمائة و الإجابة أحيانا بنسبة 22.2% بالمائة و 1% 6.7 بالمائة محييين ب لا تقدم المؤسسة كفاءات .

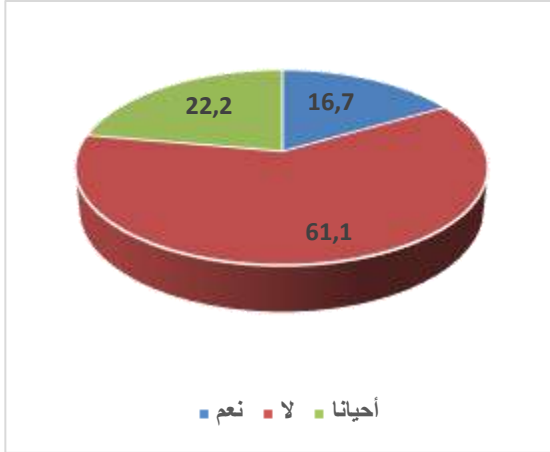


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	11	61.1
لا	3	16.7
أحيانا	4	22.2
المجموع	18	100.0

الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الثالث : معيقات تطبيق العلاقات العامة في المؤسسة الضياء من وجهة نظر المستفيد الخارجي.

الجدول رقم 34 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب يحدث خلل في بعض الأحيان في تواصلك مع المؤسسة نظرا للأعطال التي تصيبها.

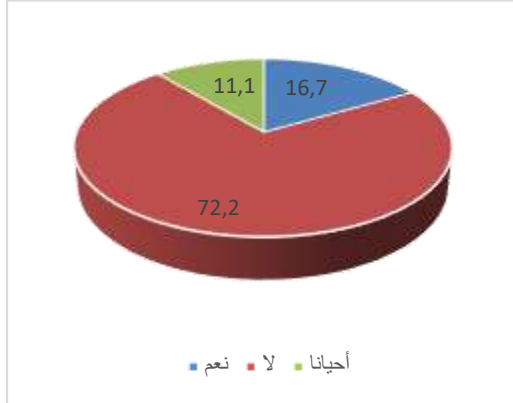


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	3	16.7
لا	11	61.1
أحيانا	4	22.2
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 34 : لكي يكون العمل مستمر و لكي تكسب المؤسسة الكم الهائل من العملاء يجب ان تو فر لهم كافة الامكانيات لتواصل مع جمهورها الخارجي بكافة الطرق رغم جميع الاعطال التي قد ت صيبيها فبالتالي نرى في الشكل اعلاه ان نسبة الإجابة بنعم يحدث خلل في تواصلهم مع المؤسسة تقدر ب 22.2% بالمائة و نسبة الإجابات ب لا يحدث خلل نظرا للاعطال التي تصيب المؤسسة ف ي بعض الاحيان تقدر نسبتها ب 50.0% بالمائة و نسبة 27.8% بالمائة مجيبين أحيانا و هذا يو ضح ان لا يوجد خلل في تواصل الجمهور مع المؤسسة نظرا للأعطال التي تصيبها الا في بعض الاحيان .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 35 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعاني من التأخر في رد المؤسسة حول الانشغالات المطروحة من طرفك

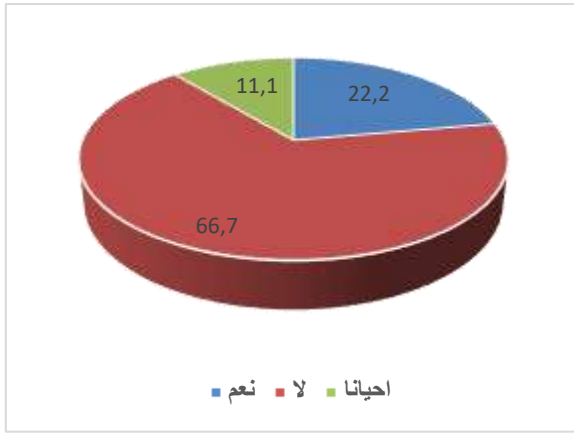


النسبة المئوية	التكرار	الخيارا
16.7	3	نعم
72.2	13	لا
11.1	2	أحيانا
100.0	18	المجموع

الشكل رقم 35: الشكل الموضح لنا يبين ان هناك خيارات بنعم يتم التأخر في رد المؤسسة حول انشغالاتهم المطروحة بنسبة تقدر ب 16.7% و معظم الإجابات كانت ب لا يتم التأخر في الرد ا لمؤسسة عليهم بنسبة تقدر 61.1% بالمائة و الإجابات أحيانا يتم التأخر تقدر نسبتها 22.2% بالمائة و هنا حسب رأيهم يتضح لنا في النتائج انهم لا يعانون في تأخر في الرد من طرف المؤسسة ا لضياء خلال الرد على انشغالاتهم المطروحة ونادرا ما يكون هناك القليل من تأخر مما يدفع الجمهور ر الى سوء الفهم .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 36 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تعاني من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة.

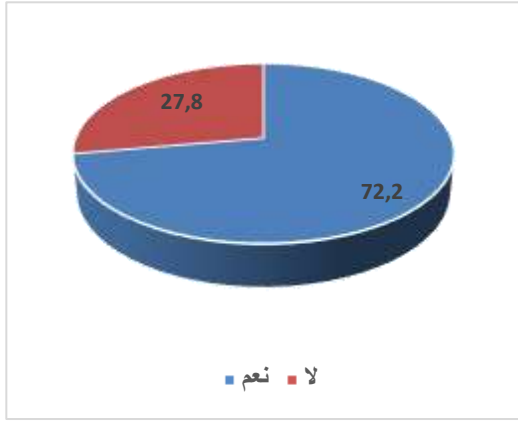


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	4	22.2
لا	12	66.7
أحيانا	2	11.1
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 36 :حسن المعاملة من بين اهم الميزات التي تحمي سمعة المؤسسة حيث يتضح في الشكل الموضح هناك نسبة قليلة في الإجابة بنعم يعاني الجمهور من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة بنسبة 16.7% بالمائة و نسبة 72.2% بالمائة مجيبين ب لا و اما البقية اجابتهم كانت أحيانا و هنا نلاحظ ان لا يعاني الجمهور من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة الا في بعض الاحيان .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 37 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب هناك عمال استقبال يسيئون المعاملة لدى الزبون أو المريض.

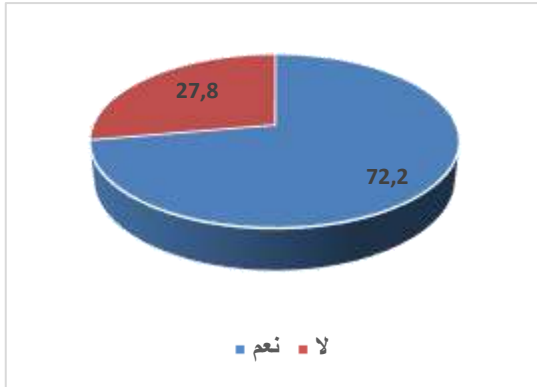


الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	72.2
لا	5	27.8
المجموع	18	100.0

الشكل رقم 37 : يبين الاشكل ن اجابات افراد العينة معظمها كانت ب لا يوجد عمال استقبال يسيئون المعاملة مع الجمهور بنسبة تقدر ب 66.7% بالمائة و الإجابة ب نعم هناك من يسيئون المعاملة نسبة تقدر ب 22.2% بالمائة و البقية مجيبين أحيانا و يتضح لنا ان نسبة قليلة قالو بأن هناك من يسيئون المعاملة مع الزبائن و المرضى و هذا لا يؤثر سلبا على المؤسسة وقد يكون هذا الامر راجع على العميل الخارجي للمؤسسة .

الإطار التطبيقي للدراسة

الجدول رقم 38 : يمثل توزيع أفراد العينة حسب عدم وجود البدائل لدى الأطباء المختصين



الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	13	72.2
لا	5	27.8
المجموع	18	100.0

في الشكل رقم 38: في كل مؤسسة صحية هناك بدائل لدى الاطباء الختصين لتفادي الاعطال و هذا راجع على الخدمات التي تقوم بها المؤسسة و توفرها لكسب العملاء حيث نلاحظ ان معظم الخيارات كانت بنعم يوجد بدائل لدى الاطباء الختصين في حال غياب طبيب او عامل داخل المؤسسة و متكونة من 13 مفردا و تقدر بنسبة 72.2% بالمائة و البقية اجابتهم ب لا يوجد بدائل بنسبة 27.8% بالمائة و يتضح لنا ان هناك بدائل لدى الاطباء المختصين في المؤسسة الضياء عكس عيادة عادة التي تعاني من نقص لدى البدائل .

الإطار التطبيقي للدراسة

رابعا : المقارنة بين النتائج المتحصل عليها في كلتا المؤسساتين:

- ✓ من ناحية عدد مجتمع البحث نسبة الذكور و الإناث في عيادة الضياء متساوية عكس عيادة عادة نسبة الإناث اكثر من الذكور .
- ✓ من ناحية السن نرى ان كلاهما لديهم عملاء سنهم يتراوح بين 20 الى 30 سنة .
- ✓ من الجانب الوظيفي نسبة الموظفين الذين يتعاملون مع مؤسسة الضياء تقارب نسبة الموظفين المتعاملين مع مؤسسة عادة .
- ✓ في كلا المؤسساتين يتم الاعتماد على الإتصال المواجهي أكثر من الأساليب الأخرى .
- ✓ يستخدم الهاتف المحمول في أخذ مواعيد الفحص في المؤسساتين عادة و الضياء .
- ✓ يتم استعمال فيسبوك أكثر لدى المؤسساتين في تواصلهم مع جمهورهما الخارجي .
- ✓ يتم الاعتماد في مؤسسة الضياء على الوسائل التقليدية في التواصل مع الجمهور الخارجي عكس عيادة عادة التي لا تعتمد كثيرا على هذا النوع من الإتصال مع الجماهير .
- ✓ في اقتراحات السؤال السابع الذي كان سؤاله كالتالي : إذا كان الجواب بنعم هل هي الوسائل الورقية المكتوبة ام إيميل ام هاتف ؟ كانت الإجابة في مؤسسة الضياء بالوسائل الورقية المكتوبة بنسبة 50.0 بالمائة أما في عيادة عادة هناك نسبة متوسطة مجيبين بالوسائل الورقية المكتوبة اما البقية هناك من اجاب بإيميل و الهاتف و غيرها و هذا يوضح أن مجتمع البحث في عيادة عادة لم يفهم السؤال المطروح .
- ✓ تختلف نسبة فهم جمهور عيادة الضياء و عيادة عادة لمصطلح العلاقات العامة كانت مختلفة و هذا لأن عيادة الضياء كانت إجاباتهم متساوية بين انه نشاط اتصالي بامتياز و انه إدارة داخل المؤسسة أما في عيادة عادة كانت اجابتهم نحو انه نشاط اتصالي بامتياز اكثر و هنا نرى الفرق بينهم و ان هناك الاغلبية لم يفهم مصطلح العلاقات العامة و لا يميزون بين المفاهيم .
- ✓ تشابه المؤسساتين في ان كلاهما يتميزان بحسن المعاملة مع الزبائن و المرضى .
- ✓ نرى ان جماهير عيادة عادة و الضياء ان المؤسسة الذين يتعاملون معها لها حسن السمعة لديهم و مما يزيد في جذب الزبائن و العملاء لهما .
- ✓ يرى الجماهير ان المؤسسة الذين يتعاملون معها توفر لهم حسن الاستقبال للمرضى و الزبائن في كلتا المؤسساتين و في بعض الاحيان لا حسب رأي الجماهير .
- ✓ يحسن المؤسساتين جودة الخدمات المقدمة لزبائنهم و تعتبر جيدة بالنسبة لهم .
- ✓ تتشابه العيادتين في تأسيس جانب كفاءات طبية المتخصصة في رعاية المرضى .
- ✓ معظم مجتمع البحث في المؤسساتين لا يعانون من حدوث خلل في تواصلهم مع المؤسسة

الإطار التطبيقي للدراسة

نظرا للأعطال التي تصيبهم و هناك نسبة قليلة محبيين بنعم يحدث خلل و هذا لا يؤثر سلبا على المؤسساتين حسب رأي الشخصي .

✓ لا يعاني جمهور عادة و الضياء من تأخر في رد المؤسسة عليهم حول انشغالاتهم المطروحة.

✓ تشابه آراء جماهير العيادتين انهم لا يعانون من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة إلا في بعض الأحيان .

✓ تشابهت الآراء كذلك في المؤسساتين عادة و الضياء أن هناك نسبة قليلة من قال بأنه هناك عمال يسيئون المعاملة مع الزبائن و هذا يؤثر بنسبة 50 بالمائة على المؤسساتين.

✓ في عيادة الضياء هناك وجود بدائل لدى الأطباء المختصين عكس عيادة عادة التي كانت معظم اجابتهم بأن لا يوجد هناك بدائل و هذا يؤثر لا يناسب جمهورها .

و في الأخير حسب رأي الشخصي ارى ان المؤسساتين عادة و الضياء لهم تشابه كبير من ناحية العديد من المزايا و العيوب الناتجة عنهم و في بعض الأحيان هناك مؤسسة تسبق مؤسسة من ناحية جودة الخدمات و غيرها ، و ارى ان المؤسساتين يتميزان بالسمعة الجيدة و كان اختلاف بسيط بينهم حيث ان الاقبال على مؤسسة عادة يفوق الإقبال على مؤسسة الضياء لأن مؤسسة عادة لها خدمات إضافية تقدمها مقارنة بالضياء التي لها خدمات غير كافية رغم حسن جودة الخدمات و الشيء الأخير الذي لم اراه مناسب هو نقص البدائل لدى الأطباء المختصين في عيادة عادة حيث في غياب طبيب المختص الأساسي في المؤسسة لا يتوفر بديل له و هذا يشكل عائقا كبيرا و يؤثر سلبا على المؤسسة .

خامسا: مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الأسئلة الفرعية :

المحور الاول : خاص بالوسائل المعتمدة لدى العيادتين عادة و الضياء في قسم علاقاتهم العامة:

بما يخص الوسائل المعتمدة لدى عيادتي عادة و الضياء في قسم علاقاتها العامة او لا يوجد قسم علاقات عامة في المؤسساتين لكن في عيادة عادة هناك قسم واحد فقط وهو للموارد البشرية GRH المكلفة به هي المسؤولة على الإتصال في المؤسسة بين العمال و الاتصال مع الزبائن نجد عمال الاستقبال هم المكلفون به و يكون عن طريق الهاتف المحمول او ايميل او فيسبوك اما في عيادة الضياء يتم تواصل بين المؤسسة و الجمهور عن طريق عمال الاستقبال كذلك باستخدام الهاتف المحمول او ايميل و وتساب و فيبر .

الإطار التطبيقي للدراسة

المحور الثاني: خاص بصورة الذهنية للمؤسستين عادة و الضياء بورقلة بالنسبة لجمهورها الخارجي وهو موضوع الدراسة:

تشكل المؤسستين الأحسن في تعاملهم مع المستفيد الخارجي إلا في بعض الاحيان و بعض الحالات هناك من يسيء معاملة الزبائن ،كما ان المؤسستين كلاهما لديهم السمعة الجيدة و الطيبة في نضرة العميل لأنهم بطبيعة الحال لهم حسن جودة الخدمات المقدمة للجمهور.

المحور الثالث: خاص بمعوقات تطبيق العلاقات العامة داخل لمؤسستين عادة و الضياء بولاية ورقلة من وجهة نظر المستفيد الخارجي :

لا يحدث أي خلل للجمهور من خلال تواصلهم مع المؤسستين عادة و الضياء بالرغم من المعوقات التي تصيب المؤسستين احيانا ، اما من ناحية انشغالات جمهور عيادة عادة هناك العديد منهم من يعاني من تأخر في رد المؤسسة عليه عكس عيادة الضياء التي كان الرد سريع بينما نجد كذلك ان المستفيد الخارجي للمؤسستين لا يعاني من ضغوطات في المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة و هذا يؤدي لجلب الراحة و الاطمئنان للمستفيد و العميل الخارجي .

سادسا :مناقشة نتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة :

من خلال نتائج الدراسة بالمقارنة بالدراسات السابقة سوف نتطرق لمعرفة اوجه التشابه و الاختلاف بينهم .

✓ _ تشترك دراستنا مع الدراسات السابقة في موضوع العلاقات العامة في المؤسسة الصحية.

✓ _ تبرز دراستنا في ضوء الدراسات اهمية وجود العلاقات العامة في المؤسسات الخدماتية الخاصة.

✓ _ تشترك دراستنا كذلك بالدراسات الاخرى على ان لا وجود لقسم العلاقات العامة في المؤسسات الصحية بالرغم من ضرورة وجوده و لا تزال لا تكتسي الاهمية الكبيرة لدى المؤسسات الصحية .

✓ _ و في اوجه الاختلاف ،تختلف دراستنا مع المواضيع الاخرى على اننا اعتمدنا على دراسة ميدانية مقارنة بين مؤسستين مختلفين من ناحية المكان و تتشابهان في النشاط الخدماتي .

✓ _ تختلف دراستنا على غرار الدراسات السابقة في اعتمادنا على منهجين المنهج الوصفي التحليلي و المنهج المقارن و كذلك اعتمادنا على عينة الصدفة .

الخاتمة

خاتمة

يمكن القول إن واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية الجزائرية يتطلب تحسناً مستمراً وجهوداً متواصلة لضمان تعزيز الثقة بين المؤسسات الصحية و المجتمع، وتعزيز التواصل الفعال والشفافية في التعامل مع المرضى والمجتمع المحلي وتحسين الاتصال وبناء العلاقات الإيجابية يمكن أن يسهم في تحسين الخدمات الصحية وتعزيز رضا المرضى والمجتمع بشكل عام بالإضافة إلى ذلك ينبغي على المؤسسات الصحية الجزائرية الاستثمار في تطوير الكوادر البشرية المتخصصة في مجال العلاقات العامة، وتوفير التدريب المستمر لهم ، فضلاً عن اعتماد استراتيجيات حديثة للتسويق والتواصل، مع الاستفادة من التكنولوجيا الجديدة ووسائل التواصل الاجتماعي لتعزيز الاتصال مع الجمهور ونشر المعلومات بشكل فعال وفعال أيضاً، يجب على المؤسسات الصحية الجزائرية الاهتمام ببناء علاقات قوية مع وسائل الإعلام المحلية و الوطنية ولما لا حتى الدولية، والمشاركة في فعاليات المجتمع المحلي و الوطني، بهدف نشر الوعي بالخدمات الصحية المتاحة وتعزيز سمعة المؤسسة .

ومن المهم أيضاً تقديم الدعم والاستشارة العامة للمجتمع في قضايا الصحة والوقاية من الأمراض، لتعزيز موقع المؤسسة كمرجعية موثقة في المجتمع ينبغي على المؤسسات الصحية الجزائرية الاستجابة بشكل فعال لاحتياجات ومتطلبات المرضى والمجتمع، من خلال تقديم خدمات عالية الجودة وتوفير بيئة مريحة وآمنة. كما يجب عليها تعزيز التواصل الداخلي داخل المؤسسة، وتشجيع التعاون والتفاعل الإيجابي بين جميع الأقسام والموظفين، مما يساهم في بناء ثقافة تحترم العلاقات العامة وتولي اهتماماً كبيراً لتلبية احتياجات الجمهور وتحقيق أهداف المؤسسة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع

- _د. عبد السلام محمد، **مناهج البحث في العلوم الاجتماعية و الانسانية**، مكتبة النور للنشر و التوزيع، 2020.
- _د.عبد الخالق يسرا حسني، **العلاقات العامة و الدبلوماسية الشعبية**، ط 1 الجيزا :اطلس للنشر و الانتاج الاعلامي، 2015.
- _ ناصر عبد الله الطيب، **علاقات العامة في المؤسسات الاعلامية**، مكتبة ابو عامر للنشر و التوزيع، السودان 2019
- _انجرس موريس، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية**، دار القصبه للنشر والتوزيع، الجزائر 2004_ 2005.
- _ حسن عبد الباسط محمد : **البحث الاجتماعي**، المطبعة المصرية، الإسكندرية، مصر، ط1، بدون سنة
- _ أبو إصبع صالح خليل: **العلاقات العامة و الاتصال الإنساني**، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، الأردن.
- _بدوي هناء حـافظ : **العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية**، أسس نظرية و مجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2001.
- _زكي جمال و السيد ياسين، **اسس البحث العلمي**، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر بدون سنة، 2005.
- _البادي محمد، **العلاقات العامة ووظائف الإدارة العليا**، القاهرة: مكتبة انجلو المصرية، 1999.
- _محي محمود حسن، سمير حسن منصور، **العلاقات العامة و الإعلام في الدول النامية**، الاسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، 1985.
- _ بدوي هناء حافظ، **العلاقات العامة و الخدمة الاجتماعية**، اسس نظرية و مجالات تطبيقية، المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية 2001.
- _ابراهيم امام، **العلاقات العامة و المجتمع**، ط 2، القاهرة: مكتبة انجلو المصرية، 1986.

قائمة المصادر والمراجع

- _جاسم فخري و آخرون ،العلاقات العامة ،مؤسسة دار الكتب للنشر و الطباعة ،جامعة الموصل العراق،198.
- _ديليو فضيل ،الاتصال (مفاهيمه ،نظرياته ،وسائله) ، ط 1، القاهرة ،دار الفكر للنشر و التوزيع ،2003.
- _محمود عبد الرحمان عبدا لله :سيولوجيا التنظيم ،دار المعرفة الجامعية الاسكندرية ،1987 .
- _عبده محمود يوسف مصطفى:مقدمة في العلاقات العامة ،القاهرة ،مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ،2004 .
- _منصور سمير حسن :مناهج العلاقات العامة من منظور و الخدمة الاجتماعية ،دار المعرفة الجامعية الاسكندرية ،2005 .
- _ الأطروحات العلمية :
- _ بوضياف عاطف،فعالية العلاقات العامة في المؤسسة الجزائرية ،دراسة ميدانية بالمؤسسة الوطنية للبتر وكيمياء ،سكيكدة ،مذكرة ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال 2010.
- _ بن سعد السريع حمد ،الادوار المؤسسية و الانشطة العلاقات العامة في المستشفيات الحكومية و الخاصة ،دراسة ميدانية لمديرية العلاقات العامة في المملكة العربية السعودية ،رسالة لنيل شهادة الماجستير ،رسالة غير منشوره السعودية:جامعة نايف ،الرياض،2011 .
- _ قميح نادية ،دور العلاقات العامة في تحسين أداء عمال المؤسسة الجزائرية ،الطاهير :اولاد صالح ،دراسة ميدانية بالشركة الإفريقية لزجاج ،مذكرة لنيل شهادة الماستر ،تخصص علاقات عامة ،رسالة غير منشورة ،الجزائر:جامعة جيجل ،2014 .
- _المسيلي ياسين ،العلاقات العامة في المؤسسة الصحية الجزائرية ،قسنطينة :دراسة ميدانية بالمستشفى الجامعي ابن باديس ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير ،قسم علوم الاعلام و الاتصال ،جامعة منتوري قسنطينة ،الجزائر 2009 .

قائمة الملاحق



جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال جماهيري ووسائل جديدة

إستمارة الإستبيان موجهة للتحكيم

:

نضع بين أيديكم استمارة الاستبيان في إطار انجاز مذكرة التخرج ماستر تخصص اتصال جماهيري ووسائل جديدة حول موضوع : واقع العلاقات العامة في المؤسسات الصحية (دراسة ميدانية مقارنة بين مؤسستين الإستشفائيتين عادة والضياء من وجهة نظر المستفيد الخارجي بولاية ورقلة)

إشراف

أ/قانة مسعود

من اعداد الطالبتان:

➤ مونية حشاني

بن فكرون فاطمة الزهراء

السنة الجامعية 2024/2023

قائمة الملاحق

البيانات الشخصية

الجنس: أنثى ذكر

السن: 20 /30 31/4 41/50 50 فما

فوق

المهنة: موظف متقاعد غير موظف

المحور الاول: بالوسائل الاتصالية التي تعتمدها المؤسسة في التواصل مع

جمهورها الخارجي.

1. يستخدم الاتصال المباشر وجها لوجه في التواصل بين الزبون والمؤسسة؟

نعم لا أحيانا

2. يستخدم الهاتف المحمول في اخذ مواعيد الفحص بين المؤسسة وجمهورها الخارجي؟

نعم لا أحيانا

3. تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي مع المؤسسة:

فايسبوك واتساب تلغرام

4. تستخدم المؤسسة الوسائل التقليدية لتواصل مع جمهورها الخارجي؟

نعم لا

إذ كان الجواب ب نعم هل هي:

الوسائل الورقية المكتوبة

أخرى اذكرها.....

قائمة الملاحق

المحور الثاني: الصورة الذهنية للمؤسسة بالنسبة لجمهورها الخارجي.

5. ماهي نسبة فهمك لموضوع العلاقات العامة؟

هو نشاط اتصالي بامتياز هو إدارة داخل المؤسسة

هو جهاز معمول لتواصل مع الجمهور

6. تشكل هذه المؤسسة الأحسن في التعامل مع الزبون؟

نعم لا أحيانا

7. تحظى هذه المؤسسة بالسمعة الطيبة والحسنة لديك؟

نعم لا أحيانا

8. تحسن استقبال الزبائن والمرضى؟

نعم لا أحيانا

9. تحسن جودة الخدمات التي تقدمها للجمهور؟

نعم لا أحيانا

10. تأسس جانب كفاءات طبية المتخصصة في رعاية المرضى.

نعم لا أحيانا

المحور الثالث: معيقات تطبيق العلاقات العامة خارج المؤسسة.

11. يحدث خلل في بعض الأحيان في تواصلك مع المؤسسة نظرا للأعطال التي

تطبي

نعم لا أحيانا

قائمة الملاحق

إذ كان نعم ما هو الخلل وضح لنا

ذلك.....
.....

12. تعاني من التأخر في رد المؤسسة حول الانشغالات المطروحة من طرفك؟

نعم لا أحيانا

13. هل تعاني من ضغوطات في سوء المعاملة الناتجة عن عمال المؤسسة؟

نعم لا أحيانا

14. هل هناك عمال استقبال يسيئون المعاملة لدى الزبون أو المريض؟

نعم لا أحيانا

15. عدم وجود البدائل لدى الأطباء المختصين؟

نعم لا

ملحق خاص بلجنة تحكيم الإستبيان:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية
تومي فضيلة	أستاذة تعليم العالي
جيتي نادية	أستاذ محاضر أ
الزاوي محمد الطيب	أستاذ مساعد أ

قائمة الملاحق

الوثيقة 01: صورة خارجية لمؤسسة الضياع



الوثيقة 02: LOGO شعار خاص بمؤسسة الضياء.



الوثيقة 03 : صورة لوصف مخبر التحليل بالضياء.



Présentation

مقدمة



Le laboratoire EDIYA a toujours fait de la qualité une priorité, pour cela notre laboratoire a mis en place un groupe technique qualifiés; et un équipement hautement automatisé.

Notre laboratoire est conventionné avec les laboratoires CERBA Paris pour vous offrir des analyses particulières a savoir les examens: génétique, cytogénétique, anatomopathologiques, et autres.

مخبر التحليل الطبية الضياء يقدم لكم لوحة من التحليل المتخصصة , بإشراف فريق متخصص يسعى لتوفير أفضل نوعية من الخدمة , المخبر متعاقد أيضاً مع مخبر CERBA بباريس ليوافق لكم العديد من التحليل الخاصة منها التحليل الجينية وغيرها .

Laboratoire d'Analyses Médicales
مخبر التحاليل الطبية



Horaires d'ouverture: de Samedi a Jeudi a partir de 7h30 jusqu'à 16h30

Nos spécialités

إختصاصاتنا

- Biochimie clinique
- Hématologie biologique
- Microbiologie médicale
- Spermologie
- Immuno-pathologie



الوثيقة 04 : اختصاصات مؤسسة الضياء.



2018

أرقام المصحة:

الهاتف:
 +213(29)70 98 98
 +213(29)70 99 09
 +213(06)60 39 74 74
 +213(06)60 14 89 66
 الفاكس:
 +213(29)70 66 70

الإختصاصات بدوام كامل :

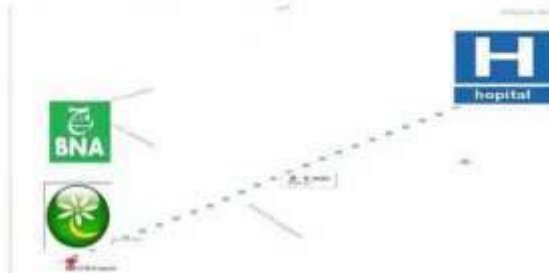
طب العيون..... د. صباح صالح (المدير العام للمصحة)
 طب النساء و التوليد..... د. بن شوك
 طب الأذن، الحنجرة و الأنفا..... د. مشري
 طب الأطفال..... د. بن صغير
 طب و جراحة عامة..... د. طالب
 طب التخدير و الإغاث..... د. قحمص
 د. بوغازي
 طب العظام و الرضوض..... د. موقار
 ميكروبيولوجيا طبية..... د. غلبوش
 (مخبر التحاليل الطبية)
 طب عام..... د. عوجيل
 د. محجر
 د. حبكة

قسم الإشعاع الطبي

طب الكلى و المسالك الطبية

طب و جراحة الأعصاب

طب الجلد و التجميل..... البروفيسور. بن يحيى (مواعيد شهرية)



الوثيقة 01: صورة خارجية لشكل مصحة عادة .



الوثيقة 02 : صورة للمؤسسات المتعاقدة معهم مؤسسة عادة .



الوثيقة 03 : خاصة بفحوصات مصحة عادة.

مصحة عادة ورقلة

فحوصات

استعجلات طبية وجراحية
امراض النساء والتوليد

24 0 6 59515142

جديد

CLINIQUE POUR
مصلحة عادة

The advertisement features a smiling male doctor in a white coat and blue tie, pointing upwards. The background is a vibrant blue and green gradient with abstract shapes. A circular logo in the top right corner contains a palm tree and the text 'CLINIQUE POUR مصلحة عادة'. A clock icon with '24' inside is positioned to the left of the main title 'فحوصات'. Below the title, the text 'استعجلات طبية وجراحية' and 'امراض النساء والتوليد' is displayed. A phone icon with '24' and the number '0 6 59515142' is shown in a blue rounded rectangle. A green rounded rectangle at the bottom left contains the word 'جديد' (New).